

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Белорусский государственный экономический университет



НИРС БГЭУ

Сборник научных статей

Выпуск 11

Минск 2022

УДК 378.633(476)
ББК 74.484(4Бен)
Б43

Сборник основан в 2011 году

Рекомендовано
редакционным советом УО «Белорусский государственный
экономический университет»
(протокол № 10 от 28 октября 2020 г.)

Редакционная коллегия:

А. А. Быков (председатель), *В. Г. Гаркавая* (зам. председателя),
С. О. Белова, *Р. Е. Гончаров*, *О. В. Гулина*, *Д. И. Егунов*, *О. Г. Казак*,
О. В. Малиновская, *Т. Н. Налецкая*, *Е. Н. Полешук*, *Н. И. Рудович*,
О. Н. Шкутько, *О. Н. Гапоненко* (ответственный секретарь)

НИРС БГЭУ : сб. науч. ст. — Минск : БГЭУ, 2022. —
Б43 Вып. 11. — 291 с.

ISBN 978-985-564-359-4.

В издание включены научные работы студентов Белорусского государственного экономического университета по актуальным проблемам экономики, права и смежных областей знаний.

Адресовано студентам и магистрантам экономических и юридических специальностей.

УДК 378.633(476)
ББК 74.484(4Бен)

ISBN 978-985-564-359-4

© Белорусский государственный
экономический университет, 2022

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Статья посвящена исследованию финансового результата деятельности банков Республики Беларусь. Автором представлены статистические данные по доходам, расходам, прибыли банковского сектора, выявлены факторы, повлиявшие на динамику финансовых результатов, разработаны предложения, направленные на рост доходов в банковском секторе.

В современных условиях в деятельности банков Республики Беларусь наблюдается значительный рост конкуренции на фоне снижения экономической активности населения и субъектов хозяйствования, обусловленной внешними и внутренними факторами. Поэтому исследование влияния этих факторов на финансовые результаты и поиск путей роста доходов банков является актуальным для банковского сектора Республики Беларусь.

Основными видами доходов в банковской сфере являются процентные и комиссионные. В табл. 1 представлены в динамике доходы банков Республики Беларусь.

Таблица 1

Доходы банков Республики Беларусь

Виды доходов	01.07. 2019 г., млн руб.	01.07. 2020 г., млн руб.	01.07. 2021 г., млн руб.	Темп прироста 2019–2020 г., %	Темп прироста 2020–2021 г., %
Процентные	2485,1	5278,4	5799,3	112,4	9,9
Комиссионные	880,8	2075,7	2284,0	135,7	10,0
Операционные	95,5	304,8	340,5	219,2	11,7
Прочие	403,5	1524,8	1789,5	277,9	17,4
Итого	3864,9	9183,7	10 213,3	137,6	11,2

Источник: [1–3].

Данные, представленные в табл. 1, показывают в целом рост доходов за период с 01.07.2019 г. по 01.07.2020 г. и замедление роста к 01.07.2021 г. Наибольшую доходность обеспечивают процентные доходы по кредитам, выданным клиентам, а также на межбанковском рынке, доходы по ценным бумагам, приобретенным банком (акциям, облигациям). Факторами снижения объемов полученных доходов являются: во-первых, падение спроса на потребительские кредиты, что привело не только к уменьшению процентных доходов, но и к снижению объемов комиссионных доходов от продажи страховых продуктов; во-вторых, повышение ставки рефинансирования, что негативно повлияло на динамику кредитования в 2021 г., а ее уменьшение в 2020 г. положительно сказалось на продаже кредитных продуктов клиен-

там; в-третьих, расширение услуг банков и увеличение их клиентской базы оказали позитивное влияние на увеличение комиссионных доходов в 2020 г.

Основными видами расходов в банковском секторе являются процентные и операционные. В табл. 2 представлены в динамике расходы банков Республики Беларусь.

Таблица 2

Расходы банков Республики Беларусь

Виды расходов	01.07. 2019 г., млн руб.	01.07. 2020 г., млн руб.	01.07. 2021 г., млн руб.	Темп прироста 2019–2020 г., %	Темп прироста 2020–2021 г., %
Процентные	1088,1	2363,4	2876,0	117,2	21,7
Комиссионные	265,9	762,5	796,1	186,8	4,4
Операционные	1249,2	2658,0	2821,7	112,8	6,2
Прочие	340,3	914,1	1208,6	168,6	32,2
Итого	2943,5	6698,0	7702,4	127,6	15,0

Источник: [1–3].

Расходы банковского сектора превысили свой объем к 01.07.2020 г. по сравнению с аналогичным периодом 2019 г. и незначительно увеличили к 01.07.2021 г. Наибольший объем в общих расходах занимают операционные расходы, включающие затраты на содержание персонала и другие административно-хозяйственные расходы. Их увеличение негативно сказывается на прибыли банка, поскольку операционные доходы за анализируемый период значительно повысились. Динамика процентных расходов свидетельствует об активном привлечении денежных средств в 2020 г. и оттоке депозитов в 2021 г. Сокращение комиссионных расходов за анализируемый период обусловлено снижением объемов банковских услуг по платежам и расчетам из-за возрастающей конкуренции между банками и технологическими компаниями, а также другими общеэкономическими факторами.

Обобщающим показателем финансового результата деятельности банков является полученная прибыль. В табл. 3 представлена динамика прибыли банков Республики Беларусь.

Таблица 3

Прибыль банков Республики Беларусь

Банки Республики Беларусь	01.07. 2019 г., млн руб.	01.07. 2020 г., млн руб.	01.07. 2021 г., млн руб.	Темп прироста 2019–2020 г., %	Темп прироста 2020–2021 г., %
Государственные	275,4	170,7	659,4	–38,0	286,3
Иностранные	331,3	294,6	644,9	–11,1	118,9
Частные	46,6	36,6	51,7	–21,5	41,3
Итого	653,3	501,7	1356,0	–23,2	170,3

Источник: [1–3].

В 2020 г. в банковском секторе наблюдалось общее снижение прибыли. Особенно значительным было снижение финансового результата у государственных банков, обусловленное ухудшением качества кредитного портфеля, неблагоприятной конъюнктурой на рынке ценных бумаг и другими факторами. В 2021 г. в банковской сфере наблюдается положительная динамика, на которую повлияли такие факторы, как государственная поддержка, развитие конкурентоспособности, участие в инвестиционных и инновационных бизнес-проектах. Иностраные банки имеют более стабильные показатели прибыли, на которые влияют более эффективные бизнес-процессы, построение деловых отношений с зарубежными партнерами и клиентами, участие в проектах на внешнем рынке.

Таким образом, на финансовые результаты банков могут влиять как внешние, так и внутренние факторы. Динамика финансовых результатов в банковском секторе за анализируемый период была обусловлена снижением экономической активности и платежеспособного спроса на банковские услуги, ухудшением качества кредитного портфеля, ростом конкуренции со стороны технологических компаний, неблагоприятной внешней конъюнктурой. Для роста доходов банков необходимо расширение клиентской базы путем предоставления новых продуктов и услуг, например, в сфере инвестиций для розничных клиентов, совершенствование технологического обслуживания клиентов, разработка новых бизнес-моделей и стратегий [4, с. 230]. Это позволит банкам Республики Беларусь повысить качество обслуживания клиентов и конкурентоспособность на рынке финансовых услуг, что будет способствовать росту прибыли в банковской сфере.

Источники

1. Банковский сектор Республики Беларусь 1 июля 2020 г. [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_01_07_2020.pdf. — Дата доступа: 06.10.2021.
2. Банковский сектор Республики Беларусь 1 июля 2019 г. [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_01_07_2019.pdf. — Дата доступа: 08.10.2021.
3. Обзор деятельности и характеристика устойчивости функционирования банков Республики Беларусь 1 июля 2021 г. [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_01_07_2021.pdf. — Дата доступа: 08.10.2021.
4. Головчанская, Е. Э. Эффективность и направления развития банковской деятельности Республики Беларусь / Е. Э. Головчанская, С. И. Макаревич // Тенденции экономического развития в XXI веке : материалы II Междунар. науч. конф., Минск, 28 февр. 2020 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. А. Королева (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2020. — С. 228–231.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕГОМЛЬСКОЕ»

Наибольшее значение для сельского хозяйства и страны в целом имеет рациональное использование земельных ресурсов, поскольку получение продукции непосредственно связано с качественным состоянием почв и условиями их использования. Неэффективное использование земель должно компенсироваться посредством соответствующих платежей, которые могут быть направлены на мероприятия по повышению уровня плодородия почв и, как следствие, урожайности сельскохозяйственных культур.

Эффективность использования земельных ресурсов проявляется в уровне продуктивности сельскохозяйственных культур. В ОАО «Бегомльское» урожайность в 2019 г. по сравнению с 2017 г. снизилась по всем культурам: произошло снижение на 21 % по зерновым и зернобобовым, на 33,4 % — по семенам рапса, по кукурузе на силос — на 11 %, по многолетним травам — на 35,4 %, по однолетним — на 39 %, по сенокосам и пастбищам — на 70 и 58,9 % соответственно.

Полученные результаты свидетельствуют о неэффективном использовании земельных ресурсов. В данном случае имеет место понятие экологической антиренты — прибыли, получаемой предпринимателями вследствие нерационального использования природных ресурсов и сверхнормативных выбросов в окружающую среду. Расчет экологической антиренты производится по следующей формуле [2]:

$$P = \sum_{i=1}^n N_i \cdot S_i, \quad (1)$$

где P — размер компенсационного (антирентного) платежа; N_i — норматив возможной прибыли от недополученной продукции по i -й культуре; S_i — среднегодовая площадь посевов i -й культуры по времени оценочных туров.

На основании данных годовых отчетов и нормативов прибыли на 1 га произведем расчет составляющих антирентного платежа (табл. 1).

Таблица 1

Расчет составляющих антирентного платежа

Культура	Норматив прибыли, руб./га	Среднегодовая площадь, га	Итого
1	2	3	4
Зерновые и зернобобовые	214,70	792	170 042,4

1	2	3	4
Рапс	214,70	117	25 119,9
Однолетние травы на з/м	127,31	389	49 523,6
Многолетние травы на з/м	42,61	561	23 904,2
Кукуруза на силос	40,38	178	7 187,6

Источники: собственная разработка.

Исходя из расчетов, представленных в табл. 1, путем суммирования получим антирентный платеж в сумме 275,8 тыс. руб.

Полученные денежные средства могут быть направлены на разработку и внедрение механизма самофинансирования экологических мероприятий на уровне предприятия. Рассмотрим вариант, при котором полученные денежные средства направляются на мероприятия по внесению дополнительного количества органических и минеральных удобрений.

Урожайность сельскохозяйственных культур после проведения соответствующих мероприятий рассчитаем по следующей формуле:

$$Y_n = Y_6 + A_1 + A_2 + \dots + A_n, \quad (2)$$

где Y_n — плановая урожайность, ц/га; Y_6 — базисная урожайность, ц/га; A_1 — прибавка (снижение) урожайности от органических удобрений, ц на т/га; A_2 — прибавка (снижение) урожайности от минеральных удобрений, ц на ц/га; A_n — прибавка (снижение) урожайности от применения других факторов, ц/га.

Базисная урожайность зерновых и зернобобовых составила 17,4 ц/га при внесении 240 кг д. в. минеральных удобрений и 2 т органики на 1 га. В плановом периоде предусматривается увеличение дозы внесения минеральных удобрений до 250 кг д. в. и органических — до 3 т/га. Тогда, согласно нормативам, прибавка зерна от применения минеральных и органических удобрений составит 0,98 ц/га $[(7,8 \text{ кг} \cdot 10 \text{ кг д. в.} + 20 \text{ кг} \cdot 1 \text{ т}) / 100]$.

Базисная урожайность рапса составила 4,3 ц/га при внесении 215 кг д. в. минеральных удобрений на гектар. В плановом периоде предусматривается увеличение дозы внесения минеральных удобрений до 220 кг д. в. Тогда, согласно нормативам, прибавка урожайности от дополнительного внесения минеральных удобрений составит 0,4 ц/га $[(7,25 \text{ кг} \cdot 5 \text{ кг д. в.}) / 100]$.

По однолетним травам на зеленую массу и кукурузе на силос увеличение доз внесения удобрений не планируется. Увеличение урожайности многолетних трав на зеленую массу планируется за счет дополнительного внесения 10 кг д. в./га минеральных удобрений при нормативе окупаемости в 16,6 кг на 1 кг д. в., тогда прибавка к урожайности составит 1,7 ц/га.

Фактически валовой сбор зерновых и зернобобовых на предприятии составляет 18 722,4 ц, валовой сбор рапса — 412,8 ц. В плановом периоде валовой сбор зерновых и зернобобовых после реализации предложенных мероприятий составит 19 798,4 ц, валовой сбор рапса — 451,2 ц.

Поскольку в плановом периоде планируется увеличение объема производства по обеим культурам, произведем расчет снижения себестоимости за счет роста объема производства по следующей формуле:

$$\Delta I_{\text{об.пр}} = \left(1 - \frac{I_{\text{пост}}}{I_{\text{об.пр}}} \right) \cdot D_{\text{пост}}, \quad (3)$$

где $\Delta I_{\text{об.пр}}$ — снижение себестоимости продукции за счет роста объема производства; $I_{\text{пост}}$ — индекс изменения постоянных расходов; $I_{\text{об.пр}}$ — индекс изменения объема производства; $D_{\text{пост}}$ — доля постоянных расходов в структуре себестоимости, %.

Индекс изменения объема производства находим путем деления планового объема реализации на фактический, получаем 1,0575. Постоянные затраты на производство зерновых и зернобобовых составляют 70 тыс. руб., переменные — 605 тыс. руб., удельный вес постоянных затрат в общей сумме затрат на производство составляет 10,37 %. Подставим полученные результаты в формулу 3 и получим индекс изменения объема производства, равный 0,0056 %.

Аналогичным образом произведем расчет снижения себестоимости продукции за счет роста объема производства для рапса. Постоянные затраты на производство рапса составляют 20 тыс. руб., переменные — 73 тыс. руб., удельный вес постоянных затрат в общей сумме затрат на производство рапса составляет 21,5 %. Подставим полученные результаты в формулу 3 и получим индекс изменения объема производства, равный 1,9 %.

Сравнение фактических и прогнозных показателей после проведения мероприятий представлены в табл. 2.

Таблица 2

Сравнение фактических и прогнозных показателей

Показатель	Зерновые и зернобобовые			Рапс		
	Факт	План	Отклонение	Факт	План	Отклонение
Реализованная продукция, ц	12 370	13 066	+696	210	230,1	+20,1
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	259	257,5	-1,5	12	11,8	-0,2
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	262	276,7	+14,7	13,5	14,8	+1,3
Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	3	19,2	+16,2	1,5	3	+1,5
Рентабельность реализованной продукции, %	1,2	6,9	+5,7	12,4	25,4	+13
Рентабельность продаж, %	1,1	7,5	+6,4	11,1	20,3	+9,2

Источник: собственная разработка.

На основании представленных расчетов можно сделать вывод о том, что предложенные в работе мероприятия могут повысить эффективность использования земельных ресурсов на предприятии и эффективность производства продукции растениеводства в целом.

Источники

1. Справочник нормативов трудовых и материальных затрат для ведения сельскохозяйственного производства / под ред. В. Г. Гусакова ; сост. Я. Н. Бречко, М. Е. Сумонов. — Минск : Бел. наука, 2006. — 709 с.

2. Мозоль, А. В. Антирентные платежи за пользование землей / А. В. Мозоль // Социально-экономическое и гуманитарное развитие белорусского общества в XXI веке : материалы респ. науч. конф. студентов, магистрантов, аспирантов, Минск, 16 дек. 2004 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2005. — С. 480–481.

3. Планирование на предприятии АПК : учеб. пособие / К. С. Терновых [и др.] ; под ред. К. С. Терновых. — М. : КолосС, 2007. — 333 с.

А. Н. Архиповская

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. Ч. Бокун

ПРОБЛЕМЫ СТАТИСТИЧЕСКОГО ИЗУЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

В работе изучаются сущность и основные показатели категории качества жизни населения как показателя благосостояния общества. Рассматриваются основные проблемы в оценивании данной категории.

Качество жизни населения является сложной макроэкономической категорией, так как характеризует сферу жизнедеятельности людей, в которой переплетаются экономические, социальные и психологические отношения. До сих пор в экономической и статистической литературе отсутствует однозначное толкование данной категории. В разных исследованиях она трактуется по-разному: степень удовлетворенности жизнью; совокупность экономических и демографических параметров (плотность населения, ВВП на душу населения, бедность, младенческая смертность и т.д.); обеспечение условий жизнедеятельности; степень удовлетворения научно обоснованных личных и общественных потребностей, а также комбинация трех составляющих: человеческий потенциал, социальная безопасность, качество окружающей среды. Каждый из перечисленных подходов имеет право на существование, но они либо носят слишком общий характер, либо учитывают факторы, а не уровень качества жизни, дублируют характеристики уровня жизни, либо недостаточно учитывают сочетание субъективных и объективных оценок. Тем не менее большинство ученых важнейшими составляющими качества жизни рассматривают доходы населения, социаль-

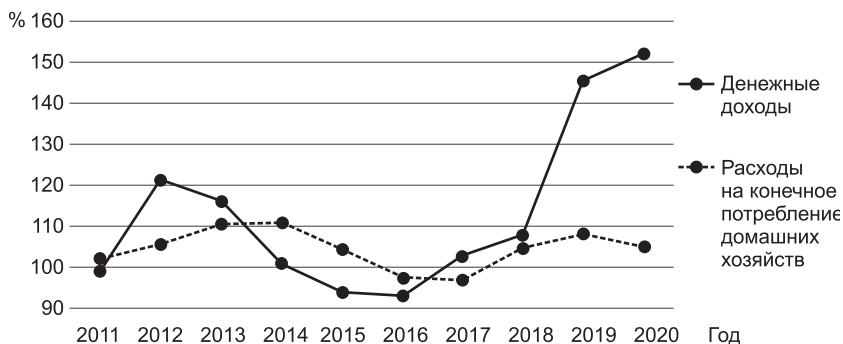
ное обеспечение, потребление материальных благ и услуг, условия жизни, свободное время.

Статистическое изучение качества жизни осложняется тем, что отсутствует общепризнанный интегральный показатель качества жизни. Его комплексное исследование возможно только с помощью системы статистических показателей, включающей как частные, так и обобщающие индикаторы. Последние строятся различными методами, основными из которых выступают эконометрические модели, индексы физического качества жизни, многомерные индексы, в частности индекс развития человеческого потенциала, получивший наиболее широкое распространение. Методика его расчета предполагает учет ожидаемой продолжительности жизни при рождении, достигнутой уровень образования и реальный объем валового внутреннего продукта на душу населения. Тем не менее к недостаткам данного индекса можно отнести: отсутствие фактических данных для расчета по отдельным странам, недостаточный набор составляющих, характеризующих качество жизни. Данные о значении индекса развития человеческого потенциала ежегодно публикуются в «Докладе о человеческом развитии» Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). В соответствии с этим докладом за 2020 г. Беларусь в 2019 г. по индексу развития человеческого потенциала заняла 53-е место [1, с. 16].

В составе частных показателей важное место занимают доходы и расходы населения, характеризующие источники благосостояния и структуру потребления. Автором рассчитаны и проанализированы ряд обобщающих и частных показателей качества жизни населения за период с 2010 по 2020 г. по Республике Беларусь. За рассматриваемый период с 2010 по 2020 г. наблюдается рост реальных денежных доходов населения на 52,2 %, расходы на конечное потребление домашних хозяйств выросли на 5,1 % (можно сделать вывод, что расходы домашних хозяйств изменились в этой же мере), из этого следует, что денежные доходы за рассматриваемый период выросли быстрее, чем денежные расходы населения, а именно на 47,1 п.п. Следовательно, можно сделать вывод о том, что эту часть доходов население скорее всего сберегает, что положительно влияет на качество жизни населения. Показатель реальной заработной платы вырос на 92,1 %, а валовый внутренний продукт на душу населения — на 11,02 %. Рассмотренные показатели свидетельствуют об улучшении качества жизни населения, однако стоит понимать, что категория качества жизни населения намного сложнее устроена и нельзя однозначно судить об ее изменении посредством только этих показателей (см. рисунок) [2–7].

Таким образом, результаты статистического изучения качества жизни позволили выделить основные проблемы:

- необходимость уточнения ряда экономических категорий в области качества жизни (уровень жизни, условия жизни и т.д.);
- необходимость совместного изучения обобщающих и частных показателей, включая альтернативные обобщающие оценки;
- изучение теневых доходов;



Динамика денежных доходов и расходов на конечное потребление домашних хозяйств в Республике Беларусь в % к 2010 г.

- совершенствование индексов семейства ИЧР (индексы человеческого развития) с учетом региональных особенностей;
- изучение неденежных индикаторов качества жизни, таких как экология, условия проживания и т.д.

Хотя бы частичное решение перечисленных проблем позволит уточнить параметры качества жизни населения как на региональном, так и на макро-уровне.

Источники

1. Доклад о человеческом развитии 2020 [Электронный ресурс] // Программа развития Организации Объединенных Наций. — Режим доступа: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2020_overview_russian.pdf. — Дата доступа: 30.09.2021.
2. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь, 2021 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/a08/a0823a89bb5fbac5990c438b4382af75.pdf>. — Дата доступа: 02.10.2021.
3. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь, 2017 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/uroven-zhizni-naseleniya/denezhnye-dokhody-naseleniya/statisticheskie-izdaniya/index_7735/. — Дата доступа: 02.10.2021.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2021 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_41019/. — Дата доступа: 03.10.2021.
5. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2017 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_8024/. — Дата доступа: 03.10.2021.

6. Национальные счета Республики Беларусь, 2021 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/a6f/a6f1245bc7f50ea4a439e8c71c5439b8.pdf>. — Дата доступа: 03.10.2021.

7. Национальные счета Республики Беларусь, 2016 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_4886/. — Дата доступа: 03.10.2021.

А. А. Аскальдович

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. А. Артемьева

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В работе рассмотрены технологии, применяемые банками Республики Беларусь для осуществления безналичных расчетов в розничном бизнесе, выявлены проблемы и раскрыты тенденции развития безналичных расчетов физических лиц на основе современных технологий их проведения.

В современных экономических и социальных условиях деятельности банков Республики Беларусь наблюдается тенденция роста значимости безналичных расчетов физических лиц и роста конкуренции в сфере оказания услуг по их проведению. Поэтому исследование состояния современных технологий и проблем безналичных расчетов в розничном бизнесе банков является актуальным.

В настоящее время оплату за товары, работы, услуги на территории Республики Беларусь можно осуществлять в безналичной форме с использованием различных электронных платежных инструментов, средств платежа и технологий дистанционного банковского обслуживания, в том числе: платежи на основе банковских платежных карточек, QR-кодов, электронных денег; с использованием сервисов интернет-банкинга, мобильного банкинга, единого расчетного и информационного пространства (ЕРИП).

Для осуществления розничных платежей в качестве платежного инструмента населением наиболее активно используется банковская платежная карточка. Одним из основных факторов ее широкого использования в республике является проведение банками совместно с заинтересованными организациями и государственными органами работы по выплата заработной платы через счета в банках и популяризации данного платежного инструмента для осуществления безналичных расчетов.

Белорусскими банками выпускаются в обращение банковские платежные карточки внутренней платежной системы БЕЛКАРТ, международных платежных систем Visa и MasterCard. Банками осуществляется эквайринг по операциям с карточками указанных платежных систем и международных

платежных систем American Express, UnionPay, Мир, JCB. Услуги процессинга предоставляются несколькими процессинговыми центрами: ОАО Банковский процессинговый центр (около 60 % рынка процессинговых услуг), процессинговыми центрами белорусских банков.

Число банковских платежных карточек, находящихся в Республике Беларусь в обращении, на 1 января 2021 г. превысило 15,4 млн. Лидерами по количеству используемых карточек в стране являются Visa и MasterCard (в обращении почти 11 млн). Население также использует карточки системы БЕЛКАРТ и БЕЛКАРТ-Maestro [1].

В таблице представлены данные по операциям с использованием платежных карточек за 2016–2020 гг. в белорусских рублях.

Операции с использованием банковских платежных карточек за 2016–2020 гг., млн бел. руб.

Год	Наличные операции	Безналичные операции	Всего операции
2016	23 918 938	15 027 572	38 946 510
2017	25 998 297	21 041 296	47 039 593
2018	29 862 830	29 740 147	59 602 977
2019	32 803 432	39 992 247	72 795 679
2020	34 671 588	52 455 278	87 126 866

Источники: собственная разработка на основе [1].

Доля безналичных операций в 2020 г. составила 60,2 %, доля наличных — 39,8 %. В 2016 г. доля безналичных операций составляла 38,6 %, в 2010 г. — 13,1 % [1].

Одна из лидирующих на данный момент компаний по обслуживанию банковских карт MasterCard и Visa совместно с лидирующими компаниями для включения микрочипа в мобильные телефоны с использованием технологии Near Field Communication создала мобильную систему платежей, превращающую телефоны в кошельки. Эта технология позволяет передавать данные беспроводным путем, т.е. безналичная оплата с помощью своего мобильного устройства без наличия карты [4].

К примеру, ОАО «Сбер Банк» в 2018 г. запустил свой сервис бесконтактной оплаты. Сервис SberPay позволяет без взимания платы выпустить цифровой аналог банковской платежной карточки для совершения платежей одним прикосновением телефона к бесконтактному платежному терминалу в организациях торговли и сервиса [2].

В последние годы разработано множество новых технологий, однако не существует единой стратегии их применения. Появление новых продуктов и услуг, предоставляемых банками, вынуждает их ускоренно проводить модернизацию, более активно конкурировать с разработчиками инновационных программно-технических решений, а также компаниями, осуществляющими свою деятельность в финансовой сфере и применяющими новейшие технологии.

В настоящее время существует ряд причин, препятствующих дальнейшему развитию цифровых банковских технологий в Республике Беларусь, основными из которых являются:

- ограниченное количество операций, доступных для осуществления физическими лицами через существующие каналы систем дистанционного банковского обслуживания. Например, в настоящее время ограничены возможности по дистанционному закрытию счетов и аннулированию карт розничных клиентов;

- ограниченное количество операций, доступных для осуществления через системы электронного взаимодействия республиканских органов государственного управления и участников рынка финансовых услуг, а также отсутствие единого стандарта функционирования данных систем;

- недоверие населения современным технологиям безналичных расчетов, а также недостаточное информирование о возможностях данных технологий.

Приоритетными направлениями развития безналичных расчетов в розничном бизнесе банков являются:

- расширение перечня операций по совершению дистанционных переводов денежных средств;

- развитие следующих цифровых технологий: технология Visa Tap to Phone; система Google Pay; биометрические технологии;

- повышение финансовой грамотности и информированности населения о доступности, безопасности и надежности современных электронных платежных инструментов, средств платежа и технологий дистанционного банковского обслуживания.

Таким образом, расширение возможностей безналичных расчетов на основе современных технологий позволит банкам пополнить перечень предоставляемых услуг, повысить конкурентоспособность и получать дополнительный доход.

Источники

1. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. — Дата доступа: 06.07.2021.

2. ОАО «Сбер Банк» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.bps-sberbank.by/>. — Дата доступа: 07.10.2021.

3. Колосовская, Н. Н. Электронные денежные средства с точки зрения IT-технологий / Н. Н. Колосовская // Финансы: теория и практика. — 2017. — Т. 21, № 2 (98). — С. 100–105.

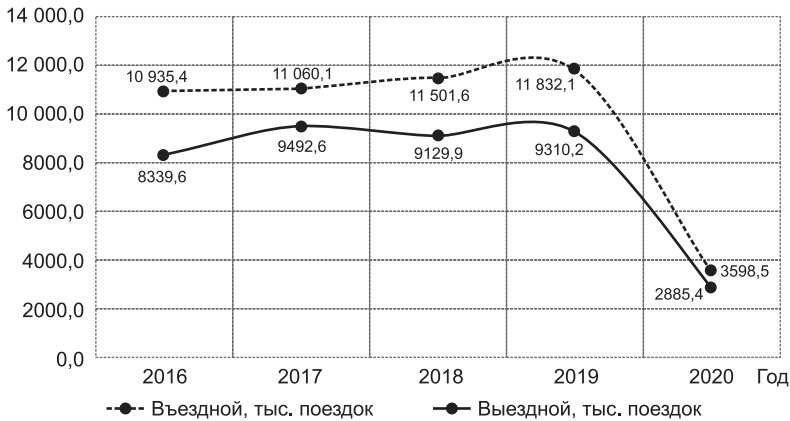
4. Бойко, В. А. Концепция использования банковских технологий в системе безналичных расчетов / В. А. Бойко, Т. Н. Кондратьева // Студенческий научный форум 2018 : материалы X междунар. студ. науч. конф., Москва, 21 мая 2018 г. / Моск. гос. ун-т. — Москва, 2018.

ОСОБЕННОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ИНДУСТРИЮ И ВОЗМОЖНОСТИ МИНИМИЗАЦИИ ПОСЛЕДСТВИЙ

В работе представлено предложение по минимизации последствий влияния факторов внешней среды на туристическую индустрию Республики Беларусь за счет изменения вектора деятельности туристических организаций.

Внешняя среда — это совокупность сил и факторов, оказывающих влияние на деятельность организации и ее результаты. Способность организации реагировать и справляться с ее изменениями является одной из наиболее важных составляющих успеха [1].

По результатам 2020 г. оказалось очевидным, что воздействия внешней среды могут стать чрезвычайными, что требует их тщательного изучения и даже предвидения. Так, под воздействием пандемии произошло резкое снижение международного туристического потока (см. рисунок), к чему абсолютно весь туристический сектор Республики Беларусь не был готов.



Динамика международного туристического потока Республики Беларусь за 2016–2020 гг. [2]

Как видим, въездной и выездной туристические потоки снизились более чем в 3 раза. Данный факт в значительной степени повлиял на выручку от оказания туристических услуг, которая снизилась в 2,5 раза с 285,2 млн в 2019 г. до 110,7 млн в 2020 г. [2].

Следует отметить, что ряд организаций туризма смогли противостоять неблагоприятной внешней среде и учесть ее факторы, сделав упор на разви-

тие внутреннего турпотока. В результате в 2020 г. Беларусь посетила 81 тыс. организованных туристов и экскурсантов вместо 405,5 в 2019 г., сокращение в 5 раз. Из Беларуси выехало 258,6 тыс. организованных туристов и экскурсантов в 2020 г. вместо 982,9 в 2019 г., сокращение в 4 раза. Внутренний туризм пострадал меньше всего, сокращение произошло в 2 раза, в 2020 г. зафиксировано более 570 тыс. организованных туристов и экскурсантов вместо 1106,9 тыс. в 2019 г. [2].

Для минимизации негативных последствий следует активизировать работу по изменению вектора туристической деятельности с выездного туризма на внутренний. Республика Беларусь обладает ресурсами и потенциалом для успешного развития данного направления туристической деятельности.

Исходя из этого, обратим внимание на популярный тренд последних лет, а именно Digital Detox Holidays. Растущая зависимость от смартфонов стала огромной проблемой, и в 2020 г. это максимально отразилось на большинстве из нас, запертых в домах: использование телефонов, ноутбуков и других устройств резко возросло и в некоторых случаях стало единственным средством для развлечений, учебы и работы. И следовательно, в ближайшей перспективе путешественники захотят отдохнуть от своих устройств и пообщаться с окружающим миром. Digital detox holidays обеспечит среду, в которой гости смогут окружить себя книгами, звуками природы, йогой и другими физическими нагрузками, а не прокручивать страницы в социальных сетях. Освобождение от цифровых атрибутов успокаивает ум, дает глазам передышку и помогает людям лучше контролировать свое время.

Сразу после заезда и регистрации гостям предложат оставить все гаджеты на хранение у администратора, предоставив взамен буклеты с перечнем услуг, развлечений, которыми можно заняться. Например, сходить в спа-центр и попробовать разновидность массажа, или устроить себе романтический ужин при свечах, или побывать в одной из близлежащих деревушек. Если хочется физических нагрузок — то в спортзал или в качестве более спокойного и расслабляющего можно предложить йогу. Цель цифровой детоксикации — очистить мысли человека от информационного мусора и снять психологическое напряжение от постоянной «включенности».

Иногда борьба с цифровой зависимостью приобретает даже масштабы государственного уровня. Так, программа семидневного «лечения» в отеле St. Vincent & The Grenadines на Карибах разработана Министерством туризма и отдыха совместно с британским психологом Луизой Жиллеспи Смит. Сначала может показаться, что это единичные отели для маргиналов. На самом деле digital detox набирает популярность: например, на сайте Digital Detox Holidays предлагается около 70 отелей в разных уголках мира [3].

Данный тур можно внедрять на базе санаториев. Тур рассчитан на трехдневное пребывание (см. таблицу). В стоимость тура будет входить: проживание в однокомнатном двухместном номере; трехразовое питание; один мастер-класс по рисованию с возможностью забрать картину с собой; две велосипедные прогулки; два похода в сауну; два похода в тренажерный зал + расслабляющий массаж; спа-процедуры; 4 посещения бассейна.

Также будет возможность заменить любой из видов деятельности другим по желанию клиента. Например, если клиент не любит сауну, то он может вместо нее сходить в бассейн либо на массаж. Более длительные туры будут формироваться индивидуально для клиента с учетом пожеланий.

Расчет стоимости тура «Digital Detox Holidays»

Статья расходов	Стоимость за 3 дня
1	2
Проживание	159
Тренажерный зал	7,4
Сауна	10
Спа-процедуры	6
Бассейн	17,20
Массаж	10,54
Велосипед	4
Рисование	50
Итого	264,14

Источник: [4].

Digital detox создаст для туриста, который сделает выбор в пользу этого тура, условия для полного отдыха от интернета и гаджетов, позволит получить максимум удовольствия от всех «активностей». Тур digital detox включает рисование как один из методов релаксации, каждый турист сможет нарисовать свою картину в любой технике под руководством опытных преподавателей, даже если никогда не держал кисть в руках.

На данный момент в Республике Беларусь нет такой услуги, но этот мировой тренд становится все более популярным, и если его грамотно внедрить на территории Беларуси, это будет востребовано. Тем более что в стране есть неиспользованная база санаториев, которым давно пора дать вторую жизнь посредством чего-то нового и действительно востребованного.

Данное предложение позволит туристической индустрии Республики Беларусь развивать внутренний туризм и в случае каких-либо мировых изменений, которые могут повлиять на туризм страны, остаться в более устойчивом положении.

Источники

1. *Алехина, Л. Л.* Основы менеджмента / Л. Л. Алехина. — М. : КноРус, 2015. — 496 с.
2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. — Минск, 2021. — 32 с.

3. Digital Detox Holidays [Electronic resource] // Healing holidays. — Mode of access: <https://www.healingholidays.com/retreats/digital-detox>. — Date of access: 09.10.2021.

4. Санаторий Белая Русь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.sanatorii.by/?Belaya_Rus. — Дата доступа: 09.10.2021.

Д. А. Афанасенко

Научный руководитель — кандидат экономических наук М. В. Маркусенко

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МГНОВЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Постоянное совершенствование национальной платежной системы в соответствии с мировыми тенденциями и международным опытом обосновало необходимость исследования сущности и принципов организации перспективного направления развития межбанковских расчетов в Республике Беларусь — системы мгновенных платежей (далее — СМП, система), которая начала действовать в Беларуси с 1 июля 2019 г.

Цель внедрения СМП — обеспечить субъектам хозяйствования — клиентам банков Республики Беларусь — доступность денежных средств на счете для использования сразу же в момент совершения транзакции, обходя использование инфраструктуры рынка банковских платежных карточек (далее — БПК) ввиду ее высокой стоимости.

Ограничениями системы являются безотзывность платежей, а также необходимость банков резервировать денежные средства на своих корреспондентских счетах для исполнения платежей [1].

В настоящее время мгновенные платежи недостаточно востребованы со стороны юридических лиц. Это обусловлено высоким уровнем организации и проведения альтернативных видов межбанковских переводов в Республике Беларусь, а также рядом проблем:

а) низкой информированностью клиентов о возможностях осуществления мгновенных платежей;

б) небольшим количеством организаций, у которых есть постоянная потребность в проведении данного вида платежей;

в) ограничением мгновенных платежей по сумме ввиду необходимости резервирования денежных средств, что приводит к их отвлечению из оборота банка.

На основе анализа мнений экспертов Национального банка Республики Беларусь, публикаций по теме исследования, зарубежной практики можно предложить ряд направлений по развитию цифровых технологий интернет-банкинга, в частности касающихся использования СМП для физических лиц, к наиболее актуальным потребностям которых относятся: мгновенные

переводы денежных средств между разными банками в Республике Беларусь с минимальной комиссией; возможность выбора банка для зачисления заработной платы.

В рамках развития цифровых технологий интернет-банкинга нами определены основные этапы выполнения платежа в СМП для физических лиц, которые являются основой для построения на основе процессного подхода соответствующей функциональной модели, что позволит формализовать процесс совершения платежа в СМП для дальнейшей практической реализации.

По нашему мнению, в мобильных приложениях банков необходимо добавить раздел «СМП». В нем клиент сможет вводить номер телефона получателя денежного перевода, после этого получателю придет SMS-сообщение, содержащее ссылку для перехода на специальную форму, в которой получатель вводит реквизиты карты нужного ему банка. После этого денежные средства автоматически зачислятся на счет получателя.

Работодатель в интернет-банке для юридических лиц сможет указывать статус платежа — «мгновенный» и переводить денежные средства с использованием номера мобильного телефона сотрудника. В этом случае сотрудник сам выбирает, на счет какого банка будет произведено зачисление денежных средств (основной банк в разделе СМП мобильного приложения можно будет установить по умолчанию).

Расширение функционала СМП позволит:

а) физическим лицам осуществлять межбанковские переводы мгновенно и с минимальными затратами, а также самостоятельно выбирать банк для получения заработной платы;

б) банкам — увеличить количество клиентов, использующих цифровой банкинг, защитить свою роль в цепочке проведения платежей, снизить транзакционные издержки в сравнении с инфраструктурой рынка БПК, а также получить конкурентное преимущество.

Источник

1. Об утверждении инструкции о порядке функционирования системы мгновенных платежей и проведения мгновенных платежей [Электронный ресурс] : постановление Правления Нац. банка Респ. Беларусь, 20 нояб. 2018 г., № 540 // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.nbrb.by/legislation/documents/PP_540.pdf. — Дата доступа: 06.10.2021.

Е. Д. Батый

Научный руководитель — магистр экономических наук Т. М. Лукьянюк

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ПОРТФЕЛЬНОМ ИНВЕСТИРОВАНИИ

Статья посвящена исследованию основных тенденций иностранного портфельного инвестирования в условиях пандемии COVID-19. Выявлены изменения,

происходящие в отраслевом разрезе портфельных инвестиций, и определены страны — лидеры в портфельном инвестировании.

В мировой финансовой системе среди форм движения глобального финансового капитала особое место занимают международные портфельные инвестиции, включающие инвестиции в долевые и долговые ценные бумаги. На данный момент в этом сегменте преобладают сделки на биржевом рынке, поскольку ценные бумаги компаний, котируемые на биржах, являются более надежными активами.

В 2020–2021 гг. в силу воздействия ряда факторов международные портфельные инвесторы меняли направления деятельности и принимали решения в качественно новых условиях. Рассмотрим значительные изменения, которые происходят в отраслевом разрезе. В частности, новые тенденции в инвестировании связаны с кризисом COVID-19.

Активность в международном портфельном инвестировании в определенной степени зависит от поддержки государством различных форм бизнеса. Так, растет спрос на ценные бумаги котируемых на бирже фармацевтических компаний, которые вовлечены в разработку вакцины. Самыми очевидными примерами привлекательных с инвестиционной точки зрения компаний являются Pfizer и Moderna. В то же время доходными могут стать инвестиции в компании, которые занимаются производством прочих медикаментов, например, Regeneron. Компания Pfizer заявила об эффективности созданной вакцины от коронавируса 18 ноября 2020 г., и уже в начале декабря акции Pfizer достигли максимальной стоимости, а в период с марта 2020 г. по март 2021 г. стоимость акций на Нью-Йоркской фондовой бирже выросла на 17,31 % [1]. Кроме того, привлекательными для инвесторов могут быть менее очевидные отрасли, например, логистика и производство холодильного оборудования, так как данные сферы тесно связаны с транспортировкой вакцины. При возвращении к образу жизни, характерному для «предкоронавирусного» периода, некоторые компании, которые добились успеха в 2020 г., могут, наоборот, потерять часть прибыли и, следовательно, стать менее привлекательными для портфельных инвесторов. Например, акции компании Zoom в ноябре 2020 г. упали приблизительно на 20 %, что связано с позитивными новостями в испытании вакцин против COVID-19, в частности, компаниями Pfizer и Moderna. Также менее востребованными становятся ценные бумаги компаний по доставке еды, а на представителей ресторанного бизнеса, наоборот, возрастает спрос в связи с положительными ожиданиями. Стоит отметить довольно напряженную ситуацию в отрасли высоких технологий. Здесь сказывается высокая вероятность возвращения к привычному ритму жизни и многочисленные антимонопольные разбирательства, связанные с крупнейшими компаниями отрасли, в частности Google в США [2]. Однако многие корпорации, которые связаны с технологиями, а также платформы, предназначенные для развлечений, и социальные сети к ноябрю 2020 г. показали довольно внушительный рост. В таблице приведены показатели изменения стоимости акций крупнейших компаний, занятых в сфере высоких технологий.

Изменение стоимости крупнейших высокотехнологичных компаний

Компания	Изменение стоимости акций, %
Microsoft	36
Google	36
Facebook	40
Netflix	55
Apple	67
Amazon	70

Источники: собственная разработка на основе [2].

Следует отметить, что успех Apple и Amazon, которые владеют собственными стриминговыми сервисами, а также Netflix отчасти обеспечен ростом спроса на индустрию развлечений в период применения карантинных мер по всему миру. Значительный прогресс показала социальная сеть Facebook, которая также предлагает пользователям сервисы для видеосвязи. Microsoft и Google выросли чуть меньше в силу вышеупомянутых обстоятельств, связанных с антимонопольными разбирательствами правительства США.

Лидером по объемам как экспортируемых, так и импортируемых портфельных инвестиций являются США. Одной из причин абсолютного лидерства по импорту портфельных инвестиций является то обстоятельство, что именно в США располагаются крупнейшие корпорации, которые являются лидерами того или иного рыночного сегмента. Например, среди первых пятнадцати компаний рейтинга крупнейших ТНК мира Forbes Global 2000 присутствует восемь ТНК из США, среди которых JP Morgan, Apple, Exxon Mobile и другие [3]. Отток инвестиций обусловлен более высокой нормой прибыли в развивающихся странах, а также тенденцией к интернационализации хозяйственной деятельности. К тому же многие компании регистрируются в офшорных зонах, что также приводит к оттоку портфельных инвестиций. Именно по этой причине в десятке лидеров по объемам портфельных инвестиций оказались Люксембург и Каймановы острова. Данные государства являются офшорными зонами. Например, на Каймановых островах распространены офшорные фонды взаимного инвестирования, т.е. фонды, нацеленные на мелких и средних инвесторов, которые предлагают профессиональную помощь в управлении пакетом ценных бумаг. Люксембург же предоставляет минимальные требования к учредителям и акционерам коммерческих организаций, освобождает от налога на дивиденды для представителей стран Европейского союза и предлагает пониженные ставки для стран, подписавших соглашение об устранении двойного налогообложения. Такие развитые страны, как Япония, Великобритания, Франция, Нидерланды, Канада представляют собой интерес для инвестора по той же причине, что и США: наличие большого количества крупных и стабильных компаний могут обеспечить портфельному инвестору доход при минимальных рисках. Ирландия стала активно экспортировать и импортировать портфельные ин-

вестиции в результате выхода Великобритании из Европейского союза: как страна — участница данного интеграционного объединения Ирландия стала привлекательнее для учредителей множества британских компаний, а следовательно, и для портфельных инвесторов.

Таким образом, можно говорить о том, что отраслевая структура международных портфельных инвестиций в последний год претерпевает значительные изменения, и не исключено, что эти предпочтения будут варьироваться в зависимости от многочисленных факторов национального и глобального уровней. В географической структуре преобладают развитые страны, например, США, Канада, Япония, страны Европейского союза, а также государства, которые являются офшорными территориями.

Источники

1. Акции Pfizer Inc (PFE) [Электронный ресурс] // Investing.com. — Режим доступа: <https://ru.investing.com/equities/pfizer>. — Дата доступа: 25.09.2021.
2. Top 10 Investing Trends of 2021 [Electronic resource] // Forbes. — Mode of access: <https://www.forbes.com/advisor/investing/top-10-investing-trends-of-2021/>. — Date of access: 25.09.2021.
3. Forbes Global 2000 [Electronic resource] // Forbes. — Mode of access: <https://www.forbes.com/global2000>. — Date of access: 25.09.2021.

О. И. Бинько

Научный руководитель — кандидат экономических наук А. А. Бажина

«ЯПОНСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЧУДО»: ПУТЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

В работе представлена инновационная политика Японии. Для более глубокого понимания темы раскрыты такие пункты, как состояние данной страны в послевоенный период, а также то, как Япония вышла из этого состояния. Выявлены проблемы, которые были характерны для Японии как в конце Второй мировой войны, так и в настоящее время. Определены основные направления экономической безопасности страны.

Из-за глубины и масштабов своей инновационной системы Япония является эталонной страной с точки зрения достижений в области управления инновациями. Изучение того, что происходит в этой стране, важно для понимания проблемы конкуренции и лучшей ориентации в структурных, культурных и политических проектах. Проблемы, стоящие перед Японией, являются общими для всех развитых стран.

Для выявления причинно-следственных связей результатов деятельности с ее истоками необходимо обратиться к истории инновационного развития страны восходящего солнца. Небольшое островное государство столкну-

лось с серьезными проблемами: демилитаризация экономики, разрушение флота, высокий уровень безработицы, нехватка ресурсов.

Эксперты утверждали, что Японии не выйти из статуса «экономической окраины». Технологические нововведения стимулировали бурный инвестиционный процесс.

Развитие НИОКР в Японии подразделяют на следующие этапы:

- первый — 1945–1973 гг. (окончание Второй мировой войны — мировой энергетической кризис);
- второй — с 1973 г. по настоящее время.

Первый этап называют «заимствованием», «впитыванием», «усвоением» или «освоением» того, что было достигнуто в мире в области науки и техники промышленного производства. С начала 1950-х гг. Япония начинает активно приобретать новейшие научно-технические достижения, общий выигрыш от которых составил 70 млрд дол. Япония четко определила курс освоения передовых технологий, взяв ориентир на такие отрасли, как черная металлургия, электротехническое и транспортное машиностроение, химическая промышленность.

Второй этап — с 1973 г. по настоящее время. На данном этапе Япония считает необходимым уделять все внимание НИОКР, увеличивает расходы на прикладные исследования и разработки, что довольно скоро поспособствовало ее выходу на один уровень с Соединенными Штатами Америки. Япония активно использовала стратегию следования за лидером, выкупая и используя зарубежные технологии. Вначале данную стратегию следовало бы считать имитацией, но впоследствии страна стала создавать совершенно новые продукты на основе имеющихся технологий и совершенствовать их. Улучшая качество производимой продукции, Япония вышла на новый уровень [1].

В результате эйфории роста экономики, перспектив, банк Японии начал проводить стимулирующую политику — агрессивные спекуляции на фондовом рынке и рынке недвижимости. Стоимость земли под императорским дворцом была больше, чем рыночная стоимость всей недвижимости в Калифорнии. Стоимость одного квадратного метра в квартале Гиндза составляла более 1 млн дол. Все это в результате привело к тому, что произошел обвал на рынке. Экономика погрузилась в кризис и дефляцию.

Но Япония остается амбициозной страной. Наряду с особенностями найма и поощрениями работников высокий уровень экономики и производства обязан своим возникновением сфокусированности Японии на промышленности. В целом порядка 80 % затрат на НИОКР приходится именно на промышленность. Основной упор в научной деятельности делается на прикладные исследования и разработки, в области которых Япония является однозначным лидером.

Японские технологические парки создаются с ориентиром на различные сферы. В конечном итоге японским властям удалось добиться не имеющего аналогов в мире симбиоза государства, промышленных фирм, частных

компаний, банков и профсоюзов, который представляет собой сильнейшего конкурента в области инноваций и технологий для остального мира.

Официальный инновационный веб-сайт правительства Японии демонстрирует такие достижения: цифровое сельское хозяйство, технология RFID, интернет вещей для малого и среднего бизнеса, «умное» обслуживание сложной инфраструктуры, промышленная робототехника, биометрическая аутентификация пластиковых карт, искусственный интеллект в медицине [2].

В 2019 г. Всемирная организация интеллектуальной собственности зарегистрировала заявки на патенты. Япония расположилась на третьей строчке с общей суммой в 307 969 патентов (первое место — Китай). Исходя из численности населения страны на 2019 г. (125 552 000 жителей), на 1 млн населения в Японии приходится порядка 2500 патентов, что является достаточно высоким показателем. К такому результату помогло прийти комплексное взаимодействие всех сфер инновационной отрасли [3].

Все мы привыкли воспринимать японцев как трудолюбивую, самобытную нацию, а Японию — как страну с развитой экономикой. Однако это не значит, что в стране нет напряженности в той же экономической сфере или проблем, связанных с экологией. Внешне благополучная японская экономика, как и любая другая, имеет свои слабые стороны.

Одна из них — это старение нации. И это не только демографическая и социальная проблема: сокращение численности трудоспособного населения приводит к снижению производительности труда и, соответственно, негативно влияет на темпы экономического роста. Другая проблема — повышение конкурентоспособности зарубежных товаров. Новые азиатские индустриальные страны, такие как Сингапур, Южная Корея, Тайвань, Гонконг, стали серьезными конкурентами Японии и по качеству, и по производительности. Как уже упоминалось выше, одной из самых важных экономических проблем Японии является крайняя ограниченность полезных ископаемых. Те месторождения, которые были известны давно, уже практически полностью истощены. Поэтому экономика Японии очень зависит от импортного сырья.

Основные формы обеспечения экономической безопасности государства: экономический патронат, экономическая кооперация, экономическое противоборство [4].

Таким образом, в послевоенный период Япония столкнулась с определенными трудностями экономического состояния. Но страна сумела выйти из неблагоприятного положения, взяв курс на инновационное развитие. Сегодня технологии Японии не только делают страну одной из передовых в экономике, но и стали неотъемлемой частью ее культуры. Они помогают защищаться от сложных природных условий маленьких островов и вносят свою лепту в мировой научный прогресс. Тем не менее у Японии, как и у многих других развитых стран мира, помимо достижений есть и свои трудности. Но это не позволяет ей быть уязвимой, она остается отчасти независимой от мирового состояния страной.

Источники

1. Удальцова, Н. Л. Инновационный успех Японии: миф или реальность? [Электронный ресурс] / Н. Л. Удальцова, Е. Н. Кожанов, Д. В. Горбулина // КиберЛенинка. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyu-uspeh-yaponii-mif-ili-realnost>. — Дата доступа: 28.09.2021.
2. Innovating Japan [Electronic resource] // The Economist. — Mode of access: <https://japaninnovation.economist.com/innovating-japan/>. — Date of access: 29.09.2021.
3. World Intellectual Property Indicators 2020 [Electronic resource] // WIPO. — Mode of access: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2020.pdf. — Date of access: 30.09.2021.
4. Гордиенко, Д. В. Экономика Японии: обеспечение безопасности в условиях глобализации [Электронный ресурс] / Д. В. Гордиенко // КиберЛенинка. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-yaponii-obespechenie-bezopasnosti-v-usloviyah-globalizatsii>. — Дата доступа: 30.09.2021.

К. И. Бирило

Научный руководитель — кандидат филологических наук О. Н. Губская

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПЛАКАТНОЙ РЕКЛАМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Статья представляет собой попытку выстроить собственную модель анализа плакатной рекламы, основываясь на коммуникативных стратегиях и их влиянии на формирование общественного мнения.

Реклама является не только неотъемлемым компонентом рыночного механизма, но и в определенной степени отражением состояния общества: его потребностей, жизненных приоритетов, картины мировосприятия. В таком случае рекламная коммуникация должна быть определена как один из видов социальной коммуникации, так как вне рамок общества существование рекламы немыслимо.

Коммуникация представляет собой сложный процесс, основными компонентами которого являются следующие: субъекты коммуникационного процесса (отправитель и получатель сообщения); средства коммуникации (код, используемый для передачи информации в знаковой форме, а также каналы, по которым передается сообщение); предмет коммуникации и отображающее его сообщение; эффекты коммуникации (последствия коммуникации, выраженные в изменении внутреннего состояния субъектов коммуникационного процесса, в их взаимоотношениях или в их действиях) [1, с. 45].

В настоящее время реклама является фактором социализации и ресоциализации личности. Она ориентирована, прежде всего, на продвижение и по-

пуляризацию материальных ценностей, что обусловлено всепроникающей коммерциализацией современной жизни.

Плакатная реклама — одна из наиболее массовых форм изобразительного искусства, которая выполняет определенную утилитарную функцию и нацелена на решение конкретных социальных задач. Ее можно отнести к числу сложнейшего вида искусств, задачей которого является стопроцентное привлечение внимания целевой аудитории. Вариант «Я так вижу» в данном случае не работает. Если элемента привлечения внимания нет, то плакат останется незамеченным. Поэтому успех работы художника в области плаката во многом зависит от знания и практического применения не только психологических приемов привлечения внимания, но и принципов успешной коммуникации. Т. Г. Пядышева в своей статье «Рекламная коммуникация как мультипликация ценностей современного общества» выделяет основополагающие принципы успешной рекламной коммуникации, среди которых важно выделить следующие:

1) для формирования эффективной коммуникации отправитель изначально должен четко определить ее цели, правильно выделить целевую аудиторию и уяснить желаемую ответную реакцию;

2) для достижения высокой эффективности коммуникации отправитель должен использовать хорошо знакомый получателю код;


3) важнейшим условием эффективной коммуникации является формирование сообщений, соответствующих основным характеристикам национального менталитета;

4) возникновение различного рода помех также должно быть учтено в процессе разработки рекламы [1, с. 172].

Таким образом, становится очевидным, что такие понятия, как «цель» — «целевая аудитория» — «код» — «характеристики национального менталитета» — «ответная реакция», являются основополагающими для формирования процесса коммуникации в обозначенной нами сфере. Однако, как нам кажется, для того чтобы процесс коммуникации, представленный в виде рекламного плаката, был удачен, важно использовать не только маркетинговые инструменты, но и частично инструменты неориторики и литературоведения (которые в последнее время коррелируют), так как в плакатной рекламе мы имеем дело с текстом. Так, О. Н. Губская, систематизируя материал В. И. Тюпы, изложенный в работе «Нарратология как аналитика повествовательного дискурса» [2], предлагает следующую таблицу, которая представляет структуру текста как коммуникативного события [3, с. 77].

Несмотря на то, что эта система ориентирована автором на исследование литературного текста, она может быть применима и к структуре рекламного плаката как средства коммуникации. Так, например, она позволяет нам рассматривать плакат как коммуникативное событие, которое имеет референтную, креативную, рецептивную стороны, выражающиеся в конкретных концептах-иллюстраторах. Референтная сторона — в образе и той картине мира, которую создает автор плаката; креативная — в стратегии и языке,

Структура текста как коммуникативного события

Автор	Форма авторства (маска)	Рассказчик
 Коммуникативное событие		
Референтная сторона	Креативная сторона	Рецептивная сторона
Концепты-иллюстраторы		
Герой (образ)	Авторская позиция	Читатель, слушатель

которыми пользуется автор; рецептивная — в ожидаемой от целевой аудитории реакции. Таким образом, структура рекламного плаката должна дать ответы на вопросы «что?» (что отражено?), «как?» (каким образом отражено?), «зачем?» (какую цель преследует, какую реакцию ожидает?).

Рассмотрев структуру рекламного текста как акта коммуникации можно сделать вывод, что рекламный плакат — коммуникативное событие, реализующееся посредством определенных коммуникативных стратегий, которые нужно рассматривать исходя из структуры текста. Используя инструменты маркетинга и литературоведения, мы сформировали алгоритм анализа плакатной рекламы: с одной стороны, важно проводить анализ содержания плаката в направлении «цель» — «целевая аудитория» — «код» — «характеристики национального менталитета» — «ответная реакция»; с другой стороны, обязательно учитывать систему «что? — как? — зачем?». Если первый элемент алгоритма концентрирует исследовательское внимание на внешнем действии (от адресата до адресанта), то второй элемент позволяет сосредоточиться на действии внутри плаката как средства коммуникации.

Данный алгоритм в целом позволит рассмотреть все три стороны коммуникативного процесса, определить коммуникативные стратегии, которые использовали создатели плакатной рекламы, и при необходимости выяснить степень преемственности между системой рекламных образов.

Источники

1. Пядышева Т. Г. Рекламная коммуникация как мультипликация ценностей современного общества / Т. Г. Пядышева // Соц.-экон. явления и процессы. — 2012. — № 3 (37). — С. 169–170.
2. Тюпа, В. И. Нарратология как аналитика повествовательного дискурса / В. И. Тюпа. — Тверь : Твер. гос. ун-т, 2001. — 58 с.
3. Губская, В. М. Эга-дакумент як комунікативна подія ў літаратурным працэсе (на прыкладзе аўтабіяграфічнай апавесці А. Адамовіча «Vixi») / В. М. Губская // Bialorutenistyka Bialostocka. — 2021. — Т. 13. — С. 75–90.

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ БАНКОВСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РЫНОК РОЗНИЧНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ УСЛУГ

В статье анализируется понятие современных платежных технологий, описываются результаты их влияния на рынок розничных платежных услуг.

Последние два десятилетия банковская деятельность активно подвергалась цифровизации (использование оцифрованной информации для упрощения работы) под влиянием стремительно развивающихся цифровых технологий. Цифровые технологии — это дискретная система, которая основана на методах кодирования и передачи информации, позволяющих решать множество разнообразных задач в кратчайшие сроки [1, с. 52].

В банковской деятельности платежный сектор одним из первых подвергся влиянию цифровых технологий. На начальном этапе цифровизация платежного сектора способствовала упрощению взаимодействия банка, плательщика, бенефициара и облегчала, а также ускоряла обработку платежной информации. Дальнейшее повышение доступности телекоммуникаций при росте качества услуг связи, рост числа смартфонов, гаджетов, оцифрованных платежных данных, изменение в силу естественных обстоятельств культуры поведения и потребления пользователей платежных услуг, комодитизация (обобществление) платежных услуг эволюционным путем подталкивали платежный сектор к очередным изменениям. Одновременно с этим в 2008 г. случился финансовый кризис, приведший к подрыву доверия к банковской системе и росту общественного недовольства данной системой.

Как ответ на совокупность вышеупомянутых обстоятельств в банковскую практику прочно входят так называемые финансовые технологии, в том числе и в платежную сферу. Наибольшему влиянию финансовых технологий подвергся розничный сегмент платежного рынка.

Термин «финансовые технологии» появился относительно недавно — в 2015 г. Базельский комитет по банковскому надзору определяет финансовые технологии как «порожденные технологиями финансовые инновации, приводящие к созданию новых бизнес-моделей, приложений, процессов или продуктов, которые впоследствии скажутся на финансовых рынках, институтах или производстве финансовых услуг» [2, с. 477].

Принимая во внимание факторы, повлиявшие на применение финансовых технологий в практике осуществления платежей, можно сказать, что здесь финансовые технологии представляют собой реализацию идей, относящихся к созданию или модернизации элементов платежной системы за счет усовершенствованных на базе цифровых технологий средств сбора, хранения платежной информации и обмена ею в цифровом формате, а также глубокого анализа платежной информации.

Учитывая вышеизложенное, по мнению автора, обоснованным представляется понимать современные платежные технологии, применяемые при оказании розничных платежных услуг, как подходы к организации функционирования розничного сегмента платежной системы, базирующиеся на инновационных способах, средствах реализации и обеспечения бизнес-процессов при оказании платежных услуг физическим лицам, системах управления, в том числе рисками, в конечном итоге приводящие к созданию новых платежных инструментов, моделей взаимодействия банка, плательщика, бенефициара, отвечающих строгим требованиям к быстрдействию, безопасности, экономичности и минимизации сопутствующих рисков.

К самым распространенным современным платежным технологиям, представленным на розничном рынке, можно отнести:

- бесконтактные банковские платежные карточки;
- бесконтактные платежи смартфоном на основе банковских платежных карточек;
- платежи с использованием QR-кода;
- системы выставления электронных счетов;
- системы быстрых (мгновенных) платежей;
- системы фрод-мониторинга;
- биометрическая идентификация и аутентификация плательщика;
- использование чат-ботов, интерактивного голосового меню для повышения качества консультирования потребителей платежных услуг, онлайн-консультирование.

Подводя итог, можно сделать вывод, что влияние современных платежных технологий на розничную составляющую платежного рынка заключается в запуске цифровой трансформации (процесс внедрения и использования цифровых технологий для создания качественно новых или для революционного изменения существующих бизнес-процессов организации, клиентского оказания платежных услуг. Для проведения оценки эффективности применения современных платежных технологий необходимо выделить критерии эффективности. Представляется, что в их состав можно включить:

- доходность и прибыльность розничных платежных услуг;
- скорость проведения платежа, перевода физических лиц;
- безопасность совершения розничного платежа, перевода;
- уровень сопутствующих рисков;
- доступность платежных услуг.

Анализ представленных на рынке розничных платежных продуктов и услуг, разработанных на основе финансовых технологий, позволяет сделать вывод, что в этом случае применение финансовых технологий в большей степени направлено на обеспечение доступности платежных услуг, увеличение скорости проведения платежей, денежных переводов физических лиц, повышение уровня безопасности при обслуживании плательщиков. При этом рынок платежных услуг, формирующийся под влиянием финансовых технологий, не следует рассматривать как сегмент, приносящий банкам

значительный доход. Есть основания полагать, что тенденции, существующие на рынке розничных платежных услуг, свидетельствуют о снижении маржинальности бизнеса и в будущем могут привести к нивелированию его прибыльности. Анализ выделенных критериев эффективности свидетельствует, что в результате влияния современных платежных технологий изменяются, прежде всего, качественные характеристики рынка розничных платежных услуг. С точки зрения количественных характеристик банки скорее предоставляют платежные услуги физическим лицам в качестве способа увеличения ресурсной и клиентской баз, т.е. современный розничный платежный бизнес превращается в элемент, который обязан быть в портфеле любого банка.

Источники

1. *Лаврушин, О. И.* Модели и технологии банковской деятельности : учебник / О. И. Лаврушин, И. И. Васильев, А. Е. Ушанов ; под ред. О. И. Лаврушина. — М. : КноРус, 2021. — 180 с.
2. *Банковские информационные системы и технологии : учебник / О. И. Лаврушин [и др.] ; под ред. О. И. Лаврушина, В. И. Соловьева.* — М. : КноРус, 2020. — 528 с.

А. И. Богомолова

Научный руководитель — доктор экономических наук Н. В. Агабекова

ОЦЕНКА ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ПО МЕТОДИКЕ ЭСКАТО

В статье представлены общие сведения о Целях устойчивого развития ООН, а также методика и расчет индекса текущего состояния для оценки достижения Целей в Республике Беларусь.

Глобальное развитие экономики, нацеленное только на максимизацию прибыли и минимизацию издержек и не имеющее других фундаментальных основ, привело к серьезной деградации природной, социальной и даже духовной среды. Экологические проблемы, глобальное изменение климата, социальное и гендерное неравенство — только часть системных кризисов и глобальных вызовов, с обострением которых столкнулись страны, корпорации и люди в конце XX — начале XXI в. Это столкновение привело к пересмотру глобального взгляда на мир и осознанию важности устойчивого развития.

Поэтому в 2015 г. ООН приняла повестку дня в области устойчивого развития до 2030 г. Программа состоит из 17 целей, направленных на ликвидацию нищеты, сохранение ресурсов планеты и обеспечение благополучия.

Каждая цель содержит ряд показателей, которые должны быть достигнуты в течение 15 лет.

Главная цель устойчивого развития — обеспечение равенства между поколениями, когда удовлетворение потребностей текущего поколения не приносит ущерба для возможности будущих поколений удовлетворять их потребности. Устойчивое развитие состоит из трех составляющих: экологической, экономической и социальной [1].

В Республике Беларусь налажена работа по производству и мониторингу показателей достижения Целей устойчивого развития, а также внедрению соответствующих показателей в стратегические документы развития государства. Так как ключевую роль в представлении отчетности в области достижения ЦУР играют статистические службы всех стран, Национальный статистический комитет Республики Беларусь (Белстат) с 1 января 2016 г. активно подключился к глобальной статистической работе — организации мониторинга ЦУР в Республике Беларусь.

Для оценки достижения Целей устойчивого развития требуется:

- собрать данные по Республике Беларусь (данные взяты на Национальной платформе Республики Беларусь по Целям устойчивого развития);
- изучить методологию и методики для оценивания достижения Целей;
- определиться в использовании методики и применить подходящую для анализа.

Подходы к измерению прогресса в достижении ЦУР различны по своим основополагающим допущениям и статистическим характеристикам. Они не измеряют одно и то же и не должны интерпретироваться одинаково. В данной работе была изучена и применена методика ЭСКАТО ООН для расчета индекса текущего состояния [2]:

$$P = \frac{I_t - I_0}{TU - I_0} \cdot D,$$

где $D = \begin{cases} 10 & \text{желательны возрастающие значения;} \\ -10 & \text{желательны убывающие значения;} \end{cases}$ I_t — значение показателя за отчетный период (2020 г.); I_0 — значение показателя за базисный период (2005 г.); TU — целевое значение показателя для 2030 г.

Индекс текущего состояния измеряет прогресс в достижении определенных задач.

Приведенный выше индекс рассчитывается для каждого показателя и усредняется по целям и задачам для измерения «среднего достигнутого прогресса» в достижении каждой из целей и задач по средней арифметической простой. Если регион (или субрегион) продвинулся вперед с базисного года, то среднее нормализованное значение по каждой цели дает индекс, который находится в диапазоне от 0 до 10. Но если область регрессировала, то это значение является отрицательным и указывает на размер регрессии (см. таблицу).

Средний индекс текущего состояния в Республике Беларусь
по методике ЭСКАТО

Цель	Число показателей в расчете среднего индекса, для которых на платформе есть целевые значения	Средний индекс текущего состояния, по методике ЭСКАТО
1	11	9,97
2	3	10,00
3	19	9,05
4	6	9,62
5	4	9,14
6	3	5,46
7	3	8,24
8	5	-2 (регресс)
9	9	4,12
10	По Цели 10 нет целевых показателей, которые используются для расчета индекса	
11	11	7,38
12	2	10,00
13	6	10,00
14	1	10,00
15	5	8,26
16	3	10,00
17	1	10,00

Источники: собственная разработка.

Динамика выполнения Целей устойчивого развития в Республике Беларусь высока. Во многом это обусловлено тем, что цели и задачи Повестки-2030 совпадают с приоритетами, заложенными в основу Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года и Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года.

Источники

1. Достижение Целей устойчивого развития [Электронный ресурс] // Единый экологический интернет-ресурс Министерства экологии, геологии и природных ресурсов Республики Казахстан. — Режим доступа: <https://ecogofond.kz/wp-content/uploads/2018/12/CA.D.101-Dostizhenie-Celej-Ustojchivogo-Razvitija-v-Severnoj-i-Centralno-Azii.pdf>. — Дата доступа: 10.10.2021.
2. Измерение прогресса в достижении ЦУР [Электронный ресурс] // UNECE. — Режим доступа: https://unece.org/sites/default/files/202103/S1_SDG%20paper_Ukraine_RUS.pdf. — Дата доступа: 10.10.2021.

3. Показатели достижения Целей устойчивого развития [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/SDG/Naz_perechen_pokas_SDG/tsel-3/. — Дата доступа: 10.10.2021.

Я. В. Ванкевич, В. П. Фандо

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.О. Наумчик

ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ОТКРЫТЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

В ходе исследования зарубежного опыта функционирования открытого образования автором классифицированы возможные формы использования открытых образовательных ресурсов в учебном процессе учреждений высшего образования, оценены перспективы их применения в Республике Беларусь, представлены результаты эксперимента по внедрению учебно-методического обеспечения открытого образовательного ресурса «Школа налогоплательщика» в учебный процесс БГЭУ. Исследование проведено в рамках НИР (№ ГР 20200837), выполняемой по заказу Министерства образования Республики Беларусь.

Использование открытых образовательных ресурсов в учебном процессе учреждений высшего образования может быть реализовано в одном из следующих вариантов:

- 1) в форме подачи дополнительного материала;
- 2) как инструмента, способствующего освоению содержания части учебной дисциплины (модуля, темы);
- 3) как технологии осуществления текущего и промежуточного контроля за освоением учебного контента;
- 4) как системы организации электронного обучения с обязательной поддержкой учебной деятельности со стороны тьютора (преподавателя);
- 5) как полноценной системы электронного обучения, функционирующей в онлайн-формате.

Первый вариант применения открытых образовательных ресурсов в учебном процессе УВО предполагает использование учебно-методического материала для подготовки к аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям по текущей и промежуточной аттестации, для выполнения курсовых работ, а также для углубленного изучения дисциплины. Но при этом не предусматривается необходимость идентификации личности обучающегося, что не позволит учесть результаты освоения онлайн-курса при прохождении аттестации. В Республике Беларусь нет законодательных ограничений по применению данного варианта в образовательной деятельности учреждений высшего образования. Размещаемый контент должен основываться на

нормах Закона Республики Беларусь № 427-з от 17.08.2008 г. «О средствах массовой информации».

Второй вариант применения открытого образовательного ресурса может быть отнесен к смешанному обучению, которое предполагает использование онлайн-курса для замещения части очных занятий просмотром видеолекций, чтением теоретических материалов. Этот вариант, как и предыдущий, не ориентирован на идентификацию личности обучающегося, лишен возможности проведения аттестации в онлайн-формате с последующим получением сертификата. Учебная программа предлагаемого ресурса привязывается, как правило, к учебной программе соответствующей дисциплины либо дополняет ее. При этом варианте роль тьютора заключается в оказании преимущественно консультативной помощи обучающимся при работе с открытым образовательным ресурсом. С позиции норм права Республики Беларусь применение второго варианта возможно только в рамках организации самостоятельной управляемой работы студента.

Третий вариант рассматривает открытые образовательные ресурсы как основу для организации образовательного процесса с проведением текущей и промежуточной аттестации. Открытый образовательный ресурс определяет методику и технологию обучения, ход процесса обучения, процедуры оценки уровня достижения результатов обучения. При этом сохраняется часть аудиторных занятий, на которых преподаватель объясняет сложные теоретические вопросы, разбирает практические задания, отвечает на вопросы обучающихся и мотивирует их на дальнейшее освоение материала. Применение данного варианта невозможно без идентификации личности обучающегося. Разработанный открытый образовательный ресурс доступен для использования в учебном процессе различных учреждений высшего образования в рамках договоров о сетевом взаимодействии либо договоров о платных услугах в сфере образования (программы дополнительного образования). В зарубежных странах предусмотрена возможность перезачета дисциплин на основании сертификата, полученного по итогам работы с открытым образовательным ресурсом.

Четвертый вариант применения открытого образовательного ресурса предполагает активную работу тьютора по сопровождению учебного процесса. Преподаватель осуществляет мониторинг за процессом обучения, решает технические проблемы, связанные с регистрацией обучающихся, прохождением промежуточных тестов и итогового экзамена с процедурой прокторинга. Организация процедуры прокторинга является обязательной, поскольку описываемая модель обучения предполагает проведение текущей и итоговой аттестации. Консультационная работа с тьютором четко регламентируется, что предполагает наличие установленного временного графика контактов.

Пятый вариант является классической формой электронного обучения, при которой преподаватель выступает исключительно в роли разработчика открытого образовательного ресурса. Весь образовательный процесс переносится полностью в электронную информационно-образовательную среду.

Его применение оправдано в условиях кадрового дефицита преподавателей по отдельным дисциплинам, необходимости сокращения и перераспределения нагрузки тьюторов, увеличения предложения курсов студентам для построения индивидуальной образовательной траектории, проведения адаптации обучающихся к университетской жизни и требованиям высшей школы, ликвидации задолженностей у студентов, устранения академической разницы в учебных планах обучающихся, которые переводятся с одной специальности на другую или в другое учреждение высшего образования.

Первые модули взаимосвязанных курсов на образовательных порталах в рамках электронного обучения начали появляться в 2015 г. и представляли собой программы профессиональной ориентации. Первоначально они были рассчитаны на корпоративный сегмент и развитие узких компетенций работников. В настоящее время электронное обучение уже активно используется в рамках программ магистерской подготовки.

Учреждения образования Республики Беларусь не имеют юридических оснований для применения 4-го и 5-го вариантов использования открытых образовательных ресурсов в учебном процессе. Вместе с тем наши граждане наделены правом строить индивидуальную траекторию своего развития на основании зарубежных открытых образовательных ресурсов. Это приводит к занятию белорусского рынка образовательных услуг иностранными конкурентами.

Проведенное исследование показывает востребованность открытого образования и готовность белорусского общества к его применению. Данный тезис доказывается педагогическим экспериментом, проведенным в рамках НИР (№ ГР 20200837), выполняемой по заказу Министерства образования Республики Беларусь.

Разработанный открытый образовательный ресурс «Школа налогоплательщика» был апробирован на обучающихся с разным уровнем профессиональной подготовки в вопросах налогообложения. Результаты показали, что эффективной формой организации учебного процесса является смешанная форма обучения с большим количеством аудиторных занятий. Эффективность системы контроля за освоением знаний в условиях низкой самомотивации обучающихся требует обязательной идентификации (прокторинга). В условиях открытого образования контрольный инструментарий необходим для корректировки индивидуальной траектории обучения.

Источники

1. *Киреева, Е. Ф.* Обзор предложений рынка SaaS для открытого образования / Е. Ф. Киреева, С. О. Наумчик // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сб. науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; под общ. ред. В. С. Голика. — Минск : А. Н. Вараксин, 2021. — С. 113–119.

2. *Наумчик, С. О.* Открытые образовательные ресурсы и источники их финансирования / С. О. Наумчик, Е. С. Филиппович // Экономика глазами молодых : сб. ст. XII Междунар. экон. форума молодых ученых / редкол.: А. А. Быков (науч. ред.) [и др.]. — Минск : БГАТУ, 2020. — С. 254–259.

3. Наумчик, С. О. Национальная платформа открытого образования: модное веяние или необходимость? / С. О. Наумчик, Я. В. Ванкевич // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 мая 2021 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2021. — 505 с.

Ю. В. Велисевич, П. В. Долголаптева

Научные руководители — магистр экономических наук Е. В. Кудасова, кандидат экономических наук Е. А. Сушкевич

ТРЕНД НА ЭКОЛОГИЧНОСТЬ: КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ НИЖНЕГО БЕЛЬЯ И ЧУЛОЧНО-НОСОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ?

В работе сформулирована проблема производства и утилизации таких предметов одежды, как нижнее белье и чулочно-носочные изделия. Для изучения отношения белорусских потребителей к данной проблеме был проведен опрос, на основе которого разработан ряд рекомендаций для белорусских производителей.

Актуальность темы заключается в том, что переработка одежды, к сожалению, не решит все проблемы взаимодействия моды и окружающей среды. В среднем вещь сохраняется в нашем гардеробе до 3 лет. Продление срока ее использования всего лишь на 9 месяцев уменьшает объемы загрязнения воды производством на 30 %. Есть вещи, на которые мода влияет слабее, например, носки, колготки, нижнее белье. Данные предметы одежды являются повседневной необходимостью, однако не всегда экологичны.

Цель исследования — изучить проблему утилизации таких предметов одежды, как нижнее белье и чулочно-носочные изделия, и дать белорусским брендам рекомендации по более экологичным способам производства.

По статистике в мире производится 6 млрд предметов нижнего белья ежегодно, а в среднем жизнь каждого из них, прежде чем оказаться на свалке, составляет 1–2 года. Поскольку белье часто изготавливается из полиэстера и нейлона, оно может разлагаться в течение сотен лет [1].

Проанализировав достаточное количество сайтов и статей, было выявлено, что в настоящее время практически не существует экологических способов производства и утилизации таких предметов одежды, как нижнее белье и чулочно-носочные изделия.

В ходе исследования был изучен опыт как иностранных, так и отечественных производителей в повышении экологичности производства данных изделий.

В качестве примера зарубежной компании приведена Swedish Stockings, которая впервые разработала экологически безопасный способ производ-

ства чулочно-носочных изделий, где используются отходы нейлона как после потребителя, так и производственные, что позволяет утилизировать тонны неразлагаемого нейлона со свалок и пластиковые отходы из океана. Немаловажно, что эти изделия могут быть переработаны по окончании срока службы. Внешний вид колготок ничем не отличается от привычных нам.

На безотходных фабриках Swedish Stockings вся бумага и пластик перерабатываются, 36 % энергии вырабатывается солнечными батареями, 64 % производится от сторонних возобновляемых источников энергии [2].

Белорусские производители тоже не отстают от тренда на экопроизводство. Например, компания Mark Formelle представила уникальную для Беларуси капсульную коллекцию одежды Save the planet. При ее создании было использовано 6 т переработанного пластика — это более 150 тыс. бутылок объемом 1,5 л. Это первый опыт производства одежды для масс-маркета с добавлением переработанного пластика в Беларуси. Как отмечают в компании, содержание пластика в одежде составляет 20 %. Коллекция в стиле family look появилась в продаже 1 марта 2021 г. в фирменных магазинах компании в Беларуси, России, Казахстане и Узбекистане. Она выполнена в минималистичном стиле из полотен природных оттенков (шалфей, графит, песочный), состоит из брюк, анораков, свитшотов и шорт из футера, а также футболок и велосипедок (женских и для девочек).

Все модели коллекции предполагают повседневное ношение, свободные расслабленные образы, комфорт. Как подчеркивают в Mark Formelle, акцент был сделан на абсолютную сочетаемость моделей между собой и с другими вещами из любого гардероба. Это также один из шагов к сокращению массы бездумных покупок, признак экологичности мышления и потребления.

В состав традиционного футера, из которого созданы основные модели коллекции, вошли хлопок и переработанный полиэстер, полученный из использованного пластика. Полиэстеровые нити, которые закупает Mark Formelle, в производстве проходят тщательную многоступенчатую обработку, поэтому абсолютно безопасны и нетоксичны. Также в компании отмечают, что такая одежда абсолютно не капризна в уходе и по некоторым характеристикам превосходит ту, которая сделана из обычных материалов [3].

Таким образом, мы видим, что экопроизводство одежды — это мировой тренд, который развивается и в Беларуси. Мы решили выяснить отношение белорусских потребителей к данной тенденции.

В целях исследования было проведено анкетирование 105 человек (95 женщин, 10 мужчин), согласно которому было выявлено, что 81 % опрошенных волнует проблема кратковременности использования вещей, что еще раз подчеркивает актуальность рассматриваемой темы. Однако 67,6 % не знали о том, что нижнее белье практически не подлежит переработке, что подчеркивает неосведомленность белорусского населения о данной проблеме.

Также опрос показал, что:

- большинству респондентов одна пара колготок служит в среднем 1–3 раза, также многие указали, что не носят их вовсе из-за их недолговеч-

ности. Полученные результаты говорят о низком качестве данного вида изделий, поэтому было определено, что 74,2 % готовы доплатить в среднем на 50 % больше от исходной стоимости, если увеличится их долговечность;

- большинство потребителей носят предметы нижнего белья больше года, и 61,9 % опрошенных устраивает этот срок службы;

- 82 респондента выбрасывают вышеперечисленные предметы одежды, и только 10 человек используют экологичные способы утилизации;

- 94,3 % опрошенных хотели бы, чтобы данные предметы одежды изготавливались из более экологичных материалов.

Исходя из проведенного исследования, для белорусских производителей были разработаны рекомендации:

- освещать проблемы утилизации нижнего белья и чулочно-носочных изделий в своих рекламных кампаниях и социальных сетях;

- внедрять более экологичные способы и технологии производства;

- использовать преимущественно натуральные материалы (органический хлопок, эквискозу);

- размещать на бирках указания о неэкологичности способов утилизации (например, сжигание);

- упаковывать несколько предметов одежды вместе, что позволит сократить расходы на упаковку и ее отходы;

- использовать более качественные материалы для продления срока службы вещей;

- использовать в качестве альтернативы перерабатываемым материалам переработанные (переработанный нейлон, полиамид и полиэстер);

- применять вкладыши по экологичной утилизации или альтернативному использованию для готовых изделий. Например, если одежда выполнена из натуральных тканей и является биоразлагаемой, важно указывать, что впоследствии ее можно компостировать, и т.д.

Источники

1. На что обратить внимание при выборе экологичного нижнего белья [Электронный ресурс] // Vogue. — Режим доступа: <https://www.vogue.ru/fashion/na-chto-obratit-vnimanie-pri-vybore-ekologichnogo-nizhnego-belya>. — Дата доступа: 15.09.2021.

2. Колготки, борющиеся с мусором в океане [Электронный ресурс] // Britt's List. — Режим доступа: <https://www.brittslist.com.au/review/swedish-stockings/>. — Дата доступа: 15.09.2021.

3. «Mark Formelle» представила коллекцию, на которую ушло 6 тонн пластика [Электронный ресурс] // Newgodno.by. — Режим доступа: <https://newgodno.by/society/mark-formelle-2/>. — Дата доступа: 15.09.2021.

КАК COVID-19 ПОВЛИЯЛ НА РАЗВИТИЕ БЕТТИНГ-ИНДУСТРИИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ PARIMATCH

В работе представлены факторы, повлиявшие на развитие ставок на спорт в период COVID-19, и данные, полученные из проведенных кабинетных и полевых исследований. Отражены маркетинговые инструменты, которые применялись белорусской беттинговой компанией на протяжении 2020 г.

За последние два года мир претерпел множество масштабных изменений, касающихся различных сфер деятельности. Одной из таких стала спортивная отрасль. Долгий период времени соревнования и матчи проводились без зрителей. Люди были вынуждены сидеть перед телевизорами и компьютерами, ожидая очередной трансляции любимого матча. Многие клубы и спортивные организации теряли выручку, которую приносили им зрители.

Беттинг — это тоже спорт. В широком понимании беттинг — это игровой процесс, который тесно связан со ставками на различные виды спорта в букмекерских конторах. Людей, которые делают ставки, называют бетторами.

В последнее время аудитория беттинга растет большими темпами. Так, например, в 2019 г. доход данной отрасли составлял 7 млрд дол. США, а уже в 2020 г. он увеличился в два раза и составил 14 млрд дол. США [1]. По данным исследования компании Zion Market Research, в 2024 г. прогнозируется, что мировой объем рынка ставок на спорт достигнет 155,5 млрд дол. США [2]. Так что же привело к росту показателей в несколько раз?

Стоит начать с периода до пандемии. В те годы беттинг активно развивался, но его развитию мешали сдерживающие факторы:

- операторы ставок, действующие нелегально (охватывали 35 % рынка);
- постоянно растущий уровень конкуренции в сегменте;
- ограничение возможностей свободного рекламного продвижения.

Во время пандемии беттинг сильно пострадал, столкнувшись с дополнительными сложностями:

- офлайн-точки ставок были вынуждены полностью прекратить работу;
- необходимость быстрой диджитализации;
- отмена и перенос практически всех спортивных мероприятий (в том числе Олимпиады-2020 и Чемпионата Европы по футболу), которые на тот момент являлись основными источниками дохода букмекеров [3].

Букмекеры, которые смогли быстро среагировать на ситуацию и переключиться на те страны, в которых продолжались чемпионаты, выиграли себе признание. COVID-19 привел в мир ставок больше новых болельщиков — люди переходили в онлайн-ставки за эмоциями, которые стали менее доступны в реальном мире. Например, сообщество на протяжении 2020 г. могло наблюдать единственное спортивное событие, которое не было отменено на территории Европы из-за пандемии, — футбольная лига Беларуси.

Известная не только в Республике Беларусь, но и далеко за ее пределами, компания Parimatch не упустила момент и перевернула влияние COVID-19 в положительную для себя сторону. Степан Шульга, руководитель киберспортивного направления компании, отмечал: «2020 г. запомнится всем событиями, связанными с пандемией, но для Parimatch это было время возможностей».

Яркими примерами успешных маркетинговых ходов компании являются следующие:

- открытие онлайн-казино. В апреле 2020 г. Parimatch запустила первое легальное онлайн-казино в Беларуси с широкой линейкой игр от слотов до live казино;

- в мае 2020 г. была выпущена лимитированная коллекция часов с заводом «Луч». В рамках совместного проекта компании представили 2 стильные модели часов Parimatch Limited edition Watch [4];

- октябрь 2020 г. отмечен запуском первого Parimatch Marketing Camp, целью которого было повышение значимости белорусских образовательных проектов в целом, стимулирование студентов к активному развитию, получению новых знаний и практического опыта. Известно, что осенью 2021 г. в рамках второго потока берет начало Parimatch HR Camp [5];

- в конце года за партнерство с белорусским футболом компанию отметили двумя золотыми наградами на EFFIE AWARDS BELARUS.

Чтобы убедиться в реальной значимости данных фактов, было проведено исследование, в ходе которого было опрошено 118 респондентов, основную часть которых составили мужчины от 18 до 30 лет. Ключевые выводы представлены ниже:

- 63,9 % опрошенных являются потребителями услуг компании Parimatch;

- 23,5 % пользователей стали делать ставки чаще; практически у 30 % респондентов частота совершения ставок не изменилась;

- чаще всего в период пандемии респонденты видели рекламу компании Parimatch, а также таких конкурентов, как 1Xbet и Favbet.

Рассматривая контент социальных сетей и наружного маркетинга, который был применен сотрудниками компании в период пандемии, стоит отметить грамотное использование ситуационного маркетинга. Так, была проведена совместная кампания с приложением «Оплати», которое позволило пользователям беттинговых услуг Parimatch получать бонус в 5 % при пополнении кошелька «Оплати».

В качестве рекомендаций стоит выделить следующее:

- перед крупными спортивными матчами и событиями публиковать чек-листы, в которых отражать необходимые для каждого болельщика пункты, потенциально напоминающая ему об их важности;

- создание рубрики «Интересные факты» либо «Словарь», который можно приурочить к крупному событию и облегчить поиск незнакомой информации из мира спорта для своего потребителя;

- перед каждым мероприятием проводить опрос «Какой ты болельщик», а затем публиковать в необычном формате полученную из опроса статистику.

Таким образом, до пандемии индустрия беттинга стремительно наращивала свои обороты, но 2020 г. внес в работу компаний свои препятствия. Те из контор, которые сумели быстро и четко среагировать на новые условия реальности и действовать в них, выиграли себе не только признание потребителя, но и завоевали новые доли рынка. В числе таких компаний оказалась БК Parimatch. Помимо яркой рекламной кампании, которая часто следовала всем принципам ситуативного маркетинга, в деятельности Parimatch за 2020 г. отмечен ряд ярких событий, качественно выделяющих их среди конкурентов. Успешную маркетинговую деятельность компании подтверждает и проведенный опрос, так как большая часть респондентов являются потребителями услуг Parimatch, также в период пандемии рекламу данной компании опрошенные видели чаще всего.

Источники

1. Тренды спортивной индустрии 2021: беттинг и стриминг [Электронный ресурс] // Adindex. — Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/analitics/100380/2021/08/4/296926.phtml>. — Дата доступа: 12.09.2021.

2. Исследование мирового рынка спортивных ставок [Электронный ресурс] // GlobeNewswire. — Режим доступа: <https://www.globenewswire.com/news-release/2018/12/24/1678117/0/en/Global-Sports-Betting-Market-Zion-Market-Research.html>. — Дата доступа: 12.09.2021.

3. Беттинг после пандемии: маркетологам приготовиться! [Электронный ресурс] // Vc.ru. — Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/144635-betting-posle-pandemii-marketologam-prigotovitsya>. — Дата доступа: 12.09.2021.

4. Parimatch Belarus и «ЛУЧ» представили часы [Электронный ресурс] // Marketing.by. — Режим доступа: <https://marketing.by/novosti-rynka/parimatch-belarus-i-luch-predstavili-chasys-konturom-kulaka-konora-makgregora/>. — Дата доступа: 12.09.2021.

5. Parimatch провел образовательный конкурс среди маркетологов [Электронный ресурс] // Marketing.by. — Режим доступа: <https://marketing.by/novosti-rynka/parimatch-provel-obrazovatelnyy-konkurs-sredi-marketologovkomanda-pobediteley-poluchila-denezhny-g/>. — Дата доступа: 12.09.2021.

О. Н. Гордиевич, Ю. М. Попок

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л. К. Голенда

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье определен перечень технологий, лежащих в основе цифровой трансформации финансового и банковского секторов Беларуси, позволяющий качественно изменить сервисы, предлагаемые банками.

В настоящее время цифровизация охватывает все области экономики, в том числе финансовую и банковскую деятельность. Результатом явились новые сервисы, разрушившие привычные схемы взаимодействия участников рынка финансовых услуг, что в свою очередь во многом изменило парадигму развития банковской системы. Ранее для получения большей прибыли банкам достаточно было предложить более дешевые услуги, чем у конкурентов. В настоящее время банкам необходимо учитывать современные тенденции, искать инновационные подходы, интегрировать банковские услуги с другими продуктами и сервисами, что дает возможность получать клиентам круглосуточный доступ к разнообразной информации, в том числе и финансовой.

Опыт показывает, что появление совершенно нового продукта (услуги) — процесс достаточно длительный, сложный и дорогой, поэтому в условиях цифровизации происходит совершенствование уже существующих бизнес-моделей путем их цифрового преобразования. Очевидно, что цифровая трансформация подразумевает повсеместное внедрение современных способов предоставления банковских услуг. В результате этого количество онлайн-услуг приобретает все большее распространение.

Учитывая темпы развития цифровых технологий в мировой экономике Национальный Банк Республики Беларусь совместно с представителями банковского сообщества определил перечень технологий, лежащих в основе цифровой трансформации финансового и банковского секторов: развитие платежного и расчетного пространства; удаленная идентификация; развитие Open API (Open Application Programming Interface); технологии распределенного реестра; искусственный интеллект; машинное обучение; большие данные; кибербезопасность.

Они позволяют качественно изменить сервисы, которые предлагают банки. Так, системы искусственного интеллекта могут использоваться для оценки и управления рисками при инвестировании в ценные бумаги, для налаживания роботизированных консультаций в режиме реального времени. Системы клиентского обслуживания на основе естественного языка позволяют нивелировать языковые аспекты общения с клиентом, повысить уровень комфорта, а соответственно уровень доверия: чат-боты могут быть внедрены в автоматизированных кол-центрах, центрах поддержки клиента на сайте и посредством мобильного приложения; а также альтернативные финансовые консультанты — робоэдвайзеры (алготрейдинг). Основное направление этого вида искусственного интеллекта — интернет-трейдинг позволит обеспечивать консультацию в режиме реального времени, проводить мониторинг, открытие/закрытие счетов, оценку рисков, обработку большого количества сделок одновременно, без ущерба для качества обработки информации, и таким образом вырабатывать оптимальную инвестиционную стратегию. Системы клиентского обслуживания могут работать в формате мобильных приложений, установленных на смартфон или планшет.

Для повышения конкуренции на рынке, снижения стоимости финансовых услуг и повышения доступности к ним, а также для повышения про-

значности экономики и эффективности мер борьбы с отмытием денег используют различные виды финансовых технологий: мобильные кошельки и платежные приложения — PayPal, Venmo, Square, Apple Pay и Google Pay; платформы краудфандинга; технологии криптовалюты и блокчейн; робо-советники; приложение для торговли акциями и др. Перечисленные виды финансовых технологий осуществляются с помощью интегрированных сервисов (ИС).

В настоящее время топ-5 системообразующих банков республики используют ИС, которые включают: интернет-банкинг, М-Банкинг, SMS-банкинг, Apple Pay, SAMSUNG Pay, Garmin Pay, переводы с карты на карту, перевод денежных средств на аккаунты в социальных сетях и играх, перевод для получения средств по коду, Кошелек Pay, Fitbit Pay, Mi Smart Band 4 FNC; уникальный биометрический сервис для оплаты проезда в метро «Смотри и проходи» (см. таблицу).

Использование интегрированных информационных систем в топ-5 банках Республики Беларусь на 01.01.2021 г.

ИС	ОАО «АСБ Беларус- банк»	ОАО «Бе- лагропро- мбанк»	ОАО «Приор- банк»	ОАО «Белин- вестбанк»	ОАО «Сбер- банк»
Интернет-банкинг	+	+	+	+	+
М-банкинг	+	+	+	+	+
SMS-банкинг	+	+	+	+	+
Apple Pay	+	+	+	+	+
SAMSUNG Pay	+	+	+	+	+
Garmin Pay	+	+	+	+	+
Переводы с карты на карту	+	+	+	+	+
Перевод на аккаунты в социальных сетях и играх	+	-	+	-	+
Перевод для получения средств по коду	+	-	-	-	+
Кошелек Pay	+	+	+	+	+
Fitbit Pay	+	+	+	+	+
Mi Smart Band 4 FNC	+	+	+	+	+
Смотри и проходи	+	-	+	-	-

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе информационных ресурсов коммерческих банков Республики Беларусь.

Анализ приведенных в таблице данных показывает, что лидером в использовании ИС в Республике Беларусь является ОАО «АСБ Беларусбанк». Это объясняется его доминирующей позицией в белорусской банковской системе по уровню внедрения информационных технологий в сферу банковского дела. Он первым в республике внедрил ИС «Интернет-банкинг» в 2008 г., тем самым положив начало цифровизации банковских и финансовых услуг на территории нашей страны [1, 2]. В связи с внедрением интегрированных моделей в банковскую и финансовую систему остро встал вопрос о безопасности персональных данных пользователей таких систем, как интернет-банкинг, М-банкинг. Данный вопрос регулируется законом Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации» с изменениями и дополнениями от 10 ноября 2008 г. № 455-З и постановлением Совета Министров от 02.02.2021 г. № 66 «О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы», которое направлено на приоритетное внедрение информационно-коммуникационных технологий в национальную экономику, в частности финансово-банковскую систему [3, 4].

Очевидно, что качество банковских услуг, от которого выигрывают банки и их клиенты, с каждым годом в Республике Беларусь улучшается, так как ведется цифровизация в сфере финансов и банковского дела за счет внедрения интегрированных систем.

Источники

1. Онлайн-сервисы Беларусбанка [Электронный ресурс] // АСБ Беларусбанк. — Режим доступа: https://belarusbank.by/ru/fizicheskim_licam/31886. — Дата доступа: 05.10.2021.
2. История банка [Электронный ресурс] // АСБ Беларусбанк. — Режим доступа: <https://belarusbank.by/ru/33139/33142/history>. — Дата доступа: 07.10.2021.
3. Об информации, информатизации и защите информации [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 нояб. 2008 г., №455-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 11.05.2016 г., №362-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10800455>. — Дата доступа: 05.10.2021.
4. О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 2 февр. 2021 г., № 66 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100066&p1=1>. — Дата доступа: 07.10.2021.

ПОЛИТИКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В статье отражены результаты анализа реализации политики привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь, даны рекомендации по ее совершенствованию.

Глобализация мировой экономики предполагает не только активное трансграничное перемещение товаров и услуг, но также и перелив капиталов, международное перемещение собственности и интернационализацию рынков.

Международные рейтинговые агентства относят Республику Беларусь к странам с высоким уровнем внутреннего экономического и политического риска, что делает в значительной степени недоступным мировой рынок инвестиций.

Недостаток внутренних ресурсов в Республике Беларусь делает необходимым привлечение в страну иностранных инвестиций. Влияние иностранного капитала на национальную экономику может быть весьма противоречивым в зависимости, во-первых, от формы привлечения, а во-вторых, от эффективности использования.

Несмотря на рост мировой экономики, мировой рынок инвестиций в последние годы значительно сузился, что может привести к обострению конкуренции за ПИИ, в особенности между развивающимися странами и странами с переходной экономикой. В Республике Беларусь доминирует роль государственных институтов в процессе привлечения иностранных инвестиций. Эта роль заключается в гармонизации национального законодательства с международными правовыми нормами и предоставлении специальных преференций и налоговых льгот, поощряющих инвестиции в производственную, инновационную, научно-исследовательскую деятельность.

Инвестиционный климат на территории Республики Беларусь можно считать неблагоприятным. Сложившуюся ситуацию в сфере привлечения ПИИ определяют, главным образом, макроэкономические факторы и степень рыночных преобразований в Беларуси. Важными факторами, влияющими на ПИИ в Республике Беларусь, являются уровень и нестабильность законодательства, регулирующего инвестиционную сферу, степень вмешательства государства в деятельность частного бизнеса, в том числе иностранного, неблагоприятная институциональная бизнес-среда и инвестиционный рейтинг Республики Беларусь.

В республике в настоящее время существует специальный правовой режим для иностранных инвестиций, который выражается в существовании

специального законодательства об иностранных инвестициях. Законом «Об инвестициях» Республики Беларусь предусмотрены преференции и гарантии иностранным инвесторам. Вместе с тем иностранные инвесторы и рейтинговые агентства указывают на недостатки в правовой системе, к ним относят нестабильность законодательства и сложность налоговой базы.

Государственное регулирование ПИИ сегодня недостаточно эффективно и нуждается в совершенствовании. Основными целями государственной политики в указанной сфере должны стать создание действенного механизма, который обеспечил бы использование возможностей ПИИ для эффективного решения задач экономического развития республики, а также обеспечение потребностей в инвестиционных ресурсах с учетом не только их объемов, но и качества. Необходимо устранить диспропорции в отраслевой структуре прямых иностранных инвестиций, создать условия и побудительные механизмы для привлечения иностранного капитала в научно-техническую, инновационную деятельность и агропромышленный комплекс.

Наиболее важными факторами привлечения ПИИ по сравнению с экономическими выступают институциональные, связанные с госрегулированием, а также состоянием политической и правовой среды.

Исследование на основе показателей GRICS, оценивающих эффективность государственного управления в межстрановом сравнении, позволяет сделать вывод, что показатели, оценивающие качество государственного управления, в Беларуси одни из самых низких в сравнении с другими странами и, соответственно, институциональная привлекательность экономики Республики Беларусь остается на невысоком уровне (см. таблицу).

Сравнительная оценка показателей институциональной привлекательности Республики Беларусь, Эстонии, Литвы и Польши на 01.01.2020 г.

Показатель	Беларусь		Эстония		Литва		Польша	
	Величина показателя, баллов	Удельный вес, % в общем объеме	Величина показателя, баллов	Удельный вес, % в общем объеме	Величина показателя, баллов	Удельный вес, % в общем объеме	Величина показателя, баллов	Удельный вес, % в общем объеме
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Право голоса и подотчетность	11,3	5,1	88,7	17,3	81,8	17,1	70,9	16,5
Эффективность правительства	44,2	20,1	85,6	16,7	81,3	17,0	73,1	17,0
Политическая стабильность и отсутствие терроризма/насилия	56,7	25,8	68,1	13,3	75,2	15,8	64,3	15,0
Качество законодательства	32,2	14,6	92,8	18,1	83,2	17,4	83,1	19,4
Верховенство закона	21,6	9,8	87	17,0	81,3	17,0	66,3	15,5

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Контроль коррупции	53,8	24,5	90,4	17,6	74,5	15,6	71,2	16,6
Суммарный показатель институциональной привлекательности	219,8	100,0	512,6	100,0	477,3	100,0	428,9	100,0

Источники: собственная разработка на основе источников [1–4].

Предложения по повышению институциональной привлекательности включают: укрепление института частной собственности, что, в частности, предполагает сокращение доли государственного сектора, более активную приватизацию государственной собственности и развитие малого и среднего бизнеса, снижение уровня коррупции, упрощение налоговой системы, внедрение стандартов корпоративного управления.

Развитие малого и среднего бизнеса в Беларуси мы видим путем включения МСП в глобальные производственно-сбытовые цепочки. Альтернативой развитию крупных заводов может стать концентрация в одном месте малых и средних предприятий, или кластеров, которые за счет использования «внешней экономики на масштабах производства» становятся не менее конкурентоспособными, чем крупные компании. Более того, международные эксперты утверждают, что в составе успешных кластеров доля малых и средних предприятий обычно превышает 50 %. В таком сочетании ценится гибкость и адаптивность МСП в отношении инноваций, их незаменимость при производстве малых партий, предоставлении эксклюзивных услуг.

Ключевой предпосылкой для прихода в Республику Беларусь иностранных компаний является сокращение доли государственного сектора, развитие малого и среднего бизнеса и формирование привлекательной институциональной среды.

Для стимулирования деятельности иностранных инвесторов необходимо:

- повысить возможность доступа отечественного и иностранного производителя к недвижимости, относящейся к государственной либо муниципальной собственности;
- развитие финансового рынка;
- государственная поддержка и дальнейшее развитие малого и среднего предпринимательства; снижение уровня коррупции;
- реформирование налогообложения, т.е. не само снижение налоговой нагрузки, а упрощение системы налогообложения;
- улучшение внутреннего инвестиционного климата;
- создание кластеров, так как формирование кластеров является эффективным механизмом привлечения в регионы прямых иностранных инвестиций, что обеспечивает мультипликативный эффект развития региональной экономики, включение малых и средних предприятий в международные производственные цепочки;
- создание положительного инвестиционного имиджа Беларуси.

Источники

1. Country Data Report for Belarus, 1996–2019 [Electronic resource] // The World Bank. — Mode of access: <https://data.worldbank.org/country/BY>. — Date of access: 15.04.2021.
2. Country Data Report for Estonia, 1996–2019 [Electronic resource] // The World Bank. — Mode of access: <https://data.worldbank.org/country/EE>. — Date of access: 15.04.2021.
3. Country Data Report for Lithuania, 1996–2019 [Electronic resource] // The World Bank. — Mode of access: <https://data.worldbank.org/country/LT>. — Date of access: 15.04.2021.
4. Country Data Report for Poland, 1996–2019 [Electronic resource] // The World Bank. — Mode of access: <https://data.worldbank.org/country/PL>. — Date of access: 15.04.2021.

Го Чанцзе

Научный руководитель — кандидат педагогических наук А. В. Кобышева

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ КИТАЙСКИХ И РУССКИХ ПОСЛОВИЦ С ЗООМОРФИЗМАМИ

В статье анализируется интерпретация китайских и русских пословиц с зооморфизмами. Китайцы и русские — это народы, которые проживают в разных как социальных, так и природных условиях. Поэтому, имея разный образ мышления и мироощущение, их пословицы тоже будут разными, хотя и выражающими одни и те же события. И, соответственно, зооморфизмы тоже будут разными, так, они несут в себе огромную смысловую значимость и показывают отношение народа к тому или иному животному. Зооморфный компонент в пословицах возникает на основе человеческих ассоциаций и эмоций, но для каждого народа они не могут быть одинаковыми. В данном случае для адекватного восприятия пословицы при переводе с одного языка на другой и используется интерпретация.

Активное изучение пословиц в лингвистике отнюдь не является случайным, так как именно в них хранится отражение глубинных мифологем и архетипов человеческого сознания и мышления, которые можно обнаружить как в древних фольклорных образованиях, так и в современных штампах массового сознания. В пословицах в предельно сжатой, концентрированной форме отражена специфика мировосприятия того или иного этноса.

Главное назначение пословиц — в передаче народной оценки определенным явлениям действительности. С их помощью выражается мировоззрение данного этноса. В пословицах отражается склад ума народа, особенности суждения. В них проявляются народный быт и обиход, дух и характер данной нации, их нравы, обычаи и традиции, а также верования и суеверия.

В китайском и русском языках использование названий животных в пословицах представляет уникальный материал и особый интерес для тех, кто

изучает язык, так как это является важным фрагментом языковой картины мира, и попытка создания пословицы на материале зооморфического компонента позволяет выделить универсальные и культурологические признаки для каждого языка. Совпадения, расхождения и специфика употребления зооморфизмов в пословицах позволяют увидеть различия языковой картины мира при ее объективности и целостности для каждого языка.

Зооморфизмы, как и вся оценочная лексика любого языка, способствуют выражению чувств, реакций, эмоциональной жизни человека в целом, формируя и обозначая ценностную картину мира: оценку предметов по этическим и эстетическим нормам данного языкового коллектива [1, с. 4].

Для лингвокультурологических исследований весьма актуальным представляется анализ пословиц, в составе которых имеются зоонимические компоненты, так как именно в зоолексике наиболее ярко отражаются национально-культурные особенности различных народов, когда образы животных в разных языках наделяются мотивированными и немотивированными свойствами, основываясь на видении человеком мира и его роли в нем.

Зооморфные образы несут в себе четкие коннотации. Их цель — приписать определенному явлению некоторые признаки, которые почти всегда несут в себе оценочный смысл, так как перенос на эти явления названия животного содержит оценочные коннотации, но само название животного оценки не содержит. Переносные значения у зооморфизмов возникают как результат творческого осмысления мира (в частности, животного мира) и формируются на основе как общечеловеческих, так и национальных представлений о животных [2, с. 212].

Каждый зооморфизм несет в себе огромную смысловую значимость и показывает отношение народа к тому или иному животному. Зооморфный компонент возникает на основе человеческих ассоциаций и эмоций, но для каждого народа они являются разными.

Примером этому будут пословицы китайского и русского языков, в которых значение схожее, а вот образы животных разные. Рассмотрим следующие примеры:

1. «鹤立鸡群 (hè lì jī qún)» [3, с. 123] — дословный перевод «стоять как журавль среди кур», что означает выделяться среди других. Но так как в понимании русских людей журавль не может появляться во дворе и разгуливать среди кур, которые там живут, то данная пословица в русском языке будет иметь следующее значение: «Быть белой вороной».

2. «引狼入室 (yǐn láng rù shì)» [3, с. 129] — в переводе с китайского это имеет значение «Впускать волков к себе в дом». Ничего подобного встретить в русском языке невозможно. Никто и никогда из русских людей не впустит в свой дом волка. Но данное выражение в понимании китайцев означает доверять тому, кто на самом деле не достоин этого и имеет корыстные цели. Поэтому русский эквивалент будет «Пускать козла в огород».

3. «养虎遗患 (yǎng hǔ yí huàn)» [3, с. 134] — данный перевод будет следующим: «Разрушения и бедствия от возвращенного тигра». В данном варианте у китайского народа это будет означать: заботиться о человеке, отвечающем

неблагодарностью. Конечно, у русских людей не может возникнуть никакой ассоциации с тигром, которого возможно взрастить в своем доме. Но похожие чувства все-таки у русского человека тоже существуют. Поэтому и эквивалент «Пригреть змею на груди» достаточно часто встречается в русском языке как раз в таком же значении, которое имеется и в китайском языке.

Как уже говорилось выше, многие китайские зооморфизмы не имеют эквивалентов в русском языке. При объяснении подобных зооморфизмов иногда используется калькирование или описательный перевод. Совпадения, расхождения и специфика употребления зооморфизмов в пословицах свидетельствуют о том, что языковая картина мира при ее объективности и целостности является именно интерпретацией отображения мира, причем специфичной для каждого языка.

Рассмотрим следующий пример:

– «对牛弹琴 (對牛彈琴) (duì niú tán qín)» [3, с. 204] — «Играть на цинь перед коровой». Понять данное выражение русскому человеку практически невозможно, так как мы плохо представляем себе такой инструмент, как цинь, и, конечно, никогда не видели, чтобы кто-то играл на музыкальном инструменте перед коровами. Однако при тщательном анализе возможно найти соответствующий эквивалент, так как значение китайского варианта выражает мысль о том, что не стоит тратить время, пытаясь объяснить что-то тем, кто не в состоянии это понять и оценить по достоинству. Поэтому наша крылатая фраза из Евангелия — «Метать бисер перед свиньями» — вполне будет соответствовать китайскому варианту. В данном случае речь идет об элементарной интерпретации вышеуказанной пословицы.

В заключение хочется отметить, что сравнение пословиц с использованием зооморфизмов разных лингвокультур показывает, что очень часто пословицы сложно перевести с китайского языка на русский, сохраняя их первоначальную форму. Но понять их все-таки можно. И тогда следует подключать интерпретацию, сохраняя содержание и используя зооморфизмы, понятные тому народу, для которого они предназначены. Вроде бы и культура, и уклад жизни, и определенные ценности, и даже образ мышления у китайцев и русских совершенно разные, но, тем не менее, они имеют много общего, и именно это способствует их взаимопониманию и сближению. Поэтому привлечение китайского и русского языков для исследования на материале пословиц позволило нам получить более объективное, полное и значимое представление о специфике национального видения мира этими народами.

Источники

1. Хао, Хуэйминь. Фразеобразующий потенциал зоонимической лексики в русском и китайском языках : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Хуэйминь Хао. — Уфа, 2009. — 22 с.

2. Мао Чунь, Чао. Язык в культуре русских и китайских пословиц / Чао Мао Чунь, А. Г. Щитов // Филологические науки. Вопросы теории и практики : в 2 ч. — 2013. — № 8 (26), ч. 2. — С. 211–223.

3. Cui, Xiliang. Chinese Proverbs and the Humane World of China / Xilia Cui. — Beijing : Beijing Language and Culture Press, 1997. — 297 p.

А. С. Грідюшко

Научный руководитель — кандидат экономических наук В. Н. Лемеш

ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ ОТКРЫТОСТИ ЭКОНОМИКИ НА РЫНОК АУДИТОРСКИХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассматриваются факторы открытости экономики, которые оказывают влияние на рынок аудиторских услуг в Республике Беларусь. Среди статистических данных, используемых для анализа рынка аудиторских услуг, были применены следующие показатели: численность аудиторов и объем оказанных аудиторских услуг, выраженный в доходах аудиторских организаций. К факторам открытости экономики в целом относятся: внешнеторговая квота, объем прямых иностранных инвестиций и индекс человеческого развития.

Расширение международных экономических связей, углубление интеграционных процессов стали предпосылками к ряду изменений в сфере рынка аудиторских услуг. Это обусловило необходимость гармонизации национального законодательства с международными требованиями, а также повышения эффективности и качества аудита. В связи с этим изменен порядок государственного регулирования аудиторской деятельности, сокращен объем обязательного аудита, предусмотрен аудит отчетности, составленной по МСФО, и др. Таким образом, перед нами стоит задача сделать выводы, какие факторы оказывают влияние на аудит в условиях открытой экономики. К факторам открытости экономики в целом относятся: внешнеторговая квота, объем прямых иностранных инвестиций и индекс человеческого развития.

Для решения задачи о выборе факторов проанализируем итоги аудиторской деятельности в Республике Беларусь и обозначим, какие макроэкономические события предположительно могли оказать влияние на изменение показателей рынка аудиторских услуг. Изучив официальные данные о рынке аудиторских услуг, представленные Министерством финансов Республики Беларусь, для анализа мы рассмотрели следующие показатели:

- численность аудиторов;
- объем оказанных аудиторских услуг, выраженный в доходах аудиторских организаций.

По состоянию на 1 января 2020 г. в Республике Беларусь насчитывалось 1394 аудитора. Однако такая тенденция сохранялась не только на период 2019–2020 гг. Рассмотрим, как насчитывалась численность аудиторов на протяжении 2012–2019 гг. (табл. 1).

Таблица 1

Численность аудиторов и аудиторских организаций в 2012–2019 гг., кол. ед.

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Численность аудиторов	1493	1505	1553	1535	1453	1458	1412	1394
Численность аудиторских организаций	141	139	117	104	82	83	84	72

Источники: [4, с. 121–123].

Как можно отметить из табл. 1, сокращение числа аудиторов приходится на 2016 г. Это связано со вступлением в силу 1 января 2016 г. новой редакции Закона Республики Беларусь «Об аудиторской деятельности» [3]. Сокращение наблюдается и в отношении аудиторских организаций.

Редакция Закона от 1 января 2016 г. предусматривает, что при проведении аудита годовой финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО, обязательным стало соблюдение Международных стандартов аудиторской деятельности, принимаемых Международной федерацией бухгалтеров, [3 абз. 9 ст. 2, абз. 2 п. 2 ст. 23].

Также были изменены подходы к возможности проведения аудиторскими организациями обязательного аудита отчетности, составленной в соответствии с МСФО, в части необходимости наличия в штате не менее трех (вместо двух) аудиторов, имеющих специальную подготовку в области МСФО. Увеличение числа штатных аттестованных аудиторов с 3 до 5 привело к сокращению численности аудиторских организаций с 146 до 72 [3].

Согласно статистическим данным, мы видим, что изменение законодательства, регулирующего аудиторскую деятельность в Республике Беларусь, стало одним из факторов влияния на рынок аудиторских услуг. В свою очередь, изменение законодательства — это результат развития аудиторской деятельности в целом, развитие технологий, обмен методологическими подходами между странами, поэтому мы выдвигаем гипотезу, что внешнеторговая квота может коррелировать с показателями рынка аудиторских услуг.

Рассмотрим, какой объем оказанных услуг аудиторскими организациями насчитывается. В соответствии с отчетностью, предоставленной 84 аудиторскими организациями, в 2019 г. было оказано аудиторских и профессиональных услуг на сумму 71 702 тыс. руб. (за аналогичный период предыдущего года аудиторскими организациями было оказано услуг на сумму 62 784 тыс. руб.). Более детально этот показатель и ряд других мы можем рассмотреть в табл. 2.

Рост оказанных услуг, согласно нашей гипотезе, непосредственно связан с ростом иностранных инвестиций. Инвестиции движут прогресс, внедряются новые технологии в проведение аудита, качество аудита растет и так же растут требования к нему. Это доказывается новыми технологиями Big4. Рассмотрим, в какие проекты сейчас делаются инвестиции в сфере развития аудита.

Сумма оказанных услуг аудиторскими организациями в Республике Беларусь за 2013–2019 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Оказано услуг, млн руб. / с 2016 г. тыс. руб.	231 614	280 201	396 021	45 368	49 347	62 784	71 702

Источник: [2, 4].

Компания KPMG внедряет проверку отчетности американских компаний с помощью аналитической системы Watson. В 2016 г. было объявлено о соглашении с IBM по адаптации этой компьютерной аналитической программы для нужд аудита. Более того, компания EY вложила 400 млн дол. в развитие технологий автоматизации, которыми пользуется уже несколько лет. В частности, они позволяют проводить подсчет запасов автоматически. Стоит отметить, что еще несколько лет назад аудиторы делали это вручную [5].

Таким образом, мы видим, что процессы, происходящие в условиях открытой экономики, прямо или косвенно, но оказывают влияние на РАУ. Из рассмотренных показателей мы сформировали гипотезу, что уровень открытости экономики может коррелировать с такими показателями, как численность auditors и сумма оказанных аудиторских и профессиональных услуг. Дальнейшее изучение данной темы позволит глобально выявить рычаги влияния на аудит в Республике Беларусь и даст возможность предсказать изменения рынка в сфере аудита.

Источники

1. *Гридюшко, А. С.* Ранжирование стран по уровню открытости экономики на 2017 г. / А. С. Гридюшко // Актуальные проблемы и перспективы развития государственной статистики в современных условиях : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Саратов, 19–21 дек. 2018 г. / Саратов. соц.-экон. ин-т. — Саратов, 2019. — С. 83–86.

2. Итоги работы рынка аудиторских услуг [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. — Режим доступа: https://minfin.gov.by/ru/auditor_activities/generalization/market_indicators/. — Дата доступа: 12.10.2021.

3. Об аудиторской деятельности [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 56-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300056>. — Дата доступа: 12.10.2021.

4. *Лемеш, В. Н.* Контроль и аудит : учеб. пособие / В. Н. Лемеш. — 3-е изд., перераб. и доп. — Минск : Амалфея, 2021 — 312 с.

5. «Большая четверка» доведет аудит до автоматизма [Электронный ресурс] // Ведомости. — Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2016/03/30/635611-bolshaya-chetverka-dovedet-audit-avtomatizma>. — Дата доступа: 12.10.2021.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА АНТИСЕПТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Исследован ассортимент антисептических средств, представленных в торговой сети г. Минска. Рефрактометрическим методом определено процентное содержание спирта в исследуемых образцах антисептических средств.

В настоящее время антисептические средства нашли широкое применение не только в медицинской отрасли, но и в повседневной жизни человека. Антисептические средства, или санитайзеры, предназначены для предотвращения передачи патогенных микроорганизмов, благодаря чему помогают соблюдать правила личной гигиены рук, что является хорошей альтернативой традиционному мытью рук с использованием мыла и воды.

По консистенции санитайзеры подразделяются на жидкие и гелеобразные растворы, а также средства в виде пены, встречающиеся значительно реже, чем первые 2 вида. Консистенция антисептического раствора зависит от его состава. Все компоненты, входящие в состав антисептических средств, делятся на основные и вспомогательные. В качестве главных действующих веществ в устранении микроорганизмов на коже рук человека используют компоненты как на спиртовой (этанол, н-пропанол, изопропанол), так и не на спиртовой основе (повидон-йод). В качестве вспомогательных компонентов выступают различного рода загустители, увлажнители, эфирные масла, красители и др.

Наиболее распространенными и эффективными антисептическими средствами являются средства на спиртовой основе. Поэтому важнейшим показателем при определении качества антисептических средств является содержание в них спиртов [1]. Исходя из этого, была поставлена цель данного исследования — определение процентного содержания спиртов в антисептических средствах.

Существуют различные методы определения содержания спиртов в растворах. Среди них можно выделить ареометрический, пикнометрический и рефрактометрический методы. Наиболее распространенным является метод рефрактометрии, основанный на определении показателя преломления проходящего через границу раздела сред веществ луча света. Для измерения показателя преломления использовался рефрактометр Аббе (ИРФ-454Б2М) [2], принцип работы которого основан на явлении полного внутреннего отражения луча света на границе раздела двух сред, из которых одна является более плотной.

Для проведения исследования были выбраны антисептические средства, характеристики которых представлены в табл. 1.

Исследуемые образцы отличаются страной производителя (РБ и РФ), консистенцией (образцы 1–3 жидкие, 4–6 гелеобразные) и главным действующим компонентом — в образцах 1, 3, 5, 6 содержится изопропанол, а в образцах 2, 4 — этиловый спирт.

Таблица 1

Характеристика исследуемых образцов

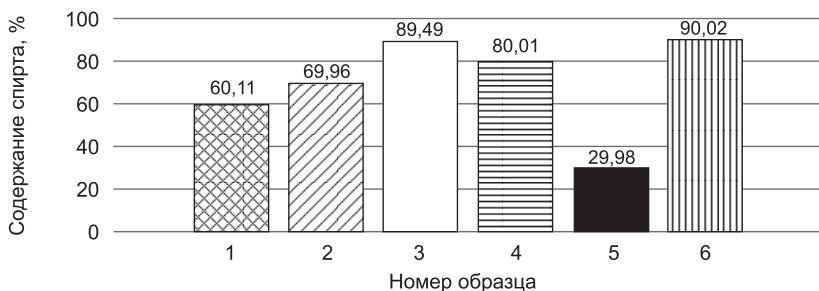
№	Название	Производитель (страна)	Консистенция	Состав	Дата изготовления
1	Унодез	ЗАО «Бел-Асептика» (РБ)	Жидкая	Спирт изопропиловый, 1,3-бутандиол, ланолин этоксилированный, отдушка, краситель, вода очищенная	Май 2020 г. (срок годности 5 лет)
2	Септоцид Синерджи	ЗАО «Бел-Асептика» (РБ)	Жидкая	Спирт этиловый, полигексаметиленбигуанид гидрохлорид, вспомогательные вещества	Февраль 2021 г. (срок годности 3 года)
3	Септоцид Р	ЗАО «Бел-Асептика» (РБ)	Жидкая	Спирт изоропиловый, вода очищенная, 1,3 бутандиол, ланолин этоксилированный, отдушка	Июнь 2020 г. (срок годности 5 лет)
4	Чистые ручки	ОАО «Бобруйский завод биотехнологий» (РБ)	Гелеобразная	Спирт этиловый (65 ± 1 %), вода питьевая, глицерин, загуститель, отдушка парфюмерная	Апрель 2020 г. (срок годности 2 года)
5	MySeptik	ОАО «КОМПАНИЯ ТОР» (РФ)	Гелеобразная	Isopropanol, aqua, propylene glycol/glycerin, perfume, carbomer, triethanolamine, didecyldimethylammonium chloride, CL 42090	Февраль 2020 г. (срок годности 3 года)
6	Антисептический гель с маслом чайного дерева	АО «Свобода» (РФ)	Гелеобразная	Изопропиловый спирт, вода, глицерин, перекись водорода, чайного дерева эфирное масло, ammonium acryloyldimethyltaurate/vp copolymer	Срок годности 12 месяцев после вскрытия

По полученным значениям показателей преломления, представленных в табл. 2, было определено процентное содержание спирта в исследуемых образцах антисептических средств, результаты которых представлены на рисунке [3].

Таблица 2

Результаты определения показателей преломления

№ образца	1	2	3	4	5	6
Показатель преломления	1,3710	1,3640	1,3700	1,3650	1,3580	1,3780
Содержание спирта, %	60,11	69,96	89,49	80,01	29,98	90,02



Процентное содержание спирта в исследуемых образцах

Из рисунка видно, что среди образцов, имеющих жидкую консистенцию, образец № 3 содержит наибольшее количество спирта — 89,49 %, а наименьшее содержится в образце № 2 — 69,96 %. Среди образцов, имеющих гелеобразную консистенцию, наибольшее содержание спирта обнаружено в образце № 6 — 90,02 %, а наименьшее в образце № 5 — 29,98 %.

При сравнении исследуемых образцов по главному действующему компоненту было определено, что среди образцов № 2 и 4, в составе которых содержится этиловый спирт, наибольшее его количество находится в образце 4 — 80,01 %. Среди образцов, содержащих изопропиловый спирт, наибольшее количество было выявлено в образце 6 — 90,02 %, а наименьшее в образце 5 — 29,98 %. Значительное превышение количества спирта у образцов № 4 и 6, найденного экспериментально, над количеством, указанным на упаковке, может быть связано с тем, что на показатель преломления данных образцов оказывает влияние не только количество спирта, но и количество глицерина, входящего в состав данных антисептиков.

Согласно рекомендации ВОЗ, для эффективной обработки кожи рук процентное содержание спирта должно быть не менее 60. Поэтому образец 5 не соответствует предъявляемым требованиям. Наибольшим количеством спирта обладает образец 6, что говорит о наибольшем его антибактериальном эффекте.

Факторами, влияющими на снижение процентного содержания спиртов в антисептических средствах, в первую очередь являются условия хранения. Для сохранения качества и эффективности антисептических средств следует придерживаться требований условий хранения, указанных на упаковке: плотное закрытие крышки после использования, что позволит свести к минимуму испарение спирта, а также соблюдение температурного режима. Следует учесть, что в зависимости от срока годности и срока хранения процентное содержание спирта в антисептике также может отличаться.

Рефрактометрический метод определения количества спирта в антисептиках применим для средств жидкой консистенции. В состав гелеобразных антисептиков входит глицерин, который может увеличивать показатель преломления, что приведет к искажению полученных результатов количества спирта в образцах.

Источники

1. Нормативные показатели безопасности и эффективности дезинфекционных средств : СанПиН 21-112-99. — Введ. 06.01.1999. — Минск, 1999. — 36 с.
2. *Васильев, В. П.* Аналитическая химия. Физико-химические методы анализа / В. П. Васильев. — М. : Дрофа, 2007. — 383 с.
3. Физика: Справочник. Физические величины. / А. П. Бабичев [и др.] ; под общ. ред. И. С. Грегорьева. — М. : Авторы, 1991. — 1232 с.

Н. А. Ёдко

Научный руководитель — кандидат исторических наук А. А. Киселев

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

В данной работе рассматривается государственно-частное партнерство в области образования. Актуальность данной темы состоит в том, что механизм ГЧП оказывает существенное воздействие на эффективность государственной политики. ГЧП повышает безопасность, результативность и потенциал в сфере образования.

Государственно-частное партнерство (далее — ГЧП) давно и основательно закрепилось и применяется в мировой практике привлечения частных компаний для долгосрочного финансирования общественной инфраструктуры, включая обширный круг объектов: транспорт, электротехника, теплоэнергетика, жилищно-коммунальное хозяйство и т.д. ГЧП является инструментом, позволяющим взаимовыгодно осуществлять с привлечением частного капитала долговременные инфраструктурные проекты с помощью эффективного распределения рисков и ответственности между государственным и частным партнерами.

Первоначальные шаги в формировании партнерства между государством и бизнесом в Беларуси, осуществляющие регулирование вопросов реализации инвестиций в форме концессий, были предприняты в 1991 г. при принятии Законов Беларуси «Об инвестиционной деятельности в Республике Беларусь» и «Об иностранных инвестициях на территории Республики Беларусь». Ключевую роль в развитии и становлении ГЧП сыграло принятие Программы деятельности Правительства Беларуси на 2011–2015 годы, которая определила формирование ГЧП в роли одного из главных направлений деятельности правительства на 5 лет. В рамках данной программы были разработаны и приняты Закон «Об инвестициях» и Закон «О концессиях», устанавливающие условия реализации инвестиций и концессий в стране. В свою очередь, принят Закон «О государственно-частном партнерстве», образован Межведомственный инфраструктурный координационный совет и разработан Национальный инфраструктурный план на 2016–2030 годы, ко-

торый отражает потребность страны и разрыв бюджетного финансирования на долговременную перспективу [2].

Сотрудничество частного и государственного секторов в области образования подразумевает на долгосрочной основе договорные отношения между органом власти и частным партнером для полного или частичного предоставления образовательной инфраструктуры и услуг. ГЧП активизирует новаторство, повышает безопасность, результативность и потенциал данной инфраструктуры. Кроме этого, гарантирует соответствующий контекст государственной политики, увеличивая доступ к образовательным услугам, оказываемым населению. Частный сектор предоставляет возведение, финансирование и эксплуатацию объектов в области образования, сохраняя право собственности на нее за государством.

Государственно-частное партнерство в Беларуси регулируется законодательством, которое определяет принципы и направления развития сотрудничества между государством и бизнесом. Основными нормативно-правовыми актами в регулировании ГЧП в образовательной инфраструктуре являются Закон Республики Беларусь от 30 декабря 2015 г. «О государственно-частном партнерстве», Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 6 июля 2016 г. «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь от 30 декабря 2015 г. "О государственно-частном партнерстве"», Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 27 июля 2016 г. «О проектах государственно-частного партнерства», Бюджетный кодекс, Налоговый кодекс, Кодекс об образовании [1].

Стратегическое направление применения ГЧП в образовательной сфере представлено в Национальной стратегии устойчивого развития до 2030 года и Национальной инфраструктурной стратегии 2017–2030 гг. Основной целью применения механизма ГЧП является повышение интеллектуального, технологического потенциала в области образования и науки как условия обеспечения устойчивого экономического роста и модернизации экономики страны. К объектам в сфере образования относят: детские сады, учебно-педагогические комплексы, школы и т.п. Механизм ГЧП в образовательной области направлен на реконструкцию, строительство, реставрацию детских садов, школ, центров развития ребенка, учебно-педагогических комплексов [1].

В рамках инфраструктуры образования к главным источникам финансирования создания и реализации деятельности учреждений образования относят: средства областного бюджета; средства частного сектора, выделяемые в рамках областных инвестиционных программ; собственные и заемные средства частного инвестора. Данное финансирование направляется на обеспечение деятельности учреждений образования и предоставления им услуг, а также на покрытие эксплуатационных затрат частного инвестора и обеспечение требуемого уровня доходности частного инвестора для достижения окупаемости инвестиций.

В Национальной инфраструктурной стратегии 2017–2030 гг. представлено топ-100 инфраструктурных проектов, где 27 из них — в области образования, направленных прежде всего на реконструкцию и построение

новых объектов. Кроме того, на сегодняшний день в Республике Беларусь реализуется семь пилотных проектов ГЧП, один из которых непосредственно в образовательной сфере. Проект предполагает строительство 3 детских дошкольных учреждений в районах Минской области в агрогородках Сенница, Михановичи и Мачулищи Минского района. Инициатором этого проекта является исполнительный комитет Минской области. В данном проекте формируется модель ГЧП «Проектирование — строительство — финансирование — эксплуатация». Частный партнер после строительства получает право на управление и обслуживание объекта в течение срока действия соглашения и передает объект государственному сектору [1].

Таким образом, в Республике Беларусь используются механизмы ГЧП в образовательной сфере. В целях реализации данного механизма создана необходимая законодательная база, выстроены планы и перспективы на дальнейшее развитие, сформированы инфраструктурные проекты.

Источники

1. Национальная инфраструктурная стратегия [Электронный ресурс] // Государственно-частное партнерство. — Режим доступа: <http://pppbelarus.by/nis/>. — Дата доступа: 08.10.2021.

2. Законодательство Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://economy.gov.by/ru/zakondatelstvo-ru/>. — Дата доступа: 08.10.2021.

Я. Д. Жукова

Научный руководитель — кандидат экономических наук А. А. Бажина

ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ СИНГАПУРА

В работе рассмотрен инновационный путь развития экономики Сингапура, представлены пятилетние планы развития, научная инфраструктура, а также описан проект «Умная нация».

Сингапур — экономический центр Азиатско-Тихоокеанского региона, который уже не первый год удерживает статус одной из самых крупных и развитых экономик в мире.

Несмотря на то, что сама страна обрела суверенитет относительно недавно, в 1965 г., но всего лишь за 30 лет она добилась таких высоких показателей в экономике, каких не добивалась ни одна страна в мире. При отсутствии каких-либо природных ресурсов Сингапур стал одной из самых богатых стран в мире. Выдающийся экономический рост Сингапура за такой небольшой промежуток времени назвали экономическим чудом. В настоящее время многие страны пытаются перенять этот опыт.

Наука и техника играют важную роль в выживании и успехе Сингапура и помогли преодолеть ограничения, связанные с небольшим размером города-государства и ограниченными ресурсами.

Научно-исследовательская деятельность Сингапура началась в 1991 г. с создания Национального совета по науке и технологиям и запуска первого пятилетнего Национального технологического плана.

Цель состояла в том, чтобы развивать высокотехнологичную деятельность, которая продвинула бы вверх по экономической цепочке создания стоимости и сформировала прочную базу ученых, инженеров и технологов, которые помогли бы стимулировать экономические преобразования и преобразования предприятий.

Название каждого плана пятилетнего развития Сингапура отражает ориентацию государства в технологиях, науке и инновациях: Национальный технологический план на 1991–1995 гг. — в этот период был создан Национальный совет по науке и технологиям; План по науке и технологиям на 1996–2000 гг.; План по науке и технологиям на 2001–2005 гг. — Национальный совет по науке и технологиям был реорганизован в Организацию по науке, технологиям и исследованиям, также был начат проект, посвященный биомедицинским наукам в Сингапуре; План по науке и технологиям на 2006–2010 гг. — в этот период был создан Национальный исследовательский фонд, запущена программа стратегических исследований в области охраны окружающей среды и водных технологий, а также интерактивных и цифровых медиа; план на 2011–2015 гг. получил название «Исследования, инновации и предпринимательство»; план на 2016–2020 гг. — это продолжение плана «Исследования, инновации и предпринимательство», и в этот период были приняты усилия в четырех стратегических областях:

- производство, торговля и связь — использование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (далее — НИОКР) для укрепления позиций Сингапура в качестве глобального делового и инновационного центра для передового производства и подключения;

- здоровье и потенциал человека — лучше защищать здоровье, развивать человеческий потенциал и создавать экономическую ценность для Сингапура;

- городские решения и устойчивое развитие — обновление и постройка пригодного для жизни, устойчивого и экономически динамичного города для завтрашнего дня;

- умная нация и цифровая экономика — развитие проекта по цифровизации страны «Умная нация» и закрепление позиций Сингапура как надежного центра цифровых инноваций [1].

Сингапур является ведущей страной по привлечению венчурного капитала.

Венчурный капитал — капитал вкладчиков, предназначенный для финансирования новых, растущих или борющихся за место на рынке предприятий и фирм (стартапов) и поэтому сопряженный с высокой или относительно высокой степенью риска.

Отчет Глобального инвестиционного индекса заявляет о том, что ведущие венчурные очаги, в том числе и Сингапур, будут по-прежнему привле-

кать венчурный капитал. Как прогнозируется, они быстро восстановятся после спада, связанного с пандемией, отчасти благодаря стремлению обеспечить доходность капитала по всему миру [2].

Стабильные и устойчивые инвестиции в НИОКР являются ключевым элементом стратегии экономического развития Сингапура. Была создана богатая и разнообразная исследовательская экосистема. Высшие учебные заведения, научно-исследовательские институты, организации по науке, технологиям и исследованиям, академические медицинские центры и больницы хорошо известны за высокое качество исследований.

В Сингапуре разработана исследовательская инфраструктура и созданы объекты мирового класса для укрепления экосистемы страны, включая Национальный морской заповедник острова Сент-Джонс, лабораторию и Национальный суперкомпьютерный центр.

Исследователи Сингапура также развили конкурентоспособные на международном уровне возможности в таких областях, как квантовые технологии, исследования глаукомы и сосудов сетчатки, 2D-материалы и фотоника. Это не только позволило создать новые возможности в смежных областях технологий, но и продолжает привлекать местные и глобальные таланты для работы в новых областях науки здесь.

С 1998 г. число исследователей на 1000 человек рабочей силы удвоилось, что повысило национальный потенциал страны в области инноваций в академических кругах, промышленности и правительстве.

Правительство будет поддерживать инвестиции в исследования, инновации и предпринимательство на уровне около 1 % ВВП Сингапура в течение 2021–2025 гг. Это составляет около 25 млрд дол. и отражает устойчивую долгосрочную приверженность правительства Сингапура НИОКР в рамках экономических циклов.

На данный момент в Сингапуре находится в процессе реализации проект «Умная нация». По мнению авторов концепции, это амбициозная программа, которая перенесет город, его жителей и правительство в цифровую эпоху — а может быть, и еще дальше.

Разработчики инициативы «Умная нация» фактически создали в городе полигон для тестирования технологических решений городских проблем, чтобы упростить жизнь горожан при высокой плотности населения. Десятки тысяч датчиков, установленных по всей территории страны, собирают и передают на специальную платформу все данные, которые относятся к жилью, удобствам и общественной инфраструктуре [3].

Проект «Умная нация» сделает жизнь населения Сингапура проще, безопаснее и технологичнее.

Сингапур в настоящее время — это динамично развивающаяся страна с растущей экономикой. Экономический рост обусловлен широкомасштабными исследованиями, развитием науки и технологий, постоянным внедрением инноваций во все сферы жизни. В Сингапуре установлены строгие законы и жесткая система штрафов, что делает эту страну также юридически привлекательной для инвесторов.

Источники

1. Research, Innovation and Enterprise 2025 Plan [Electronic resource] // National Research Foundation Prime Minister's Office Singapore. — Mode of access: https://www.nrf.gov.sg/docs/default-source/default-document-library/rie_booklet_fa2021_pages.pdf. — Date of access: 02.10.2021.
2. Singapore. Global Innovation Index 2021 [Electronic resource] // WIPO. — Mode of access: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021/sg.pdf. — Date of access: 03.10.2021.
3. *Гидаспов, А.* Сингапур растит «умную нацию» / А. Гидаспов // Новый телеком. — 2017. — № 5. — С. 21–37.

В. С. Иванова

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л. С. Климченя

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Более 60 % населения Беларуси пользуется интернетом. Большинство из них решают свои ежедневные домашние и рабочие задачи. Практически все долгосрочные покупки планируются при помощи интернета.

Сегмент электронной коммерции в Республике Беларусь развивается достаточно интенсивно: с 2015 по 2020 г. количество интернет-магазинов увеличилось в 2,2 раза (на 14 280 ед.) и на 01.01.2021 г. составило 25 539 ед. [1].

В долгосрочной перспективе планируется развитие национальной электронной экономики с широким внедрением передовых информационных технологий в систему государственного управления, производство, торговлю, здравоохранение, образование и другие сферы жизни общества, интеграция национальной электронной экономики в мировую [2, с. 94].

При общем незначительном росте мировой экономики в последние годы рынок электронной коммерции является наиболее динамичным и быстрорастущим. Главными причинами этого выступают рост количества пользователей сети Интернет как частных, так и корпоративных, а также совершенствование технических условий электронного пространства.

По данным исследования E-data, проведенного маркетплейсом Deal.by, в 2020 г. онлайн-продажи показали самые высокие темпы роста с 2018 г. Такие показатели обусловлены увеличением онлайн-покупок белорусов во время самоизоляции. По оценке Deal.by, в сравнении с прошлым годом за восемь месяцев 2020 г. товарооборот в интернете вырос на 30 %. По данным Белстата, вся розница за аналогичный период прибавила 7 %. Активность покупателей на некоторых площадках за апрель — июнь выросла в два и более раза [3].

Согласно данным исследования, в 2020 г. более 50 % белорусов совершали покупки в интернете. Женщины проявляют большую активность в интернет-покупках. Среди опрошенных женщин почти четверть сказали, что стараются большинство вещей покупать в интернете. У мужчин этот показатель составил 15 %. Большинство белорусов покупают в интернете технику и электронику, одежду, обувь и аксессуары, косметику и парфюмерию, готовую еду с доставкой и товары для детей. Больше всего в онлайн вырос спрос на медицинские товары и продукты питания, а 60 % онлайн-заказов осуществляется через смартфон. Рост доставки еды связан с фактором коронавируса, активной экспансией сервиса menu.by в регионах и появлением нового игрока delivio.by [3].

Факторами, обуславливающими рост объемов электронных продаж, выступают цена и широкий ассортимент. Так, среди тех, кто за последний год покупал одежду в интернете, 73 % отметили, что в онлайн ниже цены и больше выбор, чем в обычных магазинах. Также отметили такие факторы, как отсутствие личного контакта с продавцом, возможность никуда не ходить и удобную доставку [3].

Согласно отчету Digital 2021, опубликованному WeAreSocial и Hootsuite, во всем мире за последний месяц 76,8 % интернет-пользователей в возрасте от 16 до 64 лет совершали онлайн-покупки с любых устройств. Самый большой процент онлайн-покупателей среди интернет-пользователей — в Индонезии (87,1 %), Великобритании (85,5 %), Таиланде (83,6 %). Меньше всего — в России (60 %), Южной Африке (57,7 %), Египте (56,6 %). Потребительские товары в интернете в 2020 г. приобретали 3,47 млрд людей во всем мире. Объем этого рынка вырос на 25,7 %, составив 2,44 трлн дол. В среднем 1 пользователь потратил в интернете на потребительские товары в прошлом году 703 дол. В 2020 г. онлайн-расходы в секторе туризма и проживания сократились на 51 %, до 593,6 млрд дол. В категории «мода и красота» онлайн было потрачено 665,6 млрд дол. (+27 % г/г). Сектор продуктов и средств гигиены вырос на 41 %, до 413,8 млрд дол. Онлайн-продажи мебели и товаров для дома выросли на 20 %, до 330,9 млрд дол., а игрушек, товаров для хобби и рукоделия — на 25 %, до 525,6 млрд дол. [4]. В таблице представлены показатели, характеризующие онлайн-продажи в разрезе ряда стран.

Объемы рынков онлайн-продаж в 2020 г.

Страны	Показатель		
	Рост объема продаж к предыдущему году, %	Покупаемые товары	Расходы потребителей на онлайн-торговлю, млрд дол.
1	2	3	4
США	21,3	Продукты питания, одежда	861,12

1	2	3	4
Великобритания	36	Товары для дома и сада, обувь, электроника	133
Германия	14,6	Электроника, мода и красота, товары личной гигиены, мебель и товары для дома, еда	92
Франция	8,5	Продукты питания, одежда, товары для дома	129
Нидерланды	7	Продукты, товары для дома и быта, товары для сада, товары для спорта и отдыха	30,8
Италия	23,8	Электроника, еда и товары личной гигиены, мебель, товары для дома и сада, игрушки и хобби	20,63
Польша	8	Одежда, бытовая электроника, мебель, продукты питания и игрушки	25,5
Греция	51	Продукты питания, одежда, товары для дома	17,3
Украина	41	Товары для дома, одежда, электроника, продукты питания	40,5
Россия	78	Продукты питания, одежда, товары личной гигиены	44,9
Южная Корея	18,4	Продукты питания и предметы домашнего обихода, доставка еды	144,5
Беларусь	40	Продукты питания, одежда, товары для дома	1

Источники: составлено автором по данным из источника [3].

Как видно из приведенных в таблице данных, отдельные страны имели рост объемов продаж в 2020 г. более 35 % (Великобритания, Беларусь, Россия, Украина). При этом больше всего расходов на покупки в интернете сделали жители США, а меньше всего — Беларусь.

Таким образом, можно отметить, что для обеспечения эффективной динамики в секторе электронной коммерции необходимо учитывать тенденции, которые отражают развитие этого направления и позволяют формировать конкурентный рынок. При этом следует отметить то, что, поскольку рынок электронной коммерции связан с интересами его граждан и местных производителей, государство должно активно участвовать в разработке и реализации концепции развития рынка электронной коммерции в условиях глобализации, учитывая интересы всех субъектов экономических отношений.

Источники

1. За 1-е полугодие количество интернет-магазинов в Беларуси увеличилось на 5,7 % и достигло 26 994 единиц [Электронный ресурс] // Belretail. — Режим доступа: <https://belretail.by/news/za-e-polugodie-kolichestvo-internet-magazinov-v-belarksi-uvlechilos-na-i-dostiglo-edinits>. — Дата доступа: 13.10.2021.

2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. — Дата доступа: 13.10.2021.

3. Что произошло на рынке e-commerce Беларуси в 2020 году? [Электронный ресурс] // Belretail. — Режим доступа: <https://belretail.by/news/chto-proizoshlo-na-rynke-e-commerce-belarusi-v-godu-issledovanie-e-data>. — Дата доступа: 13.10.2021.

4. Как в 2020 году росли рынки e-commerce в разных странах? [Электронный ресурс] // Belretail. — Режим доступа: <https://belretail.by/news/kak-v-godu-rosli-rynki-e-commerce-v-raznyih-stranah/> — Дата доступа: 13.10.2021.

А. А. Ищенко

Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Головач

АМОРТИЗАЦИЯ И ОБЕСЦЕНЕНИЕ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ: ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАТЕГОРИЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЭКОНОМИКИ И МЕТОДОЛОГИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

В статье рассматривается амортизация и обесценение основных средств с целью обоснования необходимости их бухгалтерского учета на разных синтетических счетах.

Амортизация и обесценение — основополагающие аспекты в бухгалтерском учете основных средств в любой организации. Как амортизация, так и обесценение позволяют им повышать эффективность своей деятельности, соответствовать современным тенденциям, т.е. идти в ногу со временем.

Амортизация — это процесс перенесения стоимости объектов основных средств на стоимость производимых с их использованием продукции, работ, услуг. Амортизация как часть стоимости реализованной продукции, работ, услуг, произведенных с их использованием, является одним из основных финансовых источников их обновления (ремонта, модернизации, реконструкции и т.д.) в случае физического и (или) морального износа [1].

Обесценение же представляет собой уменьшение стоимости объекта основных средств в результате того, что он перешел из разряда эффективных активов в разряд неэффективных. Этому могут сопутствовать такие причи-

ны, как неполучение экономических выгод от данного объекта основных средств, превышение затрат по его содержанию и использованию над получаемым доходом и др. Иными словами, обесценение позволяет предприятию избавиться от лишних затрат по невыгодным объектам основных средств [2].

С 2012 г. и по настоящее время учет амортизации и обесценения ведется обособленно на счете 02 «Амортизация основных средств». Автор, являясь сторонником динамической теории бухгалтерского баланса, не согласен с таким способом ведения учета по данному счету, основанному на статической теории бухгалтерского баланса, и считает, что амортизация и обесценение, будучи совершенно разными процессами, не могут учитываться на одном и том же счете.

Согласно статической теории амортизация трактуется как процесс утраты стоимости актива. Как известно, данная теория основывается на принципе фиктивной ликвидации. Стоимость фиктивной ликвидации актива при текущей инвентаризации будет всегда меньше стоимости, полученной в процессе предыдущей инвентаризации. Именно поэтому в данной теории амортизация и считается потерей стоимости актива, что, в свою очередь, тождественно обесценению. Согласно же динамической теории, амортизация трактуется как процесс распределения стоимости актива на период срока его полезного использования [3].

Затраты — это стоимостная оценка ресурсов, которые потребляются организацией в процессе производства и реализации товаров, продукции, выполнения работ, оказания услуг, а также формируют их себестоимость [4].

Итак, затраты — это не безвозмездная трата ресурсов. Они возмещаются за счет реализуемых товаров, продукции, работ, услуг, так как составляют их себестоимость, а себестоимость — основа для определения цены реализации.

Согласно инструкции о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов, амортизация входит в состав затрат, относимых на себестоимость продукции. Именно поэтому амортизация и обесценение — совершенно разные процессы. Обесценение — это чистые убытки организации, не возмещаемые ничем, а амортизация, как было изложено ранее, возмещается за счет выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг [5].

Таким образом, согласно динамической теории бухгалтерского баланса, амортизация и обесценение — абсолютно разные понятия, поэтому, по мнению автора, их учет на одном и том же счете неуместен. Вышесказанное, несомненно, наводит на размышления: не идет ли речь об одном и том же процессе, рассматриваемом с позиций разных концепций. Данное размышление может привести к двум ответам: с технической и с логической стороны.

Рассматривая данный вопрос с технической стороны, можно прийти к выводу, что амортизация и обесценение все-таки один и тот же процесс: в обоих случаях происходит уменьшение стоимости актива. Однако, рассматривая данный вопрос с логической стороны, это совершенно не так. Да, в обоих случаях происходит уменьшение стоимости актива, но в случае амортизации оно возмещается, а в случае обесценения — нет. Чтобы

убедиться в этом, рассмотрим следующий пример. Допустим, организация приобрела станок «Луч», первоначальная стоимость которого составила 100 000 руб. Срок его полезного использования — 5 лет, амортизация начисляется линейным методом. «Луч» производит только продукцию «А», объем реализации которой в стоимостном выражении за отчетный месяц составил 10 000 руб. Также все затраты, относимые на себестоимость производимой продукции «А» (за вычетом амортизации), за отчетный месяц составили 5000 руб. Исходя из условия, составим следующие бухгалтерские записи (табл. 1).

Таблица 1

Корреспонденция счетов по учету затрат на производство и отражению финансового результата от реализации продукции «А»

Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма, руб.
На сумму затрат по производству продукции «А» (за вычетом амортизации)	20	10,70, и др.	5000
На сумму начисленной амортизации	20	02	1667
На сумму фактической себестоимости готовой продукции «А»	43	20	6667
На сумму фактической себестоимости реализованной продукции «А»	90/4	43	6667
На сумму выручки, полученной от реализации продукции «А»	62	90/1	10 000
На сумму НДС, исчисляемого из выручки от реализации	90/2	68	1666,7
На сумму полученной прибыли от реализации продукции «А»	99	90/11	1666,3

Как видно из вышеуказанных бухгалтерских записей, амортизация по станку «Луч» вошла в себестоимость продукции «А» и возместилась в момент получения выручки от ее реализации. Следовательно, амортизация не является безвозмездной потерей стоимости актива, как обесценение.

Преобразуем условие данного примера. Допустим, было выяснено, что станок «Луч» в отчетном месяце был подвергнут обесценению на 10 000 руб. Отразим это следующей бухгалтерской записью (табл. 2).

Таблица 2

Корреспонденция счетов по учету обесценения станка «Луч»

Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма, руб.
На сумму обесценения станка «Луч»	91/4	02	10 000

Вышеуказанная бухгалтерская запись подтверждает, что обесценение — это чистые убытки организации, ничем не возмещаемые, в отличие от амортизации.

Таким образом, по итогу проведенного исследования автор предлагает разделить бухгалтерский учет амортизации и обесценения по абсолютно разным синтетическим счетам, чтобы обеспечить их объективное отражение. Это приведет к оптимизации отражения информации об основных средствах в бухгалтерской и финансовой отчетности, что, в свою очередь, сделает ее более достоверной для пользователей.

Источники

1. Амортизация основных средств в 2019 году [Электронный ресурс] // GB.by — Бухгалтерский портал. — Режим доступа: <https://www.gb.by/articles/amortizatsiya-osnovnykh-sredstv-v-2019-g>. — Дата доступа: 09.10.2021.

2. Обесценение основных средств. Амортизация основных средств по МСФО [Электронный ресурс] // Научные статьи Казахстана. — Режим доступа: <https://articlekz.com/article/8121>. — Дата доступа: 09.10.2021.

3. Статическая и динамическая концепция бухгалтерского учета [Электронный ресурс] // StudRef. — Режим доступа: https://studref.com/511771/buhgalterskiy-uchet_i_audit/staticheskaya_dinamicheskaya_kontseptsiya_buhgalterskogo_ucheta. — Дата доступа: 09.10.2021.

4. Классификация расходов и затрат предприятия [Электронный ресурс] // Белорусский государственный технологический университет. — Режим доступа: <https://www.belstu.by/Portals/0/userfiles/97/uchebnaya%20rabota/Управленческий%20бухгалтерский%20учет/KRIZ--Lekciya-2.docx>. — Дата доступа: 09.10.2021.

5. Инструкция о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов [Электронный ресурс] : утв. М-вом экономики Респ. Беларусь, М-вом финансов Респ. Беларусь и М-вом архитектуры и строительства Респ. Беларусь 27.02.2009 г. № 37/18/6 : в ред. от 19 дек. 2019 г. № 25/79/70 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

6. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов [Электронный ресурс] : утв. М-вом финансов Респ. Беларусь 30.09.2011 г. № 102 : в ред. от 22 дек. 2018 г. № 74 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

Е. Г. Казакова

Научный руководитель — А. В. Кармызов

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ ТРАНЗИТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И УСЛОВИЯ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ

В статье представлен обзор отдельных релевантных способов оценки транзитного потенциала Республики Беларусь, а также охарактеризованы условия и сферы их возможного использования в наблюдаемых условиях среды.

Сегодня транзитный потенциал Республики Беларусь определяется как геоэкономическими условиями, так и реализацией имеющихся преимуществ. Транспортный сектор играет важную роль в экономике и обеспечивает значительные поступления в доходную часть бюджета за счет транзитных услуг, способствует развитию внутренней и внешней торговли. По итогам 2020 г. доля всей транспортной отрасли в валовом внутреннем продукте Республики Беларусь составила 5,1 %. Транспортные услуги формируют почти 42 % общего объема экспорта услуг страны и более 50 % сальдо внешней торговли услугами. За 2020 г. экспорт транспортных услуг составил 3,7 млрд дол., положительное сальдо внешней торговли транспортных услуг — 1,8 млрд дол. [1]. Транзитный потенциал неразрывно связан с обеспечением перемещения потоков пассажиров, грузов и информации через промежуточные пункты (регионы, страны). Оценка транзитного потенциала является одним из условий комплексной организации и координации деятельности по формированию привлекательной инфраструктуры, которая, в свою очередь, способствует привлечению средств в бюджет государства, активизации деловой активности и установлению взаимовыгодных международных хозяйственных связей. Например, в рамках одной из кажущихся нам релевантной насущной реальности методик данной характеристики региона, предложенной Т. В. Романьковой [2] (разработана на основе исследований таких авторов, как И. А. Еловой, Р. Б. Ивуть, Н. Кудряшов, А. А. Нечай, И. В. Жук, В. С. Миленький, О. В. Телегина), используется следующая система показателей:

1) скорость движения транзитного потока по территории региона, установленная исходя из расстояния его перемещения и времени движения (чем выше скорость движения потока по территории региона, тем лучше развит транзитный потенциал региона);

2) скорость перемещения транзитного потока, определяемая на основании расстояния перемещения и времени пребывания транзитного потока в пути следования (чем выше скорость перемещения транзитного потока, тем больше создано условий в государстве для беспрепятственного перемещения грузов через государственную границу и по его территории, соответственно, более развит транзитный потенциал);

3) время доставки транзитного потока, определяемое как отношение расстояния перемещения, которое проходит транзитный поток из начальной точки до конечной точки потребления, к скорости перемещения (чем меньше тратится времени на путь следования транзитного потока, тем лучше развит транзитный потенциал региона);

4) частота перемещения транзитного потока, рассчитываемая исходя из количества совершаемых транзитных перевозок за определенный период времени (чем выше частота перемещения транзитного потока, тем чаще перемещаются грузы по территории региона, и это свидетельствует о том, что грузоотправители при определении маршрута доставки груза отдают предпочтение территории Республики Беларусь, т.е. более развит транзитный потенциал);

5) время движения транзитного потока, рассчитываемое из расстояния, проделанного транзитным потоком по территории промежуточных пунктов, к скорости движения (меньшее значение времени на движение транзитного потока свидетельствует о развитии транзитного потенциала);

6) мощность транзитного потока, определяемая по объему транзита, перемещаемого в единицу времени (чем мощнее транзитный поток, тем больше масса груза, перемещаемая в единицу времени, и больше развит транзитный потенциал региона);

7) густота транзитных путей сообщения грузов (чем больше расположено транзитных путей сообщения в регионе, тем лучше развит его транзитный потенциал);

8) величина транзитного грузооборота, приходящаяся на 1 млрд руб. валового регионального продукта (чем выше величина транзитного грузооборота, приходящаяся на 1 млрд руб. валового регионального продукта, тем лучше развит транзитный потенциал);

9) доля дохода от транзита в общей величине валового регионального продукта региона (чем больше доля дохода от транзитных перевозок, тем их больше и тем выше степень развития транзитного потенциала);

10) доля транзитных потоков в общей величине перевезенных грузов (чем больше доля транзитных потоков, тем лучше развит транзитный потенциал региона).

Для оценки транзитного потенциала Т. В. Романькова предлагает также использовать подход, основанный на расчете среднего динамического показателя. Уровень среднего динамического показателя в данном случае свидетельствует о степени развития транзитного потенциала региона (возможны 5 степеней) [2]. Данная градация позволяет установить более точное значение степени развития транзитного потенциала региона и разработать конкретные мероприятия по ее повышению. То есть используемая в рамках данного подхода система позволяет установить степень развития транзитного потенциала региона, провести сравнительный анализ по каждой области и разработать стратегическую карту, в которой будет определен вектор развития транзитного и логистического потенциалов по каждому из них.

Еще одним заслуживающим внимания направлением исследования транзитного потенциала Республики Беларусь является проводимая в рамках международного проекта Amber Coast Logistics разработка индекса транзита (LPI), поскольку транзитный потенциал является одной из характеристик логистической системы. Данный индекс предназначен для оценки эффективности логистической деятельности отдельного государства или региона в целом. Он оценивается Всемирным банком на основе опроса ряда субъектов хозяйствования, связанных с осуществлением логистической деятельности. Опрос состоит из двух частей: определяется международный LPI и внутренний. На их основе рассчитывается интегральный показатель LPI и место среди стран мира, участвующих в рейтинге [3]. LPI определяется по следующим критериям: эффективность таможенного и пограничного контроля; качество торговой и транспортной инфраструктуры; конкурентоспо-

способность цены поставок; компетентность и качество логистических услуг; возможность отслеживать грузы; частота, с которой поставки достигают покупателя в запланированные или ожидаемые сроки.

По итогам 2020 г. Республика Беларусь заняла 120-е место среди 160 оцененных исследованием стран, разместившись по соседству с Ямайкой и Тринидадом. По всем критериям в нашей стране отмечено ухудшение [4].

То есть анализ LPI может использоваться как для комплексной оценки развития логистики страны, так и для факторного анализа ее логистической привлекательности. Вместе с тем в нем отдельно не рассматриваются факторы, определяющие транзитные возможности государства.

На основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что вопрос о выборе конкретной методики оценки транзитного потенциала остается дискуссионным и допускает вариативность ответа, которая определяется целью и задачами конкретного проекта. Это формирует множественность альтернатив ведения проблемно ориентированных исследований, но и усложняет работу по сопоставлению и использованию их результатов в разных областях администрирования.

Источники

1. Транспорт и логистика [Электронный ресурс] // Президент Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/osnovnyye-otrasli/sfera-uslug/transport-i-logistika>. — Дата доступа: 10.10.2021.

2. Романькова, Т. В. Методические аспекты оценки транзитного потенциала региона / Т. В. Романькова // Весн. Магілёўс. дзярж. ун-та імя А. А. Куляшова. Сер. Д. Эканоміка, сацыялогія, права. — 2020. — № 1 (55). — С. 20–23.

3. Logistics Performance Index [Electronic resource] // Word bank. — Mode of access: <https://lpi.worldbank.org/>. — Date of access: 09.10.2021.

4. Всемирный банк удивил логистов [Электронный ресурс] // Logists — Режим доступа: <https://logists.by/logistics/logistics-management/vsemirnyy-bank-udivil-logistov>. — Дата доступа: 08.10.2021.

М. В. Каменев, А. Ю. Коршиков

Научный руководитель — кандидат психологических наук З. В. Пунчик

КРИТЕРИИ ВЫБОРА VI-СИСТЕМЫ

Существует огромный выбор программных продуктов для компаний, желающих автоматизировать отчетность, получить полную картину ключевых показателей эффективности внутренних и внешних процессов и обеспечить более высокий уровень бизнес-аналитики в целом. На рынке представлены буквально сотни предложений продуктов на выбор: поиск по запросу «программное обеспечение для бизнес-аналитики» выдает свыше 24 млн ответов. Большинство продуктов бизнес-аналитики функционально во мно-

гом аналогичны, и существует распространенное мнение, что чем крупнее компания-поставщик, тем качественнее продукт, который она может предоставить, однако это не совсем так. Кроме того, объективный выбор BI-системы для компании затруднен тем, что порядка 50 отдельных поставщиков (вендоров) в данной сфере используют сервисы AdWords для повышения эффективности рекламы своих программных продуктов.

Таким образом, при выборе BI-системы для конкретной компании с большой долей вероятности возникают проблемы с выбором определенного поставщика.

Чтобы упростить процесс принятия решений, большинство компаний составляют список предпочтительных поставщиков на основе определенного набора критериев, а затем приглашают компании, включенные в данный список, для определения подходящего вендора. Зачастую это представляет собой сложный процесс RFI с обширными контрольными списками, в которых различные продукты сравниваются по ряду критериев и факторов. Большинство оценок содержат длинный список функциональных критериев как с точки зрения технологий, так и с точки зрения бизнеса. После обзоров продуктов, в соответствии с этими критериями, их необходимо оценить, а затем ранжировать, создавая итоговую оценку, которая определяет победителя. Объективная оценка поможет найти наилучшее решение для организации [1].

На практике уже выработаны основные критерии, которые компании должны учитывать в процессе выбора инструмента бизнес-аналитики [1]. К ним относят следующие:

1. Гибкость системы. Есть суждение, раскрывающее сущность ERP-систем: «Они как цемент — вы можете залить его так, чтобы он выглядел как угодно, но как только он высохнет, вы будете не в состоянии его изменить». Многие современные решения для бизнес-аналитики включают обширные инфраструктурные проекты — создание жестких хранилищ данных и небольших армий гиперкубов OLAP в течение нескольких месяцев — с фактическими приложениями, достигающими конечных пользователей только в самом конце проекта.

Хотя эти реализации могут обеспечить реальную ценность для бизнеса, их успех зависит от четкого понимания бизнес-факторов и требований в начале проекта. Как известно, аналитическое проектирование обычно представляет собой итеративный процесс. Для компаний, где направление бизнеса быстро меняется или где раньше не было четкой программы анализа, возможность быстрого изменения аналитических приложений после их развертывания оказывает значительное влияние на успех проекта.

2. Скорость внедрения. Точно так же, как маркетологи говорят о предоставлении «целостного продукта», а не просто части общей технологии, компании должны учитывать время, необходимое для внедрения полного рабочего решения, которое позволит бизнес-пользователям ответить на бизнес-вопросы. Здесь нужно следить за двумя показателями: временем до

развертывания первого приложения конечному пользователю и общим временем развертывания для всего проекта.

Точного времени внедрения BI-системы не существует, так как каждый проект сильно варьируется. Это зависит от объема данных, количества ключевых показателей эффективности, существующей или несуществующей инфраструктуры, совершенно новой или расширяющейся системы бизнес-аналитики.

Новые проекты BI занимают гораздо больше времени, чем расширение существующей системы с помощью дополнительных ключевых показателей эффективности.

Для новых проектов в среднем за 8 месяцев оптимизируется работа с хранилищем данных и 1 полноценный дашборд. За год — 3 дашборда по 10–15 KPI (ключевой показатель эффективности) в каждом. Данные показатели могут варьироваться в зависимости от количества KPI и объема данных в компании [2].

На сегодняшний день многие из доступных решений для бизнес-аналитики являются «тяжелыми для инфраструктуры», с обширной работой по развертыванию перед применением. При выборе подходящего поставщика компании должны знать о сроках, которые требуются поставщикам для реализации, и о том, как эти сроки соответствуют их ожиданиям и требованиям к проекту. Во время оценки вендоров компании должны обязательно включить по крайней мере одного поставщика с опытом быстрого развертывания (от начала до конца — 1 месяц или менее), чтобы они могли взвесить преимущества и недостатки в процессе оценки.

3. Простота использования. Компания-поставщик может обещать создать самую мощную и сложную систему бизнес-аналитики в мире. Но если никто в компании не использует ее, потому что она слишком сложна для понимания, система будет бесполезной.

Простота использования оценивается с двух сторон: во-первых, для конечных пользователей, которые фактически используют приложения, во-вторых, для IT-отдела, который поддерживает и изменяет приложения бизнес-аналитики. И то, и другое оказывает значительное влияние на успех BI-системы в долгосрочной перспективе. Несмотря на это, простота использования часто упускается из виду в процессе выбора бизнес-аналитики. Возможно, потому, что это атрибут, который трудно измерить, и стандартный процесс RFI не решает эту проблему.

Таким образом, несмотря на огромное обилие вендоров BI-систем на рынке, необходимо ответственно подходить к выбору оптимального. Ведь от качества выбора BI-системы во многом зависит успех компании в целом. Учитывая перечисленные в рамках статьи факторы: скорость внедрения, гибкость и простота использования, компании могут значительно улучшить качество бизнес-аналитики и на основе полученной информации выстроить пути достижения долгосрочных целей.

Источники

1. *Sherman, R.* Business Intelligence Guidebook: From Data Integration to Analytics / R. Sherman. — USA : Morgan Kaufmann, 2015. — 550 p.
2. What is the average time for a BI implementation [Electronic resource] // Quora. — Mode of access: <https://www.quora.com/What-is-the-average-time-for-a-BI-implementation>. — Date of access: 10.10.2021.

В. Ю. Канаиш

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. Ф. Горбач

ОЦЕНКА РОЛИ КРЕДИТНЫХ РЕСУРСОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЗАО «БЕЛАСЕПТИКА»

В статье рассмотрена роль кредитных ресурсов в управлении организацией, влияние заемных средств на принятие управленческих решений, а также сделаны рекомендации по совершенствованию структуры заемного капитала ЗАО «БелАсептика».

В настоящее время кредиты коммерческих банков, обеспечивая хозяйственную деятельность организаций, способствуют их развитию, увеличению объемов производства продукции, работ, услуг.

Кредит — это денежные средства, которые предоставлены кредитодателем кредитополучателю в размере и на условиях, предусмотренных кредитным договором.

Актуальность исследования обусловлена тем, что на сегодняшний день вести предпринимательскую деятельность практически невозможно без привлечения кредитов. От правильности и достоверности аналитических данных по заемным ресурсам зависит знание руководством предприятия их объемов и структуры. Грамотный анализ позволит в дальнейшем выбрать наиболее удобный и выгодный для предприятия вид получения дополнительных денежных средств.

Исследование проводилось на фактических данных одного из белорусских предприятий — закрытого акционерного общества «БелАсептика» (далее — ЗАО «БелАсептика»).

ЗАО «БелАсептика», образованное в 1995 г., — одно из крупнейших в Беларуси предприятий профессиональных антисептических, дезинфицирующих, стерилизующих, лекарственных, моющих, чистящих средств, средств бытовой химии, продукции из растительного сырья для организаций здравоохранения, образования, социального обеспечения, пищевой промышленности, коммунально-бытового обслуживания.

Кроме того, ЗАО «БелАсептика» производит и реализует изделия медицинского назначения (вата медицинская, локтевые дозаторы); имеет в своем

составе аккредитованные лаборатории научных исследований, разработки новых технологий и контроля качества. При производстве продукции используется сырье ведущих производителей мировой химической промышленности. На производстве применяются современные технологии, соответствующие международным стандартам качества ISO 9001 и процедурам GMP.

Однако ЗАО «БелАсептика», согласно данным бухгалтерской (финансовой) отчетности, является неплатежеспособным и неустойчивым субъектом хозяйствования, так как одновременно коэффициент текущей ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами на конец анализируемого периода (2020 г.) оказались меньше их нормативных значений. Значение коэффициента финансового рычага выше нормативного за весь анализируемый период, это увеличивает предпринимательский риск организации. Такое финансовое состояние объясняется тем, что согласно кредитному договору организация все полученные ресурсы использует на создание инвестиционного имущества в виде производственного здания, а также на погашение процентов по заключенному кредитному договору.

В то же самое время положительным моментом для ЗАО «БелАсептика» является отсутствие просроченных задолженностей по погашению кредитов, включая основной долг и начисленные проценты за пользование кредитными средствами. Доля заемных средств постепенно уменьшается, что приводит к увеличению прибыли, поскольку ее часть не будет уходить на погашение кредитов и выплату процентов за пользование заемными средствами.

Полученные выводы подтверждает рассчитанный эффект финансового рычага: в отчетном периоде его значение равно 2,128, что говорит об увеличении собственных средств организации на 2,128 % за счет эффективного использования заемных средств.

Эффект получился положительный, поскольку средневзвешенная цена заемного капитала стала ниже рентабельности совокупного капитала.

Таким образом, руководство ЗАО «БелАсептика» должно последовательно проводить политику постоянного возобновления заемных средств, привлекаемых как на краткосрочной основе, так и на долгосрочной.

Для целей управления платежеспособностью рекомендуем использовать платежный календарь либо план движения денежных средств, при составлении которых необходимо как минимум достичь баланса между остатками денежных средств на расчетных счетах и в кассе и ожидаемыми поступлениями платежных средств за период, с одной стороны, и платежными обязательствами на тот же период — с другой. Величина периода, на который составляются указанные документы, не регламентируется — она зависит от особенностей хозяйственной деятельности и необходимой степени точности. Смета движения денежных средств является частью финансового плана организации и может составляться на год, квартал, месяц. Платежный календарь представляет собой детализированный план движения денежных потоков.

Предлагаем следующие рекомендации по совершенствованию структуры заемного капитала ЗАО «БелАсептика»:

- уменьшение доли кредиторской задолженности;
- уменьшение размера дебиторской задолженности с целью привлечения средств;
- инвестиции в новые, более ликвидные объекты;
- осуществление перехода от краткосрочного кредитования к долгосрочным кредитам;
- анализ возможности получения займов на более выгодных условиях, чем получение кредитов;
- бухгалтерии необходимо систематически следить за состоянием расчетной дисциплины, больше внимания уделять проведению регулярных проверок расчетов по кредитам;
- усиление контроля за своевременным погашением кредитов.

Источник

ЗАО «БелАсептика» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://belaseptika.by/>. — Дата доступа: 01.10.2021.

К. А. Клентак

Научные руководители — кандидат экономических наук Е. Н. Дудко,
С. В. Савенко

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ЭКОСИСТЕМЫ. АКТУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БЕЛАРУСИ

В работе раскрыта важность и актуальность развития стартап-экосистем в современных условиях хозяйствования. На конкретных примерах продемонстрированы пути успешного функционирования данных систем. Описано актуальное состояние белорусской стартап-экосистемы, предложены способы ее усовершенствования.

В начале десятилетия в Беларуси инновационных предпринимательских проектов было немного, а само слово «стартап» было известно только в узких кругах. Но ситуация существенно изменилась за последние годы. Белорусские стартапы «повзростели», расширили географию продаж, стали привлекать больше инвестиций. В связи с этим и белорусская стартап-экосистема начала образовываться.

Не существует единого определения стартап-экосистемы, но зачастую она трактуется как динамичные и совместно развивающиеся сообщества, состоящие из разнообразных субъектов, создающих и получающих новое содержание в процессе как взаимодействия, так и конкуренции. Ошибочно

полагать, что стартап-экосистема это только стартапы. Также она включает: колледжи, университеты, образовательные программы, бизнес-ангелов, венчурные компании, краудфандинговые сайты, ссуды и гранты, инкубаторы и акселераторы, в некоторых случаях активным участником выступают СМИ, корпорации и поддерживающие госучреждения, научно-исследовательские организации. Члены стартап-экосистемы работают вместе, чтобы способствовать инновациям в своем местном сообществе (конкретный город, регион или комплекс зданий) и использовать доступные им ресурсы для создания и масштабирования нового бизнеса.

Необходимо отметить, что в мировом рейтинге стартап-экосистем StartupBlink за 2020 г. Беларусь находится на 63 позиции, по сравнению с 2019 г. наша страна понизила свой результат на 8 строчек. Для ознакомления с международным опытом развития стартап-экосистем стоит рассмотреть лидеров данного рейтинга: Кремниевую долину и Израиль.

Уникальность Кремниевой долины проявляется в том, что она выступает точкой соединения академических кругов, частного сектора и правительства США. Эти три важнейших сектора сходятся вместе, чтобы создать среду, которая не похожа ни на одну другую в мире. Необходимо учесть тот факт, что неконкурентные соглашения недействительны в государстве. Также в Калифорнийском законодательстве запуск бизнеса довольно упрощен. В экосистеме высокая плотность богатых инвесторов и финансирующих организаций, это упрощает стартапам поиск финансовой поддержки, более того, большинство начинающих инвесторов и фирм венчурного капитала предоставляют огромную поддержку, наставничество, руководство и связи, что считается выше любых финансовых вложений. Также ее комплексная экосистема означает, что она является идеальным испытательным рынком для многих типов новых продуктов и услуг на переднем крае технологий.

Израиль является примером того, какое влияние на развитие экономики государства могут оказать инновации. Стартап-экосистема Израйля — результат взаимодействия государства, фирм венчурного капитала, успешных предпринимателей, системы образования, бизнес-системы, инкубаторов, акселераторов. Ввиду небольшого внутреннего рынка главной особенностью является ориентирование стартапов на глобальный рынок. Значимую роль в стране играют университеты, на базе которых зарождаются и тестируются многие идеи. Израиль — мировой лидер по расходам на гражданские научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки. На эту статью уходит 4,3 % ВВП. ВВП за 2020 г. составил более 383 млрд дол. США. За 2020 г. в частные израильские технологические компании было инвестировано почти 10 млрд дол. США, что на 27 % больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Это неудивительно, так как в Израиле проживает 363 частных инвестора, кроме этого, еще свыше 5800 зарубежных бизнес-ангелов. В Израиле для создания и развития стартапов не просто создана качественная инфраструктура, она отстроена так, что проекты на разных уровнях развития могут легко найти для себя площадки, менторов и возможности создать прототип продукта.

Что касается Беларуси и ее стартап-экосистемы, то доля ИТ-сектора в ВВП Беларуси составляет 5,5 %, объем экспорта ИТ-услуг на душу населения в Беларуси составляет 108 дол. США, эта же цифра в США составляет 58 дол. США, в сфере работает 107 тыс. ИТ-специалистов.

В 2020 г. группа компаний Belbiz в рамках проекта AID-Venture по развитию венчурной экосистемы Беларуси при поддержке Агентства США по международному развитию USAID провела подробное исследование состояния стартап-экосистемы Беларуси, где приняли участие 260 компаний. Сравнив данные за 2018 и 2020 гг., эксперты получили следующие результаты: каждый четвертый стартап старше трех лет, в 2018 г. таких стартапов было 11 %; большинство стартапов (81,7 %) имеет юридическую регистрацию, в 2018 г. она была у 55 % компаний; почти половина стартапов (46,2 %) имеет регулярный доход, в 2018 г. наличие регулярного дохода отметил каждый четвертый стартап; стартапы расширили географию продаж, ранее (56,3 %) стартапов реализовывали свои услуги и продукты на внутреннем рынке, сегодня ему отдают предпочтение всего 29,8 %; стартапы стали привлекать больше инвестиций, в 2018 г. почти половина (47,5 %) стартапов привлекла до 50 тыс. дол. США, сегодня таких стартапов только 14,3 %; экспертная оценка общего размера инвестиций, привлеченных белорусскими стартапами, превышает 170 млн дол. США. Несмотря на укрепление стартап-экосистемы, общий тренд 2020 г. — это ее кризис, причем основной удар нанесла не пандемия, а политические события. Их негативное влияние отметили 75,9 % стартапов. Ни один стартап не отметил, что в Беларуси создан благоприятный инвестиционный климат. Среди барьеров для реализации венчурных проектов стартапы называют правовой дефолт (61,5 %), отсутствие легитимной власти (54,8 %) и доверия к судебной системе (26,9 %). Два года назад главной проблемой стартапы считали недостаточное количество инвесторов (75,4 %).

Для совершенствования стартап-экосистемы Беларуси необходимо предпринять следующие действия: стимулировать введение базовых курсов современного технологического предпринимательства в учебных заведениях, а в особенности в вузах страны; активно привлекать средства в виде международных грантов для помощи стартапам на ранних стадиях; адаптировать международные практики ведения и стимулирования мелкого бизнеса, а также инвестиций, как в виде упрощенного налогообложения, так и формируя механизмы защиты интересов миноритарных акционеров и предпринимателей, чтобы была возможность получать инвестиции; поддерживать и защищать со стороны государства любые начинания, связанные со сферой инновационного бизнеса; разрабатывать программы по привлечению научно-исследовательских центров международных компаний в Беларусь. Также стоит рассмотреть вариант регистрации холдинговой компании, например, в Англии или Ирландии, законодательство которых уже понятно международным инвесторам.

Таким образом, в Беларуси стартап-экосистема находится на стадии формирования. Белорусские предприниматели учатся строить стартапы, но практической бизнес-экспертизы все еще им катастрофически не хватает,

что подтверждается небольшим количеством историй успеха, но даже те, что есть, больше относятся к продаже технологий, а не успешному бизнесу. Нашей стране необходимо ориентироваться на международный опыт и активно внедрять его в белорусские реалии.

Источники

Исследование стартапов по результатам их деятельности «Стартапы Беларуси» [Электронный ресурс] // Bel.biz. — Режим доступа: https://bel.biz/wp-content/uploads/2020/12/2020_StartupReport.pdf. — Дата доступа: 06.10.2021.

Е. И. Конейко

Научный руководитель — кандидат филологических наук И. И. Баргенева

К ВОПРОСУ О ЯЗЫКОВОЙ ВАРИАТИВНОСТИ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА

На современном этапе развития испанистики одной из важнейших задач является изучение различных аспектов вариативности испанского языка. На формирование любого национального варианта языка существенное влияние оказывают, прежде всего, экстралингвистические факторы, и именно в данном контексте самобытность национальных вариантов испанского языка может быть исследована наиболее эффективно. Настоящее исследование посвящено анализу национально-культурного своеобразия функционирования мексиканского национального варианта испанского языка на всех уровнях языковой системы в рамках межвариантной диалектологии — нового научного направления испанистики, предложенного академиком Н. Ф. Михеевой.

В последнее время проблема национально-культурной специфики национальных (территориальных) вариантов полинациональных языков возникает достаточно часто. Испанский язык является полинациональным, т.е. он имеет статус национального языка в 20 странах на разных континентах. Благодаря своей огромной территориальной распространенности, своеобразием этнического состава испанский язык представляет неограниченные возможности для изучения национально-культурных особенностей речевого поведения. Изучением испанского языка, его вариативности, а также культуры стран с испаноговорящим населением занимались многие ученые-лингвисты, но особенно интересны труды Н. Ф. Михеевой [1, 2]. Несмотря на то, что классический кастильский вариант испанского языка в некоторой степени можно назвать универсальным, т.е. жители испаноговорящих стран понимают друг друга без особых проблем, однако в каждой стране, где говорят на испанском, есть какие-то характерные особенности, которые придают особый оттенок данной стране. В каждой стране становление и развитие испанского языка происходило по-разному, под воздействием экстралингви-

стических и социокультурных факторов. В основном язык появлялся на данных территориях из-за испанской колонизации.

В том числе и мексиканский вариант обладает рядом лингвокультурологических особенностей, обусловленных историей и культурой Мексики. Испанский язык Мексики — одно из уникальных языковых образований не только потому, что Мексика — крупнейшая испаноязычная страна с населением 135 млн чел., т.е. фактически каждый четвертый испаноговорящий — это мексиканец, но и по многообразию форм его существования.

Мексиканская культура является сочетанием местных практик и традиций с испанскими, пришедшими в результате колонизации. Основные черты мексиканской культуры сложились в результате слияния и взаимодействия коренной культуры древних племен и культуры испанских колонизаторов. Непростая судьба мексиканского народа, их попытки быть независимыми развили такую черту, как стремление к самосознательной идентичности. От индийских племен мексиканцы переняли некоторые обычаи: День мертвых (как следствие легкого отношения к смерти), праздник пятнадцатилетия девушек. Однако немало обычаев, наряду с католическим вероисповеданием, мексиканцы получили от испанских завоевателей. Кроме того, на современном этапе огромное влияние оказывает США из-за близкого географического положения. Все эти черты тем или иным образом повлияли на национальный вариант испанского языка.

Основными отличиями мексиканского национального варианта можно назвать: на лексическом уровне — наличие индихинизмов (лексика коренных племен), архаизмов (привезенная завоевателями лексика), а также влияние английского языка, вследствие чего многие кастильские слова были вытеснены новыми, подобными на английские варианты; на фонетическом уровне — явлениями *seseo* и *yeísmo* (слияние звуков) и некоторыми другими особенностями; на грамматическом уровне различия незначительны и не влияют на понимание; на словообразовательном уровне различия скорее связаны с упрощением кастильского варианта.

Таким образом, можно сделать вывод, что наибольшее количество изменений и различий мексиканского национального варианта с кастильским больше всего касается лексического уровня испанского языка. В ходе исследования был составлен краткий словарь слов, имеющих разную форму в данных национальных вариантах (см. таблицу).

Слова, имеющие разную форму в национальных вариантах языков

Мексиканский вариант	Испанский вариант	Перевод
1	2	3
¿cómo?	¿qué..?	что?
¿qué tanto?	¿cuánto?	сколько?
abusadillo	astuto	умный, ловкий
ahoy	ahora	сейчас

1	2	3
antojitos (m, pl)	bocadillos (m, pl)	закуски
argolludo (m)	cobarde (m)	трус
cada que	siempre que	всегда
cada y cuando	de vez en cuando	время от времени
cagadita	lindo	симпатичная, забавная
calabacear	subestimar	недооценивать
carnal (m)	amigo (m)	близкий друг
carro (m)	coche (m)	машина
chavo (m)	muchacho (m)	парень
checar	investigar	проверять, выяснять
chévere	bueno	красивый, хороший, любезный
chich (f)	abuela (f)	бабушка
closet (m)	armario (m)	шкаф
computadora (f)	ordenador (m)	компьютер
dizque	según dice	как говорится
durazno (m)	melocoton (m)	персик
elevador (m)	ascensor (m)	лифт
encularse	enamorarse	влюбиться
enfriar	matar	убивать
espion	curioso	любопытный
folder (m)	carpeta (f)	папка (для бумаг)
gata (f)	criada (f)	служанка
guero (m)	rubio (m)	блондин
hobby (m)	afición (f)	хобби, увлечение
krosty (m)	tacaño (m)	экономный человек
lentes (m, pl)	gafas (f, pl)	очки
loba (f)	prisión (f)	тюрьма
lunch (m)	almuerzo (m)	полдник, обед
manejar	conducir	водить
mucho muy	muchísimo	очень много
nono	triste	грустный
otro día	al día siguiente	на следующий день
overol (m)	mono (m)	комбинезон

1	2	3
papa (f)	patata (f)	картофель
pesero (m)	minibus (m)	маршрутка
plumo (m)	bolígrafo (m)	ручка
prestar	transmitir	передавать
regadero (m)	ducha (f)	душ
rentar	alquilar	снимать/сдавать внаем
saco (m)	chaqueta (f)	пиджак
se me hace	me parece	мне кажется
shorts	pantalón corto	шорты
sisterna (f)	hermana (f)	сестра
sueter (m)	jersey (m)	свитер
suiche (m)	interruptor (m)	выключатель
también no	tampoco	тоже не

Источники

1. Михеева, Н. Ф. Испанский язык и межкультурная коммуникация : монография / Н. Ф. Михеева. — М. : URSS, 2018. — 272 с.
2. Михеева, Н. Ф. Межвариантная диалектология испанского языка / Н. Ф. Михеева. — М. : РУДН, 2007. — 117 с.

А. Ю. Кузьмич

Научный руководитель — кандидат филологических наук Н. А. Новик

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В работе представлены результаты исследования роли СМИ в формировании туристического имиджа Республики Беларусь. Изучены факторы, влияющие на его формирование, представлены результаты контент-анализа различных медийных ресурсов по оценке туристического имиджа, сформулированы рекомендации по его продвижению.

Туристический имидж Республики Беларусь — это комплекс представлений и впечатлений о туристических дестинациях страны, ее достопримечательностях, культуре, истории, которые выступают ведущим фактором для привлечения туристов, а также общее представление о туристических

ресурсах государства, формирование которого осуществляется на основе соединения поведенческих, рациональных и эмоциональных элементов восприятия [1].

Анализ показал, что туристический имидж выступает важной составной частью общего имиджа страны. Последний непосредственно воздействует на туристов и ориентирует их предпочтения при выборе определенной страны либо региона для путешествия, в свою очередь, туристический имидж уже прямо сказывается на выборе определенного места для посещения туристами.

Следует сказать, что за последние годы Беларусь значительно повысила туристический имидж у иностранных туристов. С введением безвизового режима Беларусь стали посещать иностранные граждане, и так было вплоть до пандемии. Не учитывая данное негативное влияние на сферу туризма в мировом масштабе, проведем анализ туристического имиджа Республики Беларусь за 2020 г.

Формированию туристического имиджа страны способствует ряд внешних и внутренних факторов.

К внешним факторам, воздействующим на известность туристического имиджа страны, относятся: размер территории; количество памятников архитектуры, истории, искусства, археологии; количество монастырей, церквей, туристических зон, заповедников, республиканских и местных заказников, памятников природы; уровень технологического развития страны и т.д. Они привлекают любителей экологического, охотничьего, военно-исторического туризма и агротуризма.

Беларусь имеет богатый исторический потенциал для экскурсионных и туристических маршрутов религиозной тематики.

В Беларусь зарубежных гостей привлекает также высокая квалификация белорусских врачей, хорошая оснащенность клиник, в целом высокий уровень качества медицинских услуг, поэтому в последние годы все более популярным становится лечебно-оздоровительный туризм. Отдых и оздоровление предлагают гостям санаторно-курортные, оздоровительные организации и другие специализированные средства размещения, в том числе санатории и пансионаты.

Множество зарубежных гостей приезжают в Беларусь, чтобы посетить разнообразные культурные и спортивные мероприятия международного уровня. Стали известными за пределами Беларуси международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске», международный фестиваль органной музыки «Званы Сафії», республиканский праздник «Купалье», «Александрия собирает друзей», международный фестиваль народной музыки «Звіняць цымбалы і гармонік» и т.д. Все они помогают более эффективно использовать историко-культурное наследие и уникальный природный потенциал страны.

Внутренние факторы, воздействующие на туристический имидж: число организаций, осуществляющих туристическую деятельность, объектов розничной торговой сети, общественного питания, средств размещения, рентабельность продаж организаций, осуществляющих туристическую дея-

тельность; розничный товарооборот торговли и общественного питания; выручка, поступившая от размещения, объем платных услуг населению, оказанных объектами придорожного сервиса; численность организованных туристов, посетивших Республику Беларусь; численность обслуженных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения, санаторно-курортных организациях.

На основании данных Национального статистического комитета (2020 г.) по количеству посетивших туристов лидирует г. Минск, который посетило 98 658 туристов, на втором месте Брестская область — 85 437 чел., на третьем — Гродненская — 38 811 чел. [2].

Важнейшее место в процессе формирования, а также продвижения туристического имиджа страны играют медийные ресурсы. Современные медийные ресурсы — это традиционные СМИ и новые сетевые ресурсы, преимущественно в сети Интернет: онлайн-версии СМИ; специализированные туристические порталы; социальные сети, сайты туристических организаций.

Нами проводилась оценка туристического имиджа Республики Беларусь посредством мониторинга контента различных медийных ресурсов. Мониторинг контента СМИ позволил выявить особенности тематики, жанров, а также языковых средств, субъективных оценок авторов материалов туристического имиджа, тем самым раскрывая его характеристики, а также динамику изменений. Для исследования были отобраны следующие общественно-политические медиаресурсы страны: газеты «Республика», «Аргументы и факты», «СБ. Беларусь сегодня», а также специализированные туристические медиа, такие как ТЮ.by и портал Национального агентства по туризму.

На основе проведенного контент-анализа был сделан вывод о том, что специфика взаимодействия СМИ с массовой аудиторией определяет оперативность их материалов, а также обилие новостной информации. Данные публикации преимущественно представлены в виде заметки либо информационного сообщения, они имеют существенные отличия от материалов, размещенных в специализированных туристических медиа, в которых наблюдается многообразие жанров (рейтинг, рекламная заметка, интервью, тревелог, или путеводитель), а также форм текстовой и графической информации, сочетающей в себе как новости, так и комментарии заинтересованных лиц.

Анализ различия в применении жанров указывает на то, что белорусские СМИ преимущественно выполняют информационную функцию, а специализирующиеся в сфере туризма медиа выполняют информационную, рекламную, интерактивную и сервисную функции. В результате исследования установлено, что значительная часть материалов как в общественно-политических СМИ, так и в медиа, специализирующихся на туризме, имеют нейтральную и положительную направленность. Положительные по своей направленности публикации преимущественно сосредоточены в материалах под рубрикой «Туристические ресурсы и услуги».

Для продвижения туристического имиджа Беларуси в информационном пространстве можно сформулировать следующие рекомендации: постоянно

обновлять и совершенствовать путеводители по Беларуси на русском и английском языках, обогащать контент о белорусских туристических ресурсах на туристических порталах Беларуси, России и зарубежья, улучшать узнаваемость белорусских сайтов в поисковых системах по визуальным и иным параметрам, систематически организовывать пресс-туры в Беларусь для российских и зарубежных тревел-блогеров, применять кинотуризм как инструмент распространения и продвижения туристического имиджа Республики Беларусь как в рамках внутреннего, так и зарубежного туризма.

Источники

1. Пучко, С. А. Туристический имидж Республики Беларусь [Электронный ресурс] / С. А. Пучко // Электронная библиотека БГУ. — Режим доступа: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/54419/1/puchko_Sbornik9_tom3.pdf. — Дата доступа: 20.03.2021.

2. Департамент по туризму [Электронный ресурс] // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://mst.by/ru/turizm/departament-po-turizmu/natsionalnoe-agentstvo-po-turizmu.html>. — Дата доступа: 22.02.2021.

А. Л. Кулеш

Научный руководитель — кандидат экономических наук Д. А. Статкевич

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ

В статье рассмотрены особенности формирования учетной политики организации, актуальность выбора способа и метода учета и оценки активов, намечены пути совершенствования учетной политики.

Цель учетной политики — обобщить совокупность способов организации и ведения бухгалтерского учета для оптимального достижения организацией выработанной ею долгосрочной стратегии и тактики в области финансов. Поэтому значение учетной политики в экономике организации велико. В связи с реформированием системы бухгалтерского учета, целью которого является приведение национальной системы бухгалтерского учета в соответствие с требованиями рыночной экономики и международными стандартами финансовой отчетности, хозяйствующим субъектам предоставляется все больше самостоятельности в организации бухгалтерского учета, выборе способов и методов ведения бухгалтерского учета, разработке форм бухгалтерской отчетности.

Формирование учетной политики осуществляется в следующей очередности:

- определяются стратегические цели и задачи на данном этапе развития конкретной организации;

● выбираются инструменты для достижения намеченных целей и задач. Определяется наиболее эффективный подход для реализации оптимальной учетной политики. Под оптимальной учетной политикой организации принято понимать политику, при которой организация на основе избранных ею способов и методов ведения учета обеспечивает максимальную эффективность своей финансово-хозяйственной деятельности. Для эффективно сформированной учетной политики характерна возможность:

- повышения финансовой устойчивости организации;
- оптимизации налоговой нагрузки;
- уменьшения допускаемых организацией ошибок и неточностей при организации и ведении бухгалтерского учета и формировании бухгалтерской (финансовой) отчетности;

● закрепление в положении по учетной политике организационно-методических и технических аспектов с учетом выбранного инструментария.

Принятая организацией учетная политика применяется последовательно от одного отчетного года к другому. Изменение на внешнем рынке экономической и политической ситуации, появление новых инструментов требуют пересмотра подходов и выработки новой учетной политики на предстоящую перспективу [1].

Как показывает практика, изменение учетной политики предприятия требует предельно внимательного и квалифицированного подхода. Это объясняется целым рядом причин. Во-первых, новая учетная политика будет действовать в течение всего года; во-вторых, с помощью учетной политики можно управлять финансовыми ресурсами предприятия; в-третьих, элементы учетной политики влияют на формирование налоговых обязательств предприятия перед бюджетом и затрагивают порядок исчисления налогов.

Компании самостоятельно формируют свою бухгалтерскую учетную политику исходя из своей структуры, отрасли и других особенностей деятельности. При этом компании руководствуются законодательством Республики Беларусь о бухгалтерском учете и нормативными актами органов, регулирующих бухгалтерский учет. Поскольку ответственность за организацию бухгалтерского учета несет руководитель компании, то и учетную политику для целей бухгалтерского учета принимает он же. Участвовать в подготовке и проработке учетной политики должны практически все структурные подразделения организации по направлениям своей деятельности. Работу по подготовке и совершенствованию учетной политики следует вести планомерно в течение всего года, при этом целесообразно осуществлять постоянный мониторинг изменений в законодательстве и различных нормативных документах, а также непосредственно в деятельности организации [2].

Как показывают проведенные исследования, актуальными вопросами формирования учетной политики являются:

- порядок отнесения на расходы процентов по долговым обязательствам, список видов затрат, особенности расчета доходов, относящихся к нескольким отчетным периодам, особенности расчета НДС;

- внедрение в практику бухгалтерского учета принципа преобладания сущности над формой;
- рациональный подход к выбору форм первичных и других документов в связи со спецификой деятельности организаций, разными информационными потребностями пользователей учетной информации. Необходимость применения этих документов в целом определяется особенностями деятельности организации: формой собственности; масштабом организации; организационной структурой управления; отраслевыми характеристиками деятельности; технологическими особенностями производственного процесса; спецификой снабженческой и сбытовой деятельности и др.;
- возможность предприятия разрабатывать для себя оптимально удобный план аналитических, синтетических счетов и субсчетов. Для учета специфических операций организация может по разрешению Минфина Республики Беларусь вводить в рабочий план счетов бухгалтерского учета дополнительные синтетические счета, используя свободные номера счетов. Это может облегчить работу бухгалтерии при каких-либо особенностях деятельности предприятия;
- выбор сроков и порядка проведения инвентаризации. Так, редкое ее проведение приведет к значительному снижению уровня контроля, повышению фактов хищения товарно-материальных ценностей. А слишком частое — к снижению производительности труда, так как работники будут отвлечены от основной работы.

Источники

1. *Абасова, Р. Г.* Проектирование учетной политики в соответствии с МСФО субъектами хозяйствования России и Беларуси / Р. Г. Абасова, С. В. Камысовская // Бух. учет и анализ. — 2014. — № 7. — С. 21–26.
2. Влияние учетной политики на отчетность [Электронный ресурс] // Справочник. — Режим доступа: https://spravochnick.ru/buhgalterskiy_uchet_i_audit/finansovyy_uchet/vliyanie_uchetnoy_politiki_na_otchetnost/. — Дата доступа: 15.09.2021.

М. С. Кулеш, В. Н. Жук

Научный руководитель — магистр экономических наук О. Ю. Ищук

IT-ТЕХНОЛОГИИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В работе представлен краткий обзор информационных технологий в бухгалтерском учете, которые используются в работе современного бухгалтера, рассмотрены их возможности в применении. Сделаны предложения по использованию цифровых технологий, которые позволят автоматизировать часть ручных операций, сделать бухгалтерию продуктивнее, экономить деньги и время.

Актуальность выбранной темы определена тем, что при ведении бухгалтерского учета используется все больше информационных технологий, позволяющих упростить и облегчить работу бухгалтера.

Мы поставили перед собой цель выяснить, каким образом ИТ облегчают работу бухгалтера и с чем нам предстоит работать в будущем. Задачей данного исследования является рассмотрение действующих информационных технологий в бухгалтерском учете и внесение предложений по упрощению работы с документами.

Для начала определим учетную терминологию.

Документооборот — это система создания, обработки, приема, передачи, хранения и архивирования документов на предприятии.

Налоговая декларация — официальное заявление налогоплательщика о полученных им за определенный период времени доходах и распространяющихся на них налоговых скидках и льготах, предоставляемое в налоговые органы.

Электронный счет-фактура является обязательным электронным документом для всех плательщиков налога на добавленную стоимость, указанных в абзацах 2–4 ст. 90 Налогового кодекса, у которых возникает объект налогообложения налогом на добавленную стоимость [5].

Электронный счет-фактура создается плательщиком непосредственно на Портале либо загружается в виде файла XML-формата, подготовленного плательщиком, и является источником сведений об исчисленных и (или) подлежащих вычету суммах налога на добавленную стоимость, представляемых в налоговые органы [2].

Статистическая отчетность представляет собой централизованную, регламентированную законодательством форму контроля госорганами деятельности хозяйствующих субъектов [1].

Итак, рассмотрим, какие возможности предоставляют информационные технологии для упрощения работы бухгалтера.

Начнем с обработок выписок банка. Раньше для получения выписки с расчетного счета нужно было идти в банк и тратить много времени, а сейчас с помощью программы «1С: Предприятие» можно выполнить данную работу, не потратив и 10 минут. 1С бухгалтерия — это комплексное, большое и многогранное программное обеспечение, которое работает как для малого, так и для крупного бизнеса.

Идти в налоговую и сдавать налоговые декларации теперь тоже не надо. Необходимо воспользоваться электронным декларированием, используя сайт <http://www.nalog.gov.by/>.

Плательщику — юридическому лицу — для подготовки и передачи электронных налоговых деклараций, заявлений, бухгалтерских отчетов необходим «АРМ-Плательщик», который можно скачать с интернет-портала МНС со страницы Портал МНС > Декларирование юридических лиц и индивидуальных предпринимателей > АРМ Плательщика — ПО (<http://portal.nalog.gov.by/juridical/arm413>) [3].

Интернет-сервис позволяет:

- получать актуальную информацию о суммах начисленных и уплаченных налоговых платежей, о наличии переплат, о задолженности по налогам перед бюджетом;
- контролировать состояние расчетов с бюджетом.

Для выставления электронных счетов-фактур бухгалтер пользуется порталом, предназначенным для работы с ними, который расположен на сайте <http://vat.gov.by/mainPage/>.

Каждый месяц у бухгалтера возникает обязанность сдавать статистическую отчетность. Теперь любую статистическую отчетность можно сделать и отправить, не выходя из офиса. Для этого на компьютер устанавливается электронный респондент с сайта <https://www.belstat.gov.by/>.

Не выходя из офиса можно поучаствовать в биржевых торгах по покупке и продаже валюты, проводимых белорусской валютно-фондовой биржей. Для этого у каждого банка есть свое программное обеспечение, которое позволяет проводить такие сделки. Например, у ОАО «Сбер Банк» это автоматизированная система «SavEx». Можно также не выходя из офиса разместить депозит, выбрав более выгодный вариант с высоким процентом или предложить свой.

Даже для документооборота между субъектами хозяйствования есть послабления. Министерство финансов Республики Беларусь своим постановлением от 12 февраля 2018 г. № 13 [4] определило случаи, при которых первичный учетный документ, подтверждающий совершение хозяйственной операции, может быть составлен участником хозяйственной операции единолично.

Сделав краткий обзор, мы смогли увидеть, что можно еще упростить. Расскажем, как цифровые технологии помогают автоматизировать рутину, сделать бухгалтерию продуктивнее, экономить деньги и время.

1. Бухучет в облаке. «Облачное» решение означает, что ваша бухгалтерская программа и база хранятся не на вашем компьютере в офисе, а на удаленных защищенных серверах. Плюсы такого решения: вам не нужно покупать сервер для программы, оплачивать работу технических специалистов. В программе могут одновременно работать несколько сотрудников и притом из любого места, где есть интернет.

2. Распознавание первичных документов. В Беларуси появилась программа «Контур. Бухгалтерия» Модуль «Первичка» для автоматического ввода в бухгалтерскую программу входящих накладных. Для работы с программой нужен только доступ к сканеру и компьютеру с интернетом. Бухгалтер сканирует накладную и отправляет скан на распознавание, время обработки накладной сокращается в несколько раз.

3. Электронный документооборот. Документооборот в компании требует напряженного внимания бухгалтера. Эта задача значительно упрощается при подключении системы электронного документооборота (ЭДО) и электронных цифровых подписей (ЭЦП). Большой плюс — моментальное

подключение к учету входящих электронных документов: вам не придется переносить данные из накладной в бухгалтерскую систему, это происходит автоматически и без ошибок. ЭДО и ЭЦП помогают управлять проектами и договорами, налаживать обмен документами между подразделениями и филиалами, ускорять документооборот с контрагентами.

Подводя итог, мы видим, что на сегодняшний день информационные технологии играют важную роль в бухгалтерской деятельности. Требуется изменение компетентностной модели подготовки специалистов-бухгалтеров, включения в ее состав, например, таких новых компетенций, как «системное мышление», «межотраслевая коммуникация», «эмоциональный интеллект».

Источники

1. Статистическая декларация [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 27.09.2021.

2. Электронные счет-фактуры [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vat.gov.by/mainPage/>. — Дата доступа 27.09.2021.

3. АРМ плательщика — ПО [Электронный ресурс] // Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://portal.nalog.gov.by/juridical/arm413>. — Дата доступа: 27.09.2021.

4. О единоличном составлении первичных учетных документов [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 12 фев. 2018 г., № 13 // КонсультантПлюс.Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

5. Налоговый кодекс Республики Беларусь. Особенная часть [Электронный ресурс] : 29 дек. 2009 г., № 71-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г., № 159-3 // КонсультантПлюс.Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

Ю. Ю. Куцевич, К. А. Устименко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г. М. Пупко

КОНТРОЛЬ РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

В данной статье рассматриваются основные аспекты рациональной организации бухгалтерского учета и контроля расчетов с покупателями и заказчиками.

Учет расчетов с покупателями и заказчиками играет важную роль в любой организации, так как от качества данных расчетов зависит эффективность ее функционирования и финансовое состояние.

Данный участок бухгалтерского учета является одним из наиболее трудных и времязатратных в учетной работе. Это связано с тем, что данный вид операций часто повторяется, имеет разнообразные формы расчетов и большой состав контрагентов.

Для определения путей совершенствования учета расчетов с покупателями и заказчиками необходимо сначала выявить ряд типичных проблем для организации. Так, основными проблемами в учете расчетов с покупателями и заказчиками являются:

- недостаточный контроль за соблюдением договорных обязательств;
- редкое проведение инвентаризации расчетов либо ее отсутствие;
- несвоевременное выявление просроченной дебиторской задолженности и принятие мер по ее погашению;
- неправильное документальное оформление расчетов с покупателями и заказчиками;
- отсутствие документооборота в организации и др.

Так, для совершенствования учета расчетов с покупателями и заказчиками можно ввести в организации обязательную внутреннюю проверку документов, что позволит увеличить качество и достоверность составляемых документов для клиентов, а также сократить время для устранения недостатков в них.

Для улучшения расчетно-платежной дисциплины покупателей и заказчиков рекомендуем систему скидок при досрочном погашении задолженности либо за предоплату. Это позволит стимулировать клиентов к предварительной оплате за представленные им товары, выполненные работы и оказанные услуги, сократить потери от инфляции и получить экономию денежных средств. Также организация может ввести систему штрафных санкций за нарушения сроков оплаты либо привлечь третьих лиц для взыскания долгов. Например, организация может подать заявление в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь с просьбой о списании денежных средств со счета покупателя для погашения обязательных платежей в бюджет [3].

В связи со стремлением Республики Беларусь осуществлять учет согласно нормам международных стандартов финансовой отчетности, необходимо постепенное совершенствование национальных методик учета расчетов с покупателями и заказчиками. Для этого надо счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» классифицировать как активный и переименовать в счет 62 «Расчеты с контрагентами-дебиторами». Это позволит минимизировать бухгалтерские ошибки в виде зачета остатков требований и обязательств, учитываемых на одном счете, а также облегчит работу сотрудников бухгалтерии при заполнении форм бухгалтерской (финансовой) отчетности и обеспечит более подробной аналитической информацией о величине и составе дебиторской задолженности [1].

Чтобы проводить правильно и своевременно инвентаризацию расчетов, организации необходимо разработать порядок и сроки ее проведения, что поможет своевременно выявлять негативные изменения в задолженности покупателей и заказчиков. Для этого организация может разработать План проведения инвентаризации расчетов, в котором будут указаны порядок, сроки проверки, члены комиссии, проводящие проверку, и сроки представления документов директору организации. Данный план может разрабатываться ежемесячно либо поквартально (табл. 1).

Таблица 1

План проведения инвентаризации расчетов

Наименование проверки	Документы, подлежащие проверке	Сроки проведения	Состав проверяющих
Проверка соблюдения договорной и расчетно-платежной дисциплины	Договоры, платежные документы	Ежеквартально	Главный бухгалтер, бухгалтер/бухгалтеры по расчетам

Инвентаризацию расчетов рекомендуется проводить постоянно действующей комиссией 1 раз в полугодие. Это позволит провести проверку правильности и объективности сумм по счету 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками», начисленных сумм пеней и иных штрафных санкций, выявить просроченную дебиторскую задолженность и принять меры к ее взысканию.

В дополнение к инвентаризации можно проводить ежемесячную сверку задолженности покупателей и заказчиков. Для ее проведения организации необходимо будет установить сроки, к которым будут направляться акты сверок. В данных актах надо отразить график погашения задолженности покупателей и заказчиков, а также сумму оплаты и документы, на основании которых производилась оплата. Для удостоверения правильности сумм, указанных в данных актах сверок, организация должна будет отправить письмо покупателям и заказчикам с просьбой рассмотреть и подтвердить суммы, указанные в акте.

Немаловажную роль в деятельности организации также играет дебиторская задолженность, которая оказывает влияние на величину прибыли, на сумму денежных средств в обороте и на финансовые показатели организации. Ее контроль является обязательным условием для успешного функционирования любой коммерческой организации.

Постоянный мониторинг состояния дебиторской задолженности позволит устранить просрочку ее погашения, а также поможет своевременно выявить и устранить негативные тенденции и непрерывно контролировать состояние расчетов с покупателями и заказчиками по просроченной задолженности.

Для контроля за своевременностью погашения дебиторской задолженности и соблюдением сроков ее образования был разработан следующий документ, который позволит отследить просроченную дебиторскую задолженность (табл. 2).

Таблица 2

Реестр сроков образования и уплаты дебиторской задолженности

Наименование покупателя, заказчика	Сроки оплаты	Крайний срок оплаты	Сроки фактической оплаты	Количество дней, просроченных по оплате
ИП Бухгалтерия	30 календарных дней	05.11.2021 г.	15.11.2021 г.	10 календарных дней

Данный реестр позволит отследить дату поступления денежных средств от покупателей и заказчиков, а также повысит качество и оперативность проверки своевременности уплаты дебиторской задолженности [2].

Для систематического контроля за состоянием расчетов с покупателями и заказчиками можно создать комиссию по работе с дебиторской задолженностью. В ее обязанности будет входить регулярное проведение сверок расчетов с покупателями и заказчиками, своевременное предъявление претензий и ведение картотеки напоминаний должникам.

Своевременность погашения дебиторской задолженности покупателями позволит организации обеспечить устойчивую оборачиваемость денежных средств, а также укрепить договорную и расчетную дисциплину, улучшить свое финансовое состояние.

Источники

1. *Вовнянко, Е. А.* Пути совершенствования бухгалтерского учета расчетов с покупателями и заказчиками / Е. А. Вовнянко, Л. А. Парамонова // Экономика, управление, финансы : материалы VI Междунар. науч. конф., Краснодар, февр. 2016 г. — Краснодар : Новация, 2016. — С. 87–90.

2. *Уханова, О. В.* Учет в системе управления дебиторской задолженностью и ее оптимизация / О. В. Уханова // Инновационные технологии в экономическом и бизнес-образовании : сб. науч. ст. : в 2 ч. / Белорус. торгово-экон. ун-т потребит. кооперации ; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.]. — Гомель, 2013. — Ч. 2. — С. 226–229.

М. Э. Курило

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. В. Берзин

БИРЖЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ, ИХ ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрена сущность биржевых инвестиционных фондов (ETF), их преимущества в качестве инструментов инвестирования, изучена история создания, виды ETF, особенности функционирования биржевых инвестиционных фондов на рынке США и РФ. На основании изученного опыта и анализа данных сформулировано предложение о необходимости создания БПИФов на Белорусской валютно-фондовой бирже.

Биржевой инвестиционный фонд — это объединенный инвестиционный инструмент, который предлагает диверсифицированный доступ к определенной области рынка [1]. Механизм работы такого фонда можно описать следующим образом: управляющая компания аккумулирует денежные средства, внесенные множеством мелких вкладчиков, и оперирует ими на фондо-

вом рынке как единым пулом. Технически управление осуществляется через покупку и продажу паев или акций на бирже [1]. За счет объединения капитала своих клиентов фонду открывается больше возможностей в сравнении с индивидуальными инвесторами. Фонд может инвестировать, например, в акции, входящие во всемирно известные индексы: S&P 500, DowJones, Nasdaq, DAX, в этом случае инвесторы фонда становятся владельцами доли индекса. Такой фонд является индексным и предполагает пассивное управление, так как управляющий строго следует за структурой индекса и его составом. Помимо классических индексных фондов получили распространение и другие их виды, открывая широкие возможности для инвестирования: это фонды с активным управлением (без привязки к определенным индексам), так называемые SmartBeta фонды (в этом случае управляющий отбирает из индекса ценные бумаги с наилучшим показателем «beta»), можно вкладывать в фонды с узкоотраслевой специализацией (сырьевые товары, биотехнологии, энергетику и т.д.). В качестве базового актива ETF в настоящее время могут выступать не только традиционные акции и облигации, но и современные цифровые финансовые инструменты (криптовалюты) вплоть до самых необычных, например, такого как индекс волатильности (VIX).

История создания биржевых инвестиционных фондов берет свое начало в 1990 г., когда был создан первый паевой фонд на фондовой бирже Торонто. Прошло более 30 лет, и этот инструмент завоевал популярность среди всех финансовых инструментов: по данным etf.com, на сегодня функционируют 2690 биржевых фондов [2]. Первый в России биржевой фонд (БПИФ) появился в 2018 г. Сегодня количество БПИФ также демонстрируют активный рост [3].

ETF — это иностранный биржевой инвестиционный фонд, ценные бумаги которого торгуются на бирже. Яркими примерами ETF являются SPDR S&P 500 ETF, iShares Core S&P 500 ETF, Vanguard Total Stock Market ETF, CRSP US Total Market Index, Invesco QQQ. Рассмотрим их условия обращения. Комиссия за управление фондом находится между 0,03 и 0,2 %. Рост цены фонда за последний год составил от 35,60 до 39,28 %, средний ежегодный рост цен за последние 3 года колеблется в пределах 16,87–26,80 %, а за последние 10 лет — между 16,42 и 22,18 % [2].

В РФ существует аналог ETF, называемый биржевой паевой инвестиционный фонд, или БПИФ, он имеет схожий принцип работы с ETF. Главное различие — все БПИФы зарегистрированы на территории РФ. Имуществом под управлением БПИФ также часто выступают акции и облигации крупных, но не обязательно российских компаний. Классификация БПИФ, соответственно, не отличается от классификации ETF, однако на американском рынке биржевых фондов значительно больше и они более разнообразны. Преимущества БПИФ и ETF для инвесторов выражаются в хорошей диверсификации, низком пороге входа (цены на акции фондов могут начинаться от 0,1 дол. [4]), ликвидности вложений, простоте управления (не нужно самостоятельно заниматься ребалансировкой, достаточно приобрести акции фонда).

Рассмотрим состояние БПИФ для физических лиц на российском фондовом рынке. За январь — август 2021 г. совокупная стоимость чистых активов фондов превысила 244,7 млрд руб. (3,3 млрд дол.), сделки с биржевыми фондами в 2021 г. заключали свыше 3 млн частных инвесторов [5]. Также важно отметить, что любой гражданин РФ может купить акцию 111 фондов [3].

Минимальная инвестиция, как правило, в большинстве предложений составляет 1000 руб., что эквивалентно 13,94 дол. на 08.10.2021 г., а комиссия за управление находится в пределах 3,5–4 %. Одни из самых прибыльных фондов выросли в цене на 47–77 % за прошедший год, в среднем за последние 3 года ежегодный рост цены успешных фондов составлял 29–35 % [4]. Можно сделать вывод, что российские граждане имеют вполне выгодные условия для инвестирования, пользуясь ПИФами. Рост стоимости фондов обгоняет ставки по депозитам и облигациям. А невысокая стоимость акций биржевых фондов делает их доступным инструментом для розничных инвесторов.

Если обратиться к белорусской проблематике, то, несмотря на то, что законодательство не запрещает БПИФ, на отечественном фондовом рынке они фактически не созданы. Отсутствие такого привлекательного и популярного во всем мире инструментария делает внутренний рынок ценных бумаг менее привлекательным, в результате чего белорусские граждане стремятся приобретать акции ETF на зарубежных биржах через иностранных брокеров (где порог входа для заключения договора достаточно высок) или посредством доверительного управления (услугу предоставляют многие белорусские банки).

Огромным упущением является сильная разница в условиях для домашних хозяйств двух стран единого Союзного государства (СГ), в то время как к 2001 г. Беларусь и Россия должны были сформировать общий фондовый рынок с равными правами участников [6]. Как и было задумано, возможность гражданам Беларуси открыть у российского брокера счет была бы справедлива и удобна точно так же, как и получение белорусскими брокерами равных условий доступа на Московскую и Санкт-Петербургскую биржу, где обращаются БПИФ и ETF. Возвращение к этому плану является крайне актуальным.

Необходимо отметить, что ограничения в доступе к мировым финансовым инструментам обуславливают необходимость появления национальных управляющих компаний инвестиционных фондов с выгодными для вкладчиков условиями пользования, с вложениями в иностранные акции и другие активы на международном рынке. БВФБ, в свою очередь, должна допустить инвестиционные фонды, в будущем созданные управляющими компаниями, по примеру Московской биржи [3, 5]. Также Республике Беларусь следует обеспечить законодательную нормативную базу под биржевые инвестиционные фонды и продвинуться в интеграции с РФ в рамках Союзного государства с целью создания общего равноправного фондового рынка.

Источники

1. What Is An ETF? [Electronic resource] // ETF.com. — Mode of access: <https://www.etf.com/etf-education-center/etf-basics/what-is-an-etf>. — Date of access: 05.10.2021.
2. ETF Screener&Database [Electronic resource] // ETF.com. — Mode of access: <https://www.etf.com/etfanalytics/etf-finder>. — Date of access: 05.10.2021.
3. Биржевые инвестиционные фонды на Московской бирже [Электронный ресурс] // Московская биржа. — Режим доступа: <https://moex.com/msn/etf>. — Дата доступа: 05.10.2021.
4. Паевые инвестиционные фонды (ПИФы) [Электронный ресурс] // Банки.ру. — Режим доступа: <https://www.banki.ru/investment/mutual/>. — Дата доступа: 05.10.2021.
5. МосБиржа начала торги биржевым фондом на индекс S&P 500 [Электронный ресурс] // Investing.com. — Режим доступа: <https://ru.investing.com/news/stock-market-news/article-2089216>. — Дата доступа: 05.10.2021.
6. Формирование общего рынка ценных бумаг и создание учреждений по эмиссии ценных бумаг и регулированию фондового рынка [Электронный ресурс] // Парламентское Собрание Союза Беларуси и России. — Режим доступа: https://belrus.ru/info/formirovanie_obtchego_rynka_cennyh_bumag_i_so/. — Дата доступа: 05.10.2021.

Д. В. Кутняя

Научный руководитель — кандидат исторических наук О. Г. Казак

КОНЦЕПЦИЯ «ГАРНИЗОННОГО ГОСУДАРСТВА» Г. ЛАССУЭЛЛА

В статье анализируется концепция «гарнизонного государства», разработанная американским политологом Г. Лассуэллом для анализа форм государства и общества, в которых значительные военные расходы и менталитет военного захвата ассоциируются с ограничением свобод.

Гарольд Дуайт Лассуэлл является одним из видных представителей американской политической науки XX в. Более того, во многих ее областях он являлся новатором. Г. Лассуэлл осмыслил и проанализировал важнейшие политические проблемы XX в., период его научной деятельности охватывает более пяти десятилетий — с середины 20-х гг. до конца 70-х гг. XX в.

Произведения Г. Лассуэлла, относящиеся к концу 30-х — началу 40-х гг. XX в., проникнуты тревогой за судьбы демократических политических режимов. В это время и оформляется его концепция «гарнизонного государства». Первые подходы к ней были намечены еще в 1937 г. в статье «Японо-китайский кризис: гарнизонное государство против гражданского государства». Четырьмя годами позднее концепция появляется в завершенном виде [1].

Стоит отметить, что по запросу «Гарнизонное государство Гарольда Лассуэлла» в крупнейшей библиотеке электронных публикаций «Elibrary.ru», интегрированной с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ), было найдено всего семь публикаций (на октябрь 2021 г.). Можно с полной уверенностью утверждать, что данная тема в русскоязычном научном сегменте почти не представлена.

Научные разработки, близкие к концепции «гарнизонного государства», возникают задолго до Г. Лассуэлла. Для исследователя, изучающего общественно-политические науки, нет ничего нового в идее о том, что профессиональные военные могут управлять государством. В некоторых из наиболее важных дискуссий о формах государственности, имевших место в научных кругах, милитаризованное государство было определено как одна из основных и наиболее часто встречающихся в истории человечества форм организации общества. Так, один из основоположников французской социологии О. Конт рассматривал государство как общественную формацию, в своем историческом развитии последовательно проходящую военную, феодальную и индустриальную фазы.

Под «гарнизонным государством» Г. Лассуэлл понимает «экспериментальный конструкт» (developmental construct), представляющий собой не описание реально существующего феномена, а своего рода «идеальный тип», призванный помочь «специалисту выяснить возможную релевантность его исследования надвигающимся событиям, затрагивающим ценности, которые он одобряет как гражданин» [2, р. 455].

Анализируя сложившуюся в мире ситуацию, Г. Лассуэлл приходит к выводу, что «тренд нашего времени» — переход от общества, в котором ведущая роль принадлежит деловым кругам, к обществу, в котором властвует солдат. То есть деятельность гарнизонного государства определяется стремлением к достижению наибольшей эффективности армии и других силовых структур, а также военно-промышленного комплекса. По Г. Лассуэllu, милитаризованное государство объединит на государственном уровне функции, традиционно выполняемые профессиональными силовиками, с функциями менеджера, осуществляющего руководство крупным предприятием. Функции менеджмента в обществе будут включать контроль за технологическими процессами, администрирование, ведение переговоров, а также внешние деловые контакты.

Следовательно, согласно концепции «гарнизонного государства», реальные демократические институты будут отменены, хотя символы демократии, несомненно, будут продолжать существовать. Решения будут носить более диктаторский, чем демократический характер, и институты, давно связанные с современной демократией, исчезнут. По мнению Г. Лассуэлла, вместо свободных выборов правительство будет лишь время от времени организовывать плебисциты, в ходе которых, во многом путем манипуляций, будет получать поддержку со стороны населения. Если выборы стимулируют развитие государства с помощью выражения общественного мнения, то плебисциты служат лишь для единогласного выражения коллективных чувств и сантиментов.

Оппозиционные политические партии будут подавлены. Это произойдет либо путем монопольного доминирования в политической сфере одной партии, либо путем отмены всех политических партий как таковых. Правящая группа монополизирует право на свободу слова, уничтожив, таким образом, возможность независимого анализа и интерпретации событий общественной жизни. С законодательной властью, контролирующей деятельность правительства, будет покончено. При этом парламент, если таковой вообще будет разрешен, будет существовать не более чем «для протокола» [2, р. 462].

Примечательно, что ни одно из современных ему государств, включая нацистскую Германию и фашистскую Италию, Г. Лассуэлл не отождествлял с гарнизонным государством, хотя какие-то из черт последнего легко было обнаружить в каждой из названных стран. По мнению американского исследователя, целостной системы черт, характеризующих предложенную модель, не существовало нигде.

Кроме этого, гипотеза Г. Лассуэлла не подтвердилась и в отношении супердержав, втянутых в течение почти полувека в продолжительный конфликт, названный «холодной войной». Ни США, ни СССР не стали гарнизонными государствами. Военные остались под контролем гражданских властей. Конечно, ситуация продолжительного международного конфликта не могла не создавать напряжения в отношениях между военными и их гражданскими руководителями. Однако демократическая система справлялась с этим напряжением лучше, так как укорененная в обществе и вооруженных силах демократическая идеология создавала сильную легитимацию гражданского контроля над армией.

Интересным примером, ставящим под сомнение концепцию «гарнизонного государства» Г. Лассуэлла, является история отношений между армией и гражданскими властями государства Израиль. С момента своего возникновения в 1948 г. Израиль находится в состоянии продолжительного конфликта со своими арабскими соседями. Четырежды (1948–1949 гг., 1956 г., 1967 г. и 1973 г.) Израиль вел с ними регулярные войны, кроме того, несколько раз имели место пограничные столкновения и военные интервенции, особенно на территории Ливана. Военные играют значительную роль в политической жизни страны, в том числе и на высших государственных должностях. Однако эти должности они занимают в результате демократических выборов, а не вследствие государственных переворотов. Израильский политолог А. Перльмуттер чрезвычайно точно отметил, что в Израиле устойчивость демократического контроля над вооруженными силами является следствием существования сильных общественных структур [1, с. 23].

Однако это не означает, что гипотеза «гарнизонного государства» не содержит доли правды. Так, по мнению ряда ученых, примером гарнизонного государства может являться Корейская Народно-Демократическая Республика. Корейская народная армия (КНА) является четвертой по величине армией в мире по численности (более 1,2 млн чел.). Если измерять количество солдат на 1000 населения, внушительность КНА становится более очевидной. Так, на 1000 граждан Северной Кореи приходится 44,3 представителя

вооруженных сил. Для сравнения, в России на 1000 жителей приходится 6,2 представителя вооруженных сил. Кроме того, Северная Корея имеет почти 7,5 млн военизированных резервов. Это означает, что около 40 % населения служат в каких-либо военных или полувоенных формированиях.

Таким образом, «гарнизонное государство» характеризуется как государство, которое отдает приоритет угрозам и в котором солдаты и генералы составляют наиболее влиятельную социальную группу. Правящая элита милитаризируется из-за требований безопасности и обладает большим влиянием, направляя умы масс, что препятствует использованию государственных ресурсов в невоенных целях и сосредоточивает их в военной промышленности.

Источники

1. *Вяпр, Е. Й.* Армия и политика: теоретические парадигмы и исторический опыт / Е. Й. Вяпр // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки. — 2014. — № 3. — С. 19–40.

2. *Lasswell, H. D.* The Garrison State / H. D. Lasswell // J. of Sociology. — 1941. — Vol. 46, № 4. — P. 455–468.

А. А. Ледницкая

Научный руководитель — кандидат экономических наук А. В. Бунь

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Современной тенденцией успешного функционирования организаций становится внедрение цифровых технологий. В статье рассматривается влияние цифровизации на бухгалтерский учет. Процессы цифровой бухгалтерии непрерывны и охватывают все внедренные программные решения, образуя единое информационное пространство, управляет которым специалист. В работе обозначены особенности применения технологии «блокчейн» в учетной сфере в строительстве.

В современном мире происходят глобальные перемены, которые связаны с появлением новых цифровых инфраструктур, бурным развитием цифровых коммуникаций и модернизацией вычислительной техники. Для роста конкурентоспособности организациям необходимо внедрять и приводить в использование цифровые технологии во все сферы хозяйственной деятельности, в том числе в учетные процессы. Обеспечение перехода к цифровой национальной экономике является одним из стратегических направлений развития Республики Беларусь. В связи с этим Декрет Президента Республики Беларусь от 21.12.2017 г. № 8 «О развитии цифровой экономики» стал знаковым шагом создания IT-государства. Документ позволит со-

здать серьезные конкурентные преимущества в ускорении инновационных процессов в экономике, привлечении инвестиций, создании новых рабочих мест и пр.

Экономическая модель ведения бухгалтерского учета под влиянием цифровых технологий в настоящее время трансформировалась до использования инновационных программных прикладных компьютерных программ, современных программных продуктов и других ИТ-технологий. Специальные программные продукты бухгалтерского учета дают возможность вести непосредственно сам учет, а руководящему персоналу — иметь доступ к актуальной информации.

Ведение бухгалтерского учета является неотъемлемой составляющей любой сферы хозяйственной деятельности. Строительство — одна из основных отраслей народного хозяйства страны, обеспечивающая создание новых, расширение и реконструкцию действующих основных фондов. Существенное повышение эффективности строительного производства обеспечивается путем постоянного совершенствования технологии, организации, управления и используемого оборудования. Специализированные программы позволяют строительным организациям правильно организовывать финансовое планирование. Программы позволяют вести налоговый и бухгалтерский учет, управлять деньгами, организовывать слаженную работу в подразделениях [1].

Автоматизация строительной компании нужна для того, чтобы в режиме одного окна оформлять типовые договоры, счета, первичные документы и тем самым оперативно обмениваться с контрагентами необходимыми пакетами документов; сократить сроки подготовки отчетности; повысить эффективность работы финансового отдела; мгновенно обмениваться информацией между руководством и подразделениями; формировать отчетные регистры; детализировать бюджеты, кассовые и кредитные планы и т.д. Строительные компании должны выбирать проверенные и надежные программы для автоматизации. Наиболее популярными считаются: облачный сервис Бит.Строительство 365; 1С: Бухгалтерия строительной организации; Элит — строительство 8; Отраслевое решение БИТ.СТРОИТЕЛЬСТВО; Решение для 1С: Бухгалтерия 8 КОРП; 1С: Подрядчик строительства 3.0 и др. [2].

1С: Бухгалтерия строительной организации — это самая распространенная бухгалтерская программа, необходимая для успешного ведения строительной деятельности, с помощью которой можно работать удаленно, использовать возможности WEB-интерфейса. Конфигурация содержит подсистемы: «Инвестор»; «Заказчик строительства»; «Подрядчик строительства»; «Внутрихозяйственные расчеты». Если в строительной организации возникнет потребность ведения многофирменного учета в единой информационной базе, одновременной работы нескольких пользователей или автоматизации основных задач подразделений, то в этом случае организация сможет перейти на программу Бит.Строительство. С использованием многофункционального отраслевого решения программы можно автоматизировать все участки деятельности предприятия, вести учет затрат пообъектно.

Многие специалисты считают, что большим потенциалом для бухгалтерского учета обладает технология Blockchain, которую уже внедряют в системы планирования ресурсов, что упрощает ряд задач, таких как закупки и управление поставщиками. Это единая база данных управления, которая распределена по множеству компьютеров. Блокчейн можно описать как цифровой регистр, в котором транзакции записываются в хронологическом порядке и могут просматриваться всеми, у кого есть доступ. Преимущества базы следующие. Транзакция осуществляется только если она одобрена обеими сторонами. Впоследствии эта информация будет защищена от изменений. При внедрении блокчейна устраняется необходимость сверки расчетов. Благодаря блокчейну пропадет нужда ждать обработку первичного документа бухгалтером. Уклонение от уплаты налогов становится невозможным, так как все транзакции будут оцифрованы. Прозрачность блокчейна заключается в том, что все одобренные пользователи, в том числе за пределами компании, могут видеть транзакции. Это может снизить объем работы аудиторов, которые занимаются выборкой и проверкой транзакций.

Актуально развитие данной технологии и в строительной области, где в процесс вовлечено достаточно много субъектов (инвесторы, заказчики, подрядчики, субподрядчики) и где для реализации объекта в срок требуется согласовать множество бизнес-процессов с учетом ответственности и рисков каждого контрагента. Например, после того как часть строительных работ выполнена, блокчейн отправляет сигнал в банк, который автоматически переводит с эскроу-счета очередной транш средств подрядчику. Кроме того, это позволит избежать лишних звеньев в цепочке: профессиональных посредников, которые контролируют процессы девелопмента, т.е. самих девелоперов, и управляющих стройкой. Также на покупателя не будут ложиться расходы в виде задержек строительства и иные скрытые издержки [3].

В целом ожидается, что эта технология повлияет на аудит, кибербезопасность, финансовое планирование и анализ. Технологии блокчейн в бухгалтерии рассматривают аудиторские компании как возможности. Тем не менее большинство экспертов сходятся на том, что акцент в работе аудиторов сместится с подтверждения событий к подтверждению их классификации в бухгалтерском учете. Работа же самих бухгалтеров уйдет в плоскость формирования учетной политики, верной интерпретации событий, применения профессиональных суждений. Полностью роботизировать работу бухгалтера на всех этапах или убрать из штата компании должность бухгалтера не получится. В организации нужен сотрудник для проведения экспертизы, который будет исправлять ошибки или нераспознанный текст значимых полей документов — реквизитов, необходимых для обработки информации в программе. При этом технической стороной цифровых платформ всегда будут заниматься отдельные разработчики. Финансовым же специалистам необходимо будет иметь полное представление о новых технологиях, например, о блокчейн, и что эти технологии могут предложить. Таким образом, можно сказать, что на каждом этапе развития технологий роль бухгалтера и аудитора не снижается, а просто эволюционирует.

Источники

1. Практический аудит : учеб. пособие / В. Н. Лемеш. [и др.]. — Минск : Амалфея, 2021. — 377 с.
2. Программы для строительной организации. Автоматизация строительства [Электронный ресурс] // Первый Бит. — Режим доступа: <https://minsk.1cbit.ru/blog/programmy-dlya-stroitelnoy-organizatsii/>. — Дата доступа: 04.10.2021.
3. Блокчейн уберет коррупцию в строительстве [Электронный ресурс] // TAdviser. — Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>. — Дата доступа: 06.10.2021.

О. А. Лукаш, А. А. Щупановская

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. Ф. Горбач

НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ДОХОДОВ И СОКРАЩЕНИЯ РАСХОДОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТРАНСПОРТА

В этой статье перечислены трудности, с которыми сталкиваются транспортные организации при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности, и предложены мероприятия, направленные на увеличение их доходов и сокращение расходов.

Более совершенное управление доходами и расходами — основа повышения эффективности хозяйственной деятельности любой организации. В настоящее время с помощью прогрессивных технологий качество управления доходами и расходами организаций заметно улучшилось, однако с целью дальнейшего устойчивого развития для автотранспортных предприятий могут быть предложены следующие направления увеличения доходов и сокращения расходов:

- разработка подходящих способов продвижения транспортных услуг на рынок услуг;
- регулярное повышение квалификации сотрудников предприятия, переподготовка и поддержание их заинтересованности в развитии фирмы;
- поддержание благоприятных условий труда, социально-психологического климата в организации;
- поиск значительных, выявление и избегание сомнительных заказчиков;
- разработка системы скидок;
- размещение рекламы в средствах массовой информации и сети Интернет;
- организация «удобных» заказов.

В условиях обострения конкуренции на рынке услуг у автотранспортной организации постоянно возникает необходимость увеличивать объемы оказываемых услуг и совершенствовать их качество, открывать принципиально новые виды услуг. Современным организациям, осуществляющим тран-

портно-экспедиционное обслуживание, недостаточно просто осуществлять пассажирские и грузовые перевозки — важно расширение доли высокодоходных услуг (например, ответственное хранение, экспедирование грузов, страхование грузов и т.п.). Сопутствующие и дополнительные услуги транспорта позволят сформировать значительную часть выручки организации.

Залогом успешного бизнеса является грамотное планирование расходов организации. Большая часть транспортных компаний, занимающихся междугородними и международными перевозками, располагает свои склады за городом, а офисы — внутри города, что обусловлено желанием снизить расходы на обслуживание автотранспорта. Таким компаниям выгоднее арендовать офисы в центре города и иметь собственную складскую логистику. Преимущества аренды офисных помещений — их мобильность, низкие текущие затраты. Аренда складских помещений рациональна только на начальных этапах развития компании. Наличие собственной складской логистики позволяет сохранять высокую степень контроля, т.е. при необходимости можно изменять бизнес-процессы, перестраивать склады и т.п.

Издержки организация может сократить, во-первых, путем приобретения автомобилей в лизинг. Лизинг — популярная услуга в настоящее время, так как покупка автомобиля в лизинг увеличивает активы организации, соответственно, растут доходы, но объект основных средств числится на балансе у лизингодателя. Большим достоинством приобретения основных средств в лизинг является снижение налогооблагаемой прибыли лизингополучателя, а также лизингодатель оплачивает все текущие расходы по объекту лизинга. Кроме того, если в договоре оговорено дополнительное обслуживание и ремонт автомобиля, то это значительно снижает расходы компании-лизингополучателя [1].

Во-вторых, оптимизации расходов организации способствует грамотное планирование маршрутов, времени доставки грузов, пассажиров. Высококвалифицированные специалисты часто могут прибегать к услугам сторонних перевозчиков, если это целесообразно.

Прирост доходов, а соответственно, прибыли организации напрямую зависит от степени автоматизации бухгалтерского учета предприятия. Большинство организаций уже используют автоматизированную систему бухгалтерского учета и электронный документооборот. Это значительно ускоряет и упрощает все финансово-хозяйственные процессы компании. Рекомендуется внедрение в систему организации последних конфигураций 1С: Предприятия, например, 1С: Бухгалтерия 8.3. Использование современных компьютерных программ, таких как Microsoft Excel, способствует оперативному отражению доходов и расходов автотранспортных организаций в бухгалтерских отчетах с детализацией по датам, документам, контрагентам и т.п., а также обеспечивает удобство в арифметических подсчетах, группировках информации и сокращает влияние человеческого фактора на эти данные.

В условиях пандемии финансовое положение большинства транспортных организаций заметно ухудшилось, в связи с этим рационально предложить внедрить возможность удаленной работы в их хозяйственную деятель-

ность. Данное предложение осуществимо благодаря установке специальных программ, позволяющих сотрудникам вести бухгалтерский учет «из дома», а руководителям отделений и компаний контролировать деятельность подчиненных, создавать задачи и организовывать виртуальные совещания. Таковыми программами являются, например, TeamViewer и Битрикс 24.

TeamViewer — это приложение, которое позволяет быстро, беспрепятственно и удобно организовывать удаленное управление бизнесом и организовывать различные конференции.

Битрикс 24 — система автоматизации бизнеса, которая позволяет оптимизировать процессы, сокращать расходы на персонал и обеспечить прозрачность работы.

Использование передовых компьютерных технологий и программных пакетов позволяет вести учет в соответствии с основными направлениями деятельности транспортной компании. Информационные технологии позволяют обеспечить обработку больших массивов данных, помогают в принятии важных управленческих решений, снижают его трудоемкость. Таким образом, специально организованная программная технология учета как доходов и расходов, так и в целом всего бухгалтерского учета, значительно повышает оперативность и точность учета.

Среди компаний рынка услуг Республики Беларусь стало популярным предлагать свой сервис в сети Интернет посредством заказов онлайн. Эта услуга в значительной степени способствует притоку новых клиентов, а соответственно, росту прибыли организации и ее развитию в целом.

Для оперативности учета доходов, а именно выручки, предлагается внедрение в сайты организации специальных калькуляторов, которые на основе алгоритмов позволяют клиенту самому примерно оценить стоимость услуги и сделать заказ. Для компании эта инновационная услуга позволит заблаговременно определить размер возможной выручки в разрезе контрагентов. Также калькулятор позволит сократить расходы компании путем поиска маршрутов с наименьшей долей расходов на обслуживание маршрута и автомобиля [2].

Транспортные компании в процессе установления базовой цены на свои услуги имеют право ее редактировать, в особенности путем использования системы скидок. Внедрение скидок рационально, когда это обеспечивает некоторую выгоду для поставщика услуг. Основными видами скидок, которые позволяют повысить уровень доходов организации, являются сезонные, количественные, долговременные и временные. Сезонные и временные скидки применяются для более интенсивной реализации услуг в определенные промежутки времени. Они также применяются для уменьшения сезонных колебаний или, например, реализации нового вида услуг. Количественные скидки устанавливаются для реализации нескольких видов услуг, например, скидка на услуги при заказе перевозки груза с его страхованием или ответственным хранением на складе организации. Долговременные скидки обеспечиваются обычно для постоянных клиентов или клиентов, предоставляющих свои услуги со скидкой в ответ на услуги компании-перевозчика [3, с. 112].

Повышение доходов и снижение расходов организации невозможно без качественной системы внутреннего контроля и учета доходов и расходов транспортной компании. Учет доходов и расходов в организации рекомендуется вести в разрезе контрагентов, видов доходов и расходов и т.п. Внутренний контроль должен не только обнаруживать недостатки и нарушения в части хозяйственной деятельности компании, но и предотвратить их появление в будущем.

Используя вышеизложенные предложения, можно значительно увеличить количество заинтересованных клиентов, таким образом увеличив выручку транспортной организации, а также снизить текущие издержки компании. От уровня доходов и расходов организации напрямую зависит ее прибыль, которая в дальнейшем может быть использована для расширения бизнеса, развития его новых направлений, улучшения качества предоставляемых услуг, тем самым это позволит повысить конкурентоспособность организации на рынке услуг связи и коммуникаций.

Источники

1. Чем выгоден лизинг: для физических и юридических лиц, плюсы и минусы, для предприятия, ООО, его разновидности и как его правильно рассчитать [Электронный ресурс] // Рамблер/Финансы. — Режим доступа: <https://finance.rambler.ru/realty/43334855-chem-vygoden-lizing-dlya-fizicheskikh-i-yuridicheskikh-lits-plyusy-i-minusy-dlya-predpriyatiya-ooo-ego-raznovidnosti-i-kak-ego-pravilno-rasschitat/>. — Дата доступа: 10.10.2021.

2. Доставка сборных грузов. Калькулятор [Электронный ресурс] // Транспортная компания «ГлавДоставка» — С любовью! — Режим доступа: <https://glavdostavka.by/belarus/#calculator-widget>. — Дата доступа: 10.10.2021.

3. Зиновьева, Н. М. Скидки в системе ценовых методов стимулирования продаж / Н. М. Зиновьева, Т. В. Семенченко // Территория науки. — 2017. — № 1. — С. 111–115.

А. И. Ляшкова

Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Ежель

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ПРОДУКТА КАК СПОСОБ АКТИВИЗАЦИИ СПРОСА НА РЫНКЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

В работе представлены предложения по активизации спроса на внутренний туризм за счет совершенствования туристических программ в санаторно-курортных учреждениях.

Пандемия коронавирусной инфекции сильно ударила по мировой индустрии туризма. Глобальные расходы на отдых в 2020 г. сократились на

49,4 % по сравнению с предыдущим годом, достигнув 2,37 трлн дол. США, тогда как в 2019 г. они составили 4,69 трлн дол. США [1]. Согласно заявлению заместителя премьер-министра Республики Беларусь Игоря Петришенко: «Сложившаяся ситуация — это повод для совершенствования и развития внутреннего туризма. В Беларусь едут туристы из разных стран, а белорусы все еще мало путешествуют по своей стране. Но ситуация постепенно меняется. Сегодня в более выгодном положении находятся те туристические организации, которые смогли оперативно переориентироваться на продажу туров и экскурсий внутри страны» [2].

Тенденция перехода от выездного туризма к внутреннему как нельзя лучше может отразиться на деятельности лечебно-оздоровительных организаций. Особенностью развития лечебно-оздоровительного туризма в нашей стране является незаинтересованность в услугах лечебно-оздоровительного сегмента среди молодого поколения. Это связано с недостаточной базой предоставляемых услуг, которые бы могли заинтересовать молодое поколение. Статистика посещения санаториев по возрастным категориям показывает, что 80 % всех заезжающих в санатории — это люди «элегантного» возраста, 15 % — это люди средних лет и всего 5 % из общего числа — поколение от 18 до 25 лет [3]. Для изменения данного положения и активизации спроса на внутренний туризм, а именно на сегмент рекреационного туризма, со стороны более молодого поколения нами был проведен анализ продуктовых портфелей санаторно-курортных комплексов. Исходя из предлагаемых санаторно-курортными учреждениями услуг, наблюдается определенная тенденция по разделению санаториев на две категории. Первая категория специализируется исключительно на медицинском направлении, а вторая — на рекреационном, развлекательном отдыхе и предлагает больший спектр услуг для релакса и отдыха помимо профильного лечения.

Нами был разработан и внедрен в продуктовый портфель туристической компании «Сервис-Люкс» новый туристический продукт — ретрит-тур. Ретрит (англ. *retreat* — «уединение», «удаление от общества») — английское слово, вошедшее в русский язык как международное обозначение времяпрепровождения, посвященного духовной практике [4]. Главная концепция данного отдыха — поиск гармонии с природой и самим собой. Полезное питание, проведение различных мастер-классов и семинаров, отсутствие городского шума, ограничение технологий и сети — это то, что получит участник данного ретрита [5].

Данная концепция была реализована в санаторно-курортном комплексе «Плисса» (второй тип). Нами был выбран именно этот санаторий благодаря современным подходам в организации деятельности комплекса, а также ввиду постоянной модернизации продуктового портфеля с целью привлечения новой аудитории. Основными потребителями данной программы выступили молодые люди от 25 до 35 лет, преимущественно женщины, и постоянные посетители йога-студий Минска. Программа данного тура была разработана на 3 дня/2 ночи. Тур включал в себя проживание, питание, процедуры, физические практики (йога, пилатес), терренкур и образовательные мастер-классы. Ниже представлена таблица с подробной программой тура.

Программа тура «С любовью к телу»

День тура	Время	Мероприятие
День 1 (пятница)	13:00	Отправление из Минска
	14:10	Заязд, заселение, вводное собрание и знакомство
	15:00	Мастер-класс: «Про Дыхание. Движение. Питание. Где чаще всего происходят нарушения, на что обратить внимание?»
	16:30	Вечерняя практика йоги
	18:00	Ужин
	19:00–21:00	Чаепитие, беседа у костра. Свободное время
День 2 (суббота)	8:00	Пробуждение, иммунный напиток с куркумой и имбирем/на травах
	8:30	Утренняя практика йоги с акцентной проработкой шеи и плечевого пояса
	10:00	Завтрак
	11:00	Терренкур. Каждый выбирает свой темп, туристы тренируют внимание к своему телу и позволяют отдохнуть разуму. Сбор лесных трав для фитотерапии
	12:00	Мастер-класс «Шея и проблемы, возникающие в шейном отделе позвоночника и плечевом поясе»
	14:00	Обед
	15:00	Relax-time. Время для себя
	16:00	Вечерняя практика с акцентной проработкой поясницы и нижних конечностей
	18:00	Ужин
	19:00–21:00	Банная церемония на травах Чаепитие, беседа у костра. Свободное время
День 3 (воскресенье)	8:00	Пробуждение, иммунный напиток на травах
	8:30	Утренняя практика с акцентом на работу дыхательной мускулатуры
	10:00	Завтрак
	11:00	Relax-time. Время для себя
	12:00	Неспешный сбор вещей и выселение
	13:00	Отправление домой в новом состоянии
	14:00	Ориентировочное прибытие в Минск

Источник: собственная разработка.

По окончании тура был проведен опрос участников данного тура. Стоит отметить, что 60 % опрошенных отметили тот факт, что они были приятно удивлены качеством услуг, предоставляемых санаторно-курортным комплексом. Кроме того, 15 % участников впоследствии забронировали отдых в данной санатории в осенний период. Нами внесено предложение по внедрению данной программы тура в продуктовый портфель санаторно-курортных учреждений, так как опыт успешного сотрудничества ООО «Туристической компании «Сервис-Люкс» и йога-студий наглядно иллюстрирует положительную тенденцию по изменению стереотипного мнения об отдыхе и оздоровлении в санаторно-курортных комплексах.

Концепция work-life balance (баланс между работой и отдыхом) становится все более востребована, а значит при условии диверсификации продуктовых портфелей санаторно-курортных комплексов и разработке новых маркетинговых стратегий возможна активизация спроса на внутренний оздоровительный туризм среди платежеспособного поколения от 25 до 40 лет. Умение вовремя считывать современные тренды и потребности туристов позволяет оздоровительным комплексам быть более эффективными, а интерес и вовлеченность в процесс способствуют выполнению основных задач Концепции санаторно-курортного лечения и оздоровления в Республики Беларусь.

Источники

1. Leisure tourism spending worldwide from 2000 to 2020 [Electronic resource] // Statista. — Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/1093335/leisure-travel-spending-worldwide/>. — Date of access: 07.10.2021.
2. Воронович, И. Н. Белорусский туризм в условиях вызовов 2020 года / И. Н. Воронович // Современный механизм функционирования торгового бизнеса и туристической индустрии в Республике Беларусь: реальность и перспективы : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3–4 дек. 2020 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2020.
3. Санатории [Электронный ресурс] // БелТА. — Режим доступа: <https://www.belta.by/>. — Дата доступа: 28.09.2021.
4. Ретрит [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Ретрит>. — Дата доступа: 01.10.2021.
5. Ляшкова, А. И. Перспективы внедрения концепции ретрита в санаториях Беларуси / А. И. Ляшкова // Современный механизм функционирования торгового бизнеса и туристической индустрии в Республике Беларусь: реальность и перспективы : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3–4 дек. 2020 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2020. — 475 с.
6. Digital Detox Holidays [Electronic resource] // Healing holidays. — Mode of access: <https://www.healingholidays.com/retreats/digital-detox>. — Date of access: 09.10.2021.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ МИФОНИМОВ В СЛАВЯНСКОЙ И РОМАНСКОЙ КУЛЬТУРАХ

В данной статье раскрываются значения мифонимов в славянских (белорусском и русском), а также романских (испанском и португальском) языках, дается сравнительный анализ двух разных групп языков через призму мифов народов Беларуси, России, Испании и Португалии. Благодаря данному исследованию станет понятно, что общего и различного есть в мифологической коммуникации этих народов. Будет показано, что семантические сходства мифонимов четко прослеживаются между этими культурами, а лексически же практически все славянские мифонимы отличаются от романских.

Как и у восточных славян, у народов Иберийского полуострова персонажи низшей мифологии имеют два места обитания: природа (лес, водоемы, подземелья) и домашние хозяйства. В обеих культурах прослеживается дуальность: персонажи чаще всего несут либо положительный (помогающий людям), либо отрицательный (несущий вред) характер, совсем в редких случаях герой нейтрален.

Какими бы разными, на первый взгляд, эти культуры ни казались, семантических сходств мифонимов было найдено больше, чем различий.

Например, мифические персонажи, которыми пугают детей в России, Беларуси, Португалии и Испании (Бабай и Омбре Дель Касталь соответственно), кажутся абсолютно разными. Действительно, в основе мифонимов находятся две разные истории, однако прослеживается явное семантическое сходство: оба персонажа предназначены для того, чтобы напугать непослушных детей. Образ обоих мифонимов — дедушка с мешком, в который он собирает детей. Отличие Бабая от Омбре в том, что у него во внешности есть явные деформации, а Омбре непослушных детей съедает. То, что делает Бабай с похищенными детьми, является загадкой.

Славянскую Бабу-Ягу можно соотнести с романской Бруксой. Брукса — не просто вампир, а ведьма, превращенная в вампира, также в Испании (Бруха) она более известна как старая ведьма, летающая на метле, испытывающая ненависть к детям. Метла также присутствует в образе Бабы-Яги, однако она ей нужна для того, чтобы управлять ступой во время полета. Как и Бруха, Баба-Яга не любит детей и имеет склонность к людоедству.

К сожалению, образа Упыря в романской мифологии нет. Есть Брукса, но это вампир исключительно женского пола, а о вампирах мужского пола в фольклоре Испании и Португалии информации нет.

Славянский Волколак семантически схож с романским Лобизоме. В обеих культурах в этого оборотня можно превратиться из-за заклятия колдуна

или колдуньи. Однако, если Лобизоме, как правило, безопасны для людей, то Волколак может быть склонен к канныбализму.

Явного прототипа испанско-португальскому корриларио в русско-белорусском фольклоре не нашлось. Однако его можно сравнить со славянской кикиморой, так как в обоих случаях — неупокоенные души некрещеных людей (чаще всего детей). Эти души бродят в мире живых и могут иногда доставлять какие-либо неприятности людям.

Образ Лешего имеет четкие семантические сходства с романским Башахауном. Оба эти мифонима имеют в основе слово, означающее «лес». Оба являются хранителями леса и могут иметь жену и детей. Внешне они также схожи: в основном это пожилой бородатый мужчина в человеческой одежде, но иногда покрытый мхом или листьями.

Восточнославянские русалки и ужалки схожи с испанско-португальскими ксанами и ламиньяками. Все образы — водные духи, живущие в реках, озерах, источниках. Однако у ксан нет рыбьих или змеиных хвостов, а у ламиньяк вместо ног утиные лапы. Духа-покровителя, подобно славянскому Водяному, в романской мифологии нет.

Как в романском, так и в славянском фольклоре присутствует целый ряд различных домашних духов, призванных помогать в хозяйстве. У испанцев и португальцев это дуэнте и трасго, а у русских и белорусов — домово́й и воструха. Этимология дуэнте и домового связана со словом, означающим «дом». Все эти персонажи всегда готовы помочь человеку, однако если их разозлить, то будут приносить беспокойство хозяйской семье. Как дуэнте и трасго, так и домово́й и воструха могут переезжать в новое жилище вместе с семьей.

Европейскими народами не так почиталась чистота и баня, как славянами, поэтому прототипа славянскому Баннику у испанцев и португальцев не существует. Также в романской мифологии не было обнаружено прообраза восточнославянской Анчутке (мелкий бес с утиными чертами и лысой головой, обитает в основном в банях).

Образы славянских змеев схожи с испанско-португальским Куэзлебре. Огненный змей семантически больше схож с демоном, известным в Европе как инкуб. Змей Горыныч же семантически схож с Куэзлебре. Оба являются драконами, защищающими свои богатства. Также, по поверьям, они могут красть девушек. Но если Куэзлебре превращает девушек в ксан (женские духи источников, ручьев и рек), то Горыныч просто держит их взаперти. Дыхание Змея Горыныча сжигает огнем, а вот у Куэзлебре оно ядовито. Внешне Куэзлебре больше похож на белорусского Цмока (водяной дракон).

Таким образом, можно сделать вывод, что существует ряд семантических, а также лексических сходств и несколько различий между восточнославянскими и романскими мифонимами. Владение знаниями об этих сходствах и различиях способно оказать помощь в построении коммуникации между данными народами. Точек соприкосновения в романской и славянской мифологии все же больше, чем различий. Это говорит о том, что, несмотря на разницу менталитетов и культур, есть множество общих корней,

заложенных в мифах и поверьях, которые значительно могут повлиять лучшим образом на сближение романских и славянских культур и способствовать успешному межкультурному диалогу.

Д. А. Матюшенко, А. С. Кудрявцева

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т. Г. Ускевич

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ В ОТЧЕТНОСТИ: МЕТОД НАЧИСЛЕНИЯ И КАССОВЫЙ ПОДХОД

Данная статья посвящена исследованию кассового метода и метода начисления при отражении результатов деятельности организации в финансовой отчетности. Выявлены основные факторы, от которых зависит использование того или иного метода, а также приведены положительные и отрицательные стороны каждого подхода. Актуальность данной темы заключается в том, что метод начисления и кассовый подход — основные методы формирования показателей в формах финансовой отчетности. Оба метода широко используются в зависимости от размера и структуры компании: более мелкие компании могут составлять финансовую отчетность проще и эффективнее, используя кассовый подход, в то время как более крупная и более организованная компания с инвесторами будет использовать метод начисления. Выбор метода отражения расходов — одна из важнейших задач главного бухгалтера.

Согласно МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» организации при формировании показателей финансового результата могут использовать 2 метода: метод начисления и кассовый подход [1].

Метод начисления — это метод формирования показателей финансовой отчетности, при котором доходы и расходы регистрируются по мере их возникновения, независимо от того, когда деньги фактически получены или выплачены [1, 2]. Например, компания регистрирует доход, когда проект завершен, а не когда ей платят. Данный метод используется чаще, чем кассовый.

Положительным моментом является то, что метод начисления дает более реалистичное представление о доходах и расходах за определенный период времени, таким образом обеспечивая долгосрочную картину бизнеса, которую не может дать кассовый подход. Обратной же стороной является то, что формирование отчетности по методу начисления не дает информации о движении денежных средств. Бизнес может показаться очень прибыльным, хотя на самом деле у него пустые банковские счета. Отчетность по методу начисления без тщательного мониторинга движения денежных средств может иметь потенциально разрушительные последствия.

Компании, использующие кассовый подход, признают доходы и расходы только при переходе денег «из рук в руки». Отправленные счета не считаются доходом, а полученные — расходами до момента перечисления

денежных средств по ним. Несмотря на название, кассовый подход не имеет ничего общего с получаемой формой оплаты. Организация может получать оплату в электронной форме и при этом использовать кассовый подход. Однако результаты, полученные при использовании данного подхода, могут вводить в заблуждение. Например, организация может разваливаться, но при этом по-прежнему генерировать денежный доход в течение нескольких лет. Многочисленные исследования показывают, что использование кассового подхода может отсрочить признание прибыли в периоды роста и восстановления организации. Это связано с продолжительностью цикла конвертации денежных средств, т.е. с начала производственного процесса до момента их поступления от реализации продукции.

Таким образом, основное различие между методом начисления и кассовым подходом заключается в сроках признания доходов и расходов и их отражении в отчете о доходах. Кассовый подход, как правило, признает доходы в момент поступления наличных денежных средств и расходы, когда наличные денежные средства выплачиваются из кассы. В то время как метод начисления признает доходы, когда они заработаны, например, дебиторская задолженность, и расходы, когда они понесены, например, создание обязательств, такого как кредиторская задолженность. Метод начисления пытается зафиксировать доход организации в определенный период времени, который он получил от осуществления деятельности, а затем сопоставить расходы, понесенные при получении этого дохода. Результат сопоставления доходов с расходами, понесенными для получения прибыли, является гораздо более реалистичным отражением чистого дохода за этот период.

Отчетность, подготовленная исключительно кассовым подходом, не будет включать признанные права на получение денежных средств и требования на их перечисление и может вводить в заблуждение представленным финансовым положением организации [1]. Недостаток использования метода начисления — это большой объем работы, потому что компании нужно следить не только за движением средств на банковском счете, но и за начислениями по счетам.

Кассовый подход полезен с точки зрения контроля: сколько наличных денег у бизнеса фактически есть в любой момент времени. Используя данный метод, можно посмотреть на свой банковский баланс и понять, какие именно ресурсы находятся в распоряжении организации.

Согласно МСФО (IAS) 7 «Отчеты о движении денежных средств» информация о потоках денежных средств от текущей (операционной) деятельности организации может быть представлена прямым и косвенным методом [3]. Метод влияет на содержание представляемой информации в отчете о движении денежных средств. Прямой метод составления отчета о движении денежных средств базируется на раскрытии основных видов валовых денежных поступлений и валовых денежных выплат. Косвенный метод составления отчета предполагает корректировку финансового результата (чистой прибыли или убытка) с учетом результатов операций неденежного характера. Цель проведения корректировок состоит в том, чтобы показать, за

счет каких факторов произошло изменение суммы денежных средств в конце отчетного периода по сравнению с его началом [3].

Организация может выбрать один из двух методов составления отчета о движении денежных средств от операционной деятельности. При использовании прямого метода необходимо раскрыть основные категории валовых денежных поступлений и валовых денежных выплат.

Косвенный метод: здесь вы начинаете с прибыли или убытка до налогообложения, а затем корректируете денежные потоки с учетом:

- изменений оборотного капитала за период (запасы, операционная дебиторская задолженность, кредиторская задолженность);
- неденежные статьи (амортизация, прибыли или убытки от курсовых разниц и т.д.);
- операции, связанные с инвестиционной или финансовой деятельностью [4].

Таким образом, прямой метод предоставляет более понятную информацию, не раскрываемую косвенным методом. Однако, на самом деле, косвенный метод может быть более предпочтительным, потому что он позволяет получить информацию на основе ваших бухгалтерских проводок.

Источники

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности»: утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь, Нац. банка Респ. Беларусь, 16 сент. 2019 г., № 622/15 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

2. О бухгалтерском учете и отчетности [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 57-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2017 г. № 52-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств»: утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь, Нац. банка Респ. Беларусь, 16 сент. 2019 г., № 622/15 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

4. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность»: утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь, 12 дек. 2016 г., № 104 : в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 22.12.2018 г. № 74 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

5. Налоговый кодекс Республики Беларусь. Особенная часть [Электронный ресурс]: 29 дек. 2009 г., № 71-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г., № 159-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

ТИПОЛОГИЗАЦИЯ РАЙОНОВ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ДОХОДНЫХ И РАСХОДНЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В МЕСТНЫЕ БЮДЖЕТЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В работе представлен анализ доходных и расходных поступлений в местные бюджеты базового уровня, выработка предложений по группированию регионов для осуществления дифференцированной государственной региональной политики и повышения ее эффективности.

Типологизация регионов — выделение и группировка региональных образований по определенным признакам. Типологизация регионов возможна по исходному состоянию и динамике одного показателя. Суть этого подхода состоит в следующем: вся совокупность регионов разделяется на группы по уровню данного показателя в базисном году (группы 1, 2). Затем производится разделение регионов по относительной величине показателя в наблюдаемом году (группы 1.1, 1.2, 2.1, 2.2): 1.1 — регионы, которые и в базисном, и в наблюдаемом году имели уровень индикатора выше среднего; 1.2 — регионы, у которых уровень индикатора в базисном году был выше среднего, а в наблюдаемом году стал ниже среднего; 2.1 — регионы, у которых уровень индикатора в базисном году был ниже среднего, а затем превысил средний уровень; 2.2 — регионы, у которых уровень показателя и в базисном, и в наблюдаемом году был ниже среднего [1].

Метод группировок является ярким примером статистической сводки. Ее задача заключается в том, чтобы привести собранную информацию и материалы в определенный порядок, систематизировать и на этой основе дать сводную характеристику всей изучаемой совокупности.

В табл. 1 приведены темпы роста за 2020 г. (отчетный период) по отношению к 2019 г. (базовый период) и за 2019 г. (отчетный период) по отношению к 2018 г. (базовый период), они рассчитаны по исходным данным доходов и расходов базовых бюджетов за 2018–2020 гг., указанных в отчетности Министерства финансов Республики Беларусь [2].

Таблица 1

Темпы роста доходов и расходов бюджетов базового уровня, %

Регион	Доходы		Расходы	
	2019/2018 гг.	2020/2019 гг.	2019/2018 гг.	2020/2019 гг.
1	2	3	4	5
г. Гродно	110,5	108,6	111,1	109,1
Берестовицкий	98,3	120,7	107,6	115,2

1	2	3	4	5
Волковысский	114,0	111,6	97,8	110,1
Вороновский	107,6	115,2	106,5	115,5
Гродненский	101,7	110,3	102,2	111,7
Дятловский	109,9	107,5	106,6	115,7
Зельвенский	120,7	103,4	114,8	114,9
Ивьевский	93,6	114,6	94,3	115,2
Кореличский	111,8	105,5	111,6	107,9
Лидский	110,6	114,7	111,2	115,7
Мостовский	108,5	112,9	114,7	108,1
Новогрудский	114,2	117,2	127,5	106,6
Островецкий	111,5	124,7	118,2	124,3
Ошмянский	113,5	117,5	113,3	117,5
Свислочский	105,4	109,4	106,7	109,4
Слонимский	107,3	109,5	110,8	107,9
Сморгонский	129,0	83,5	131,2	87,0
Щучинский	114,5	104,3	113,0	109,7
Среднее значение	110,7	109,9	111,0	110,1

Источники: собственная разработка на основе [2].

Средние значения по всей совокупности районов и г. Гродно (по 18 единицам) принимают следующие значения: в 2018 г. — 68,1 млн руб., 2019 г. — 75,4 млн руб, 2020 г. — 82,8 млн руб. Средний темп роста отчетного к базисному периоду: 2020 г. к 2019 г. — 109,9 %, 2019 г. к 2018 г. — 110,7 %. Наблюдается относительное увеличение доходов и расходов базовых бюджетов [3].

Согласно данной таблице, показатели «выше среднего» как в отчетном, так и базисном имеют 4 района (группа 1.1): Волковысский, Новогрудский, Островецкий, Ошмянский; «ниже среднего» (группа 2.2) — г. Гродно, Дятловский, Слонимский и Свислочский район. Административно-территориальные единицы, отнесенные к группе 1.2 и 2.1, имеют неустойчивое развитие: в динамике есть как положительные, так и отрицательные показатели.

Как в 2019, так и в 2020 г. к оптимальной группе по показателю расходов базового бюджета Гродненской области можно отнести Зельвенский, Лидский, Островецкий и Ошмянский районы, к неоптимальной — Волковысский, Свислочский, Слонимский районы.

В соответствии с проведенным анализом базовых бюджетов Гродненской области по двум показателям сводная типологизация примет следующий вид (табл. 2).

Таблица 2

Типологизация по доходам и расходам в бюджеты базового уровня Гродненской области

Группа	Регион		Группа	Регион	
	Доходы	Расходы		Доходы	Расходы
1.1	Волковысский Новогрудский Островецкий Ошмянский	Зельвенский Лидский Островецкий Ошмянский	1.2	Зельвенский Кореличский Сморгонский Щучинский	г. Гродно Кореличский Мостовский Новогрудский Сморгонский Щучинский
2.1	Берестовицкий Вороновский Гродненский Ивьевский Лидский Мостовский	Берестовицкий Волковысский Вороновский Гродненский Дятловский Ивьевский	2.2	г. Гродно Дятловский Слонимский Свислочский	Слонимский Свислочский

Источники: собственная разработка.

Таким образом, проведенный анализ по доходам и расходам бюджетов базового уровня отражает определенные совпадения по определенным АТЕ в группах. К группе 1.1 относятся Островецкий и Ошмянский районы, к группе 1.2 — Кореличский, Сморгонский и Щучинский районы, к 2.1 — Берестовицкий, Вороновский, Гродненский, Ивьевский районы, к 2.2 — Слонимский, Свислочский районы. Можно сделать вывод о том, что на протяжении анализируемого периода 60 % АТЕ довольно устойчивы в рамках своих групп. Что же касается г. Гродно, Волковысского, Зельвенского, Мостовского, Новогрудского, Лидского и Дятловского районов, то можно заметить, что они принадлежат к разным группам и определенные закономерности выявить достаточно сложно.

Таким образом, на основании проведенного анализа можно выделить следующие особенности:

- 10 административно-территориальных единиц, относящихся к группам 1.1 и 2.1 по показателю доходов, имеют положительные тенденции привлечения средств в местные бюджеты, и их можно отнести к наиболее оптимальным «образцовым» группам АТЕ Гродненской области;

- 8 районов, относящихся к группам 1.2 и 2.2 по показателю расходов, также имеют положительную тенденцию в уменьшении расходов, что способствует формированию предпосылок к положительному бюджетному салдо и эффективной региональной бюджетной политики;

● совпадение по этим группам имеет только Новогрудский район, что свидетельствует о его эффективном развитии и улучшении показателей доходных и расходных поступлений района.

В соответствии с выявленными в процессе анализа особенностями можно отметить, что государственная региональная бюджетная политика должна быть направлена на максимальное использование внутрирегионального потенциала, включая имеющуюся инвестиционную привлекательность территорий. Оценка потенциала той или иной административно-территориальной единицы позволит сформировать профиль для потенциального инвестора. Ко всему прочему, необходимо проводить политику финансового выравнивания бюджетных средств в более неустойчивые районы для достижения эффективного функционирования бюджетной системы как на местном уровне, так и на республиканском.

Источники

1. Экономическая диагностика регионов [Электронный ресурс] // Экономика БГЭУ — Блог. — Режим доступа: <http://www.economy-web.org/?p=459#more-459>. — Дата доступа: 08.10.2021.
2. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by>. — Дата доступа: 08.10.2021.
3. Гродненский областной исполнительный комитет [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://region.grodno.by/ru/>. — Дата доступа: 09.10.2021.

Ю. В. Молоткова

Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Борисик

ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ: МЕТОДИКА ОЦЕНКИ И АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрены возможность и методика оценки добавленной стоимости, а также проведен анализ распределения добавленной стоимости по отраслям Республики Беларусь.

Развитие международной торговли в последнее десятилетие сопровождалось усиливающейся фрагментацией и интернационализацией производства, которые привели к увеличению взаимозависимости и взаимосвязи стран в рамках глобальных цепочек добавленной стоимости.

Термин «цепочки создания стоимости» (value chains) был разработан и введен в оборот М. Портером в 1985 г. Он описывал цепочку создания стоимости как совокупность различных видов деятельности компании, направленных на разработку, производство, маркетинг, доставку и обслуживание своих продуктов [1]. Таким образом, цепочка добавленной стоимости, по

сути, — это последовательность процессов по созданию продукта. Продукт проходит все процессы в данной цепочке и во время каждого из них получает дополнительную ценность. При этом пройдя всю цепочку полностью, продукт приобретает ценности больше, чем сумма ценности всех процессов.

Добавленная стоимость — это разность между стоимостью, по которой продукт реализуется потребителям, и привнесенной стоимостью, в которой учитывается стоимость потребленных в процессе создания продукта материальных, энергетических и информационных ресурсов, включая объекты долговременного использования [2].

В конечном результате, не считая экспортера, который находится в конце данной цепочки, в создании услуги или товара участвуют также и производители множества стран, составляющие промежуточный импорт, куда входит добавленная стоимость, созданная ими. Таким образом, польза, полученная страной от внешней торговли, ее технологический и экспортный потенциалы и обнаруженные сравнительные преимущества будут во многом определяться тем, какую добавленную стоимость создает и каким образом она участвует в вертикальной интеграции. Оценки такого типа становятся все более востребованными и необходимыми как среди узких специалистов, так и среди экономистов.

На данный момент, хоть оценка добавленной стоимости и является актуальной задачей, исследований торговли добавленной стоимостью не так много, что сопряжено с необходимостью решения ряда проблем [3]:

1) совершенствование методологии расчета объемов добавленной стоимости, создаваемой национальным производителем, а также проведение расчета на максимально возможном уровне детализации;

2) совершенствование теоретических моделей торговли добавленной стоимостью.

В связи с тем, что такую оценку невозможно провести традиционно проанализировав статистику внешнеэкономической деятельности, которая фиксирует международные потоки валового экспорта и импорта в физическом и стоимостном объемах, в последнее время большую популярность получила методика оценки торговли добавленной стоимостью. Такой анализ предоставляет дополнительную информацию, которая может в дальнейшем быть использована для выработки экономической политики:

- показатели объемов добавленной стоимости в экспорте, ее структуры и отечественного и иностранного компонентов могут быть использованы в разработке промышленной политики. Оценка же вклада отдельных секторов, в частности услуг в создание добавленной стоимости экспорта и взаимосвязь между ними довольно важны для понимания источников роста конкурентоспособности отечественной продукции на зарубежных рынках;

- доля национального и импортного компонента в экспорте важна для понимания воздействия ослабления или укрепления национальной валюты на внешнеторговые потоки;

- способность экспорта вносить вклад в оживление экономического роста также довольно во многом обусловлена частью в ней отечественного компонента и его структурой.

В 2013 г. Организация экономического сотрудничества и развития вместе со Всемирной торговой организацией создали базу данных по торговле добавленной стоимостью (TiVA). В 2018 г. она содержала 46 показателей по 64 странам (страны G20, ЕС28, ряд стран Южной Америки и большинство стран Азии) и 36 секторам промышленности и услуг. В данной базе данных также есть данные по таким странам, как Россия и Казахстан, однако по Беларуси данных нет. В 2013 г. было опубликовано исследование ЮНКТАД [4], в котором проводился анализ взаимосвязи участия в цепочках добавленной стоимости и экономического развития. По итогам данного анализа было установлено, что участие в данных цепочках оказывает положительное влияние на передачу знаний, экономический рост и создание рабочих мест. Также ЮНКТАД создал базу, которая содержит показатели, связанные с глобальными цепочками добавленной стоимости, а в частности такие как отечественный и иностранный компоненты добавленной стоимости, добавленная стоимость в торговле и косвенная добавленная стоимость.

В Республике Беларусь будет логичным отметить отрасли, в которых формируется большая часть добавленной стоимости. Для этого стоит рассмотреть таблицу.

Валовой внутренний продукт и валовая добавленная стоимость по основным видам экономической деятельности в 2020 г.

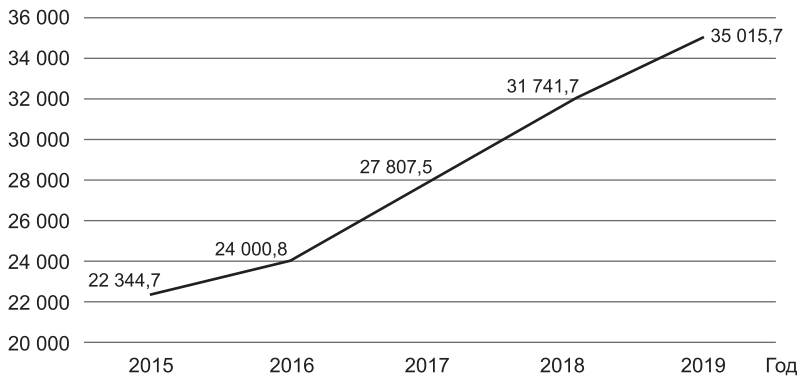
Показатель	В текущих ценах		В процентах к 2019 г. (в сопоставимых ценах)
	млн руб.	в процентах к ВВП	
1	2	3	4
Валовой внутренний продукт	147 006,0	100,0	99,1
В том числе валовая добавленная стоимость	128 196,3	87,2	99,1
Из нее:			
сельское, лесное и рыбное хозяйство	10 039,5	6,8	105,3
горнодобывающая промышленность	770,2	0,5	97,8
обрабатывающая промышленность	31 572,8	21,5	100,1
снабжение электроэнергией	4107,7	2,8	96,2
водоснабжение	960,8	0,7	99,8
строительство	8602,3	5,8	99,9
оптовая и розничная торговля	13 756,3	9,4	98,6
транспортная деятельность, складирование	7530,7	5,1	91,5
информация и связь	10 762,1	7,3	107,0

1	2	3	4
чистые налоги на продукты	18 809,7	12,8	98,6
другое	21 284,2	–	–

Источники: собственная разработка на основе [5].

Анализируя валовую добавленную стоимость по основным видам экономической деятельности, отмечается, что больше пятой ее части приходится на обрабатывающую промышленность. Остальные большие доли отходят оптовой и розничной торговле, а также чистым налогам на продукты.

При этом детальнее стоит рассмотреть именно промышленность и рост ее валовой добавленной стоимости (см. рисунок). Одним из ожидаемых результатов Государственной программы по развитию машиностроительного комплекса являлся прирост валовой добавленной стоимости в промышленности в 2020 г. на 36–40 % по отношению к 2015 г. [6].



Валовая добавленная стоимость в промышленности Республики Беларусь в динамике (2015–2020 гг.)

Источник: [7].

Проанализировав данные статистические данные, можно сделать вывод, что поставленная цель была даже перевыполнена, так как прирост валовой добавленной стоимости в промышленности в 2020 г. составил 35 015,7 млн руб., что составляет 156,7 % от валовой добавленной стоимости в 2015 г.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Республика Беларусь в формировании добавленной стоимости делает упор на обрабатывающую промышленность, поддерживая и стимулируя данную отрасль Государственными программами и дополнительным финансированием, что, как видно из рисунка, дает свои положительные результаты.

Источники

1. *Портер, М.* Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. — 715 с.
2. *Журавлева, А. И.* Роль создания глобальных цепочек добавленной стоимости на современном этапе развития экономики / А. И. Журавлева // Евраз. Союз ученых. — 2015. — № 6, ч. 1. — С. 44–47.
3. *Идрисова, В. В.* Торговля добавленной стоимостью: эмпирический анализ / В. В. Идрисова // Рос. внешнеэкон. вестн. — 2016. — № 8. — С. 49–65.
4. Global Value Chains and Development: Investment and Value Added Trade in the Global Economy [Electronic resource] // UNCTAD. — Mode of access: https://unctad.org/system/files/official-document/diae2013d1_en.pdf. — Date of access: 28.03.2021.
5. Валовой внутренний продукт и валовая добавленная стоимость в 2018 году [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/natsionalnye-scheta/operativnye-dannye/o-vvp-i-vrp/valovoy-vnutrenniy-produkt-i-valovaya-dobavlennoy-stoimost-v-2018-godu/index.php>. — Дата доступа: 28.03.2021.
6. Об утверждении Государственной программы развития машиностроительного комплекса Республики Беларусь на 2017–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 авг. 2017 г., № 588 3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.
7. Промышленность Республики Беларусь 2020 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/88c/88ca482411a706f47c7da68ae873ff7.pdf>. — Дата доступа: 18.03.2021.

М. С. Мулёва

Научный руководитель — кандидат химических наук А. М. Брайкова

АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА ОДНОРАЗОВОЙ ПОСУДЫ, ПРЕДСТАВЛЕННОЙ НА РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В работе проведен анализ ассортимента одноразовой посуды, представленной на рынке Республики Беларусь, в зависимости от применяемых для изготовления материалов; приведены технические нормативные правовые акты, регламентирующие показатели качества и безопасности одноразовой посуды.

Одноразовая посуда на сегодняшний день является популярным предметом обихода. Люди используют одноразовую посуду в заведениях общественного питания, на праздниках, во время отдыха на природе. Популярность одноразовой посуды обусловлена удобством в использовании: она

не является травмоопасной в сравнении со стеклянной и фарфоровой посудой, имеет легкий вес, гигиенична и легка в утилизации. В зависимости от применяемого для изготовления материала одноразовая посуда может быть пластиковой, бумажной/картонной, деревянной и т.д. При производстве пластиковой одноразовой посуды используют такие материалы, как полипропилен, полиэтилентерефталат и полистирол. В последнее время большую популярность приобретает одноразовая посуда, изготовленная из биоразлагаемых материалов: сахарного тростника, бамбука, кукурузного крахмала, крапивы.

Одноразовая посуда используется для приготовления, хранения и приема пищи. Существуют различные виды одноразовой посуды — ножи, ложки, вилки, бокалы, стаканы, чашки, тарелки, блюда, миски, трубочки, палочки для размешивания напитков, супницы, салатницы, контейнеры.

Согласно постановлению Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (МАРТ) от 19 февраля 2020 г. № 14 «О перечне одноразовой пластиковой посуды» запрещаются для использования и продажи в заведениях общественного питания Республики Беларусь следующие виды одноразовой посуды:

- палочки для размешивания напитков;
- стаканы;
- тарелки;
- трубочки (соломинки) для напитков;
- упаковка для продукции общественного питания и пищевых продуктов (контейнеры, лотки, коробки, ланч-боксы, коррексы, банки, бутылки), за исключением упаковки для кулинарных полуфабрикатов и кондитерских изделий;
- чашки.

Практически в каждом магазине представлена одноразовая посуда, ассортимент которой может существенно варьироваться. Так, в магазине торговой сети «Green», расположенном по адресу г. Минск, ул. Притыцкого, 156, ассортимент одноразовой посуды представлен в основном наборами пластиковой и бумажной одноразовой посуды (см. рисунок). Кроме того, присутствует биоразлагаемая посуда, однако ее ассортимент довольно невелик (представлен только одним набором посуды). Странами — изготовителями одноразовой посуды преимущественно являются Россия и Китай, также присутствует одноразовая посуда, изготовленная в Республике Беларусь. На рисунке представлен ассортимент одноразовой посуды магазина торговой сети «Green».

При выборе одноразовой посуды в первую очередь следует определить цель ее использования, обратив внимание на материал, из которого она изготовлена, поскольку не каждый образец одноразовой посуды подойдет для горячих блюд или хранения в ней пищи. Таким образом, следует обращать внимание на маркировку, в которой должны быть указаны правила эксплуатации изделия и/или материалы, из которых изготовлена посуда.

1.09 руб./шт Набор одноразовой посуды Переве Правильно стакан 200 мл 10 шт	2.59 руб./шт Набор одноразовой посуды Переве Правильно стакан 200 мл 6 шт, тарелка 205 мм 2 шт, совочек/ложка 6 шт, вилка 6 шт.	1.59 руб./шт Набор одноразовой посуды Переве Правильно стакан 6 шт, 6 шт.	2.19 руб./шт Набор одноразовой посуды Переве Правильно тарелка 205мм 10 шт	1.59 руб./шт Набор посуды №25 (стакан бум. 200 250мл- 6 шт.)	0.70 руб./шт Набор вилки одноразовых пласти.
1.59 руб./шт Набор №13 (стакан 0, 2л-6шт)	1.39 руб./шт Набор №9 стакан 0, 2л перекрывок. 8 шт.	0.94 руб./шт Набор (вилка 6 шт + ложка 6 шт)	2.59 руб./шт Набор №21 (стакан 0, 2л- 6шт., тарелка 2 + 4 шт.ц.ц. 205x210мм- 6шт., вилка- 6шт.)	1.59 руб./шт Набор №6 тарелка 170мм 1шт в уп	3.59 руб./шт Набор №16 (тарелка 205мм 10 шт + стакан 0, 2л 10 шт. + вилка 10шт.)
1.59 руб./шт Набор №23 (тарелка 2-х/сторон. 205-220мм-6шт)	1.49 руб./шт Стакерть одноразовая 110*140мм ПЭ цветная	0.50 руб./шт Набор пластик чайник одноразовых пласти.	3.19 руб./шт Набор соломок д/ питья пластиковые 100 шт, 21 см 100 шт	3.19 руб./шт Набор соломок д/ питья пластиковые 100 шт, 21 см арт. 5101-4617 100 шт	2.09 руб./шт Набор соломок д/ питья пластиковые 40 шт, 21 см 40 шт
1.19 руб./шт Набор соломок д/ питья пластиковые с укрепленим 12 шт 24 см арт. GL304B 12 шт	2.89 руб./шт Набор соломок д/м питья пластиковые 40 шт 21 см TORO арт. 260148 40 шт	4.39 руб./шт Набор блюде д/ закусочек алюминиевые однораз. 5 шт 1шт в уп 17,8*4,3 мм	2.19 руб./шт Набор соломок д/ питья пластиковые с укрепленим 12 шт 24 см арт. GL301B 12 шт	13.99 руб./шт Станок с крышкой 400мм 177101660	

Ассортимент одноразовой посуды магазина сети «Green»

Наиболее популярной во всем мире является пластиковая одноразовая посуда. Однако в последнее время потребители все большее предпочтение отдают одноразовой посуде, изготовленной из бумаги или картона, поскольку она является более экологичной, имеет низкую теплопроводность, что дает возможность применять ее для потребления горячих напитков и пищи.

Для обеспечения возможности употреблять напитки из бумажной одноразовой посуды стаканчики делают водонепроницаемыми путем нанесения в качестве покрытия полимерной пленки с одной или двух сторон. Часто изготовители окрашивают одноразовую картонную посуду. В состав типографской краски могут входить тяжелые металлы, многие из которых обладают канцерогенными свойствами.

На территории Республики Беларусь действуют документы, регламентирующие требования к показателям качества и безопасности посуды. Так, одноразовая посуда должна соответствовать следующим техническим нормативным правовым актам:

- санитарным нормам и правилам «Требования к миграции химических веществ, выделяющихся из материалов, контактирующих с пищевыми продуктами»;

- гигиеническому нормативу «Предельно допустимые количества химических веществ, выделяющихся из материалов, контактирующих с пищевыми продуктами»;

- техническому регламенту Таможенного союза (ЕАЭС) ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки».

Согласно требованиям технических нормативных правовых актов, нормируется миграция из посуды ряда органических веществ и тяжелых металлов. Так, например, допустимая концентрация миграции из картонной посуды в питьевую воду не должна превышать, в мг/дм³: свинца — 0,030; цинка — 1,000; мышьяка — 0,050; хрома (суммарно III и VI) — 0,100.

Таким образом, не следует исключать необходимость мониторинга показателей качества и безопасности одноразовой посуды, производимой и импортируемой на территорию Республики Беларусь.

Источники

1. О перечне одноразовой пластиковой посуды [Электронный ресурс] : постановление М-ва антимонопольного регулирования и торговли, 19 февр. 2020 г., № 14 // КонсультантПлюс.Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

2. Доставка продуктов питания на дом в Минске [Электронный ресурс] // Green-dostavka.by. — Режим доступа: <https://green-dostavka.by/catalog/tovary-dlya-sporta-i-otdyha/tovary-dlya-otdyha/odnorazovaya-posuda/>. — Дата доступа 03.10.2021.

А. Д. Муратова

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. М. Маркусенко

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОРМОВ В МОЛОЧНОМ СКОТОВОДСТВЕ

В статье представлен расчет сравнительной экономической эффективности кормового рациона в молочном скотоводстве, определены его наиболее оптимальные и экономически выгодные альтернативы.

Одной из особенностей современного состояния молочного скотоводства в Республике Беларусь является отставание развития отрасли кормопроизводства от потребностей развитого животноводства. Необходимость

обеспечения продовольственной безопасности страны за счет собственных ресурсов и наращивания экспорта продовольствия требуют эффективного и грамотного ведения кормопроизводства в непростых экономических условиях работы сельскохозяйственных организаций.

Формирование полноценной кормовой базы в молочном скотоводстве — это залог высоких удоев, так как кормление на 70 % формирует продуктивность животных. Качество кормов, их сохранность и усвояемость в решающей степени влияют на рост производства молока и на снижение себестоимости продукции [1].

Недокорм животных или существенный недостаток хотя бы одного элемента кормления приводит к снижению надоев и содержания белка в молоке. Сбалансированное питание с достаточным количеством в рационе протеина (белка), сахаров, микроэлементов и витаминов позволяет повысить жирность молока минимум на 0,4 %. Однако наиболее питательный вариант корма зачастую не самый дешевый. Часто наиболее высокоэффективные корма являются самыми дорогими в силу их большей ресурсоемкости. Производство кормов следует считать эффективным, если их объем покрывает потребности животноводства при минимальных затратах денежных средств, трудовых и материальных ресурсов на единицу полученной продукции.

В табл. 1 представлены 3 варианта рациона для молочного стада, рекомендованные Министерством сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь.

Таблица 1

Варианты дневного рациона для молочного стада, кг

Вид корма	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
Сено	2,00	5,50	8,00
Сенаж	10,00	9,00	12,00
Силос	20,00	16,00	18,00
Концентраты	6,00	4,50	4,00
Меласса	1,00	1,50	—
Шрот	1,00	1,50	1,00
Зерно кукурузы	0,60	0,60	0,70

Источники: собственная разработка на основе [2].

Наша цель — выбрать наиболее экономически эффективный рацион по его питательности и стоимости. Сравнение рационов выполнено по суммарному содержанию в них протеина и количеству кормовых единиц. Содержание условных кормо-протеиновых единиц в корме рассчитано по формуле:

$$УКПЕ = \frac{КЕ + 10ПП}{2},$$

где КЕ — содержание кормовых единиц в 1 кг корма, к. ед.; ПП — содержание переваримого протеина в 1 кг корма, кг.

Рассчитанные показатели представлены в табл. 2.

Таблица 2

Питательность рациона на 1 голову молочного стада

Вид корма	Коэффициент питательности кормов	Вариант 1, кг к. ед.	Вариант 2, кг к. ед.	Вариант 3, кг к. ед.
Сено	0,45	0,90	2,48	3,60
Сенаж	0,34	3,40	3,06	4,08
Силос	0,20	4,00	3,20	3,60
Концентраты	1,00	6,00	4,50	4,00
Меласса	1,09	1,09	1,64	—
Шрот	1,07	1,07	1,61	1,07
Зерно кукурузы	1,25	0,75	0,75	0,88
Итого		17,21	17,23	17,23

Источник: собственная разработка.

Данные табл. 2 говорят о том, что наилучшими по питательности являются варианты 2 и 3, где дневной рацион на одну корову составляет 17,23 кг кормовых единиц.

Варианты рационов по содержанию протеина представлены в табл. 3.

Таблица 3

Содержание протеина в дневном рационе коровы молочного стада

Вид корма	Содержание протеина в 1 кг корма, г	Вариант 1, кг	Вариант 2, кг	Вариант 3, кг
Сено	49	0,10	0,27	0,39
Сенаж	29	0,29	0,26	0,35
Силос	15	0,30	0,24	0,27
Концентраты	125	0,75	0,56	0,50
Меласса	11	0,01	0,02	—
Шрот	318	0,32	0,48	0,32
Зерно кукурузы	73	0,04	0,04	0,05
Итого		1,81	1,87	1,88

Источник: собственная разработка.

По данным табл. 3 можно сделать вывод, что лучшим по содержанию протеина является вариант 3, в котором в сумме содержится 1,88 кг. В худшем из вариантов (вариант 1) содержится протеина на 4 % меньше, чем в варианте 3.

Следующий этап анализа предполагает расчет стоимости рациона по каждому из представленных вариантов. Стоимость по каждому виду корма

определена как произведение себестоимости (цены) за 1 т корма на его физический вес в рационе. Рассчитанные показатели представлены в табл. 4.

Таблица 4

Стоимость дневного рациона коровы молочного стада, руб.

Вид корма	Себестоимость 1 т корма	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
Сено	63	0,13	0,35	0,50
Сенаж	44	0,44	0,40	0,53
Силос	48	0,96	0,77	0,86
Концентраты	595	3,57	2,68	2,38
Меласса	174	0,17	0,26	—
Шрот	508	0,51	0,76	0,51
Зерно кукурузы	470	0,28	0,28	0,33
Итого		6,06	5,49	5,11

Источники: собственная разработка.

По результатам анализа данных табл. 4 можно сделать вывод, что наиболее экономически выгодным является вариант 3, так как его стоимость самая низкая и составляет 5 руб. 11 коп. Стоимость рациона варианта 2 на 7,4 % дороже варианта 1. Наиболее дорогим из рассматриваемых является вариант 1, стоимость которого оказалась на 18,6 % выше по сравнению с самым дешевым вариантом 3.

Для повышения объемов производства и качества продукции важно находить баланс между питательностью кормов и их экономической эффективностью. Поэтому необходимо рассчитать ряд производственно-экономических показателей и выполнить оценку их сравнительной эффективности (табл. 5).

Таблица 5

Показатели сравнительной эффективности кормовых рационов

Показатель	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
1	2	3	4
Суточный удой от коровы, кг	15,83	15,83	15,83
Суточный рацион коровы, корм. ед.	17,21	17,23	17,23
Содержание протеина в суточном рационе коровы, кг	1,81	1,87	1,88
Суточный рацион коровы, кормо-протеиновых ед.	31,16	32,22	32,37
Содержание протеина в 1 к. ед., г	0,105	0,109	0,109
Расход кормовых единиц на 1 кг молока, к. ед.	1,087	1,088	1,088

1	2	3	4
Расход кормо-протеиновых единиц на 1 кг молока, к-п. ед.	1,97	2,03	2,04
Стоимость суточного рациона коров, руб.	6,06	5,49	5,11
Стоимость 1 ц к. ед.	35,21	31,89	29,68
Стоимость 1 ц к-п. ед.	19,45	17,05	15,80

И с т о ч н и к: собственная разработка.

По результатам анализа данных табл. 5 можно сделать вывод, что абсолютно по всем показателям лидирует вариант 3. Он является более выгодным в экономическом плане, а также наиболее оптимальным по показателям питательности. Вариант 3 рациона — отличный пример баланса между качеством корма и его экономической эффективностью.

И с т о ч н и к и

1. Муратова, А. Д. Планирование потребности в кормах для молочного скотоводства / А. Д. Муратова // Сборник научных статей по материалам XXII Международной студенческой научной конференции. Экономика, Гродно, 20 мая 2021 г. / Гродн. гос. аграр. ун-т ; отв. за вып.: О. В. Вергинская. — Гродно, 2021. — С. 210–211.

2. Рецепты успеха заготовки кормов [Электронный ресурс] // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://mshp.gov.by/information/materials/jivotn/b7619ea148a525e4.html>. — Дата доступа: 08.10.2021.

А. В. Назарова

Научный руководитель — кандидат педагогических наук А. В. Конышева

АКЦИОНИМЫ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И БЕЛАРУСИ, СВЯЗАННЫЕ С СОБЫТИЯМИ РЕЛИГИОЗНОЙ ЖИЗНИ

В статье анализируются акционимы, т.е. названия праздников. Характерной чертой этих акционимов является то, что, как и другие слова в языке, они могут со временем менять свое значение или подвергаться переосмыслению.

Рассматриваются сходства и отличительные черты религиозных акционимов Великобритании и Беларуси. Многие религиозные акционимы в настоящее время стали достоянием массовой культуры и полностью утратили свой религиозный компонент значения.

Акционимы (синоним: геортонимы, от греч. праздник) — названия праздников, торжеств, фестивалей, обрядов и т.д. Эта особая группа слов с культурно-специфичной коннотацией представляет собой составную часть

культурного наследия языкового сообщества, а значит, и мирового общечеловеческого культурного наследия [1, с. 559].

Названия религиозных праздников и обрядов являются одной из групп акционимов. Рассмотрим в этой связи некоторые акционимы Великобритании и Беларуси, связанные с событиями религиозной жизни.

Рождество Христово и Пасха как в Беларуси, так и в Великобритании являются самыми значимыми, самыми светлыми религиозными праздниками.

Рождество Христово — великий христианский праздник, отмечаемый 25 декабря. Говорить о дне, месяце и годе рождения Иисуса Христа невозможно, поскольку ни Священное Писание, ни Священное Предание не говорят нам о действительной дате рождения Иисуса Христа.

Православное Рождество Христово «отстает» от католического на 13 дней. Это произошло из-за путаницы календарей: в 1582 г. папой римским Григорием XIII был введен новый, григорианский календарь, получивший определение «новый стиль». Старый, юлианский календарь, стали называть старым стилем. Таким образом, католики и протестанты встречают праздник Рождества Христова в ночь с 24 на 25 декабря по григорианскому календарю. В ночь с 6 на 7 января праздник Рождества Христова отмечают православные христиане.

Официально рождественский сезон в Великобритании открывает Адвент, т.е. предрождественский пост, начинающийся за 4 недели до Рождества. На двери каждого дома вешается зеленый венок из омелы «Advent Wreath». Древние друиды считали омелу священным растением и символом вечной жизни, римляне ценили ее как символ мира. Считается, что в Англии зародился обычай целоваться под веткой омелы. В этот день устанавливают елки, дарят подарки, поют рождественские гимны, пьют глинтвейн, едят сладкие пирожки с изюмом и миндалем. И, конечно, устраивают рождественский ужин [2].

Традиционный рождественский ужин состоит из фаршированной индейки с жареным картофелем, овощами, подливой и рождественским пудингом на десерт (бисквитный пудинг с сухофруктами, приготовленный на пару).

Один из сладких символов Рождества — это карамельная трость. По традиции она белая с красными полосами со вкусом корицы и мяты. Карамельная трость имеет форму буквы «J», символизирующей имя «Иисус».

В Англии существует обычай обмениваться поздравительными открытками. Первая поздравительная открытка к Рождеству была отпечатана в 1843 г. в Лондоне. Праздник Рождества не обходится без песен «Christmas Carols». Слово «Carol» обозначает «танец» или «песня радости». Песни радости были написаны и исполнялись во все времена года, но традиция их исполнения закрепилась и сохранилась лишь на Рождество.

Рождественские праздники в Беларуси связаны с множеством народных обычаев, однако празднование Рождества претерпело значительные изменения. Советский Союз оказался единственной страной в мире, где Новый год впитал в себя рождественские атрибуты. И после распада Советского Союза Новый год так и остался традиционным семейным праздником, в то время

как праздновать Рождество начала лишь часть населения страны, преимущественно православные верующие.

Празднику Рождества Христова предшествует шестинедельный пост, включающий не только воздержание от скоромной пищи, но и от дурных поступков, эгоизма. С особой тщательностью продумывается рождественский стол. В канун праздника, 6 января, полагалось ничего не вкушать до появления на небе первой звезды. Это самый строгий день Рождественского поста. В этот день обходились голодной кутьей, или сочивом — кашей из пшеничного, ячменного или другого зерна, распаренного на воде. Отсюда и пришло название «сочельник». В наше время добавляют к этой каше мед, изюм или мак. С 6 на 7 января православные христиане отправляются на всюнощную службу в церковь, которая длится до 5 часов утра. С этого дня начинаются Святки. Это праздники, которые длятся до самого Крещения. В эти дни обычно дети, переодевшись в разные костюмы, ходили по дворам, пели песни, прославляли Господа и за это получали угощения, т.е. они «колядовали». В Святки принято было ходить в гости, радоваться и славить Христа, дарить друг другу подарки, устраивать различные гуляния.

Пасха — один из важнейших и любимейших праздников христиан. Католическая Пасха часто празднуется раньше иудейской или в один день с ней и опережает православную Пасху в некоторые годы более чем на месяц. Пасха — праздник переходящий, исчисляемый на каждый год.

В Великобритании праздник Пасхи очень веселый, яркий и радостный. На рассвете в день Пасхи в церквях проходят религиозные службы. На пасхальную службу люди берут с собой пасхальные корзины с крашеными яйцами, хлебом и другой едой и оставляют в церкви после пасхальной службы. Однако сейчас в Великобритании прижилась другая традиция с пасхальными яйцами: преподносить друзьям и родственникам не настоящие яйца, а шоколадные, внутри которых можно найти карамель или какие-то другие лакомства. Дети ищут по всему дому пасхальные яйца, которые они сами расписали. Считается, что их прячет пасхальный заяц.

Традиционное пасхальное угощение — это мясные медово-чесночные фрикадельки, запеченная копченая ветчина, весенний салат, сосиски или бекон, глазированный яблоком, картофелем в розмариново-чесночном масле. Главным пасхальным блюдом считается запеченный фаршированный ягненок. А еще на праздничном столе должен быть обязательно пасхальный пирог Easter Simnel cake, который представляет собой пирог, украшенный марципанами, символизирующими 12 апостолов Иисуса Христа.

В Беларуси важною для верующих дню Пасхи сопутствует и окончание строгого поста. На Пасху принято печь куличи, делать пасху (творожный пасхальный десерт) и красить яйца, так как они являются обязательным атрибутом праздника. А еще желательно в этот праздник посетить всюнощную службу и увидеть крестный ход. Во время праздника все приветствуют друг друга словами «Христос воскрес!» и отвечают «Воистину воскрес!»

Таким образом, важно отметить, что в праздновании Рождества и Пасхи в Великобритании и Беларуси есть как сходства, так и различия. Рождество

и Пасха сохраняют народную индивидуальность, однако они потеряли свой религиозный смысл и стали общими праздниками.

В Великобритании Рождество считается семейным праздником, а в Беларуси принято приглашать всех желающих и со всеми делиться радостью. Несмотря на то, что Рождество — религиозный праздник, который имеет общие корни в обеих странах, англичане более консервативны и трепетно оберегают свою национальную культуру. Возможно, именно поэтому их традиции не претерпели больших изменений на протяжении веков.

Источники

1. *Богова, М. Г.* Акционимы — названия праздников и фестивалей / М. Г. Богова // Иностранные языки: инновации и перспективы исследования и преподавания : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26–27 марта 2020 г. / Белорус. гос. ун-т. — Минск, 2020. — С. 559–563.

2. Британские праздники [Электронный ресурс] // *Lingua Airlines*. — Режим доступа: <https://lingua-airlines.ru/articles/britanskie-prazdniki/>. — Дата доступа: 05.10.2021.

А. А. Павленко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. А. Артемьева

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКИХ ОПЕРАЦИЙ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В работе представлен опыт привлечения денежных средств населения зарубежными коммерческими банками, рассмотрены характеристики и отличительные особенности предлагаемых банковских продуктов, раскрыты возможности их применения для розничного бизнеса банков Республики Беларусь.

Вопросы совершенствования банковской деятельности и определения направлений ее развития являются одними из ключевых проблем современного экономического развития общества. Формирование и наращивание ресурсов является важной задачей для обеспечения деятельности банка. В условиях возрастающей конкуренции особое значение для банков Республики Беларусь имеет изучение опыта привлечения ресурсов зарубежными банками.

Одним из основных источников денежных средств коммерческих банков зарубежных стран являются сберегательные депозиты частных лиц. Банки предлагают по депозитам невысокий доход, но при этом банковские депозиты обладают достаточной ликвидностью и безопасностью, что является актуальным и значимым для клиентов.

Помимо депозитов, иностранные банки предлагают своим клиентам другой способ сбережений — ценные бумаги. Большой популярностью

пользуются депозитные сертификаты. При работе с населением в зарубежных странах также широко распространены сберегательные взносы, которые имеют свои специфические особенности.

Во Франции, например, используются депозиты «до востребования» и такие виды сберегательных взносов, как кредитно-сберегательные счета и планы. Сберегательный план — это договор, который может быть заключен между частным лицом и сберегательным учреждением [1]. Если заключен такой договор, то вкладчик получает налоговые льготы, которые аннулируются при его расторжении. Так, лицо, которое подписало такой план, обязано держать свои накопления на счете в банке или направлять их на страхование жизни на протяжении не менее 8 лет. По кредитно-сберегательным счетам клиент вносит деньги на свой счет, а в случае необходимости он может снять деньги со счета. Но в случае получения денежных средств до наступления установленного срока клиент лишается значительной суммы своего дохода. При наступлении срока вкладчик может снять всю сумму вместе с начисленными процентами, одновременно ему предоставляется возможность на получение в своем банке целевого кредита. Следовательно, к сберегательным счетам относятся:

- сберегательный план для приобретения жилья;
- кредитно-сберегательный счет для приобретения жилья;
- сберегательная книжка для создания предприятия [2].

В Италии также существуют депозитные взносы двух разновидностей — свободные и связанные. Процент по свободным депозитам очень низкий. Ставки по связанным депозитам могут обсуждаться, а сами взносы облагаются налогом, поскольку приносят вкладчику повышенный доход. А вот взносы «до востребования» не облагаются налогом.

В США основной формой накоплений являются сберегательные взносы. Однако в последние годы их популярность несколько упала. Но, невзирая на это, среди населения с небольшим достатком сберегательные счета все так же пользуются популярностью.

Еще одной особенностью являются праздничные счета, которые предназначены для накопления определенных сумм под праздник. Сберегательные взносы в Америке делятся на такие виды:

- депозиты на сберегательных книжках;
- счета с выпиской состояния сберегательного взноса;
- депозитные счета денежного рынка.

В США наиболее широко распространены депозитные счета денежного рынка. Эти счета схожи со счетами на сберегательных книжках, однако величина процента корректируется еженедельно исходя из изменений других рыночных норм процента.

Срочные депозиты в США бывают двух видов. Это мелкие срочные депозиты (мелкий депозит — это депозит, размер которого не превышает 100 тыс. дол.) и большие (депозиты больших размеров начинаются от 100 тыс. дол.). Владелец мелкого депозита получает депозитный сертификат, на котором обозначены сумма, ставка процента и срок погашения, а также другие условия контракта. Сертификаты по мелким депозитам не являются

оборотными. Вознаграждение, которое устанавливается по мелким депозитам, является строго фиксированным, тогда как с крупными депозитами возможны альтернативы [3].

Наибольшее распространение срочные депозиты получили в Японии. Около 70 % личных накоплений хранятся в такой форме, в большинстве случаев это накопления на пенсию. Также популярностью пользуются взносы с нерегулированной процентной ставкой и взносы с фиксированной процентной ставкой, которые могут быть полностью анонимными. Особое место среди банковских депозитов занимают индивидуальные пенсионные счета, которые являются специальными срочными или сберегательными сертификатами. Целью этих взносов является накопление необходимой суммы денег для обеспечения пенсионных накоплений.

В заключение важно отметить, что опыт коммерческих банков развитых стран на белорусском рынке банковских услуг необходимо использовать для дальнейшего наращивания ресурсов банка, развития банковских услуг по сбережению денежных средств, предоставляемых своим клиентам. Можно использовать опыт США, где процентные ставки корректируются. Следует обратить внимание и на индивидуальные пенсионные счета, которые так широко распространены в Японии. Особое значение для практики белорусских банков имеет использование опыта зарубежных банков в применении программ лояльности клиентов, позволяющих установить долгосрочные и доверительные отношения между банком и клиентами, тем самым обеспечивая деятельность банка необходимым объемом ресурсов.

Источники

1. *Маркова, О. М.* Организация деятельности коммерческого банка : учебник / О. М. Маркова. — М. : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. — 496 с.
2. *Макогон, Ю. В.* Международный банковский бизнес : учеб. пособие / Ю. В. Макогон, Е. В. Булатова. — Киев : Атика, 2003. — 208 с.
3. *Алилова, А. К.* Организация сберегательного бизнеса: зарубежный и российский опыт / А. К. Алилова, А. А. Гаджиев, Ф. К. Хасин // Финансы и кредит. — 2009. — № 9 (345). — С. 63–68.

В. С. Парецкая

Научный руководитель — магистр экономики и управления А. Н. Зоткина

СТРУКТУРА АССОРТИМЕНТА МЕЖКОМНАТНЫХ ДВЕРЕЙ, РЕАЛИЗУЕМЫХ ООО «ОМА»

В данной статье на основе данных, собранных во время прохождения товаро-ведной практики, проанализирована динамика структуры ассортимента межкомнатных дверей за 2019–2021 гг., реализуемых гипермаркетом «ОМА» г. Минска.

ООО «ОМА» — крупнейшая оптовая и розничная торговая сеть строительных материалов и инструментов, а также товаров для дома, сада и огорода в Беларуси. Основанная в 1992 г. компания постоянно расширяется и сегодня включает 31 торговый объект, представленный Строительными домами, оптовыми базами и магазинами системы франчайзинга под брендом «ОМА». Розничную сеть и интернет-магазины компании «ОМА» ежедневно посещают порядка 45 000 чел. Более 5000 юридических лиц в месяц выбирают «ОМА» как оптового поставщика.

Для анализа был выбран ассортимент межкомнатных дверей гипермаркета, находящегося по адресу г. Минск, ул. Наполеона Орды, 6.

На сегодняшний день ООО «ОМА» предлагает потребителю разнообразный ассортимент моделей межкомнатных дверей из массива, соответствующих различным вкусам и пожеланиям потребителей.

Двери из массива хоть и являются одними из самых дорогих, всегда пользуются большим спросом среди покупателей. Главная причина этого — экологичность. Когда повсюду окружают современные искусственные материалы, покупатели стремятся добавить в свой интерьер натуральные и безопасные для здоровья материалы. Кроме того, массив дерева всегда был самым дорогим материалом, поэтому двери и мебель из него ассоциируются с престижем и солидностью и являются важным атрибутом в создании роскошного интерьера.

Рассмотрим динамику структуры ассортимента межкомнатных дверей, реализованных гипермаркетом «ОМА» в 2019–2021 гг., по различным товароведным признакам (табл. 1–3).

Таблица 1

Динамика ассортимента межкомнатных дверей, реализованных ООО «ОМА» за 2019–2021 гг., по производителю

Производитель	2019 г.		2020 г.		2021 г.	
	количество, шт.	удельный вес, %	количество, шт.	удельный вес, %	количество, шт.	удельный вес, %
Porta (Россия)	8	3,38	3	1,40	12	4,61
Амати (Беларусь)	74	31,35	77	35,98	84	32,31
Бона (Беларусь)	66	27,97	54	25,23	67	25,76
Южка (Россия)	23	9,74	30	14,02	28	10,77
ПМЦ (Беларусь)	65	27,54	53	24,77	69	26,54
Итого	236	100,00	214	100,00	260	100,00

Источники: собственная разработка на основе данных организации.

Как видно из табл. 1, преобладают двери белорусских производителей Амати и Бона (32,31 и 25,76 % соответственно), что объясняется хорошим качеством, невысокой стоимостью, а также простотой логистики. В 2021 г. значительно увеличились поставки российского производителя Porta, с 1,4 %

в 2020 г. до 4,61 % в 2021 г., что объясняется увеличением покупательского спроса на данные модели.

Динамика ассортимента межкомнатных дверей по материалу за последние 3 года представлена в табл. 2.

Таблица 2

Динамика ассортимента межкомнатных дверей, реализованных ООО «ОМА» за 2019–2021 гг., по материалу

Материал	2019 г.		2020 г.		2021 г.	
	количество, шт.	удельный вес, %	количество, шт.	удельный вес, %	количество, шт.	удельный вес, %
Массив сосны	56	23,72	59	27,57	65	25,00
Массив ольхи	75	31,78	69	32,24	80	30,77
Массив дуба	37	15,68	31	14,49	42	16,15
Массив ореха	68	28,81	55	25,70	73	28,08
Итого	236	100,00	214	100,00	260	100,00

Источники: собственная разработка на основе данных организации.

Данные табл. 2 свидетельствуют, что наиболее распространенными являются двери из массива ольхи и ореха (28,08 и 30,77 % в 2021 г. соответственно). Они обладают красивой и уникальной структурой, имеют высокую прочность и стойкость к влаге. Цена их является достаточно приемлемой, что определяет их популярность. Наименее распространенными являются двери из массива дуба (16,15 % в 2021 г.), которые в силу своей ценовой категории не пользуются большим спросом среди покупателей, хотя по сравнению с 2019–2020 гг. их удельный вес несколько увеличился.

В табл. 3 отражена динамика ассортимента межкомнатных дверей по виду конструкции.

Таблица 3

Динамика ассортимента межкомнатных дверей, реализованных ООО «ОМА» за 2019–2021 гг., по виду конструкции

Конструкция	2019 г.		2020 г.		2021 г.	
	количество, шт.	удельный вес, %	количество, шт.	удельный вес, %	количество, шт.	удельный вес, %
Каркасно-щитовые	70	29,66	99	46,26	108	41,54
Филенчатые	166	70,34	115	53,74	152	58,46
Итого	236	100,00	214	100,00	260	100,00

Источники: собственная разработка на основе данных организации.

Исходя из этих данных видно, что все три года филенчатые межкомнатные двери имеют наибольший удельный вес по сравнению с каркасно-щитовыми (70,34 % — 2019 г., 53,74 % — 2020 г., 58,46 % — 2021 г.).

Таким образом, ассортимент межкомнатных дверей в гипермаркете «ОМА» г. Минска достаточно широк и разнообразен. Наибольший удельный вес в ассортименте имеют белорусские бренды «Амати» и «Бона». Также потребителю доступны двери российских производителей. На сегодняшний день ООО «ОМА» предлагает различные модели межкомнатных дверей, соответствующих различным вкусам и пожеланиям потребителей, из различных древесных массивов, основными из которых являются сосна, ольха, дуб, орех. Наиболее распространенными являются двери из массива ольхи и ореха. По типу конструкции двери подразделяются на каркасно-щитовые и филленчатые. Гипермаркет «ОМА» позволяет потребителю выбрать двери глухие или остекленные. По виду покрытия представлены межкомнатные двери с непрозрачным отделочным покрытием (красками, эмалями, декоративными пластиками или пленками), а также с прозрачным покрытием (лаками). На выбор потребителя представляются двери следующих цветов: бежевый, белый, коричневый, темно-коричневый.

Е. С. Патапчик, В. В. Каишкур

Научный руководитель — А. В. Кармызов

ТРАНЗИТНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ПРИ ПЕРЕВОЗКАХ ГРУЗОВ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫМ ТРАНСПОРТОМ

В статье представлены результаты исследования детерминант, определяющих транзитную привлекательность Республики Беларусь при осуществлении перевозок грузов железнодорожным транспортом.

В условиях глобализации и развития внешнеэкономических связей между странами растут объемы трансграничных перевозок, что значительно усиливает необходимость развития логистической системы, а также повышает технологический уровень логистической системы. Неотъемлемой составляющей логистической системы является транспортная система [1]. Эффективное ее функционирование является условием формирования и реализации транзитного потенциала территории.

Транзит грузов через территорию Республики Беларусь возможен посредством железнодорожного, автомобильного, авиационного, водного и трубопроводного транспорта. Для более детального исследования транзитной привлекательности нами выбран железнодорожный транспорт, так как именно он, устойчиво формируя более трети грузооборота Республики Беларусь [2], предполагает возможность сравнительно быстрой и экономичной транспортировки широкой номенклатуры товаров.

Беларусь — перекресток, где сходятся важнейшие трансевропейские коридоры, обозначенные по международной классификации номером 2 (За-

пад — Восток) и номером 9 (Север — Юг) с ответвлением 9б. Суммарная протяженность эксплуатируемых в рамках данных коридоров железнодорожных путей, пролегающих по территории Республики Беларусь, составляет почти 1,5 тыс. км. Допустимые скорости движения грузовых поездов — 80–90 км/ч. Участок транспортного коридора № 2 (Красное (Россия)/Осиновка (Беларусь) — Брест) является двухпутным и полностью электрифицированным, оснащенным устройствами автоматической блокировки, электрической и диспетчерской централизации [3].

Основным фактором, повышающим транзитную привлекательность Республики Беларусь, является ее стратегическое местоположение в центре Европы, что предопределяет важную роль местной железной дороги в качестве связующего звена между Европой и Азией. Членство Республики Беларусь в ЕАЭС способствует повышению транзитной привлекательности нашей страны в соответствующем регионе. В целях повышения транзитной привлекательности Белорусская железная дорога реализует комплексную программу, предусматривающую развитие материально-технической базы и инфраструктуры международных транспортных коридоров, повышение скоростей движения грузовых поездов. Результатом этого отчасти является и то, что в течение последнего десятилетия по территории страны сформирован ряд устойчивых железнодорожных направлений транзитных грузопотоков, обеспечивающих связь с портами Балтийского моря и Китаем.

Осуществление транзитных железнодорожных перевозок грузов через территорию Республики Беларусь сопряжено с сотрудничеством с естественной монополией — объединением «Белорусская железная дорога», что имеет как свои экономические преимущества, так и может повлечь дополнительные затраты. Особым направлением развития транзитного сообщения Белорусской железной дороги являются контейнерные перевозки, которые на сегодняшний день являются одним из наиболее быстрых и экономичных видов грузоперевозок в международном сообщении. Преимущества контей-



Трансевропейские коридоры перемещения грузов, проходящие по территории Республики Беларусь

нерных перевозок используемыми Белорусской железной дорогой ускоренными поездами заключаются в льготных тарифах, оперативном таможенном оформлении, информационном сопровождении, обеспечении сохранности грузов и т.д. [5]. Положителен и опыт реализации проекта «Викинг» [6].

Тем не менее существуют аспекты, снижающие транзитную привлекательность Республики Беларусь. Одним из них является отдаленность от морских портов, что влечет за собой высокие затраты на выход к ним. Не менее важным аспектом являются низкая пропускная способность и простой на границах государства, что влечет дополнительные издержки для ряда субъектов. Имеет место и сравнительно медленная работа логистических баз, которая является следствием запаздывающего внедрения IT-технологий в сферу грузоперевозок. К данному следствию также приводит дефицит высококвалифицированных кадров, что вызвано низким уровнем профессиональной подготовки в учебных заведениях страны по соответствующим специализациям [1]. Наличие в одной стране или в пограничных государствах дорог с разной шириной колеи также влечет дополнительные издержки из-за необходимости перестановки состава.

Таким образом, при проведении исследования нами выявлено, что транзитная привлекательность Республики Беларусь по перевозке грузов железнодорожным транспортом формируется под воздействием целого ряда факторов, разнонаправленно влияющих на нее. В рамках устранения обозначенных недостатков главным для Беларуси может стать создание евроазиатского цифрового транспортного коридора между Китаем и ЕС. Цифровизация и стандартизация могут существенно ускорить прохождение грузов [1]. В соответствии с Концепцией развития логистической системы Республики Беларусь до 2030 г. в области цифровизации сформулированы задачи по улучшению логистической системы. К ним относятся: переход на электронные технологии документооборота по устойчивым цепям товародвижения; формирование единой цифровой платформы логистических систем на основе интеграции взаимодействия с международными информационными системами; унификация стандартов информационного обмена данными между участниками логистической системы; развитие системы электронной биржевой торговли в сфере оказания логистических услуг. Правильная и продуманная политика государства и субъектов хозяйствования в рассматриваемой области становится главным стабилизирующим фактором в отношениях между странами, стимулирует развитие внешнеэкономических отношений, что должно обеспечить условия как для повышения транзитной привлекательности Республики Беларусь, так и для развития иных видов экономической деятельности, прямо или косвенно связанных с осуществлением транзита грузов [4].

Источники

1. *Королева, А. А.* Международная транспортная логистика: конкурентные позиции Беларуси : монография / А. А. Королева, А. А. Дутина. — Минск : БГУ, 2020. — 143 с.

2. Структура грузооборота по видам транспорта [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/transport/graficheskii-material/struktura-gruzooborota-po-vidam-transporta/>. — Дата доступа: 06.10.2021.

3. Развитие приоритетных направлений [Электронный ресурс] // Белорусская железная дорога. — Режим доступа: https://www.rw.by/corporate/belarusian-railway/priority_directions/. — Дата доступа: 06.10.2021.

4. Об утверждении Концепции развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 28 дек. 2017 г., № 1024 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://pravo.by/docum ent/?guid=3871&p0=C21701024>. — Дата доступа: 06.10.2021.

5. Контейнерные перевозки [Электронный ресурс] // Белинтертранс. — Режим доступа: <https://belint.by/services/container%20transportation/container%20transportation>. — Дата доступа: 08.10.2021.

6. Поезд комбинированного транспорта «Викинг» [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа: [https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Викинг_\(поезд\)](https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Викинг_(поезд)). — Дата доступа: 08.10.2021.

В. В. Петровская

Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Головач

УЧЕТ ЦИФРОВЫХ ЗНАКОВ (ТОКЕНОВ) В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье раскрываются общие вопросы организации обращения цифровых знаков (токенов) в Республике Беларусь, методики их учета, и выделяются особенности данных методик в условиях цифровизации экономики страны.

В современных условиях высокотехнологические процессы проникают во все сферы жизнедеятельности человека и постоянно совершенствуются. Цифровая экономика является неотъемлемой составляющей развития глобальной экономической системы. Степень распространения интернета и инновационных технологий приводит к тому, что появляются новые объекты учета — хозяйственные операции, совершаемые с использованием новых активов цифровых знаков (токенов).

Поэтому появление нового вида активов — цифровых знаков (токенов), а также обязательство, возникающих при размещении собственных токенов, требует рассмотрения особенностей документального оформления операций с токенами, порядка формирования в бухгалтерском учете и отчетности информации о них.

Развитие экономики Республики Беларусь требует повсеместного внедрения инноваций [1]. На смену устоявшимся денежно-кредитным отноше-

ниям приходят новейшие технологии, связанные в том числе с появлением криптовалют и технологии «блокчейн».

В настоящее время перед государством стоят важнейшие вопросы, связанные с внедрением технологии «блокчейн» и криптовалют в существующие денежно-кредитные отношения. Так, с целью привлечения иностранных инвестиций в существующие экономические процессы в 2018 г. вступил в силу Декрет Президента Республики Беларусь от 27.12.2017 г. № 8 «О развитии цифровой экономики» в редакции от 18.03.2021 г. № 1, который, с одной стороны, урегулировал отношения, связанные с обращением криптовалют, цифровых знаков (токенов) на территории Республики Беларусь, а с другой стороны, создал необходимые льготные условия для внедрения в экономику страны технологии «блокчейн» и иных цифровых технологий.

Под криптовалютой, согласно п. 4 приложения 1 к Декрету Президента Республики Беларусь от 21.12.2017 г. № 8 «О развитии цифровой экономики» (далее — Декрет № 8), понимается биткоин, иной цифровой знак (токен), используемый в международном обороте в качестве средства обмена [2].

Так, согласно п. 12 приложения 1 к Декрету № 8 под цифровым знаком (токеном) понимается запись в реестре блоков транзакций (блокчейне), иной распределенной информационной системе, которая удостоверяет наличие у владельца цифрового знака (токена) прав на объекты гражданских прав и (или) является криптовалютой [2].

Токен представляет собой один из финансовых инструментов, посредством которого инвестор имеет возможность получить определенные товары или услуги интересующей компании, а также право на часть доли прибыли или возможность осуществлять управление в данной компании.

Согласно концепции Декрета № 8 цифровой знак (токен) является цифровым товаром (услугой). Владение цифровыми знаками (токенами) на праве собственности или ином вещном праве означает право совершения с ними операций как с активами и обязательствами: «Для целей бухгалтерского учета: возникшие (добытые) в процессе майнинга или приобретенные иным способом токены признаются активами; размещение созданных юридическими лицами токенов приводит к возникновению обязательств перед владельцами токенов» [2].

Юридические лица вправе владеть токенами и осуществлять следующие операции: через резидента Парка высоких технологий, осуществляющего соответствующий вид деятельности, создавать и размещать собственные токены в Республике Беларусь и за рубежом; хранить токены в виртуальных кошельках; через операторов криптоплатформ, операторов обмена криптовалют, иных резидентов Парка высоких технологий, осуществляющих соответствующий вид деятельности, приобретать, отчуждать токены, совершать с ними сделки (операции). В качестве резидента Парка высоких технологий могут быть зарегистрированы в числе других лиц юридические лица, представившие необходимые документы и осуществляющие (планирующие осуществлять) указанные в Положении виды деятельности.

Операторы криптоплатформ, операторы обмена криптовалют и другие организации, осуществляющие деятельность с использованием цифровых

знаков (токенов), обязаны отражать в бухгалтерском учете совершаемые ими операции, составлять бухгалтерскую и (или) финансовую отчетность в порядке, установленном Министерством финансов Республики Беларусь [2].

Полученные организацией токены принимаются к бухгалтерскому учету по первоначальной стоимости на счета 06 «Долгосрочные финансовые вложения» (если срок их обращения превышает 12 месяцев с даты размещения), 58 «Краткосрочные финансовые вложения» (если срок их обращения не превышает 12 месяцев с даты размещения), 41 «Товары», 43 «Готовая продукция» в зависимости от способа их получения и предполагаемого назначения.

Собственные токены, созданные организацией для размещения, к бухгалтерскому учету организации не принимаются.

Последующая оценка токенов производится на отчетную дату сопоставлением первоначальной стоимости и чистой стоимости реализации токенов (по каждой единице или группе токенов). На величину разницы (если первоначальная стоимость выше) создается резерв под снижение стоимости токенов на счетах 06 «Долгосрочные финансовые вложения», 59 «Резервы под обесценение краткосрочных финансовых вложений», 14 «Резервы под снижение стоимости запасов» в зависимости от того, на каком счете учитываются токены, под которые создается такой резерв.

Обязательства, возникающие при размещении собственных токенов перед владельцами этих токенов, учитываются на счетах 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам» (если срок обращения токенов не превышает 12 месяцев с даты их размещения) и 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам» (если срок обращения токенов превышает 12 месяцев с даты их размещения). При возмездном размещении токенов такие обязательства принимаются к учету по первоначальной стоимости, равной стоимости полученных организацией активов, а при безвозмездном размещении — в сумме признанных расходов, равной стоимости не полученных организацией активов.

Аналитический учет цифровых знаков (токенов), возникших (добытых) или полученных в результате деятельности по майнингу, в соответствии с п. 9 Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» ведется по учетным ценам. Данные цены устанавливаются в положении об учетной политике организации [3].

Юридические лица, являющиеся владельцами цифровых знаков, операторы криптоплатформ и операторы, совершающие операции с использованием цифровых знаков (токенов), в основном являются плательщиками двух видов налогов — налога на добавленную стоимость и налога на прибыль.

Цифровые знаки (токены) — это новый объект бухгалтерского учета в Республике Беларусь, поэтому актуальным является систематизация основных правил их обращения и методик учета в соответствии с национальным законодательством.

Источники

1. *Донцова, В. И.* Восприимчивость национальной экономики к инновациям / В. И. Донцова // Управление в социальных экономических системах : материа-

лы XXV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 12 мая 2016 г. / Минск. инновац. ун-т ; редкол.: Н. В. Суша (пред.) [и др.]. — Минск, 2016. — С. 19–20.

2. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 21 дек. 2017 г., № 8 // КонсультантПлюс.Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

3. Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» и внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Министерства финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 6 марта 2018 г., № 16 // КонсультантПлюс.Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

К. А. Пилипейко

Научный руководитель — кандидат филол. наук, доцент В. А. Шевцова

PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕПУТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «СОЛВИТ»)

В статье рассмотрены цели и механизмы PR-кампаний, используемых для формирования, поддержания и развития деловой репутации предприятий. На примере ООО «Солвит» показаны корреляции между структурой пиар-мероприятий и их эффективностью, выражающейся в улучшении финансового положения предприятия и в повышении спроса на его услуги. Ключевыми элементами планирования PR-кампании ООО «Солвит» стали анализ ситуации, четкая цель, стратегия достижения цели, тактика реализации, график продвижения к цели, бюджетные рамки. С учетом полученных результатов анализа автором статьи были предложены мероприятия по формированию деловой репутации ООО «Солвит», которые включили в себя разработку и организацию PR-кампании.

Современные условия рыночной экономики в Республике Беларусь обуславливают определяющее значение маркетинговой среды и повышение значимости маркетинговой коммуникативной деятельности предприятия и паблик рилейшнз как составляющей этой деятельности. Связи с общественностью, public relations (PR), — это многогранная социально-коммуникативная практика. Она реализуется в самых разнообразных формах — от организации отдельных акций и специальных мероприятий до проведения долгосрочных и масштабных программ по работе с общественностью. Особое место в этой практике занимают PR-кампании, которые становятся обычным явлением и все более востребованной услугой в бизнесе, политике и социально-культурной сфере общества. PR-деятельность способствует формированию и продвижению деловой репутации любой организации и позволяет повысить осведомленность о деятельности предприятия. В настоящей статье будут рассмотрены особенности и эффективность механизмов

PR-кампаний, используемых для поддержания и развития деловой репутации ООО «Солвит».

Основные аспекты создания деловой репутации PR-инструментами. Современные компании для формирования общественного мнения используют PR-технологии. Управление процессами PR осуществляется путем распространения информации. Теоретической основой PR-менеджмента являются PR-концепции и модели коммуникаций [1, с. 112].

Система PR может успешно функционировать только при наличии надежных каналов связи с общественностью, наиболее важными из которых являются межличностное общение, традиционные средства массовой информации (СМИ) и электронные коммуникации.

Важнейшей задачей PR является создание и поддержка стабильных динамических отношений между культурой организации и связями с общественностью. PR-кампании включают в себя комплекс действий, формирующих изменяющееся отношение различных групп к компании. Текущие PR-мероприятия поддерживают преобладающее отношение общественности к компании.

Подготовленная PR-информация предоставляется в форме, подходящей для передачи общественности (межличностное общение, средства коммуникации, организация пресс-конференций, брифингов, круглых столов, публичных обсуждений, презентаций и т.д.). Эта информация, воздействуя на объект (общество), оказывает на него влияние, меняет его мнение. Информация об этом передается по каналам обратной связи и используется для корректировки плана и последующих действий. Таким образом, эта модель представляет основную идею PR в демократическом обществе — двусторонний характер и гармонию отношений между субъектом (организацией) и обществом [2, с. 112].

Разработка PR-технологий основана на концепциях и моделях, разработанных в управлении рекламой. Однако разница между рекламой и пиаром заключается в том, что пиар-деятельность ориентирована на продвижение не товара, а организации, и не на рынке, а в обществе. Пиар-кампания — это несколько PR-мероприятий, объединенных одной целью, охватывающих период времени и распределенных во времени, чтобы одно событие дополняло и усиливало эффект действий других [3].

Особое внимание при разработке PR-кампании уделяется определению целевых групп, поскольку эффективность в значительной степени зависит от характеристик аудитории, информационные сообщения имеют специфический эффект в зависимости от получателя.

Оценка результатов PR-кампаний проводится по следующим критериям: успех общения и эффективность информационного воздействия.

Особенности осуществления PR-кампаний для продвижения деловой репутации ООО «Солвит». Стратегия маркетинга ООО «Солвит» основана на развитии комплексного продвижения услуг и стимулировании сбыта. В ООО «Солвит» нет рекламной службы, обязанности по размещению рекламы возложены на специалиста по маркетингу. ООО «Солвит»

использует такие элементы коммуникационной политики, как реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, личная продажа. Основные задачи системы коммуникации в ООО «Солвит» заключаются в обеспечении устойчивого положения предприятия на рынке на основе получения прибыли и формировании благоприятного имиджа как предприятия, так и его услуг. Поставленные задачи решаются с помощью следующих мероприятий: распространение печатных рекламных материалов; участие в выставках; создание благоприятных условий при расчетах за услуги с целью стимулирования продаж.

Наиболее эффективными элементами коммуникационной политики являются реклама и стимулирование сбыта. Основным методом связей с общественностью в ООО «Солвит» является работа с заказчиками по вопросам качества и удовлетворенности их требований услугами посредством телефонного интервьюирования и рассылки анкет. К способам организации связей с общественностью относится также участие в выставках и ярмарках.

Расходы на рекламу в ООО «Солвит» за 2019 г. составили 8,1 тыс. руб. Из них 3,6 тыс. руб. составили расходы на печатную продукцию, участие в выставках и пр., 2,5 тыс. руб. — затраты на рекламу в интернете.

Особенности создания деловой репутации ООО «Солвит» и эффективности PR-кампаний, направленных на ее поддержание и развитие. Проведение PR-кампаний требует от предприятия определенных финансовых затрат, однако экономический эффект, формируемый пиар-мероприятиями, заключается в повышении финансовых результатов и увеличении спроса на услуги ООО «Солвит». Ключевыми элементами планирования PR-кампаний ООО «Солвит» станут анализ ситуации, четкая цель, стратегия достижения цели, тактика реализации, график продвижения к цели, бюджетные рамки. PR-кампания ООО «Солвит» будет также включать взаимодействие со СМИ, с партнерами и профессиональными сообществами, с властными структурами и потребителями, организацию специальных событий (акций), внутрикорпоративный PR, а также формирование фирменного стиля ООО «Солвит» (унификация оформления документации, продукции, офисов). Затраты на проведение предложенных пиар-мероприятий предусмотрены в размере 27,2 тыс. руб. Согласно мнению опрошенных экспертов (сотрудников и клиентов компании), после проведения запланированной автором PR-кампании планируемый рост выручки от реализации в течение года составит 3,2 %.

В 2019 г. ООО «Солвит» не была разработана полноценная система маркетинговых коммуникаций, использовались отдельные элементы PR-технологий. Поскольку ООО «Солвит» осуществляло свою деятельность относительно короткий период времени, сформировать и провести определенные PR-мероприятия для формирования своей деловой репутации организация не успела. С учетом полученных результатов анализа автором статьи были предложены мероприятия по формированию деловой репутации ООО «Солвит», которые включили в себя разработку и организацию PR-кампании, а также проведение благотворительной акции, которая заключается в выделении 30 % прибыли от реализации услуг и товаров в опреде-

ленный день для направления в детский дом. Согласно мнению опрошенных экспертов, в результате проведения предложенных мероприятий увеличение выручки предприятия от реализации в течение года составит 3,2 %.

Источники

1. *Добробабенко, Н. С.* Фирменный стиль: принципы разработки / Н. С. Добробабенко. — М. : ИНФРА-М, 2014. — 267 с.
2. *Захарова, И. В.* Маркетинг в вопросах и решениях : учеб. пособие / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. — М. : КноРус, 2013. — 303 с.
3. *Годин, А. М.* Брендинг : учеб. пособие / А. М. Годин, А. А. Дмитриев, И. Б. Бабленков. — М. : Дашков и К°, 2014. — 364 с.

Я. С. Прокопенко, К. А. Устименко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г. М. Пупко

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АУДИТА РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

В статье исследована методика аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками, описаны основные его этапы проведения.

Актуальность данного исследования заключается в том, что в настоящее время пристальное внимание уделяется расчетам с поставщиками и подрядчиками. Это напрямую связано с тем, что существует цикличность экономических средств, что вызывает бесконечное обновление различных расчетов. Расчеты с поставщиками и подрядчиками являются одними из наиболее распространенных видов расчетов, особенно связанных с приобретением сырья, материалов, товаров и других материальных ценностей. Эти расчеты являются основой функционирования любой организации.

Просроченная дебиторская и/или кредиторская задолженность говорит о нарушениях поставщиками и клиентами финансовой и платежной дисциплины, что требует немедленных действий по устранению негативных последствий. Своевременное принятие этих мер возможно только при проведении систематического контроля со стороны предприятия.

Динамичное развитие рынка и развитие рыночных отношений повышают ответственность и самостоятельность предприятий в формировании и принятии управленческих решений, что, в свою очередь, обеспечит эффективный и правильный учет с дебиторами и кредиторами.

Одной из ключевых проблем бухгалтерских расчетов с поставщиками, подрядчиками, покупателями и другими должниками и кредиторами является организация, быстрый обмен документами, решение которой может быть достигнуто за счет внедрения информационных технологий, поскольку для всех предприятий, особенно крупных, географически рассредоточенных, на

которых имеется огромное количество документов, обработка первичных учетных документов является первостепенной задачей.

Таким образом, именно расчеты с поставщиками и подрядчиками являются наиболее распространенными, достоверность и своевременность информации являются основным предметом аудита.

Целью аудита с поставщиками и подрядчиками является установление соответствия совершенных операций по расчетам с поставщиками и подрядчиками законам и нормативным актам, а также достоверности отражения этих операций в бухгалтерском учете и отчетности.

К основным задачам контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками относятся: проверка достоверности и законности учетных данных о статусе этих расчетов, проверка соблюдения этики расчетов и ее влияния на финансовое состояние организации, а также установление реальности задолженности.

Перед началом аудита необходимо наметить план действий и определить порядок выполнения его этапов. Предлагаемая система должна соответствовать стандартам аудита и действующей законодательной базе. Для определения перечня задач аудитор проводит консультации с руководством предприятия и его главным бухгалтером. В ходе тестовых собеседований аудитор задает проблемные вопросы, составляет перечень информационно-аналитических требований заказчика.

Целесообразно осуществлять аудит расчетов с поставщиками и подрядчиками поэтапно [1, с. 178–179]:

1. Аудит договоров купли-продажи:

- проверка наличия и правильности составления и оформления договоров;

- анализ выполнения договорных обязательств по количеству, цене, номенклатуре, тарифам, срокам поставки, качеству товара;

2. Аудит документального отражения поступления товаров (работ, услуг):

- проверка правильности оформления первичных документов на поставку товаров и актов приемки работ;

- анализ, обработка, выдача, регистрация и учет доверенностей;

- сопоставление данных первичных документов и регистров аналитического и синтетического учета;

- анализ порядка приема-возврата товаров от поставщиков и работ (услуг) от подрядчиков;

3. Аудиторское отражение в бухгалтерском учете расчетов с поставщиками и подрядчиками:

- сопоставление данных синтетического и аналитического учета;

- проверка правильности и полноты отражения операций на счетах бухгалтерского учета;

- проверка правильности и полноты отражения задолженности по расчетам с поставщиками и подрядчиками в финансовой отчетности.

Для операций, связанных с приобретением работ, услуг, материальных ценностей и т.д., служит счет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

ми». Аудитор в ходе проверки должен проверить правильность сопоставления дебиторской задолженности и кредиторской задолженности на счетах бухгалтерского учета. Кроме того, необходимо обеспечить, чтобы экономическая часть была отражена в системе бухгалтерского учета правильно.

Ключевая роль бухгалтерских расчетов с поставщиками и подрядчиками заключается в создании системы своевременного информирования руководителей о моменте возникновения обязательств как со стороны поставщиков, так и со стороны предприятия с целью принятия решений и оперативных мер.

Для совершенствования аудиторских расчетов с контрагентами на предприятиях Республики Беларусь следует совершенствовать не только теоретические разработки в системе бухгалтерского учета, но и практическую реализацию:

1) периодически проводить внезапную инвентаризацию состояния расчетов с поставщиками и подрядчиками с целью своевременного выявления отклонений в бухгалтерском учете;

2) руководству организаций следует усилить контроль за процедурой формирования и работой инвентаризационной комиссии, поскольку отсутствие даже одного члена комиссии, ранее входившего в ее состав, служит основанием для признания результатов инвентаризации недействительными;

3) усилить наблюдение за поставками товаров и материалов, работ и услуг;

4) создать схему документирования платежей между поставщиками и клиентами в зависимости от сроков и способов оплаты, схему документооборота расчетов с поставщиками и подрядчиками на предприятии. Это позволит полностью раскрыть бухгалтерскую информацию для эффективного управления хозяйственной деятельностью предприятий;

5) обеспечить контроль за заполнением всех реквизитов оправдательных документов, а также за порядком списания затрат на оформление данных документов;

6) проверить правильность расчета НДС.

Для совершенствования системы внутреннего контроля учета расчетов с поставщиками и подрядчиками предлагается внедрять на предприятиях программу внутреннего управленческого управления.

Подводя итог, следует сказать, что цель аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками — это подтверждение полноты, правдивости и своевременности информации о расчетах с поставщиками и подрядчиками, которая отражается в бухгалтерском учете предприятия.

Источники

1. *Алексеевко, Т. Е.* Актуальные проблемы учета и аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками / Т. Е. Алексеевко, И. В. Серебренникова // Белгород. экон. вестн. — 2019. — № 3 (95). — С. 177–180.

2. *Бухгалтерский учет и аудит : учеб. пособие / Л. В. Глотова [и др.].* — Минск : БГЭУ, 2018. — 380 с.

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Данная статья представляет собой комплексный анализ политического дискурса на материале текстов предвыборных речей Э. Макрона. Автором был использован метод лингвопрагматического анализа, который позволяет установить взаимосвязи между лингвистическими аспектами, социальными условиями коммуникации, поведенческими паттернами и прагматическими факторами. Данный метод включал четыре этапа: ситуационный анализ текста (определение цели и интенции); описание содержания и структуры текстов предвыборных речей (зачина, основной части и концовки); лингвистический аспект и нарративная структура текста (стилистические средства — метафоры, сравнения и повторения); выявление коммуникативных стратегий и тактик (манипулятивные стратегии и тактики кооперации и убеждения).

Политический дискурс как форма социального действия характеризуется языковыми ценностями и социальными нормами, принятыми в обществе. Неслучайно политический дискурс является объектом многих лингвистических исследований. Данный тип дискурса включает большое количество жанров, среди которых наиболее популярными являются предвыборные речи. Представленная работа посвящена комплексному лингвопрагматическому изучению политического дискурса на материале предвыборных речей Э. Макрона. Автор ставит своей целью показать «взаимосвязи между лингвистическими аспектами, социальными условиями коммуникации, поведенческими паттернами и прагматическими факторами» [1, с. 61].

Лингвопрагматический анализ предвыборных речей Э. Макрона. Ситуационный анализ текстов показал, что большое влияние на предвыборные речи политика оказывала стратегия его избирательной кампании. Также предвыборным штабом для написания речей были использованы фразы потенциальных избирателей, произнесенные ими во время интервью. Кампания 2017 г. впервые велась в социальных сетях, кандидат напрямую обращался к своим потенциальным избирателям через Twitter и Facebook. Использовались и другие индивидуализированные методы агитации, такие как голосовые обращения кандидата по телефону. Имидж Э. Макрона создавался при поддержке СМИ.

На следующем этапе нами были выделены содержание и структура предвыборных речей Э. Макрона. Выступления обычно состоят из трех частей: зачина, основной части и концовки. Зачин выражается в форме обращения к официальным лицам, благодарности за внимание, а также характеризуется употреблением вводных слов (*mesdames, messieurs; mes chers compatriotes; mes chers concitoyens*). Суть речи раскрывается при помощи достоверных аргументов, для аргументации используются логические связки (*voilà, c'est pourquoi, ensuite*). Заключение выражается кратко: в форме благодарности за

внимание (*merci, je vous remercie*) или вербального указания на конец выступления (*donc*). Заключение во многих ситуациях маркировано произнесением лозунга «*Vive la République! Vive la France!*» — «Да здравствует Республика! Да здравствует Франция!». Э. Макрон часто обращается к концептам «Франция», «нация», «французы». Так, он сближает понятия «Франция» и «нация», при этом акцентирует свое понимание образа французов. При этом Э. Макрон скорее характеризует эти понятия, чем стремится оказать некоторое воздействие на аудиторию. Также политик подчеркивает важность бизнеса и экономического роста. Макрон, говоря о Франции, разделяет ее на модель Франции своего оппонента и так называемую свою модель, которую он сможет создать, если станет президентом: «*C'est ça la France que je veux, la France qui nous ressemble, pas la vôtre*» — «Это Франция, которую я хочу, Франция, которая похожа на нас, а не на вас». Эффект противопоставления двух данных моделей создается при помощи эмфазы и гиперболы.

Борьба с терроризмом является приоритетным направлением политики для Эммануэля Макрона: «*Le terrorisme, et la menace terroriste, c'est la priorité des prochaines années, la priorité*» — «Терроризм и террористическая угроза — это приоритет ближайших лет, приоритет». Ключевым фактором по борьбе с террористами, по его мнению, должно стать увеличение штата полицейских, но ни в коем случае не закрытие границ: «*Donc tous les mettre en prison ou tous les mettre hors des frontières n'aurait pas de sens*» — «Так что посадить их всех в тюрьму или вывезти за пределы границ не имело смысла». Согласно мнению Э. Макрона, бессмысленно искать виновных, нужно усиливать разведку в борьбе с реальным врагом, а не подозревать всех сразу. Макрон говорит также о сотрудничестве европейских стран в борьбе с терроризмом: «*C'est le renseignement et c'est la coopération entre les différents États*» — «Это разведка и это сотрудничество между различными государствами».

На третьем этапе нами были рассмотрены лингвистический аспект и нарративная структура текста. В высказываниях Э. Макрона доминируют словоформы: *France, République, fort, travail, citoyens, concitoyens, priorité, lutter, renforcer, défendre*. Используя их, Э. Макрон организует, создает защитника страны, защитника нации, готового бороться за своих граждан (сограждан). Французам присущи экспрессивность и эмоциональность выражения. Поэтому речи Макрона богаты на метафоры, сравнения и повторения («*C'est vous. Qui joue avec les peurs de nos concitoyens sur le terrorisme etc. C'est vous. La grande peur. La grande prêtresse de la peur, elle est en face de moi*» — «Это вы. Кто играет со страхами наших сограждан по поводу терроризма и т.д. Это вы. Великий страх. Верховная жрица страха передо мной»). Политиком широко используются личные местоимения, прилагательные, инфинитивы.

Примечательно, что кандидат часто использует в речах концепты «борьба», «сражение», «вызов», что указывает на то, что политическая деятельность и восстановление страны, экономики воспринимаются им как борьба. К этой борьбе он призывает также и своих избирателей: «*Les Français ont choisi, vous l'avez rappelé, le 7 mai dernier, l'espoir et l'esprit de conquête*» — «7 мая, как вы помните, французы выбрали надежду и дух завоевания».

В целом, в речах Макрона встречается много прилагательных, которые служат для выделения определенных качеств и повышения экспрессивности: «Le sentiment profond, organique, millénaire qui a toujours porté notre peuple, l'engagement pour la patrie, l'énergie pour l'intérêt collectif au-delà des divisions l'ont emporté ce soir» — «Глубокое, органичное, тысячелетнее чувство, которое всегда нес наш народ, приверженность родине, энергия коллективного интереса за гранью раскола овладели им сегодня вечером».

В своих предвыборных речах Э. Макроном используется широкий спектр языковых средств на уровне грамматики, лексики, стилистики, что вносит уверенность в его речь и позволяет воспринимать его речь как речь лидера.

Последний этап исследования включал определение используемых коммуникативных стратегий и тактик. Наиболее ясно выражены такие стратегии и тактики, как тактика кооперации, манипулятивные стратегии, а также тактика убеждения.

Предвыборные выступления Э. Макрона структурированы и состоят из трех частей: зачина, основной части и концовки. В текстах предвыборных речей политик использует многообразие языковых средств на уровне грамматики, лексики, стилистики. Прагматический потенциал проявляется в применении манипулятивных стратегий и тактик кооперации и убеждения.

Таким образом, в результате исследования можно сделать вывод о том, что команда Э. Макрона тщательно подошла к составлению предвыборных речей и формированию имиджа политика, что способствовало его выигрышу в президентской гонке.

Источники

1. Шевцова, В. А. Лингвопрагматический анализ политического дискурса / В. А. Шевцова // Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26–27 марта 2020 г. / Белорус. гос. ун-т. — Минск, 2020. — С. 60–63.

Я. О. Романовская

Научный руководитель — кандидат технических наук М. В. Самойлов

ОЦЕНКА ЕМКОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ И РЫНОЧНОЙ ДОЛИ СОАО «КОММУНАРКА»

В работе представлена количественная оценка емкости рынка кондитерских изделий Беларуси и рыночной доли СОАО «Коммунарка» на нем. Даны рекомендации по совершенствованию рекламной деятельности предприятия для увеличения доли рынка.

В условиях пандемии COVID-19 мировой рынок кондитерских изделий из сахара, оцениваемый в 48,5 млрд дол. США в 2020 г., по прогнозам достигнет размера в 55,4 млрд дол. США к 2027 г., при этом среднегодовой темп роста составит 1,9 % [1].

К сожалению, в настоящее время импорт кондитерских изделий в республику ежегодно превышает экспорт. Оценим емкость отечественного рынка кондитерских изделий. Для этого воспользуемся производственным методом, так как он является самым распространенным на практике и все данные для расчета присутствуют в официальной статистике.

Емкость рынка производственным методом рассчитывалась по формуле:

$$E = Q + V_{\text{имп}} - V_{\text{эксп}} + V_{\text{изм.скл}}, \quad (1)$$

где Q — объем производства рассматриваемой продукции в исследуемом регионе за период, т; $V_{\text{имп}}$ — объем импорта рассматриваемой продукции в исследуемом регионе за период, т; $V_{\text{эксп}}$ — объем экспорта рассматриваемой продукции в исследуемом регионе за период, т; $V_{\text{изм.скл}}$ — изменение складских запасов рассматриваемой продукции в исследуемом регионе, т [2].

Динамика емкости рынка кондитерских изделий представлена на рис. 1.

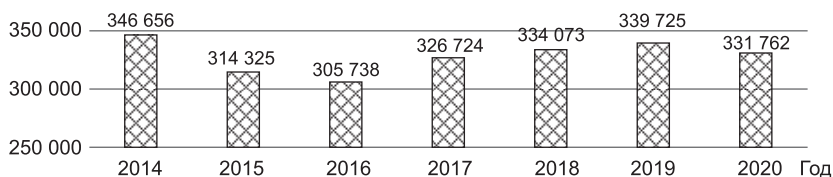


Рис. 1. Динамика емкости рынка кондитерских изделий 2014–2019 гг., т

Источники: собственная разработка на основе [3].

Из рис. 1 видно, что после спада в 2016 г. произошел резкий рост (темпы прироста составил 6,86 %) и в последующие годы емкость рынка имела положительные темпы прироста, а к 2020 г. стабилизировалась.

Для сравнения рассчитаем емкость рынка кондитерских изделий Беларуси методом, основанным на норме потребления. Так, в 2019 г. норма потребления кондитерских изделий на душу населения составила 28,8 кг (без учета продуктов, потребленных в объектах общественного питания) [4]. Вне дома на душу населения в год потребляется до 10 кг кондитерской продукции [5]. Целевую аудиторию примем равной 8 212 278 чел. (население без учета детей 0–4 лет, пожилых людей 80 лет и старше, а также людей, страдающих заболеваниями, при которых нельзя употреблять сахар) [6]. Подставим данные в формулу:

$$E = Q_{\text{ЦА}} \cdot H_{\text{п}}, \quad (2)$$

где $Q_{\text{ЦА}}$ — численность целевой аудитории рынка, чел.; $H_{\text{п}}$ — норма потребления товара за изучаемый период (обычно год), кг/год [2].

Имеем:

$$E_{2019} = 8\,212\,278 \cdot (28,8 + 10) = 318\,636\,386 \text{ кг или } 318\,636,386 \text{ т.}$$

Сравним, насколько отличаются емкости, рассчитанные производственным методом и методом на основе нормы потребления:

$$P = \frac{339\,728 - 318\,636,386}{318\,636,386} \cdot 100 \% \approx 6,6 \%$$

Таким образом, разница между результатами расчета емкости рынка двумя методами не превышает 15 %, поэтому данные расчеты можем считать близкими к реальному значению емкости белорусского рынка кондитерских изделий.

Рассчитанная по данным СОАО «Коммунарка» динамика доли рынка предприятия представлена на рис. 2.

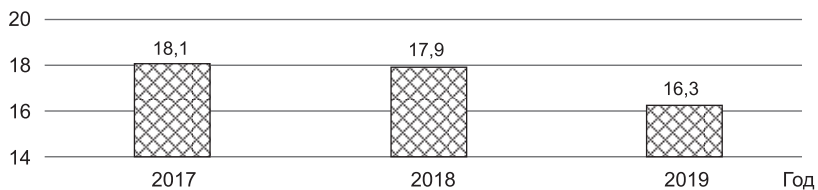


Рис. 2. Доля рынка СОАО «Коммунарка» 2017–2019 гг., %

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Анализ динамики рыночной доли предприятия показал тенденцию к ее снижению за последние три года, что свидетельствует о неэффективности рекламной стратегии отдела маркетинга. При этом снижение рыночной доли происходило на фоне увеличения емкости рынка кондитерских изделий.

Анализ структуры рекламного бюджета предприятия показал, что на рекламу на телевидении выделяется существенно больше средств, чем на рекламу в сети Интернет (16,6 % против 4,7 %). Предлагается перераспределить рекламный бюджет и направить больше средств на интернет-продвижение. Таким образом, появляется возможность привлечь более молодую аудиторию, которая на данный момент не является приверженцем белорусских кондитерских изделий в целом и СОАО «Коммунарка» в частности.

С использованием уравнения зависимости рыночной доли предприятия от расходов на рекламу [7] было определено, как изменится доля рынка предприятия при увеличении рекламного бюджета:

$$\hat{y}_x = 6 + 0,03x, \quad (3)$$

где y — объем продаж предприятия, тыс. т; x — затраты на рекламу, тыс. руб.

Если СОАО «Коммунарка» увеличит расходы на рекламную деятельность в сети Интернет в три раза, то доля рынка увеличится при этом до 19,6 % (по сравнению с 16,3 % в 2019 г.).

Таким образом, проведенное комплексное исследование, включающее оценку емкости рынка кондитерских изделий Республики Беларусь, расчет и анализ динамики рыночной доли СОАО «Коммунарка», позволило на основе изучения структуры рекламного бюджета предприятия и проведения корреляционно-регрессионного анализа зависимости рыночной доли предприятия от расходов на рекламу сформулировать и обосновать целесообразность перераспределения рекламного бюджета предприятия в пользу рекламы в интернете с целью повышения рыночной доли предприятия.

Источники

1. Sugar confectionery. Global market trajectory & analytics Global Industry Analysts, Inc. [Electronic resource] // StrategyR. — Mode of access: <https://www.strategyr.com/market-report-sugar-confectionery-forecasts-global-industry-analysts-inc.asp>. — Date of access: 25.11.2020.

2. Емкость рынка [Электронный ресурс] // Записки маркетолога. — Режим доступа: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_e/market_capacity_calculated/. — Дата доступа: 25.11.2020.

3. Балансы товарных ресурсов Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/7bc/7bc2d0b7480985884d7e74ccf5e92e2a.pdf>. — Дата доступа: 25.11.2020.

4. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/publications/izdania/public_compilation/index_14043/. — Дата доступа: 25.11.2020.

5. Лашкевич, Е. Ю. Состояние и основные тенденции развития белорусского рынка кондитерских изделий / Е. Ю. Лашкевич // Современный менеджмент: проблемы, исследования, перспективы : сб. науч. ст. молодых ученых / ред. группа: И. Н. Русак, М. А. Мажинская, В. В. Казбанов. — Минск : Энциклопедикс, 2015. — С. 16–21.

6. Половозрастная структура среднегодовой численности населения по Республике Беларусь за 2019 год [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/e0b/e0bfb73bd525d9aeec938444d99cd346.pdf>. — Дата доступа: 25.11.2020.

7. Оценка эффективности рекламы [Электронный ресурс] // E-library. — Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_22755800_67746560.pdf. — Дата доступа: 25.11.2020.

ОЦЕНКА РАВНОВЕСНОГО РЕАЛЬНОГО ЭФФЕКТИВНОГО ОБМЕННОГО КУРСА БЕЛОРУССКОГО РУБЛЯ

В работе представлена оценка равновесного реального эффективного обменного курса белорусского рубля, основанная на использовании модели поведенческого равновесного обменного курса (Behavioral Equilibrium Exchange Rate Model, BEER-модель) в спецификации BEER PW.

В моделях для среднесрочной оценки равновесного обменного курса в качестве экзогенных переменных используются значения фундаментальных макроэкономических факторов. Одной из них является модель поведенческого равновесного обменного курса (BEER), разработанная П. Кларком и Р. Макдональдом [1, с. 6].

В основе данного подхода лежит следующее уравнение:

$$e_t = \beta_1 Z_{1t} + \beta_2 Z_{2t} + \tau T_t + \varepsilon_t,$$

где β_1 , β_2 , τ — векторы коэффициентов; Z_{1t} — вектор фундаментальных факторов, которые, как ожидается, будут иметь устойчивое влияние в долгосрочном периоде; Z_{2t} — вектор фундаментальных факторов, которые, как ожидается, будут иметь устойчивое влияние в среднесрочном периоде и совпадают с деловым циклом; T_t — вектор факторов, оказывающих влияние в краткосрочном периоде; ε_t — ошибка.

Модели BEER полезны для анализа реального эффективного курса белорусского рубля, поскольку раскрывают влияние на его динамику мировых цен на нефть, производительности, заработной платы, а также эффективности торгового и неторгового секторов экономики.

Одна из спецификаций данной модели разработана Национальным банком Республики Беларусь. Эта спецификация (BEER PW) основывается на следующих соображениях:

- опережающий рост реальной заработной платы внутри страны над ростом реальной заработной платы за рубежом служит причиной ослабления реального обменного курса;
- опережающий рост производительности труда внутри страны над ростом производительности труда за рубежом является фактором укрепления реального обменного курса;
- наличие прямой связи между реальным обменным курсом и дифференциалом реальных процентных ставок в Беларуси и за рубежом [2, с. 8].

При построении модели использовались временные ряды с 1 квартала 2000 г. по 4 квартал 2020 г. Из всех временных рядов была исключена сезонная компонента, за исключением цен экспорта и импорта нефти. Данные были представлены в виде базисного индекса (в качестве базисного выступал 1 квартал 2010 г.), прологарифмированы и умножены на 100.

В качестве зависимой переменной выступал базисный индекс реального обменного курса, рассчитанный по индексу потребительских цен. В качестве объясняющих переменных использовались такие показатели, как дифференциал производительности труда между Беларусью и Россией (Pt_dif), дифференциал реальных заработных плат между Беларусью и Россией (Pzp_dif), а также отношение цен экспорта нефти к цене импорта нефти (P_oil_term).

Для оценки коэффициентов функции использовался метод наименьших квадратов. В результате было получено следующее уравнение (в скобках приводятся R -значения коэффициентов):

$$\begin{aligned} Drer = 1,34 \cdot Pt_dif - 0,24 \cdot Rzp_dif + 0,08 \cdot P_oil_term \\ (2,022E-12) \quad (0,068) \quad (0,159) \quad (2) \\ R = 0,867, \quad R^2 = 0,742. \end{aligned}$$

Оценки коэффициентов указывают на то, что в долгосрочном периоде опережающий рост производительности труда в Республике Беларусь по сравнению с Российской Федерацией на 1 % обуславливает укрепление реального эффективного курса белорусского рубля на 1,34 % (влияя на относительные издержки и относительный уровень цен).

В то же время опережающий рост реальной заработной платы в Беларуси относительно России вызывает ослабление реального эффективного обменного курса белорусского рубля с эластичностью 0,24.

Увеличение отношения цен экспорта нефти к цене ее импорта на 1 % способствует дополнительному укреплению реального эффективного курса белорусского рубля на 0,08 % в долгосрочном периоде из-за улучшения условий торговли.

Таким образом, модель BEER PW дала приемлемые результаты, что свидетельствует о возможности ее использования на практике. Однако она требует переоценки со временем в силу структурной трансформации экономики или значительных шоковых воздействий, обуславливающих изменения или нарушение экономических взаимосвязей.

Источники

1. *Мирончик, Н. Л.* Модели поведенческого курса белорусского рубля / Н. Л. Мирончик, П. В. Банцевич // Банк. вестн. — 2019. — № 4. — 46 с.
2. *Мирончик, Н. Л.* Модели поведенческого и фундаментального равновесного обменного курса белорусского рубля: результаты переоценки / Н. Л. Мирончик, П. В. Банцевич // Банк. вестн. — 2019. — № 2. — С. 3–14.

ОБРАЗ КИТАЯ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ФРАНЦИИ

Проблема моделирования образов мира у носителей разных языков и культур находится в центре ряда наук. В работе представлены результаты моделирования образа Китая через призму франкоязычного газетного дискурса. Выделены когнитивная, полевая и смысловая структуры концепта-образа.

Одним из центральных вопросов теории межкультурной коммуникации выступает изучение массовых представлений о государствах, с которыми ведется сотрудничество. Цель нашего исследования — моделирование образа Китая через призму общественно-политического дискурса Франции.

В 2004 г. франко-китайские отношения были возведены в ранг глобального стратегического партнерства. Президент Франции совершил свой первый государственный визит в Китай в 2018 г., этот визит дал возможность определить основные направления франко-китайского партнерства на ближайшие годы. Как отмечалось в ходе президентского визита, Китай является 7-м по величине партнером Франции, а Франция уже давно представлена в Китае во всех секторах, поэтому восстановление равновесия в торговле двух стран является приоритетной задачей. Однако Франция регулярно выражает свою озабоченность в связи с ситуацией в области прав человека в КНР. Она публично заявляет о своей позиции в отношении смертной казни, нарушения свободы слова и вероисповедания в Китае, а также по поводу ситуации в Тибете и Синьцзяне.

Теоретической и методологической базой исследования послужили публикации, статьи и монографии (2012–2020 гг.) доктора филологических наук, профессора кафедры межкультурной экономической коммуникации БГЭУ Н. И. Кургановой [1, 2] о моделировании структур знания и сознания на разных уровнях осознания. Опираясь на вышеуказанные работы, комплекс процедур по моделированию образа Китая в газетном дискурсе, репрезентированного языком СМИ, состоял из ряда этапов:

1) на первом этапе была проведена выборка текстов из газетного дискурса Франции и их тематическая классификация;

2) на втором этапе на основе тематической классификации газетных текстов было проведено моделирование когнитивной и полевой структуры образа Китая, что позволило выделить ядро представлений о Китае в газетном дискурсе Франции;

3) на третьем этапе было выполнено моделирование смысловой структуры образа Китая.

Исследование выполнено на материалах, полученных в результате сплошной выборки за период с 1 июля 2020 г. по 31 июля 2021 г. из французской вечерней газеты леволиберальных взглядов «Le Monde/Ле Мوند», кото-

рая издается на французском языке издательским домом «Groupe Le Monde/Групп Ле Монд» в Париже с периодичностью семь раз в неделю. Это одна из старейших газет Франции, существующих в общественном пространстве с 1944 г. и представляющих качественную франкоязычную прессу. Сплошная выборка материалов проводилась из следующих рубрик: «Политика», «Экономика», «Культура», «Спорт», «Технологии». Объем выборки составил 100 текстов, в которых тем или иным образом упоминается Китай.

На первом этапе мы провели классификацию всех текстов по тематическому принципу и выделили ряд когнитивных слоев, ранжирование которых по принципу частотности позволило смоделировать когнитивную структуру образа Китая (см. таблицу).

Когнитивная структура образа Китая (по материалам газеты Le Monde/Ле Монд; июль 2020 г. — июль 2021 г.)

№	Когнитивные слои	Количество статей
1	Внутренние новости Китая	34
2	Взаимоотношения Китая с миром	23
3	Взаимоотношения Китая и ЕС	19
4	Пандемия и вакцинация	13
5	Культура и спорт Китая	6
6	Технологии Китая	5
	Всего	100

Источники: собственная разработка.

Как видим, когнитивная структура образа Китая иерархически упорядочена и включает шесть слоев, имеющих существенные отличия в наполняемости. Анализ когнитивной структуры показал, что тема «Внутренние новости Китая» (34 статьи) наиболее актуализирована во франкоязычном газетном дискурсе; на втором месте по частоте актуализации стоит тема «Взаимоотношения Китая с миром» (23 статьи), рубрика «Взаимоотношения Китая и ЕС» (19 статей) находится на третьем месте по наполняемости.

В соответствии с принятыми критериями моделирования полевой структуры ядро концепта-образа содержит более 20 % от всего содержания образа, приядерная часть — от 13 и более 13 %; периферия — менее 13 %. Исходя из этого, ядро концепта формируется двумя слоями: «Внутренние новости Китая», который составляет 34 % от всего содержания, и «Взаимоотношения Китая с миром» (23 %), что в общем составляет 57 % от всего объема публикаций.

Третий слой «Взаимоотношения Китая и ЕС» (19 ст., 19 %) и четвертый «Пандемия и вакцинация» (13 ст., 13 %) выступают в качестве приядерных и вместе составляют 32 % от всего содержания образа. Периферийными являются слои «Культура и спорт Китая» (6 ст., 6 %) и «Технологии Китая»

(5 ст., 5 %), что говорит об их слабой актуализации в газетном дискурсе на момент выборки.

На следующем этапе было проведено моделирование смысловой структуры образа Китая. Как пишет Н. И. Курганова, смысловая структура представляет собой набор существенных и несущественных признаков, выделенных в газетном тексте и ранжированных в соответствии с их значимостью [1]. В самом большом по наполняемости слое «Внутренние новости Китая» были дифференцированы следующие подгруппы: Экономика Китая после пандемии (10 ст.), Нарушение прав человека в Гонконге и на Тайване (6 ст.), Финансовая политика китайских властей (5 ст.), Демографическая политика (5 ст.), Экологическая политика (4 ст.), Пропаганда идеологии коммунизма (4 ст.). Ведущий смысловой признак слоя — Экономика Китая после пандемии успешно восстанавливается.

Второй по наполняемости слой «Взаимоотношения Китая с миром» (23 ст.) подразделяется на более мелкие подгруппы признаков: Китай и США (13 ст.) и Китай и страны Южной и Юго-Восточной Азии, Океании, Африки, Америки (10 ст.). В подгруппе Китай и США ведущий смысловой признак — Китай является угрозой для национальной безопасности США.

Во второй подгруппе этого слоя «Китай и страны Южной и Юго-Восточной Азии, Океании, Африки, Америки» (10 ст.) мы выделили ряд смыслов, ведущим из которых является мысль о том, что Китай активно борется за лидерство в южной и юго-восточной части планеты.

Таким образом, ведущими смысловыми признаками образа Китая являются следующие: Китай является угрозой для национальной безопасности США, экономика Китая после пандемии успешно восстанавливается, Китай активно борется за лидерство в южной и юго-восточной части планеты. Проведенное исследование показало, что Франция пристально следит за развитием экономики и политики в КНР, но при этом не вступает в открытую конфронтацию с Китаем и признает важность партнерских отношений с новой сверхдержавой.

Источники

1. Курганова, Н. И. Национально-культурная специфика языкового сознания жителей Арктического региона / Н. И. Курганова, Е. А. Тюркан, С. А. Кобцева ; под общ. ред. Н. И. Кургановой. — Мурманск : МАГУ, 2017. — 352 с.
2. Курганова, Н. И. Образ мира через призму концептов повседневности : монография / Н. И. Курганова. — Минск : РИВШ, 2020. — 200 с.

ВАЛЮТНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА: ОПЫТ СТРАН С РАЗВИВАЮЩИМИСЯ РЫНКАМИ

В статье рассмотрено содержание валютной политики: понятие и инструменты. Представлен анализ особенностей проведения валютной политики в крупнейших развивающихся странах — Бразилии, Индии и Китае. Выделены элементы сходства валютной политики анализируемых стран в целом и на отдельных этапах развития экономики.

Валютной политике в современной открытой экономике принадлежит важнейшая роль, поскольку от эффективности ее построения зависит стабильность в развитии международных экономических связей государства и рост благосостояния его жителей. Валютная политика — это совокупность инструментов государственного регулирования валютных отношений в экономических, правовых и организационных формах, осуществляемых центральными банками стран с целью реализации краткосрочных и долгосрочных целей их экономического развития.

Для осуществления государственного регулирования валютных отношений существует широкий спектр инструментов. К ним можно отнести валютные интервенции, стерилизованные интервенции, валютные ограничения, девальвацию и ревальвацию, влияние на уровень спроса и предложения иностранной валюты со стороны коммерческих банков, валютный контроль, валютные резервы, валютные субсидии.

Исторические примеры свидетельствуют о том, что валютная политика может способствовать укреплению экспорта страны, конкурентоспособности ее компаний, поступательному экономическому росту. Кроме того, инструменты валютной политики могут противодействовать внешним экономическим шокам. В связи с этим опыт таких крупнейших стран с развивающимися рынками, как Китай, Бразилия и Индия, представляет значительный интерес.

Все три страны смогли встроить валютную политику в свои модели экономического роста. Они выбрали путь постепенной валютной либерализации, хотя в определенные периоды активно использовали более жесткое валютное регулирование, включая инструменты прямого и косвенного валютного ограничения, а также валютный контроль. Хотя перечисленные элементы характеризуют основное сходство моделей валютной политики изучаемых стран, они все-таки характеризуются существенными отличиями.

Так, в Бразилии валютную либерализацию удалось встроить в рестриктивную денежно-кредитную политику, остановившую инфляцию в стране в 1990-х гг. Затем в годы кризиса 2008–2009 гг. валютные ограничения и валютный контроль наилучшим образом помогли справиться с негативным его влиянием на экономику. К моменту начала глобального финансового кризи-

са в 2008 г. в Бразилии наблюдалась макроэкономическая стабильность и накоплен значительный объем золотовалютных резервов (к 2012 г. он достигает более 370 млрд дол.¹, хотя еще в конце 1990-х гг. не превышал 50 млрд дол.) Это позволило реализовать экспансионистскую кредитно-денежную политику в кризисные годы, однако последующий наплыв ликвидности на международные финансовые рынки нарушил стабильность бразильской экономики в начале 2011 г. В августе 2011 г. правительство Бразилии предприняло меры для блокирования процесса постоянного роста курса реала: более активную валютную интервенцию, охватывающую также и фьючерсный рынок; контроль движения капитала, в том числе за счет налога на валютные транзакции; снижение ставки центрального банка Бразилии по кредитам коммерческим банкам.

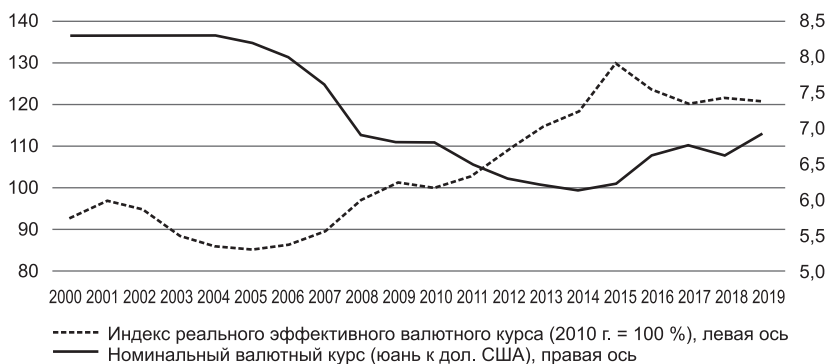
Опыт Индии показывает, как валютная политика может быть организована без существенного участия страны в мировом финансовом рынке. Постепенная валютная либерализация в стране базировалась на либерализации торговли и открытости для прямых иностранных инвестиций. Индия демонстрирует модель либерализации валютной политики (так называемый «делийский консенсус») как необходимый шаг к созданию и поощрению конкурентной деловой среды, не увязывая ее с глобальными финансовыми рынками. В то же время валютные ограничения и валютный контроль с использованием многочисленных инструментов очень активно используются и сейчас, после трех десятилетий их смягчения. В частности, валютное регулирование и контроль осуществляется в отношении следующих трансграничных операций: реализация доходов от экспорта; платежи нерезидентам или перевод денежных средств на их расчетные счета; перевод ценных бумаг между резидентами и нерезидентами, приобретение и владение иностранными ценными бумагами; обмен денежных средств для выезда за границу и др. [3].

Китайский опыт интересен тем, что на основе долгого времени использования фиксированного валютного курса и независимой от мировых финансовых рынков валютной политики, сопровождаемой жесткими инструментами валютного контроля, страна смогла накопить значительные объемы золотовалютных резервов. Это помогло впоследствии отразить негативное влияние внешних шоков, включая последствия торговой войны с США. Кроме того, за счет искусственного удержания заниженного номинального курса юаня до середины первого десятилетия XXI в. Китай активно стимулировал экспорт, что позволило ему изменить свои позиции на мировой арене, превратившись в глобального гегемона. Этому способствовала также его успешная стратегия по интернационализации национальной денежной единицы, которая хотя пока и не является свободно конвертируемой, тем не менее вошла в корзину резервных валют с 2016 г.

В основные меры валютной политики Китая в настоящее время входят два инструмента: операции на открытом рынке и валютный контроль [1].

¹ Хотя за 2012–2020 ЗВР в Бразилии не повышаются, находясь в пределах 356–374,5 млрд дол. США <https://www.theglobaleconomy.com/Brazil/reserves/>.

В то же время вмешательство центрального банка в управление обменным курсом и прекращение оттока капитала влияют на устойчивость валютного курса. С августа 2015 г. (см. рисунок) падение номинального валютного курса относительно индекса реального эффективного курса продолжилось в последующие годы и сопоставимо номинальному падению к доллару США. В современных условиях курс юаня имеет тенденцию к удешевлению, достигнув к 2019–2020 гг. 6,9 юаней за доллар США. Тенденция связана с тем, что поддержание покупательной способности национальной валюты — это обязательная мера на пути переориентации экономики на внутренний спрос.



Номинальный валютный курс юаня и индекс реального эффективного валютного курса, (2010 г. = 100 %)

Благодаря объему экономики Китая, темпам ее роста, макроэкономической стабильности юань обладает наибольшим потенциалом из остальных валют развивающихся стран для международного использования и интернационализируется по трем основным направлениям: используется в расчетах по трансграничной торговле, в своп-линиях, офшорных депозитных счетах и облигациях [2].

Таким образом, три рассматриваемые страны демонстрируют различные подходы при достижении определенных задач валютной политики на отдельных этапах развития.

Источники

1. Васюков, Е. А. Валютная политика Китая в контексте современных реалий валютного рынка / Е. А. Васюков // Теория и практика обществ. развития. — 2017. — № 8. — С. 52–55.
2. Кононов, А. Ю. Эволюция валютной политики КНР : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / А. Ю. Кононов. — Владивосток, 2017. — 28 с.
3. Семенкова, Е. В. Опыт валютного регулирования и контроля в Индии / Е. В. Семенкова, Л. В. Стахович, С. Г. Гребенюк // Экономика. Налоги. Право. — 2015. — № 1. — С. 107–113.

АНАЛИЗ SEIRD-МОДЕЛИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ COVID-19 В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В работе представлен анализ модели распространения эпидемиологических заболеваний SEIRD на примере распространения COVID-19 в Республике Беларусь в апреле 2020 г. Анализ проводится при помощи пакета прикладных программ MATLAB.

Одним из способов прогнозирования распространения эпидемии сегодня стала модель SEIRD (Susceptible — Exposed — Infected — Recovered). В буквальном переводе это означает «восприимчивые — те, у кого болезнь находится в инкубационном периоде — инфицированные — выздоровевшие». В рамках этой модели с помощью систем дифференциальных уравнений описывается динамика распространения заболевания:

$$\begin{cases} \frac{dS}{dt} = \frac{\beta S(I + \theta E)\varphi(I, E)}{N}, \\ \frac{dE}{dt} = \frac{\beta S(I + \theta E)\varphi(I, E)}{N} - kE, \\ \frac{dI}{dt} = kE - \gamma I - \mu D, \\ \frac{dR}{dt} = \gamma I, \\ \frac{dD}{dt} = \mu D, \end{cases} \quad (1)$$

где $S(t)$ — численность восприимчивых индивидов в момент времени t ; $E(t)$ — численность индивидов с болезнью в инкубационном периоде в момент времени t ; $I(t)$ — численность инфицированных индивидов в момент времени t ; $R(t)$ — численность переболевших индивидов в момент времени t ; $D(t)$ — численность умерших индивидов в момент времени t ; β — коэффициент интенсивности контактов индивидов с последующим инфицированием; γ — коэффициент интенсивности выздоровления инфицированных; θ — параметр, характеризующий степень заразности латентных носителей инфекции по сравнению с заболевшими. Без данного показателя выходит, что скрытые носители инфекции E не заразны, хотя в условиях COVID-19 это не так; μ — коэффициент смертности; N — размер популяции (численность населения); $\varphi(I, E)$ — функция, на которую умножается нелинейная часть ($S \cdot I$), для перехода к линейности при большом количестве заболевших: на практике по истечении определенного периода экспоненциальный рост заменился линейным.

Данная функция может быть следующего вида:

$$\varphi(I, E) = e^{-\alpha(I + \theta E)K_0}, \quad (2)$$

где α и K_0 — параметры функции, подбором которых можно компенсировать экспоненциальный рост оригинальной модели.

Очевидно, что данную систему невозможно решить вручную. Поэтому воспользуемся пакетом прикладных программ для технического решения MATLAB. Причем чтобы минимизировать отклонения действительных данных от данных, полученных из модели, применим алгоритм оптимизации: необходимо подобрать такой вектор параметров $x = (\beta, \gamma, \mu)^T$, чтобы расхождения были минимальными. Целевая функция примет вид:

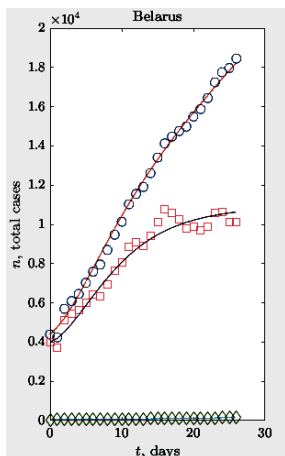
$$f(x) = \frac{1}{M} \sqrt{\sum_{i=1}^M (S_i - \hat{S}_i)^2 + \sum_{i=1}^M (I_i - \hat{I}_i)^2}, \quad (3)$$

где S_i, \hat{S}_i — общее число заразившихся индивидов в действительности и в соответствии с моделью в i -й момент времени; I_i, \hat{I}_i — общее число больных индивидов в действительности и в соответствии с моделью в i -й момент времени.

Теперь мы можем провести интерпретацию модели SEIRD на распространение COVID-19 в Республике Беларусь. Для объективности начнем строить модель с первого появления (когда число активных случаев превысило 0,4 % от общего числа населения) коронавируса в стране — 2 апреля 2020 г.

Также для построения качественной модели необходимы данные о реальных случаях заражения COVID-19 за этот период [1] и размер популяции (примем численность населения Беларуси 9,5 млн чел.).

На рисунке представлена зависимость числа инфицированных в общем, число больных и число смертей фактически и по модели SEIRD.



- S ○ Общее число случаев
— mSEIRD, $\beta = 0.2777 \quad \gamma = 0.0334 \quad \alpha_1 = 2.31e-06 \quad \mu = 4.94e-04 \quad K_0 = 1.47e+00$
- I □ Число больных
— mSEIRD больных
- D ◇ Число смертей
— mSEIRD смертей

Численный эксперимент с моделью SEIRD

Источники: собственная разработка на основе [2].

Как показано на рисунке, модель очень точно описывает характер распространения вируса в стране в начальный период. Но дальнейшее прогнозирование в этом же эксперименте было бы не столь корректным, так как на конец рассматриваемого периода температура уже начала повышаться, что изменяет степень заразности коронавируса и не дает построить адекватный прогноз.

В связи с этим можно сделать вывод, что модель лучше всего использовать в периоды одинаковых природно-климатических условий. В этом случае модель SEIRD очень хорошо справляется с возложенными на нее функциями и может использоваться как метод прогноза распространения не только COVID-19, но и любых других заболеваний эпидемиологического уровня, в том числе и новых штаммов того же коронавируса.

Также на рисунке можно увидеть показатели распространения вируса в нашей стране, а именно: интенсивность передачи вируса равна 0,2777 (на данный показатель больше всего влияет соблюдение санитарно-эпидемиологических требований); интенсивность выздоровления пациентов равна 0,0334 (свидетельствует о том, что в среднем пациенты выздоравливали за 30 дней); доля носителей болезни в инкубационном периоде от всех инфицированных составляет 25 %; смертность равна 0,05 %.

Источники

1. Коронавирус в Беларуси [Электронный ресурс] // Министерство финансов Украины. — Режим доступа: <https://index.minfin.com.ua/reference/coronavirus/geography/belarus/>. — Дата доступа: 01.10.2021.

2. Пандемия глазами математика [Электронный ресурс] // Хабр. — Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/500348/>. — Дата доступа: 01.10.2021.

Н. В. Стома

Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ ИННОВАЦИОННО-АКТИВНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Работа посвящена обоснованию необходимости управления интеллектуальными ресурсами в тесной взаимосвязи с инновациями для успешного развития промышленных предприятий в условиях цифровой трансформации экономики.

XXI в. характеризуется глобализацией экономических отношений и международной торговли, цифровизацией социально-экономических процессов, возрастанием роли экологии, переходом к постиндустриальному обществу.

Страны мира выходят на новый уровень своего развития, в основу которого заложена экономика, основанная на знаниях. Ее особенность состоит в том, что решающую роль в производстве товаров и услуг играют знания и формирующиеся на их основе конкурентные преимущества компаний.

Стоит отметить, что основными предпосылками формирования экономики знаний следует считать: превращение знаний в фактор производства наряду с трудом, землей и капиталом, инновации как источник экономического роста и конкурентоспособности предприятий, повышение значимости интеллектуальных ресурсов, использование новых информационно-коммуникационных технологий, рост доли сферы услуг.

Мировая практика свидетельствует, что именно экономика знаний становится мощным импульсом ускорения технологического развития, повышения наукоемкости и конкурентоспособности предприятий, способствует развитию инновационной деятельности в условиях глобализации и цифровизации.

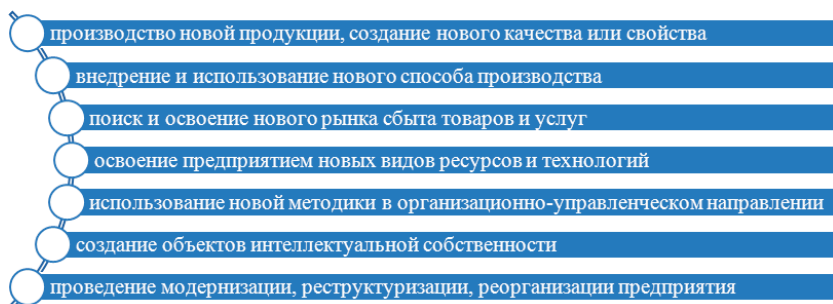
Одной из последних тенденций современного мира в сфере развития цифровой трансформации экономики является «Индустрия 4.0», которая представляет собой интеграцию звеньев промышленной производственной цепи с применением «новейших информационных и коммуникационных технологий».

Общество постепенно переходит от производственной экономики к интеллектуально-творческой. Интеллектуальное лидерство становится основой соперничества на мировой арене. Основными ресурсами эффективного развития стран становятся люди и знания, которыми они обладают, нематериальные активы и растущая профессиональная компетенция кадров, высокий уровень образования, научно-промышленный потенциал и инвестиции в инновации.

Можно отметить, что наблюдается рост значимости интеллектуального капитала компаний. Так как организации (предприятия) являются источником экономического роста страны, то интеллектуальный капитал подразумевает под собой знания, обеспечивающие конкурентоспособность предприятия, региона, страны. Интеллектуальные ресурсы организации напрямую связаны с инновационной деятельностью, потому что оба составляющих конкурентоспособности предприятия обладают уникальностью.

Эффективность использования интеллектуальных ресурсов в инновационной деятельности фирмы определяют такие характеристики производимой продукции или услуг, как: уникальность, улучшенные свойства, эффективная реклама и сбыт, высокая степень добавленной стоимости. Таким образом, в ходе использования интеллектуальных ресурсов на предприятиях возможны следующие результаты (см. рисунок).

Результаты осуществления инновационной деятельности организациями промышленности Республики Беларусь представлены в таблице.



Результаты использования интеллектуальных ресурсов

И с т о ч н и к: собственная разработка.

Распределение организаций промышленности по результатам от осуществления инновационной деятельности

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Число организаций, получивших за счет инновационной деятельности:			
сокращение затрат на заработную плату	74	72	68
сокращение материальных затрат	134	133	135
сокращение энергозатрат	128	126	125
расширение ассортимента товаров (работ, услуг)	382	397	436
сохранение традиционных рынков сбыта	372	365	387
расширение рынков сбыта в государствах — членах ЕАЭС	264	267	270
расширение рынков сбыта в других странах	189	205	216
улучшение качества товаров, работ, услуг	334	352	368
замена снятой с производства устаревшей продукции	179	188	210
увеличение занятости	161	163	162
повышение гибкости производства	227	239	256
стимулирование роста производственных мощностей	252	259	257
улучшение условий и охраны труда	183	189	199
улучшение условий взаимодействия с клиентами или поставщиками	129	127	121
повышение мотивации к инновационной активности	213	217	223
улучшение информационных связей	170	173	185

И с т о ч н и к: [1].

Результатом осуществления инновационной деятельности стали: сокращение производственных затрат, улучшение производственного процесса и выпуск улучшенной продукции, выход на новые рынки и укрепление позиций, стимулирование сотрудников и повышение производительности труда, укрепление связей с потребителями и поставщиками. Данные демонстрируют эффективность инновационной деятельности, которая является результатом управления интеллектуальными ресурсами на предприятиях.

Развитие и внедрение в производственную деятельность высокоэффективных технологических нововведений обеспечивает формирование новых технологических условий для соответствующего экономического и социального развития общества посредством получения новых знаний, расширения производственных возможностей, формирования и использования новых продуктов. Все это положительно сказывается на конкурентоспособных преимуществах предприятия, что еще раз доказывает необходимость развития и управления интеллектуальными ресурсами.

Стратегия предприятия в сфере интеллектуальных ресурсов должна реализовываться в следующих направлениях:

- создание условий для приобретения и обмена знаниями, поощрение творческой и изобретательской деятельности, развитие и обучение сотрудников и создание благоприятных условий;
- необходимо измерить ценность интеллектуального капитала и степень влияния на главные показатели, на основе результатов управлять ресурсом в соответствии с целями организации;
- разработка выгодных предложений для коммерциализации результатов интеллектуальной и инновационной деятельности сотрудников, их охрана и использование достижений в качестве конкурентных преимуществ;
- учет роста популярности использования автоматизированных технологий и искусственного интеллекта, который становится заменой интеллектуального труда сотрудников.

Новая экономика — «экономика знаний», в условиях которой новые знания, высокие технологии, интеллектуальный капитал организаций становятся основными факторами экономического развития. На современном этапе развития в условиях цифровых преобразований и глобализации именно интеллект и уровень развития человеческого потенциала страны играют решающую роль в устойчивом развитии.

Источники

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 10.10.2021.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Одной из важнейших составляющих структуры современного общества является политическая сфера, ключевую роль в которой играют различные формы политической коммуникации, связывающие субъектов политического взаимодействия, политико-правовые и государственные институты, обеспечивая когерентность политических событий. Термин «коммуникация» в его нынешнем понимании закрепился в словаре политической науки относительно недавно. В связи с этим возникает необходимость изучить данное понятие и его компоненты подробнее. Данная статья посвящена рассмотрению одного из ритуальных жанров политической коммуникации — рождественскому обращению к нации.

Термин «политическая коммуникация» введен в середине XX в. в связи с эволюцией западного общества и проведением исследователями анализа пропаганды, проводимой во время Второй мировой войны. Выделение исследований политической коммуникации в относительно самостоятельное направление на стыке социальных и политических наук, получившее название политической коммуникативистики, вызвано демократизацией политических процессов в мире во второй половине XX в., возникновением и возрастанием роли новых информационных технологий. Сейчас данное понятие является отдельным направлением политологии.

На сегодняшний день существует множество определений политической коммуникации (ПК). Наиболее широкое и общее определение дает Руже-Жерар Шварценберг, понимая под ней «процесс передачи политической информации, в рамках которого происходит циркуляция информации между различными элементами политической системы, а также между непосредственно политической и социальной системами» [1, с. 175].

Однако отметим, что представляется подходящим другое определение: политическая коммуникация — это постоянный обмен политическими смыслами между членами общества с одной стороны, и политическими силами — с другой, конечной целью которого выступает достижение определенного согласия между ними по социально значимым и государственно-политическим вопросам. В таком определении находят отражение участники процесса и его конечная цель.

Основное содержание ПК составляют политические сообщения и информационные потоки. Как и любые другие, политические сообщения подразделяются на побудительные (призывы к совершению действий), информативные (политически значимые сведения) и фактические (установление необходимой степени взаимодействия между субъектами политики).

Отправителями (а также получателями) сообщений могут быть политики, журналисты или отдельные индивиды, не имеющие прямого отношения к каким-либо организациям. Главным является то, что сообщение произво-

дит существенный политический эффект, воздействуя на сознание, убеждения и поведение индивидов и общностей, а также на среду, в которой они существуют.

ПК выполняет ряд функций по отношению к политической системе и обществу. Так, благодаря данному виду коммуникации распространяются необходимые знания об элементах современной политической системы и ее функционировании (информационная функция), вырабатываются механизмы взаимодействия внутри политической системы (регулятивная функция), обществом усваиваются наиболее важные политические нормы (функция политической социализации). Стоит отметить, что ПК также воздействует на формирование общественного мнения по наиболее важным политическим вопросам (манипулятивная функция) [2].

Будучи дисциплинарным направлением, ПК имеет сущностные свойства. Она является специализированной, существует внутри определенной сферы общественной жизни — политической системы общества — и призвана обеспечивать ее функционирование. Ее содержание также определяется как информационное взаимодействие «управляющих» и «управляемых». Следовательно, в ПК должны преобладать вертикальные нисходящие коммуникации. Но в современном информационном обществе большое значение начинает приобретать горизонтальный уровень обмена потоками политической информации, сопряжение господствующего коммуникационного потока, инициируемого государством, с информационными потребностями и приоритетами гражданского общества.

Одной из характеристик ПК является ее массовость. Исследователи ПК выделяют три группы ее средств: коммуникация с помощью медиа, политических партий и неформальных контактов [3]. Мы остановимся подробнее на первой группе, которая включает в себя печатные и электронные источники информации.

Посредством выступлений, которые передаются по визуальным или аудиальным каналам восприятия, лидеры обращаются к гражданам своей страны и международному сообществу. Такая презентация играет важную роль в том, как государство представляется мировому сообществу. В частности, к публичным выступлениям можно отнести рождественские обращения к нации, которые каждый год во многих странах мира слушают и/или смотрят миллионы граждан.

Рождественское обращение относится к ритуальным жанрам, которые образуют пространство политического дискурса. Жизнь любого общества характеризуется рядом необходимых ему ритуальных действий. В основу ритуального действия в большинстве случаев положено значимое для всего сообщества событие (циклическое или спорадическое) [4]. Рождественские обращения глав государств определено относятся к коммуникативным действиям циклического характера.

Как правило, рождественские обращения представляют собой публичные речи высокопоставленных политиков, членов королевских семей, известных политических деятелей. Данные речи произносятся в назначенный срок, имеют как внутригосударственное, так и международное значение. Во мно-

гих странах обращение главы государства — традиционный акт политической коммуникации, во время которого лидер обращается с поздравлением к народу, подводит итоги уходящего года и делает прогнозы на будущий год.

История существования рождественских обращений к нации как жанра ПК имеет полувековую историю; их присутствие в жизни современного общества является знаковым. Однако нам неизвестны научные работы, в которых данные тексты становятся объектом подробного лингвопрагматического анализа.

Таким образом, можно сделать некоторые выводы:

1. Дальнейшее изучение жанровых особенностей ПК является актуальной исследовательской задачей.

2. Определенный интерес представляет изучение специфического жанра ПК — рождественских посланий к нации. Причем наиболее существенные выводы могут быть сделаны при анализе такого рода текстов, появившихся в кризисные периоды политической жизни того или иного общества.

3. Возможно предположить, что подробный анализ таких текстов может дать возможность глубже отразить важные «уроки истории», которые дает нам политическая история различных стран, в частности испаноязычных.

Источники

1. Шварценберг, Р.-Ж. Политическая социология : в 3 ч. / Р.-Ж. Шварценберг. — М. : Просвещение, 1992. — Ч. 1. — 180 с.

2. Корпало, Н. Н. Политическая коммуникация, ее функции и средства [Электронный ресурс] / Н. Н. Корпало // Справочник24. — Режим доступа: https://spravochnik.ru/politologiya/politicheskaya_kommunikaciya_i_smi/politicheskaya_kommunikaciya_ee_funkcii_i_sredstva/. — Дата доступа: 25.09.2021.

3. Зазаева, Н. Б. Политическая коммуникация: лекция // Н. Б. Зазаева // Философия и о-во. — 2007. — № 4. — С. 175–187.

4. Спиридовский, О. В. Лингвокультурные характеристики президентской риторики как вида политического дискурса / О. В. Спиридовский // Аспекты языка и коммуникации : сер. моногр. — Воронеж : Наука-Юнипресс, 2011. — 173 с.

А. А. Токарева

Научный руководитель — кандидат экономических наук А. В. Бунь

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ АУДИРУЕМОГО ЛИЦА ПОСРЕДСТВОМ ВНЕДРЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Современные тенденции в деятельности организации связаны с повышением значимости системы внутреннего контроля для достижения ее целей. На-

личие четко выстроенной и эффективной системы внутреннего контроля организации дает возможность добиться успеха в своей деятельности, а также своевременно принимать взвешенные решения, направленные на достижение целей организации.

Система внутреннего контроля организации — совокупность методов управления, организационных мер, методик и процедур, принятых и осуществляемых собственниками, руководством и другими работниками аудируемого лица для обеспечения эффективности, результативности, соответствия законодательству, сохранности активов, выявления, исправления и предотвращения искажений информации на финансовой отчетности, достоверности бухгалтерской отчетности аудируемого лица [1, с. 173].

Контроль — система наблюдения за процессом функционирования управляемого объекта и проверки его фактического состояния с целью оценки обоснованности и эффективности принятых управленческих решений и результатов их выполнения, выявления отклонений от этих решений, устранения неблагоприятных явлений и при необходимости информирования о них компетентных органов [2, с. 21].

При проведении аудита аудиторской организации следует учитывать, что система внутреннего контроля аудируемого лица не может быть абсолютно эффективной, что обусловлено невнимательностью работников, наличием ошибок или недобросовестных действий, непониманием цели контрольных процедур.

На сегодняшний день возрастающий интерес к внутреннему контролю организации обусловлен рядом факторов:

- наличие службы внутреннего контроля является нормативным требованием для определенных организаций;
- внутренний контроль становится частью корпоративного управления и признаком надежности деятельности организации.

Понимание характера деятельности аудируемого лица позволяет аудиторской организации разобраться в группах хозяйственных операций, остатках по счетам бухгалтерского учета и раскрытии информации в бухгалтерской и (или) финансовой отчетности [3].

Таким образом, если результаты предварительной оценки системы внутреннего контроля имеют положительные ответы, то результаты работы системы внутреннего контроля следует использовать внешним аудиторам, что позволит уменьшить объем аудиторских процедур. И наоборот, получение отрицательных результатов по вышеуказанным направлениям и элементам работы системы внутреннего контроля свидетельствует о том, что не следует использовать результаты работы внутренних аудиторов.

В качестве элемента системы внутреннего контроля организации выступает интегрированная отчетность. Интегрированная отчетность — это инструмент, который в ближайшее время обеспечит эффективное взаимодействие компаний с финансовыми рынками и широким кругом заинтересованных сторон. Цель отчета — дать четкую информацию и сфокусироваться

на ресурсах, которые организация потребляет и создает (финансовых, производственных, человеческих, интеллектуальных, природных, социальных).

Интегрированная отчетность — новое веяние в мире финансов, и на практике ее механизм еще недостаточно проработан. Поэтому для организаций появляется возможность экспериментировать и внедрять инновации, расширять свои возможности.

Интегрированная отчетность — это не новый феномен, не имеющий своего теоретико-методического фундамента, она тесно взаимосвязана с финансовой и нефинансовой отчетностью.

На сегодняшний день существует проблема: инвесторы и другие пользователи финансовой отчетности не удовлетворены объемом отражаемой в ней информации, а также ее качеством. Данные отчетности зачастую не содержат полной и достоверной информации о состоянии дел в компании. Финансовая отчетность не раскрывает управленческую, социальную, экологическую и иные непроизводственные составляющие деятельности компании, а также направления ее стратегического развития. Поэтому у пользователей все больше возникает интерес к нефинансовой отчетности.

Из-за большого числа источников отчетной информации, постоянного усложнения и увеличения объемов отчетности, нехватки важных сведений создается впечатление, что деятельность компании непрозрачна. Цель интегрированной отчетности — дать четкую, сжатую и понятную информацию.

Сравнивая интегрированную отчетность и финансовую, предлагаемую организациями сегодня, можно отметить их различия по следующим критериям: надежность, прозрачность информации, контроль за всеми видами капитала, направленность на прошлое и будущее во взаимосвязи.

Таким образом, можно заметить преимущества интегрированной отчетности над финансовой. Становится очевидно, что информация, предоставляемая в настоящее время, не в полной мере раскрывает все стороны организации.

Стоит отметить, что при проведении аудиторской проверки в организации, которая разработала интегрированный отчет, аудитор с большей долей вероятности даст высокую оценку качества системы внутреннего контроля организации.

Поэтому внедрение интегрированной отчетности актуально, поскольку время, затраченное на процесс аудита в организации, внедрившей интегрированный отчет, значительно уменьшается, и как следствие, затраты на проведение аудита сокращаются.

Однако, несмотря на то, что внедрение интегрированной отчетности в Республике Беларусь чрезвычайно важно и необходимо, реализовать повсеместность этого мероприятия пока невозможно. Основной причиной этого является отсутствие разработанных национальными органами стандартов составления, представления и контроля достоверности публикуемой информации. Но тем не менее, в качестве предложения автора, крупнейшие организации могли бы для повышения своей конкурентоспособности и веса на мировой арене использовать примерные варианты интегрированной

отчетности, размещая их на своих официальных сайтах и привлекая для утверждения достоверности нефинансовой информации иностранные аудиторские компании.

Источники

1. *Лемеш, В. Н.* Контроль и аудит : учеб. пособие / В. Н. Лемеш. — 3-е изд., перераб. и доп. — Минск : Амалфея, 2021. — 312 с.

2. *Бунь, А. В.* Организационно-методические аспекты стандартизации финансового контроля и учета в системе государственного регулирования экономической деятельности субъектов хозяйствования Республики Беларусь : монография / А. В. Бунь. — Минск : БГАТУ, 2011. — 268 с.

3. Национальные правила аудиторской деятельности «Понимание деятельности, системы внутреннего контроля аудируемого лица и оценка риска существенного искажения бухгалтерской и (или) финансовой отчетности» [Электронный ресурс] : утв. М-вом финансов Респ. Беларусь 29.12.2008 г., № 203 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

4. *Фоменко, В. В.* Интегрированная отчетность: принципы формирования и основные задачи / В. В. Фоменко // Молодой ученый. — 2015. — № 11. — С. 76.

5. *Сорокина, К. В.* Интегрированная отчетность — новая модель отчетности для бизнеса / К. В. Сорокина // Корпоратив. финансовая отчетность. Междунар. стандарты. — 2011. — № 7.

6. Интегрированная отчетность — новая форма корпоративной отчетности организации [Электронный ресурс] // Bstudy.net. — Режим доступа: https://bstudy.net/720374/ekonomika/integrirovannaya_otchetnost_novaya_forma_korporativnoy_otchetnosti_organizatsii. — Дата доступа: 01.10.2021.

В. А. Триллер

Научный руководитель — доктор экономических наук Н. И. Богдан

ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУТОВ УПРАВЛЕНИЯ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В данной работе выявлено наличие связи между инновационным развитием и степенью развитости институтов управления.

Проблемы, связанные с инновационным развитием, постоянно находятся в центре внимания многих исследователей. Это объясняется тем, что в условиях информационной экономики ключевым конкурентным преимуществом является его инновационная активность.

Одним из факторов, влияющих на инновационное развитие, является степень развитости институтов управления. Наличие данной связи подтверждается при анализе Глобального индекса инноваций и оценки ка-

чество переходного периода по данным отчета Европейского банка реконструкции и развития. На рис. 1 представлены рейтинги 7 групп показателей, входящих в Глобальный индекс инноваций: «Человеческий капитал и исследования», «Знания и технологическая продукция», «Инфраструктура», «Бизнес-среда», «Институты», «Творческие результаты», «Рыночная среда».

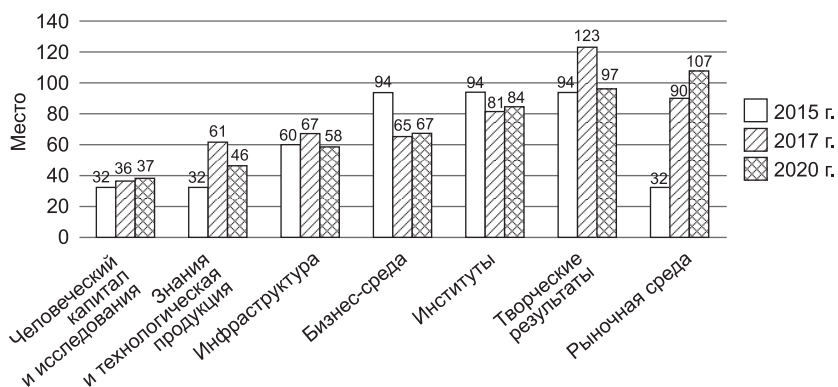


Рис. 1. Рейтинг Республики Беларусь по 7 группам показателей в 2015, 2017 и 2020 гг.

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе [1–6].

Как видно на рис. 1, в Беларуси лучшие результаты — в области человеческого капитала и исследований, а самые слабые — в области творческих результатов и опыта на рынке. Из этого следует, что, обладая хорошей ресурсной базой (в данном случае речь идет о кадровой оснащенности, так как финансовое обеспечение недостаточное), наша республика из-за несовершенства правовой базы, отсутствия необходимой инфраструктуры неэффективно ее использует. При этом стоит отметить, что оценка эффективности Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. (ГПИР 2016–2020) показала, что реализация данной программы эффективна: за 2016, 2017, 2018, и 2019 гг. показатель эффективности больше 1.

Экономисты Европейского банка реконструкции и развития разработали методологию, которая измеряет прогресс стран с переходной экономикой с учетом шести ключевых качеств устойчивой рыночной экономики, которые оценивают, являются ли страны конкурентоспособными, хорошо управляемыми, «зелеными», инклюзивными, устойчивыми и интегрированными. Каждый из полученных показателей оценки переходных качеств имеет шкалу от 1 до 10 (где 1 — худший, а 10 — лучший).

В таблице представлены оценки качеств переходного периода Республики Беларусь в 2016, 2019 и 2020 гг.

Оценки качеств переходного периода по данным отчета Европейского банка реконструкции и развития

Страна	Критерии оценки качеств переходного периода	Год		
		2016	2019	2020
Республика Беларусь	Конкурентоспособный	4,56	5,04	5,11
	Хорошо управляемый	4,63	4,86	5,01
	«Зеленый»	6,20	6,24	6,24
	Инклюзивный	6,69	6,68	6,68
	Устойчивый	3,62	4,36	4,32
	Интегрированный	5,59	5,94	5,97

Источники: собственная разработка на основе [8].

Так как анализ Глобального индекса инноваций показал, что в Республике Беларусь хорошая база для развития инноваций, но результаты деятельности все еще остаются на недостаточном уровне, была выдвинута гипотеза, что причиной этому могут служить плохо развитые институты управления. В целях проверки данной гипотезы был проведен корреляционный анализ между значением Глобального индекса инноваций и оценкой Европейского банка реконструкции и развития, характеризующей качество управления. Коэффициент корреляции по итогам анализа был равен 0,8090, что характеризует наличие сильной связи между данными показателями, что, в свою очередь, подтверждает выдвинутую гипотезу.

Более подробно связь между Глобальным индексом инноваций и оценкой Европейского банка реконструкции и развития, характеризующей качество управления, представлена на рис. 2. На рис. 2 наблюдается линейная зависимость между исследуемыми показателями, что подтверждает результаты корреляционного анализа.

На рис. 2 также представлены результаты кластерного анализа (в одну окружность вписаны объекты, входящие в один кластер). Данные кластерного анализа показывают, что все страны — соседи Республики Беларусь инновационно лучше развиты, в том числе за счет качества управления в стране. Также стоит заметить, что Республика Беларусь находится на границе кластеров № 1 и № 2 и наиболее приближенной страной для нее является Тунис, для которого Глобальный индекс инноваций равен 31,21 (для Республики Беларусь — 31,27), а оценка качества управления — 4,9 (для Республики Беларусь — 5,01).

В качестве инструмента развития институтов управления предлагается более широкое применение оценки регулирующего воздействия (ОРВ). Основная роль ОРВ заключается в отсеиве необдуманных и нецелесообразных решений на этапе принятия того или иного нормативно-правового акта, оценке того, достигает ли регулирование поставленных целей, а также в оценке возможных последствий нового регулирования. Применение механизма ОРВ необходимо при комплексной оценке государственных программ

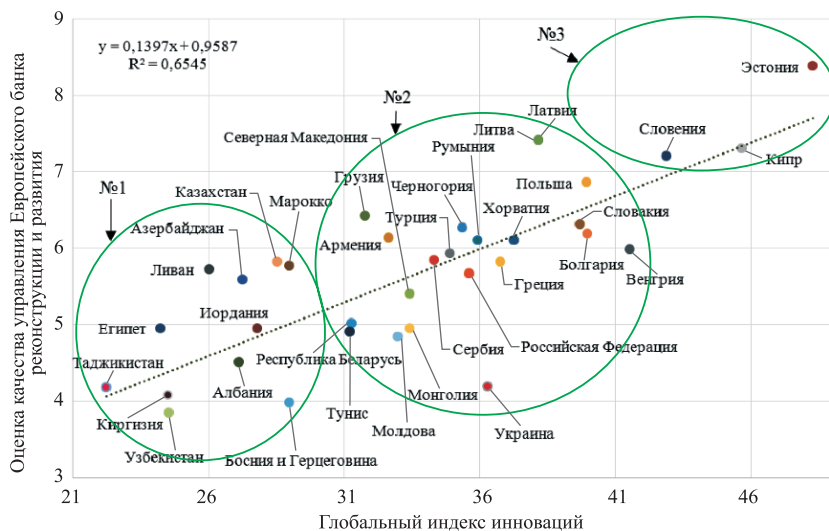


Рис. 2. Связь между рейтингами Глобального индекса инноваций и качества управления Европейского банка реконструкции и развития по странам с переходной экономикой

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе [6, 7].

инновационного развития, так как оценка эффективности ГПИР 2016–2020 показала ее эффективность, но при дальнейшем анализе были выявлены проблемы, которых не наблюдалось при анализе ГПИР 2016–2020.

Источники

1. Global Innovation Index 2015 [Electronic resource] // WIPO. — Mode of access: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2015.pdf. — Date of access: 21.09.2021.
2. Global Innovation Index 2016 [Electronic resource] // WIPO. — Mode of access: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016.pdf. — Date of access: 21.09.2021.
3. Global Innovation Index 2017 [Electronic resource] // WIPO. — Mode of access: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf. — Date of access: 21.09.2021.
4. Global Innovation Index 2018 [Electronic resource] // WIPO. — Mode of access: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf. — Date of access: 21.09.2021.
5. Global Innovation Index 2019 [Electronic resource] // WIPO. — Mode of access: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf. — Date of access: 21.09.2021.
6. Global Innovation Index 2020 [Electronic resource] // WIPO. — Mode of access: www.wipo.int/global_innovation_index/ru/2020/pdf. — Date of access: 21.09.2021.

7. European Innovation Scoreboard 2020 [Electronic resource] // European commission. — Mode of access: https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/scoreboards_en. — Date of access: 21.09.2021.

8. Transition Report 2020–21 [Electronic resource] // European Bank. — Mode of access: <https://www.ebrd.com/news/publications/transition-report/transition-report202021.html>. — Date of access: 18.09.2021.

А. Р. Федорченко

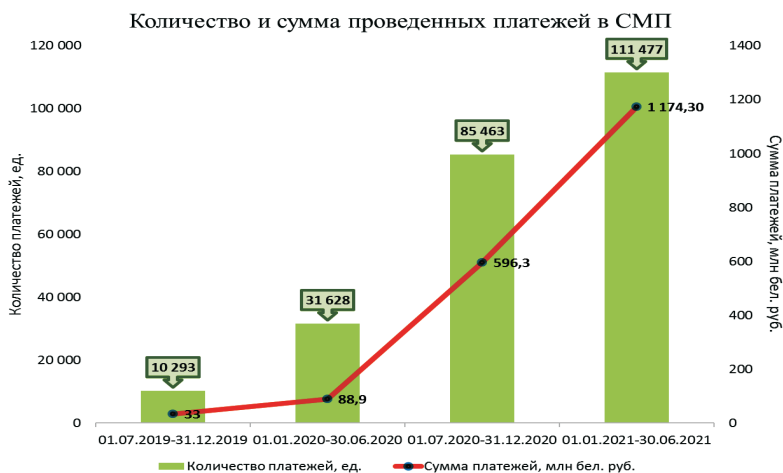
Научный руководитель — кандидат экономических наук Ж. В. Бобровская

СИСТЕМА МГНОВЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ: ТЕНДЕНЦИИ, ИННОВАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В работе представлен анализ функционирования системы мгновенных платежей в Республики Беларусь, выявлены недостатки данной системы и ее перспективы развития, а также описаны возможные пути решения обнаруженных проблем.

Система мгновенных платежей (далее СМП) в Республике Беларусь, как и в других странах Таможенного союза и ЕВРАЗЭС, активно популяризируется, внедряется и развивается. Участниками СМП по состоянию на 01.01.2021 г. являются крупнейшие 13 банков Беларуси.

Динамика роста количества, сумм и среднестатистического оборота платежей в СМП свидетельствует о востребованности данной системы, несмотря на ряд недостатков (см. рисунок).



Динамика количества и суммы платежей в СМП в Республике Беларусь

Резкое увеличение платежей стало возможным вследствие: подключения к системе большего количества банков; популяризации сервиса среди клиентов банков; роста количества отделений ОАО «АСБ Беларусбанк», принимающих платежи в СМП.

К основным тенденциям в работе СМП В Беларуси относятся: рост суммы и количества проведенных платежей; увеличение суммы и количества среднесуточного оборота платежей; рост среднего размера платежа; сокращение количества отклоненных мгновенных платежей в 2021 г.

Анализ функционирования СМП в разрезе банков позволил выделить следующие тенденции: лидерство с большим отрывом и существенный рост доли ОАО «АСБ Беларусбанк» в количестве и в сумме всех платежей в СМП. Необходимо также подчеркнуть сравнительно низкий по сравнению с другими системами уровень вознаграждения Национального банка за услуги по выполнению функций расчетного банка — почти в 2 раза ниже, чем стоимость аналогичных услуг для АИС «Расчет» и для систем платежных карт — чек БЕЛКАРТ и БЕЛКАРТ-МИР [1].

На основе проведенного анализа были выявлены следующие проблемы функционирования СМП и сферы, требующие совершенствования и развития: достаточно высокие тарифы, устанавливаемые банками-участниками; безотзывность платежа; отсутствие возможности частичного платежа; отсутствие возможности использовать СМП для розничных платежей и переводов между физическими лицами; недостаточно быстрая скорость проведения мгновенного платежа; отсутствие возможности регулирования резервов банков в ночное время и выходные дни.

Для решения отмеченных проблем необходимо: внедрить в платежную систему методологию стандарта ISO 20022; разработать стандарт QR-кода; применить опыт России — возможность регулирования банками своей ликвидности в режиме 24/7; разработка сервиса, позволяющего объединять несколько банковских счетов одного юридического лица в разных банках, что потребует создания программного продукта в ориентации на зарубежные аналоги; повысить доступность СМП для населения, подобно сервису *Раунп*, интегрированному с СМП в Великобритании, российской СБП, FPS Гонконга, шведской *Swish*.

Источники

1. Расчетные услуги Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь — Режим доступа: http://www.nbrb.by/payment/biss_services. — Дата доступа: 14.07.2021.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПОЧЕК СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ В УСЛОВИЯХ COVID-19

В работе представлены последствия влияния на глобальные цепочки создания стоимости (ГЦСС) пандемии COVID-19 и стратегии, которые компании выбирают для реорганизации своих цепочек в более стабильные единицы.

Пандемия COVID-19 дала уникальную возможность организациям и фирмам пересмотреть свои цепочки создания стоимости и выявить уязвимые места, о которых они, возможно, и не догадывались.

Во-первых, кризис выявил слабость цепочек, заключающуюся в их острой зависимости от небольшого количества стран, в которых локализованы производственные мощности. Яркий пример — Китай. Так как эта страна первая попала под удар эпидемии, многие компании довольно неожиданно лишились доступа к своему производству. После этого наметилась тенденция релокации производств из стран с большей долей производственных мощностей с целью минимизации риска. Например, в конце 2019 — начале 2020 г. компания Nintendo перенесла часть производства своей игровой приставки Switch из Китая в Юго-Восточную Азию; в 2019 г. компания Sony закрыла свой завод по производству смартфонов в Пекине, перенесла производство в Таиланд; поставщик продукции бренда Apple руководство компании Foxconn объявило в июле 2020 г., что оно планирует инвестировать 1 млрд дол. в Индию, что по сути означает постепенный перенос производства продукции бренда Apple из Китая; компании Nike и Adidas переместили большую часть своей производственной и обувной базы из Китая во Вьетнам [3].

Во-вторых, оказалось, что глобальные цепочки создания стоимости, которые распределены на большие расстояния, крайне неустойчивы и тяжело контролируемы, особенно в условиях разнородных ограничений, применяемых различными странами в условиях пандемии. Это привело к тому, что активизировались процессы рещоринга и ниашоринга. Опрос руководителей 120 компаний в США, проведенный консалтинговой фирмой Kearney в марте 2021 г., показал, что около 41 % респондентов за последние три года уже перенесли хотя бы часть своего производства обратно в США. 22 % респондентов заявили, что собираются это сделать в ближайшие три года. Также 52 % заявили, что они увеличили долю производства страной базирования или закупку продуктов после того, как пандемия COVID-19 искажила нормальную работу ГЦСС [3]. Американская компания Boeing в 2020 г. перенесла часть своего производства в Мексику. Все больше набирает популярность ниашоринг в области IT-услуг.

По сути компании стали переходить к концепции правильного размещения (right-shoring), которая означает размещение компонентов и процессов

бизнеса в регионах и странах, обеспечивающих наилучшее сочетание стоимости и эффективности [3]. То есть в постпандемических условиях компаниям придется отойти от концепции минимизации затрат на трудовые ресурсы к комплексному анализу возможных «черных лебедей» и способов свести риски к минимальному уровню.

Как следствие рещоринга и ниащоринга стали увеличивать свое влияние региональные цепочки создания стоимости.

Baldwin и Lopez-Gonzalez отмечали, что глобальный характер, присваиваемый цепочкам создания стоимости, — это широко распространенная ошибка, так как в большинстве своем они несут региональный характер. Выделяют три основных региона цепочек создания стоимости: Североамериканский, Европейский и Азиатский. При этом лидерами регионов считаются США, Германия, Китай и Япония [1, p. 55].

В факторах, влияющих на появление РЦСС, прослеживаются мотивы компаний сделать их цепочки более стабильными:

- географическая близость связана с низкими транспортными издержками и тем, что решить проблемы, возникающие в процессе доставки, на небольших расстояниях гораздо проще;

- более низкие торговые барьеры на территории одного региона. Либерализация региональной торговли продвигается более высокими темпами по сравнению с глобальным уровнем;

- низкие информационные издержки, поскольку проще следить за перемещением товара в процессе доставки;

- низкие затраты времени. В процессе построения ЦСС важную роль играют быстрая доставка промежуточных товаров и возможность прогнозирования поставок. Это связано с колебаниями спроса и наличием у некоторых товаров короткого срока годности. Например, Hummels и Schaur подсчитали, что каждый день в пути эквивалентен адвалорному тарифу от 0,6 до 2,1 % и что детали и компоненты имеют на 60 % более высокую временную чувствительность, чем другие товары [4, p. 22].

Трансформация глобальных цепочек создания стоимости в условиях пандемии COVID-19 протекает в нескольких направлениях: релокация производства из стран с большей долей влияния на страну базирования; активизация процессов рещоринга и ниащоринга и, как следствие, увеличение значимости региональных ЦСС; переход к концепции «правильного размещения».

Источники

1. Baldwin, R. Supply-chain trade: a portrait of global patterns and several testable hypotheses / R. Baldwin, J. Lopez-Gonzalez. — Cambridge : Nat. bureau of econ. research, 2013. — 63 p.

2. How COVID-19 is changing global value chains [Electronic resource] // United Nations Conference on Trade and Development. — Mode of access: <https://unctad.org/news/how-covid-19-changing-global-value-chains>. — Date of access: 15.09.2021.

3. Global pandemic roils 2020 Reshoring Index, shifting focus from reshoring to right-shoring [Electronic resource] // Kearney. — Mode of access: <https://www.>

kearney.com/operations-performance-transformation/us-reshoring-index. — Date of access: 18.09.2021.

4. Global value chains and industrial development Lessons from China, South-East and South Asia // United Nations Industrial Development Organization. — Vienna, 2018. — 148 p.

П. В. Царик

Научный руководитель — А. А. Гец

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В работе проведен мониторинг торговли молокопродуктами странами и регионами мира, дана рейтинговая оценка структурных изменений экспортных поставок белорусской молочной продукции.

В процессе исследований установлено, что рынок молока и молокопродуктов является приоритетным среди других продовольственных рынков. Его роль в продовольственном обеспечении населения определяется высокой ценностью молочной продукции и большим удельным весом в структуре питания. Анализ развития мирового рынка молока свидетельствует о перманентном росте объемов производства и потребления молочной продукции. Так, согласно данным IFCN в 2020 г. объем производства молока в мире составил более 903 млн т и почти на 10 % превысил уровень 2016 г.

Объем мировой торговли молокопродуктами также имеет положительную динамику и за период 2016–2020 гг. увеличился в 1,2 раза. Основными странами — поставщиками молочной продукции на мировой рынок в 2020 г. были Германия (10,66 млрд дол. США), Новая Зеландия (10,64 млрд дол. США) и Нидерланды (9,53 млрд дол. США), на долю которых приходилось 12, 11 и 11 % от мирового экспорта соответственно. Крупными поставщиками данной продукции также выступали Франция, США, Италия, Бельгия, Ирландия, Польша, Дания, Беларусь, совокупная доля которых составила 34 % мирового экспорта [1].

Мониторинг импорта молочной продукции странами и регионами мира показал, что основными покупателями молочной продукции с совокупной долей в объеме мирового импорта данной продукции более 50 % в 2020 г. стали такие страны, как Германия, Китай, Нидерланды, Франция, Италия, Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии, Бельгия, Российская Федерация, Соединенные Штаты Америки, Саудовская Аравия.

В ходе исследований установлено, что Беларусь является крупным поставщиком молока и молокопродуктов на мировой рынок и наряду с Новой Зеландией, США и Австралией входит в двадцатку ведущих мировых экспортеров молока и молокопродуктов, а по некоторым товарным позициям — даже в десятку (табл. 1).

Таблица 1

Рейтинговая оценка структурных изменений экспорта молока
и молокопродуктов Республики Беларусь

Код ТН ВЭД	Наименование позиции	Темп изменения объема экспорта в 2020 г. к 2016 г.	Доля Беларуси в мировом экс- порте, %	Изменение доли Беларуси в струк- туре мирового экспорта за 2016– 2020 гг., п.п.	Ранг страны в 2016 г.	Ранг страны в 2020 г.
0401	Молоко и сливки, негущенные и без добавления сахара и других подслащивающих веществ	1,02	2,13	-0,29	13	14
0402	Молоко и сливки, гущенные или с добавлением сахара и других подслащивающих веществ	0,89	2,02	-0,87	9	12
0403	Пахта, свернувшиеся молоко и сливки, йогурт, кефир и проч.	2,04	4,34	2,13	13	6
0404	Молочная сыворотка	1,58	1,84	0,32	14	9
0405	Сливочное масло и прочие жиры и масла, изготовленные из молока; молочные пасты	1,13	4,40	-0,33	7	7
0406	Сыры и творог	1,50	3,16	0,57	10	9

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе [1].

В 2020 г. из страны экспортировано 4817,7 тыс. т молочной продукции (в пересчете на молоко), что выше уровня 2016 г. на 13 %. В структуре экспорта молочной продукции Республики Беларусь преобладают сыры и творог (44 %), масло (16,5 %), сухое цельное и обезжиренное молоко (16,5 %), цельномолочная продукция (13,7 %) [2].

В процессе исследований выявлено, что географическая направленность экспортных поставок Республики Беларусь постепенно расширяется, активизируются торговые отношения со странами Азии. Так, за исследуемый период страна активно освоила рынки Китая, Литвы, Армении, Узбекистана, достигнув роста валютной выручки в 88,02; 55,77; 19,99; 10,36 раза соответственно (табл. 2). Что подтверждает высокую востребованность белорусской молочной продукции на рынках этих стран.

Однако следует отметить, что, несмотря на рост стоимости, удельный вес этих стран в общем объеме экспорта остается незначительным. В отношении ведущих мировых импортеров данного товара Республика Беларусь за отчетный период поставляла незначительные объемы своей продукции лишь в Китай и Саудовскую Аравию. Следует отметить, что доля белорусского экспорта молочной продукции в импорте Китая в 2020 г. составила 1,45 % и выросла на 1,42 п.п. по отношению к 2016 г. (табл. 3).

Таблица 2

Страновая диверсификация белорусского экспорта молокопродуктов

Страна-импортер	2016 г.		2020 г.		Темп изменения объема экспорта в 2020 г. к 2016 г.
	Доля страны, %	Ранг	Доля страны, %	Ранг	
Россия	96,33	1	84,78	1	1,16
Казахстан	2,06	2	3,82	2	2,43
Китай	0,06	8	3,78	3	88,02
Украина	0,71	3	2,65	4	4,87
Армения	—	10	0,76	5	19,99
Азербайджан	0,24	4	0,76	6	4,08
Бангладеш	—	—	0,57	7	—
Узбекистан	0,05	9	0,39	8	10,36
Малайзия	—	—	0,35	9	—
Молдова	0,12	6	0,30	10	3,33
Саудовская Аравия	—	—	0,24	11	—
Филиппины	0,04	11	0,23	12	8,06
Грузия	0,11	7	0,21	13	2,40
Монголия	—	—	0,19	14	—
Литва	0,01	21	0,11	15	55,77
...
Всего	100,00		100,00		1,31

Источники: собственная разработка на основе [2].

Таблица 3

Доля Беларуси в импорте молочной продукции ключевых стран-импортеров

Код ТН ВЭД	Наименование позиции	Доля белорусского экспорта в импорте страны, %					
		Россия		Китай		Казахстан	
		2016 г.	2020 г.	2016 г.	2020 г.	2016 г.	2020 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
0401	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара и других подслащивающих веществ	95,18	89,94	0,04	0,10	10,77	10,05
0402	Молоко и сливки, сгущенные или с добавлением сахара и других подслащивающих веществ	80,65	83,66	0,00	1,32	23,27	41,91

1	2	3	4	5	6	7	8
0403	Пахта, свернувшиеся молоко и сливки, йогурт, кефир и пр.	96,26	96,72	0,00	0,00	1,55	13,29
0404	Молочная сыворотка	82,78	72,02	0,13	6,24	11,76	26,43
0405	Сливочное масло и прочие жиры и масла, изготовленные из молока; молочные пасты	74,26	59,23	0,00	0,00	13,79	19,38
0406	Сыры и творог	84,13	82,51	0,00	0,00	9,46	20,14

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе [1].

Анализ рынка стран-импортеров свидетельствует о том, что объемы поставок данных продуктов могут быть значительно увеличены.

Таким образом, установленные и изложенные современные тенденции развития внешней торговли молокопродуктами Республики Беларусь предполагают разработку мер, направленных на географическую и товарную диверсификацию экспортных поставок, создание благоприятного климата для экспортеров, стимулирование развития высокотехнологичного экспортного производства, развитие внешнеторговой инфраструктуры, а также повышение эффективности использования маркетинговых инструментов во внешнеэкономической деятельности предприятий.

И с т о ч н и к и

1. Trade Map. Trade statistics for international business development [Electronic resource]. — Mode of access: <http://trademap.org>. — Date of access: 24.09.2021.
2. Статистика внешней торговли [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 24.09.2021.
3. Гец, А. А. Геоэкономическая оценка белорусского экспорта продовольственных товаров / А. А. Гец // Гуманитар.-экон. вестн. — 2015. — № 2. — С. 102–110.

Д. А. Ярмолич

Научный руководитель — кандидат экономических наук С. В. Дирко

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ПОДХОДЫ К ТЕСТИРОВАНИЮ ПРОДУКТОВ НА ОСНОВЕ ИТ-РЕШЕНИЙ

В статье представлен негативный опыт тестирования продукции на животных и рассмотрены альтернативные ему методы, такие как In vitro и In silico. Изучены успешные примеры ИТ-решений для компьютерного моделирования in silico из зарубежной практики.

Каждый год в мире умирает от опытов 100–150 млн позвоночных. Зоозащитники во всем мире борются за отмену опытов на животных и за использование иных, гуманных методов. Лабораторные животные в мире используются в различных сферах: тестирование лекарств (65 %), научные исследования (26 %), тестирование косметики (8 %), образование (1 %) [1].

Самыми жестокими компаниями в отношении насилия над животными считаются следующие производители — одни из крупнейших брендов в мире: Procter & Gamble, Unilever (Domestos, Dove, Rexona, Timotei, CIF и т.д.), Colgate-Palmolive Co, Gillette Company, L’Oreal, Henkel и т.д.

В направлении тестирования косметики и бытовой химии одним из самых жестоких методов считается тест Дрейза, который проводился на слизистой оболочке глаза кролика-альбиноса. В 2013 г. в Европейском Союзе вступил в силу запрет на тестирование косметики на животных и маркетинг косметики, тестируемой на животных, что положило начало усилиям по поиску альтернатив для всех распространенных тестов на косметику, в которых используются животные. В Беларуси тест Дрейза, к сожалению, проводят, хотя ему существует альтернатива — использование вместо животного мембраны эмбриона куриного яйца.

Исследования на животных не предсказывают точной реакции человека на химические вещества, поэтому 92 % новых лекарств не проходят испытания на людях после прохождения испытаний на животных. Некоторые лекарства, которые токсичны для животных, например, аспирин, чрезвычайно полезны для людей. Поэтому не имеет смысла проводить оценки химической безопасности на существах, которые биологически отличаются от нас самих.

Сегодня все чаще исследователи переходят на более качественные, дешевые и достоверные модели тестирования продуктов, такие как, например, методы *in vitro* и *in silico*.

In vitro (с лат. — «в стекле») — это технология выполнения экспериментов, когда опыты проводятся «в пробирке» — вне живого организма.

In silico — термин, обозначающий компьютерное моделирование (симуляцию) эксперимента, чаще биологического. Компьютерные системы усложняются и уже позволяют делать многое из того, что раньше было невозможно.

Конечный вывод делается на основании анализа как *in silico*, так и *in vitro* данных.

К настоящему моменту времени исследователями уже разработан широкий спектр сложных компьютерных моделей *in silico*, имитирующих биологию человека и воздействие на него различных химических веществ. Первые результаты использования этого метода показывают, что такие модели могут точно предсказать, как бытовое средство будет воздействовать на человека, тем самым заменяя использование животных в предварительных исследованиях и многих стандартных тестах.

Компьютерное моделирование делает сложные оценки вероятности того, что вещество является опасным, на основе его сходства с существую-

щими веществами и наших знаний о биологии человека. Многие производители все чаще используют подобные инструменты, чтобы избежать испытаний химических веществ на животных.

Следует отметить, что на рынке представлено уже достаточное количество подробных ИТ-решений. Так, например, компанией Entelos разработаны программы компьютерного моделирования для виртуального тестирования. Такое ПО может имитировать, как люди, которые страдают от такого заболевания, как астма, ожирение или диабет первого и второго типа, будут реагировать на новое лекарство.

Сотрудниками Центра альтернатив тестированию на животных (СААТ) Университета Джона Хопкинса из США были созданы 3D-модели головного мозга. Исследования, проводимые в СААТ с помощью вышеназванных моделей, позволяют лучше изучать такие заболевания, как аутизм, болезнь Альцгеймера, болезнь Паркинсона.

Группа моделирования Университета Ливерпуля имени Св. Джона Мура создала систему QSAR (Quantitative Structure-Activity Relationship), позволяющую на основании химической структуры вещества предсказывать его токсичность для различных органов и тканей человека. Цель данного проекта состоит в том, чтобы заменить парадигму «слепого» тестирования на животных новой парадигмой, в основу которой будет положено понимание более глубоких биологических и химических механизмов, ведущих к развитию токсических эффектов, что позволит оценивать риск от использования различных химических веществ без участия животных [2].

Медицинская компания SynDaver под руководством доктора Кристофера Сакзиллиса разработала революционный тренажер, который полностью имитирует человеческое тело и отображает все его процессы, включая свойства клеток живой ткани (терморегуляторные, физико-химические и механические). Тренажер успешно показывает аллергические реакции и другие побочные эффекты косметических средств [3].

Исследователями Оксфордского университета была разработана новая программа Virtual Assay, которая может прогнозировать возможные побочные эффекты на сердце от принятия новых препаратов. В ней используются компьютерные модели, созданные на основе человеческих данных, и она быстрее, дешевле и потенциально более эффективна, чем тестирование препаратов на животных. В программе предусмотрены различные подходы к различным группам населения, что является важным шагом по направлению к более персонализированной медицине. В самом деле, некоторые препараты могут вызывать негативные побочные эффекты только у некоторых групп людей, к примеру, у страдающих от определенного генетического заболевания [4].

Инновационным средством стало изобретенное микроинженером из Киотского университета Кен-Ичиро Камеем «тело на чипе». В 2016 г. Всемирный экономический форум назвал эти чипы одной из десяти лучших технологий года. Это действенный метод, который позволяет проверить эффективность, а также выявить побочные эффекты новых лекарств, разработать индивидуальные лекарства для людей на основе их клеточных культур.

Таким образом, современная наука предлагает различные альтернативы проведению опытов над животными: от компьютерных моделей систем человеческого организма до искусственно выращенных клеток. Отказ от использования животных в научных экспериментах становится реальной возможностью соблюсти баланс между безопасностью нашей жизни и гуманным отношением к животным.

Источники

1. Нет смысла показывать на живых существах то, что давно было известно. Какие опыты проводят над животными в Беларуси [Электронный ресурс] // CityDog. — Режим доступа: <https://citydog.by/post/greebelarus-test-animals/>. — Дата доступа: 17.09.2021.

2. Моделирование токсичности может заменить тестирование косметики на животных [Электронный ресурс] // Сырье и Упаковка. — Режим доступа: <https://cosmetic-industry.com/modelirovanie-toksichnosti-mozhet-zamenit-testirovanie-kosmetiki-na-zhivotnyx.html>. — Дата доступа: 17.09.2021.

3. Cruelty free: чем сегодня заменяют тестирование косметики на животных? [Электронный ресурс] // FB-Daily. — Режим доступа: <https://fw-daily.com/cruelty-free-chem-segodnya-zamenyayut-testirovanie-kosmetiki-na-zhivotnyih/>. — Дата доступа: 17.09.2021.

4. Компьютерное моделирование поможет меньше испытывать лекарства на животных [Электронный ресурс] // Научная Россия. — Режим доступа: <https://scientificrussia.ru/articles/kompyuternoe-modelirovanie-pomozhet-menshe-ispytyvat-lekarstva-na-zhivotnyh>. — Дата доступа: 17.09.2021.

СНИЛ SPL

А. В. Дудчик, Д. А. Матвеева, А. А. Троцюк

Научный руководитель — кандидат экономических наук С. В. Дирко

РАЗВИТИЕ «ЗЕЛеноЙ» ЛОГИСТИКИ НА ОСНОВЕ ЭКОЛОГИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

В статье рассмотрено содержание «зеленой» логистики как экологически безопасного направления развития общей концепции логистики. Определены наиболее распространенные виды «зеленых» практик в разных функциональных сферах логистики. Изучен зарубежный опыт экологизации логистических бизнес-процессов.

Современное общество ежедневно сталкивается с последствиями углубленного экологического кризиса. Кроме того, потребности общества бесконечно растут, что напрямую оказывает влияние на увеличение объемов производства, грузоперевозок, а также на изменение прочих бизнес-процессов, что еще более усугубляет экологическую обстановку в мире.

Логистика, в свою очередь, играет важную роль в мировой экономике и представляет собой отрасль с достаточно внушительным углеродным следом. По оценкам ученых, 8 % мировых выбросов углекислого газа приходится исключительно на логистические операции [1].

Именно по данной причине все большее значение приобретает экологизация логистических бизнес-процессов, подразумевающая под собой поиск и осуществление тех направлений логистики, которые обеспечивали бы баланс экологических, экономических, а также социальных интересов общества в совокупности. Логистические процессы, которые учитывают ответственность за окружающую среду и являются экономически эффективными, упоминаются в мировой литературе как практики «зеленой» логистики.

К основным принципам «зеленой» логистики можно отнести:

- рационализацию использования ресурсов, а также потенциала предприятия;
- максимально возможную переработку отходов производства, тары, упаковки или же обеспечение их безопасной утилизации;
- внедрение инновационных технологий во всех функциональных областях логистики с целью уменьшения нагрузки на окружающую среду;
- повышение экологической ответственности персонала;
- экономические обоснованную, экологически безопасную транспортировку и складирование товаров;
- сведение к минимуму использования сырья и тары, не подлежащих переработке или безопасной утилизации.

При классификации практик «зеленой» логистики многие авторы используют классическое разделение логистических процессов, добавляя к каждому прилагательное «зеленый». Как следствие, говорят о «зеленом транспорте», «зеленом хранилище», «зеленой экономике в упаковке» и т.д. По мнению Мартинсена и Хьюге-Бродина, вследствие больших объемов выбросов, образующихся в процессе транспортировки и приводящих к загрязнению окружающей среды, все внедренные практики зеленой логистики следует разделить на две группы. В первой группе перечислены процессы, связанные с транспортными процессами, а во второй — все остальные [2, с. 975].

Среди практик «зеленой» логистики, внедряемых компаниями, оказывающими логистические услуги на рынке автомобильных перевозок, можно выделить следующие:

- модернизация автопарка в сторону экологически чистых транспортных средств (например, соответствующих стандарту Евро 5 или Евро 6);
- модернизация используемых на складах технологий в сторону энергоэффективных решений;
- использование альтернативных двигательных технологий и альтернативных видов топлива в транспортных средствах;
- использование интермодального транспорта.

Другие методы «зеленой» логистики акцентируются на экологических процессах подготовки груза к отправке — от надлежащей комплектации транспортных единиц до оптимальных методов загрузки. При этом возмож-

ны варианты отказа от традиционной транспортной тары, например, деревянных поддонов, и погрузки товаров непосредственно в транспортные средства или использование более легких и компактных носителей. Особенно важными для увеличения степени загрузки транспортных средств являются изменения в конструкции перевозимых грузов и их упаковке, такие как уменьшение веса или размера упаковываемых грузов. Перспективным с точки зрения защиты окружающей среды можно считать решение по использованию одноразовых бумажных поддонов, полностью пригодных для вторичной переработки.

Эффективным с позиции ресурсосбережения является также использование системы пулов, которые позволяют отслеживать возвратные потоки поддонов и производить их ремонт, что значительно продлевает им жизненный цикл. Так, например, в 2014 г. Euro Pool System и компания Tesco учредили пункты вторичной переработки и обслуживания в г. Кралупы (Чехия) и представили многоразовые складные лотки для свежих пищевых продуктов, таких как мясо, рыба и птица (MFP). В течение этого же года поставщики Tesco использовали около 14 млн таких лотков, а к 2018 г. эта цифра увеличилась уже до 40 млн. Согласно расчетной модели, разработанной немецкой организацией Института Фраунгофера по заказу SIM (Фонд многоразовых систем), за счет использования лотков вместо одноразовой упаковки Tesco и ее поставщики ежегодно значительно сокращают выбросы CO₂. Кроме того, было доказано, что использование многоразовых лотков сокращает повреждения продуктов во время выполнения логистических операций на 97,5 % по сравнению с одноразовой упаковкой [3].

Также стоит упомянуть программу GoGreen Deutsche Post DHL Group, которая направлена на сокращение выбросов углекислого газа до нуля к 2050 г. Цель этого поставщика логистических услуг распространяется как на собственные операции компании, так и на деятельность ее субподрядчиков. Согласно плану, к 2025 г. Группа обучит 80 % своих сотрудников в качестве специалистов GoGreen и привлечет их к деятельности по охране окружающей среды [4].

Еще один пример, способствующий развитию «зеленых» решений, — это предложение компании NoLimitLogistics, которое включает в себя четыре направления деятельности: «Eco-fleet», «Aerodynamics», «Eco-warehouse», «Eco-mile». Так, в период с 2016 по 2019 г. от 10 до 30 % поставок «последней мили» клиентам B2B и B2C осуществлялись на электромобилях и автомобилях на альтернативном топливе. Кроме того, компания использует специальные аэродинамические прицепы, которые позволяют снизить расход топлива и, как следствие, уменьшить выбросы выхлопных газов в окружающую среду. Обновление автопарка и инвестиции в аэродинамические решения для полного обслуживания грузовых автомобилей обеспечили перевозчику снижение потребления топлива на 8 % и выбросов CO₂ на 15 % за 2019–2020 гг. [5].

В сентябре 2020 г. NoLimitLogistics запустила первый полностью экологичный склад. Эта инвестиция — еще один вклад в стратегию «Эко-ло-

гистики». Экологичный склад сочетает в себе проэкологический подход и использование современных зеленых технологий. Склад питается от фотоэлектрической солнечной энергии и оснащен инфраструктурой, подходящей для зарядки парка 100 % электромобилей электричеством, вырабатываемым из возобновляемых источников энергии. Экосклад был спроектирован в сотрудничестве с фирмой 7R, одним из ведущих разработчиков складских помещений. Данный склад будет иметь сертификат BREEAM. В настоящее время сертификация BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) является одним из важнейших стандартов устойчивого проектирования и экологически безопасного строительства.

Все более и более распространенным способом доставки грузов на этапе «последней мили» в пределах города становится доставка велосипедами. Для доставки грузов клиентам компании используют специально разработанные модели грузовых велосипедов. Логистические решения этого типа проходят испытания во многих европейских городах, таких как Вена, Копенгаген, Грац, Кембридж, Брюссель, Амстердам, Базель, Гамбург, Мюнхен, Берлин, Печь. Грузовые велосипеды часто являются самым быстрым средством передвижения в центре города, а также оказываются самым дешевым вариантом на «последней миле» доставки. Снижение доставок, выполняемых автомобилями на традиционном ископаемом топливе, можно рассматривать как основу решения проблемы пробок в центрах городов, сохранения чистого воздуха, расширения пешеходных зон тротуаров и возможности убрать шумовое загрязнение и чрезмерное движение автотранспорта из исторических центров городов.

В качестве еще одного примера можно привести сотрудничество SNER Polska и Nestlé Waters в области транспортных решений. SNER, используя преимущества уникального сочетания масштаба, объема своей деятельности и доступа к базам данных, отражающим потоки грузов на транспорте, смог предложить решения, которые снижают транспортные расходы и негативное воздействие на окружающую среду, используя при этом транспортный потенциал компании Nestlé. Устраняя пустые поездки, партнеры сокращают расход топлива и выбросы CO₂. Так, в 2017 г. маршруты грузовых автомобилей были сокращены на 6213 км, что позволило сократить выбросы CO₂ на 6 т [6].

Таким образом, можем сделать вывод, что осуществление основных логистических бизнес-процессов на основе «зеленых» принципов оказывает стимулирующее воздействие на рационализацию и оптимизацию цепи поставок в целом. Однако следует обратить внимание на тот факт, что экологизация практически любого бизнес-процесса приводит к дополнительным затратам, а следовательно, не все организации смогут позволить «озеленить» свои бизнес-процессы с финансовой точки зрения. Кроме того, не все организации готовы нести дополнительные затраты, поскольку не разделяют принципов экологической ответственности. Следовательно, для всеобщего распространения и внедрения принципов «зеленой» логистики само государство должно стимулировать организации к использованию наиболее

рациональных способов ведения бизнеса с точки зрения экологизации деятельности предприятия, в частности в сфере логистики. Кроме того, без государственного контроля не выйдет избежать столкновения коммерческих и социальных интересов.

В целом, реализация «зеленой» логистики должна помочь предприятию трансформировать его логистическую систему, начиная с доставки сырья и заканчивая утилизацией и/или безопасной переработкой отходов, в последовательность экологически безопасных процессов.

Источники

1. *Punte, S.* Roadmap towards Zero Emissions Logistics 2050 / S. Punte, L. Tavasszy, // Alliance for Logistics Innovation through Collaboration in Europe. — 2019. — P. 7.

2. *Martinsen, U.* Greening the offerings of logistics service providers / U. Martinsen, M. Høge-Brodin // Logistics and Supply Chain Management in a Globalised Economy. — Univ. of Southern Denmark, 2010. — P. 969–984.

3. Case study «Pooling system at Tesco saves money and the planet» [Electronic resource] // Euro Pool System. — Mode of access: <https://www.europoolsystem.com/de/blog/case-study-tesco>. — Date of access: 25.09.2021.

4. GoGreen [Electronic resource] // DHL. — Mode of access: <https://www.dhl.de/en/privatkunden/kampagnenseiten/gogreen.html>. — Date of access: 25.09.2021.

5. Our green technologies [Electronic resource] // NoLimitsLogistics. — Mode of access: <https://en.nolimit.pl/eco-logistics/our-green-technologies>. — Date of access: 25.09.2021.

6. Чеп і Nestlé waters оптимізують ланцюг достав [Electronic resource] // Logistyka.net. — Mode of access: <https://www.logistyka.net.pl/aktualnosci/item/89832-chep-i-nestle%20waters-optymalizuja-lancuch-dostaw>. — Date of access: 25.09.2021.

СНИЛ «BIS»

А. Е. Басай, В. Г. Русаловская

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. Н. Дудко

ОСОБЕННОСТИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Рынок слияний и поглощений в Республике Беларусь характеризуется сравнительно небольшими объемами с преобладанием сделок между национальными производителями. В Республике Беларусь существует ряд причин, которые не способствуют полноценному развитию рынка слияний и поглощений. Среди них: неразвитость национального фондового рынка, высокая стоимость кредитных ресурсов, несовершенство национального законодательства, отсутствие официального статистического учета по сделкам

слияний и поглощений и др. Несмотря на существующие преграды, можно выделить перспективные отрасли, заключение интеграционных сделок в которых будет способствовать развитию отечественного рынка слияний и поглощений. К ним можно отнести: IT-сектор, недвижимость, торговлю, логистику и пищевую промышленность.

Для транзитивных экономик слияния и поглощения — один из способов интеграции национальной экономики в мировое хозяйство. Однако данный процесс в Республике Беларусь крайне противоречив и имеет свои особенности. Иная позиция государственных органов, слабое развитие национального фондового рынка, высокая стоимость кредитных ресурсов — вот далеко не полный перечень тех проблем, с которыми сталкиваются как зарубежные, так и внутренние потенциальные инвесторы.

Несмотря на имеющиеся значительные трудности, Республика Беларусь все же постепенно становится субъектом международного рынка слияний и поглощений. Начало данному процессу было положено около 20 лет назад. Обобщение и анализ немногочисленной информации о рынке слияний и поглощений в нашей стране позволили выделить следующие этапы его становления:

- 2000–2004 гг. — минимальная активность на рынке слияний и поглощений, состоялись первые сделки с участием иностранных инвесторов (появление на белорусском рынке австрийской банковской группы, продажа немецкой компанией своей доли в СП «БелВест» российскому предприятию «ПолиТэкс»);
- 2005–2006 гг. — переходный этап, охарактеризовавшийся двумя сделками по покупке-продаже акций пивоваренных заводов — «Дедново» (г. Бобруйск) и «Оливари» (г. Минск), особенностью которых стало участие в их проведении международных финансовых институтов (ЕБРР, МВФ), выступивших своеобразной гарантией для стратегических инвесторов;
- 2007–2008 гг. — пик, связанный с активизацией приватизационных процессов и проведением сделок с продажей государственных активов;
- 2009–2010 гг. — кризис, отчасти определяемый мировым экономическим кризисом, введение новых правил игры на рынке слияний и поглощений, отсутствие крупных по размеру сделок;
- 2011–2012 гг. — рост внутринациональных сделок и активности на рынке M&A частного бизнеса;
- 2013 г. — настоящее время — сохранение прежнего уровня активности на рынке слияний и поглощений [1].

Как уже отмечалось ранее, в Республике Беларусь существует ряд причин, которые не способствуют полноценному развитию рынка слияний и поглощений в нашей стране. Одна из них — несовершенство национального законодательства. В настоящее время основные положения, касающиеся слияний и поглощений, изложены в Гражданском Кодексе и Законе «О хозяйственных обществах», некоторые положения содержатся в Законе «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» и Законе «О ценных бумагах и фондовых биржах». Также, в соответствии с особенностями белорусского права, слияние и поглощение могут

быть реализованы путем слияния или присоединения компании в процессе реорганизации, приобретения акций (долей) компаний или приобретения активов приобретаемой компании как имущественного комплекса. Таким образом, в Республике Беларусь нет единого законодательного акта, который бы регулировал процессы слияний и поглощений, что может вызывать определенные трудности при заключении сделок M&A.

Существенной проблемой также является отсутствие официальных статистических данных по сделкам слияний и поглощений, поэтому базой для анализа выступают лишь обзоры консалтинговых компаний и информационных агентств (Ernst&Young, KPMG, Юнитер, BIK Ratings и др.), а также новостные порталы.

Рейтинговое агентство «BIK Ratings» в своем обзоре рынка слияний и поглощений Республики Беларусь предоставило данные о размере белорусского рынка слияний и поглощений (M&A) в 2020 г., он составил 21 млн дол. США. В сравнении с 2019 г. объем рынка сократился на 146 млн дол. США. Основными причинами снижения объемов сделок стали пандемия COVID-19, экономическая рецессия и политическая нестабильность в Республике Беларусь.

Объем публичных локальных сделок M&A на белорусском рынке в 2019 г. составил 103 млн дол. США. В 2020 г. объем снизился до 18 млн дол. США.

По оценке аналитиков «Юнитера», рынок «входящих» сделок все еще развивается невысокими темпами. Во многом это зависит от инвестиционного климата в стране, административно-правовой среды и регламентации деятельности иностранных инвесторов.

2020 г. характеризовался несколькими крупными сделками в Беларуси. Немецкая компания DEG, дочерняя компания немецкого государственного банка KfW, приобрела пакет акций ОАО «Белгипс», принадлежавшего ранее российской компании «Волма». Таким образом, крупнейшими акционерами «Белгипса» стали две немецкие компании — DEG и «Кнауф».

В апреле 2020 г. власти Беларуси продали 99,83 % акций «Паритетбанка» компании Beristore Holdings Limited. Сумма сделки не разглашается. Однако в 2017 г., когда Паритетбанк хотел взять под контроль белорусский IT-предприниматель Виктор Прокопья, речь шла о 50 млрд дол. США.

Довольно активным на рынке слияний и поглощений был и быстрорастущий ИТ-сектор. Израильский разработчик и издатель Moon Active, который известен по игре Coin Master, купил компанию Melsoft Games (ключевые игры Family Island и MyCafe) у Wargaming.

Двумя сделками в 2020 г. отметился инвестфонд «Зубр Капитал». Сначала они вложились в маркетплейс банковских продуктов Mufin Group. «Зубр Капитал» инвестировал, в том числе и на экспансию финтехкомпаний в России, до 10 млн дол. и получил взамен миноритарную долю [2].

Еще одна особенность белорусского рынка слияний и поглощений состоит в том, что на протяжении многих лет для нашей страны была характерна структура, при которой основное количество сделок формировалось внутри страны местными компаниями. Это объясняется двумя факторами. Во-первых, потенциальный объем «исходящих» сделок зависит от того,

насколько эффективны местные предприятия и бизнесмены, ведь при выходе на международный рынок слияний и поглощений требуется большой объем ресурсов для совершения таких сделок. Наиболее выгодные объекты для инвестирования, как правило, поглощаются более крупными игроками, а белорусские субъекты таковыми обычно не являются. Поэтому местные компании вынуждены рассматривать либо проекты с невысоким ожидаемым уровнем прибыльности, либо обращать внимание на внутренний белорусский рынок. При покупке иностранных активов белорусские инвесторы, как правило, ориентируются на получение доступа на новые рынки сбыта и построение логистических цепочек; при покупке местных активов — на вертикальную интеграцию. Во-вторых, невысокие темпы развития рынка «входящих» сделок зависят от инвестиционного климата в стране, административно-правовой среды и регламентации деятельности иностранных инвесторов [3].

Другой тенденцией развития рынка слияний и поглощений в Республике Беларусь независимо от сектора является увеличение количества сделок по выкупу компаний за долги, в том числе реализация таких предприятий банками, активы к которым переходят ввиду невозможности выплат по кредитам. Причины роста количества банкротств, в свою очередь, связаны с проблемами заемных средств, привлеченными компаниями в 2014–2015 гг. Основной массой кредитов стали валютные кредиты со средней ставкой около 10 % годовых сроком на 2–3 года.

Отличительной чертой рынка слияний и поглощений в Республике Беларусь также является высокая степень проникновения российского инвестиционного капитала и фактически однонаправленность потоков взаимных инвестиций на национальный рынок [4]. Данная зависимость от российского капитала оказывает существенное влияние на конъюнктуру национального рынка слияний и поглощений.

Несмотря на определенные особенности белорусского рынка слияний и поглощений и существующие на нем преграды, все же можно выделить перспективы его роста и развития. Так, можно ожидать рост количества сделок в IT-секторе в связи с тем, что активность в данной отрасли всегда постоянна. Перспективной и привлекательной для иностранных инвесторов будет продажа IT-стартапов. Другим направлением может стать продажа «second best» проектов, т.е. копирование наиболее успешных международных проектов, их быстрое развитие, а затем продажа готовых.

В торговле в настоящее время наметилось 2 тенденции: укрепление своих позиций иностранными производителями, а также консолидация и повышение эффективности сетевой розничной торговли. Ожидается, что крупные игроки будут поглощать небольшие местные торговые сети, что приведет к увеличению количества сделок M&A.

В сфере транспорта и логистики ожидается некоторое количество сделок Outbound. Объектами поглощений могут стать различные объекты инфраструктуры поставки нефтяных и калийных продуктов.

В других отраслях промышленности основные надежды возлагаются в основном на китайских инвесторов.

Таким образом, в Республике Беларусь для развития процессов консолидации отечественного бизнеса, интеграции компаний через слияния и поглощения с иностранными компаниями, а также использования данного инструмента для привлечения иностранных инвестиций необходимо налаживание деятельности национального фондового рынка, оптимизация законодательства и улучшение инвестиционного климата. Для этого целесообразно обратиться к мировому опыту в области регулирования иностранных инвестиций, а также использовать нормы международного права и кодексы по регулированию слияний и поглощений ведущих экономик мира в качестве прототипа и эталона для создания в дальнейшем полноценной и стабильной платформы для того, чтобы привлечь международные инвестиции в Республику Беларусь. Это явится залогом повышения не только конкурентоспособности, но и стойкости национальных компаний, а также инвестиционной привлекательности белорусского рынка слияний и поглощений для иностранных инвесторов.

Источники

1. *Праневич, А. А.* Слияния и поглощения в мировой экономике: влияние кризиса и возможности для национальной экономики / А. А. Праневич // Белорус. экон. журн. — 2014. — № 1. — С. 60–75.
2. Рынок M&A сделок Республики Беларусь [Электронный ресурс] // BIK Ratings. — Режим доступа: <https://bikratings.by/wp-content/uploads/2021/01/rynok-m-a-sdelok-belarusi-1.pdf>. — Дата доступа: 22.10.2021.
3. Иностранные инвестиции-2016: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] // Экономическая газета. — Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/inostrannye-investicii-2016-problemy-i-perspektivy>. — Дата доступа: 23.10.2021.
4. *Пухальская, О. В.* Международные слияния и поглощения компаний: мировой опыт и особенности на рынке Республики Беларусь / О. В. Пухальская, А. В. Ковалев // Модернизация хозяйственного механизма сквозь призму экономических, правовых и инженерных подходов : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 29 окт. 2015 г. / Белорус. нац. техн. ун-т ; редкол.: С. Ю. Солодовников [и др.]. — Минск, 2016. — С. 478–480.

СНИЛ «ITE-skills»

К. Д. Давыденко

Научный руководитель — кандидат экономических наук К. А. Забродская

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ НЕОБАНКИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье предложены авторские определения понятий «необанк», «необанкинг». Выявлены основные стадии и модели развития необанков. Разработан ме-

методологический подход к оценке состояния развития неоланкинга в Республике Беларусь. Определены белорусские коммерческие банки, лидирующие по уровню цифрового развития.

В современных условиях цифровая трансформация банковского сектора является важнейшей составляющей становления цифровой экономики. Внедрение цифровых технологий (ЦТ) влияет на изменение бизнес-моделей и концепций развития банковского сектора: от появления интернет-банкинга до становления цифровых банков и неоланкинга. Развитие неоланкинга обусловлено, с одной стороны, сокращением затрат за счет использования дистанционных каналов обслуживания, возможностью оптимизации бизнес-процессов банка и усиления конкурентных позиций на рынке, с другой стороны — необходимостью индивидуального подхода к предоставлению услуг клиентам, востребованностью совершения необходимых операций в реальном времени.

Анализ трудов по вопросам построения цифровых банков (М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик, Д. Л. Калечиц, А. Н. Лузгина, Л. К. Голанда, Н. Н. Говядинова и др.) позволил установить многозначность трактовок, различие подходов в определении неоланка и неоланкинга, обозначил иные проблемы, обуславливающие необходимость совершенствования теоретических аспектов и методологических подходов к оценке состояния развития неоланкинга.

В процессе работы автором предложены следующие определения [1, 2]:

- неоланк — инновационный цифровой банк, созданный без отделений, функционирующий в виртуальном пространстве для оказания услуг комплексного банковского обслуживания в онлайн-режиме с любых мобильных устройств и персональных компьютеров;
- неоланкинг — цифровые технологии предоставления комплекса услуг неоланков с целью своевременного удовлетворения повседневных финансовых и информационных потребностей клиентов и повышения эффективности банковской деятельности.

В результате исследования были выявлены основные стадии (табл. 1) и модели (табл. 2) инновационного развития цифровых банков.

Таблица 1

Стадии инновационного развития цифровых банков

Стадия	Период	Предмет инноваций
1	2	3
Цифровой банк 1.0: развитие интернет-банкинга	1998–2002 гг.	Организация связи по электронной почте, использование баз данных, внедрение систем управления взаимоотношениями с клиентами
Цифровой банк 2.0: многоканальная интеграция технологий	2003–2008 гг.	Организация веб-счетов, оплата счетов в режиме реального времени, использование телефонии и чатов в работе кол-центров, создание хранилищ данных

1	2	3
Цифровой банк 3.0: внедрение омниканальных технологий	2009–2014 гг.	Взаимная интеграция разрозненных каналов коммуникации в единую систему, разработка полноценных приложений для смартфонов, предоставление видеосервисов, использование облачных хранилищ данных, применение технологий больших данных
Цифровой банк 4.0: использование интернета вещей	2015 г. — настоящее время	Внедрение цифровых банков и сокращение количества традиционных отделений, взаимная интеграция каналов распределения и связи с клиентами, развитие облачной инфраструктуры, персонализированное предложение услуг

Источник: [1].

Таблица 2

Модели развития необанков

Модель	Описание модели	Примеры банков
Модель А — цифровой банковский бренд	Классические банки с огромным количеством унаследованных систем и бизнес-процессов открывают новые бренды с уникальными предложениями и продуктами, созданными специально для более молодого поколения на основе использования сложившейся банковской инфраструктуры	FRANK банк OCBC в Сингапуре; LKXA от CaixaBank в Испании
Модель В — банк с цифровыми каналами	Цифровые банки используют бэк-офис и банковскую лицензию существующих банков и перепродают их продукты через более удобный пользовательский интерфейс	Moven в США; Rocketbank в России
Модель С — цифровой филиал банка	Цифровые банки объединяют два подхода: цифровой пользовательский опыт и новые бизнес-процессы, организуют отдельное подразделение для разработки гибкой и модульной программно-аппаратной части цифрового банка	Hello Bank от BNP Paribas; «Точка» (филиал банка «Открытие») в России
Модель D — полностью цифровой банк	Банки строят все свои продукты на ЦТ	Fidor Bank в Германии; «Тинькофф Банк» в России

Источник: [1].

Вследствие значимости цифровой трансформации банков для повышения их конкурентоспособности на национальном и мировом уровнях особую важность приобрела разработка подхода к оценке состояния развития необанкинга в Республике Беларусь и формализация его основных этапов:

1. Принятие решения о необходимости проведения оценки. На данном этапе определяется цель — проведение оценки состояния развития небанкинга для выявления перспективных направлений развития небанков; объект исследования — небанки; предмет — факторы и показатели развития небанков.

2. Определение факторов и показателей развития небанков. Определяется комплекс взаимосвязанных экономических и технологических факторов и показателей (предоставляемые финансовые продукты и услуги, цифровые технологии, прибыльность и др.), характеризующих конкурентоспособность небанков [1–3].

3. Выбор метода и проведение оценки развития небанков. На основе предложенной системы факторов и показателей, экономико-математических и инструментальных методов [2–5] строится модель оценки и рассчитываются индексы развития небанков, формируется рейтинг и определяются конкурентные позиции банков.

4. Визуализация и анализ результатов оценки развития небанков. Реализация данного этапа позволяет сделать вывод о конкурентном потенциале и инвестиционной привлекательности небанков. Для визуальной оценки и анализа полученных результатов могут использоваться графические методы и инструменты [4, 5], в том числе «многоугольники конкурентоспособности», матрица стратегических позиций небанков.

5. Разработка рекомендаций и принятие решений по реализации стратегии развития небанков. На основе полученных результатов разрабатываются рекомендации по совершенствованию стратегии развития небанков и адаптации передового опыта [1–4].

Применение предложенного методологического подхода позволило определить:

- ЦТ, характеризующие стадии развития небанкинга в Республике Беларусь (ДБО — дистанционное банковское обслуживание; БПК — эмиссия банковских платежных карточек, денежные переводы онлайн, онлайн-обслуживание, бесконтактные платежи; ЭД — расчеты с использованием электронных денег, онлайн-кредитование, онлайн-депозиты, онлайн-страхование, онлайн-инвестирование; БИ — системы биометрической идентификации; ИИ — технологии искусственного интеллекта; БЧ — операции на основе блокчейн, токенов и криптовалюты; АРІ — поддержка открытых программных интерфейсов, создание банковской экосистемы);

- конкурентные позиции цифровых банков и построить их рейтинг на основе балльного метода (табл. 3);

- перспективные направления развития небанкинга в нашей стране.

Анализ результатов (табл. 3) показал, что топ-5 цифровых банков в Республике Беларусь составляют ЗАО «Альфа-Банк», ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Сбер банк», ОАО «Белгазпромбанк» и ОАО «Технобанк». В настоящее время все банки Республики Беларусь прошли стадию «Цифровой банк 1.0» и находятся на второй и третьей стадиях развития небанкинга, большинство банков развивают технологии «Цифровой банк 4.0».

Таблица 3

Оценка состояния развития небанкинга в Республике Беларусь

Банк/цифровая технология	Стадия развития														Баллы	
	Цифровой банк 2.0					Цифровой банк 3.0						Цифровой банк 4.0				
	ДБО	БПК	Денежные переводы	Онлайн-обслуживание	Бесконтактные платежи	ЭД	Онлайн-кредиты	Онлайн-депозиты	Онлайн-страхование	Онлайн-инвестирование	БИ	ИИ	БЧ	API		Банковская экосистема
ЗАО «Альфа-Банк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
ОАО «АСБ Беларусбанк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	14
ОАО «Сбер Банк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	14
ОАО «Белгазпромбанк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1		1	1	1	13
ОАО «Технобанк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			13
ОАО «Белагропромбанк»	1	1	1	1	1		1	1			1	1	1	1	1	12
ОАО «Белинвестбанк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1		1		1	12
ЗАО «МТБанк»	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1			1	12
ОАО «Банк Дабрабыт»	1	1	1	1	1	1	1	1			1		1	1		11
ЗАО «Банк Решение»	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1		1			11
ОАО «Приорбанк»	1	1	1	1	1	1	1	1			1	1		1		11
ОАО «Банк БелВэб»	1	1	1	1	1		1				1	1		1	1	10
ЗАО «Банк ВТБ»	1	1	1	1	1		1	1				1			1	9
ЗАО «Идея-Банк»	1	1	1	1	1		1	1			1	1				9
ЗАО «БСБ Банк»	1	1	1	1	1			1				1		1		8
ЗАО «БТА Банк»	1	1	1				1	1	1		1	1				8
ЗАО «РРБ Банк»	1	1	1	1	1		1				1	1				8
ОАО «Паритетбанк	1	1	1	1		1	1	1			1					8
ЗАО «Цептер Банк»	1	1	1				1	1			1	1				7
ОАО «Франсабанк»	1	1	1	1			1	1			1					7
ОАО «СтатусБанк»	1	1		1			1	1			1					6
ЗАО «АБСОЛЮТБАНК»	1	1	1		1		1	1								6
ОАО «БНБ-Банк»	1	1					1				1	1				5
ЗАО «ТК Банк»	1		1					1			1					4

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе информационных ресурсов коммерческих банков Республики Беларусь.

Стадия «Цифровой банк 2.0» характеризуется предоставлением банковских услуг без посещения филиала банка с помощью интернет-банкинга, мобильного банкинга, Клиент-Банка, USSD-банкинга, SMS-банкинга и других технологий ДБО, а также онлайн-обслуживанием клиентов посредством социальных сетей, чатов, электронной почты. Кроме этого, белорусские банки осуществляют эмиссию БПК и денежные переводы в онлайн-формате.

На стадии «Цифровой банкинг 3.0» клиенты банков активно совершают бесконтактные платежи и операции по расчетам с использованием электронных денег, депозитные и кредитные операции, а также страхование и инвестирование осуществляются в режиме онлайн через сайт банка или мобильное приложение. Идентификация клиентов производится посредством биометрических технологий, а в процессе взаимодействия с клиентами широко используются технологии искусственного интеллекта.

Наиболее инновационные цифровые технологии банковского обслуживания присущи стадии «Цифровой банк 4.0». Наряду с другими ЦТ здесь применяется технология блокчейн, совершаются операции с токенами и другими цифровыми финансовыми активами, поддерживаются API-интерфейсы, развивается цифровая банковская экосистема [1–4, 6]. По мнению экспертов [6] цифровая трансформация банков позволяет расширить банковский бизнес за счет использования современных каналов, что способствует более тесному сотрудничеству с клиентами, сокращению операционных затрат и повышению конкурентоспособности за счет современных цифровых услуг.

В заключение отметим: практическая значимость результатов исследования состоит в оценке состояния развития необанкинга и определении конкурентных позиций цифровых банков в Республике Беларусь, выявлении перспективных ЦТ и определении приоритетных направлений совершенствования деятельности цифровых банков для повышения их конкурентоспособности. Научная значимость результатов исследования состоит в развитии теоретических и методических положений оценки и анализа состояния развития необанкинга.

Источники

1. Цифровой банк: состояние и направления развития / К. Д. Давыденко [и др.] // НИРС БГЭУ : сб. науч. ст. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2020. — Вып. 9. — С. 221–226.

2. Давыденко, К. Д. Необанкинг: сущность, модели, технологии и перспективные направления развития / К. Д. Давыденко // НИРС 2020 : сб. науч. ст. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: И. А. Старовойтова (пред.) [и др.]. — Минск, 2021. — С. 287.

3. Давыденко, К. Д. Необанкинг как современное направление цифровой трансформации банковских услуг / К. Д. Давыденко, К. А. Забродская // Развитие бизнеса и финансового рынка в условиях цифровизации экономики : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Волгоград, 14–15 нояб. 2019 г. / Волгоград. фил. Рос. экон. ун-та им. Г. В. Плеханова ; под общ. ред. А. Н. Бутова. — Волгоград, 2020. — С. 48–51.

4. *Давыденко, К. Д.* Необанкинг: анализ передового опыта и перспективные направления развития в Республике Беларусь / К. Д. Давыденко // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития : материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15–16 апр. 2020 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2020. — С. 66–67.

5. *Забродская, К. А.* Модели и методическое обеспечение оценки уровня развития инфокоммуникационных услуг в Республике Беларусь : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13 / К. А. Забродская. — Минск, 2015. — 180 л.

6. *Голенда, Л. К.* Экосистема банка в условиях становления цифровой экономики / Л. К. Голенда, Н. Н. Говядинова, К. А. Забродская // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Ю. Шутилин (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2020. — Вып. 13. — С. 161–168.

СНИЛ «PR»

Т. В. Шкуренко, Ю. О. Булгакова

Научный руководитель — Н. В. Казаченко

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА MILAVITSA В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В работе представлен анализ деятельности по коммуникациям с потребителями в сети Интернет белорусского бренда нижнего белья Milavitsa, рассмотрены социальные сети ВКонтакте, Instagram, а также официальный сайт компании. В ходе анализа используемых каналов коммуникаций были выявлены их недостатки и предложены варианты их устранения.

Объектом исследования являются маркетинговые коммуникации в сети Интернет с потребителями белорусского производителя нижнего белья «Милавица».

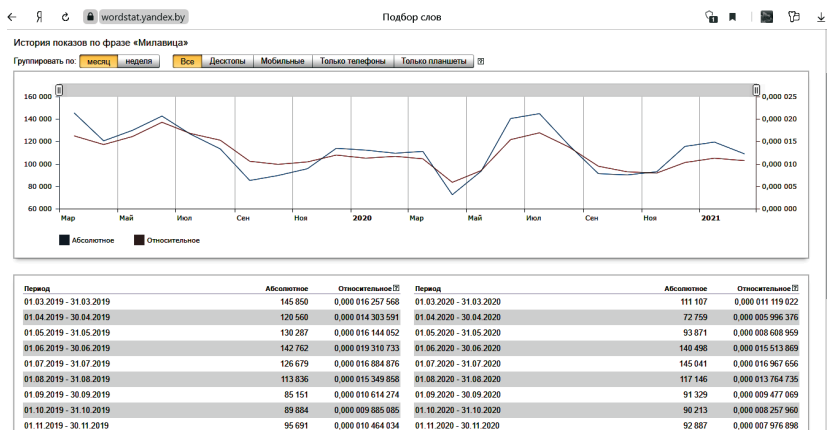
Предметом были выбраны официальный сайт бренда, его социальные сети ВКонтакте и Instagram.

В 2021 г. в рейтинге брендов среднего ценового сегмента Milavitsa занимает 5-е место с рейтингом 8,2/10 и оценивается как высококачественный продукт с комфортными образцами.

Фирменный стиль Milavitsa как один из элементов коммуникации представлен логотипом, фирменными магазинами, фирменной одеждой персонала, а также такими дополнительными атрибутами, как фирменные пакеты. Только за последние 2 года предприятие открыло 10 новых фирменных торговых точек со своей неповторимой атмосферой, доброжелательным персоналом и обязательными примерочными. Уже 642 магазина работают во всем мире под вывеской Milavitsa.

В работе были проанализированы следующие каналы коммуникаций: частота упоминаний бренда в поисковых запросах потребителей, их активность на официальном сайте, проведена оценка качества ведения социальных сетей.

1. Частота поисковых запросов за последний месяц/год по данным Яндекс.Метрика и WordStat (см. рисунок).



Частота поисковых запросов за период 2020–2021 гг.

Исследуя график, можно сказать, что продукция Milavitsa является в некотором смысле сезонной. В период потепления весной и наступления лета женщины наиболее активно ведут поиски красивого нижнего белья и купальников. Об этом говорит увеличивающееся в 2 раза число показов по запросу Milavitsa. Также следует отметить, что в апреле и мае 2020 г. число показов имело тенденцию спада по сравнению с мартом этого же года, а также периода март — август 2019 г. В первую очередь это связано с пандемией COVID-19. В этот период наблюдалось наибольшее проявление страха у людей, они старались никуда без нужды не ходить.

2. Активность посетителей на официальном сайте.

Основными потребителями продукции отечественной Milavitsa являются белорусы. Также нижнее белье широко распространено в таких странах СНГ, как Россия, Украина, Грузия.

Пользователям привычнее всего посещать официальные страницы бренда через такие социальные сети, как Facebook (39 %), Instagram (10 %), ВКонтакте (19 %).

Проанализировав статистику официального сайта бренда, было выявлено, что просмотров за год было почти в 4 раза больше, чем просто посетителей. Это может говорить о том, что потенциальные потребители целенаправленно посещают сайт, выбирая на нем что-нибудь подходящее. Среднее время посещения сайта составляет 3 минуты.

3. Ведение социальных сетей.

Уровень общения состоит в ответах на вопросы в комментариях. Также Milavitsa в посте от 23 марта 2021 г. предлагает своим подписчикам поуча-

ствовать в съемке их новой линейки белья. Для этого необходимо прислать фотографии. Данный подход привлекателен с обеих сторон, так как идет вовлечение аудитории и поддержание имиджа. Для облегчения поиска страницы Milavitsa использует хештеги #milavitsa #fashioncollection. В Instagram упоминаний хештега #milavitsa 53 тыс., хештега #fashioncollection — 415 тыс. Инстаграм насчитывает 63 тыс. подписчиков, тогда как социальная сеть ВКонтакте — всего лишь 16,2 тыс.

Исходя из анализа формата подачи информации, преобладает подача «картинки + небольшой текст». Следует разнообразить аккаунт видео, играми и викторинами.

При проведении аналитики публикаций за 3 месяца в сети Инстаграм выяснилось, что требуется:

- добавление цепляющих заголовков;
- проведение розыгрышей сертификатов с яркой публикацией;
- развлечение страницы постами со знаменитостями среди публикаций, создание с ними коллабораций;
- добавление исчезающих публикаций в «Историях»;
- исключение повторяющихся мотивов подачи информации.

Для развития блога в Instagram необходимо использовать различные варианты публикаций в сторис, которые пропадут через 24 ч после опубликования. К ним можно отнести мини-игру «Правильный ответ». Еще одним из вариантов является объявление о весенней акции распродажи и также мини-игра «Что выберешь ты». Далее специалисты на основе этих данных смогут проанализировать, что клиентам нравится больше. Также можно снимать короткие видео со съемок, подготовительный процесс съемок, как девушки-модели ощущают себя в данных комплектах, их предпочтения и прочее. Такой формат подачи информации сближает бренд и его клиентов.

Проблема ведения сети ВКонтакте заключается в повторении постов из Instagram. Это не соответствует формату постов, предназначенных для данной социальной сети. Во ВКонтакте должны превалировать посты с большим содержанием текста и визуальной составляющей. Milavitsa не придерживается данного утверждения, за что ей приходится расплачиваться низкой активностью пользователей в своем паблике.

Для исключения данной проблемы модераторам паблика в этой социальной сети следует пересмотреть формат публикаций, сделать их более наполненными и информативными. Либо обратиться за помощью к профессиональным копирайтерам.

Также стоит отметить, что официальный сайт Milavitsa не является адаптивным ресурсом для мобильных устройств. Мобильная версия — это отдельный сайт на поддомене. Сервер учитывает user-agent устройства пользователя, определяет, что тот зашел со смартфона, и перенаправляет на версию для мобильного просмотра. К URL-адресу в начало обычно добавляется «m.». Это именно то, чего не хватает сайту Milavitsa.

Для повышения адаптивности официального сайта следует приложить больше усилий, чем в случае с социальными сетями, что приведет к вло-

жению финансовых средств. Адаптивная версия говорит сама за себя. Сайт один, интерфейс подстраивается под разрешение экрана гаджета, для всех устройств один URL. Область просмотра контента устанавливают тегом Viewport. Если не установить тег, вся компьютерная область просмотра уменьшится в масштабе и уместится на экране. В случае с уже существующими сайтами намного сложнее и дороже создать новый интерфейс для мобильных устройств, однако если производитель заинтересован в мнении своих пользователей, следует пойти на такие затраты. И результат не заставит себя долго ждать.

Необходимо усовершенствовать работу социальных сетей Instagram и Вконтакте. Обе социальные сети в случае рассматриваемого производителя не реализуют все свои возможности и ресурсы воздействия на целевую аудиторию. Ответственный за ведение социальных сетей должен серьезно углубиться в тему копирайтинга и сделать посты в социальных сетях запоминающимися, интересными и содержательными.

Источники

1. MILAVITSA [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.milavitsa.com/>. — Дата доступа: 01.04.2021.
2. Яндекс.Метрика [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://wordstat.yandex.by/>. — Дата доступа: 01.04.2021.
3. PR-CY [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://pr-cy.ru/>. — Дата доступа: 01.04.2021.
4. ВКонтакте: Milavitsa | Создавай и восхищай [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vk.com/milavitsaofficial>. — Дата доступа: 01.04.2021.
5. Instagram: Milavitsaofficial [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.instagram.com/milavitsaofficial/>. — Дата доступа: 01.04.2021.

СНИЛ «Res Publica»

*А. А. Анисимович, Е. С. Крагель, Д. С. Мозоль,
М. Ю. Наумчик, Т. А. Сивашенко*

Научный руководитель — кандидат исторических наук А. А. Киселев

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ЭЛИТЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Статья посвящена анализу траекторий карьерного роста руководителей районных исполнительных комитетов, областных исполнительных комитетов и членов Совета министров Республики Беларусь. Качество «кадрового корпуса» во многом влияет на эффективность реализации социальных программ для блага общества и отдельных граждан. Государственный служащий — связующее звено между институтом власти и обществом, его деятельность считается организационным ядром политико-административной системы, а потому к чи-

новникам государственного аппарата выдвигаются определенные требования относительно профессиональных знаний и умений для квалифицированного исполнения решений.

Работа представляет собой просопографическое исследование биографий административной элиты разных уровней власти в Республике Беларусь. Методика просопографического анализа неоднократно апробировалась в работах различных исследователей [1, с. 259–271]. Данный метод позволяет привести собранную информацию к систематизированному виду для выявления закономерностей в траекториях карьерного роста чиновников.

Целью работы является составление обобщенного социального портрета руководителей государственного аппарата на основе составленных баз данных и описание наиболее распространенных типов административной карьеры, отражающих характер формирующейся административно-бюрократической элиты.

Анализ карьерного роста глав районных исполнительных комитетов. В процессе работы удалось обобщить и проанализировать данные о составе административной элиты районного уровня на апрель 2021 г. В частности, среди глав райисполкомов подавляющее большинство составляют мужчины (96,6 %). Средний возраст в момент назначения служащих на должность составляет 44 года.

Среди 118 председателей 60,2 % являются уроженцами деревень и сельских поселений, 8,7 % — поселков городского типа, 25,3 % — районных центров, 3,9 % — выходцы из областных центров и лишь 1,9 % — из города Минска.

По направленности образования распределение глав районной администрации происходит следующим образом: сельскохозяйственный профиль — 74 (62,7 %), экономический — 12 (10,2 %), технический и строительный — 12, ветеринарный — 8 (6,7 %), педагогический — 7. Меньше всего оказалось выпускников военных учебных заведений (5 чел. — 4,2 %).

Собранные данные о первом месте трудовой деятельности показали, что существует «мода» на первое место работы в сельском хозяйстве. На втором месте стоит техническая сфера. Меньшее количество будущих председателей работало в области государственной службы, 6 (5 %) председателей начинали свою карьеру в медицине, 5 — в экономической сфере, 5 — в образовании, а самое малое количество председателей начинали с работы в силовых ведомствах.

Анализ места работы накануне назначения на должность показал сильный перевес в пользу районных исполнительных комитетов и местных администраций. На втором месте стоит сфера бизнеса, затем — областные исполнительные комитеты, еще меньшее количество председателей работали в районных советах депутатов.

Средний период времени, проведенный на должности председателя районного исполнительного комитета, составил 3 года. Самым длительным на-

хождением на этой должности отметил председатель с 16-летним стажем, самым кратковременным — председатель с двухмесячным стажем.

Исходя из аксиологической теории В. Парето, можно сделать предположение о меритократическом подборе руководителей районных исполнительных комитетов в Республике Беларусь. Это доказывают данные о карьерном росте чиновников, которые начинают «с низов» службы на разных должностях и достигают уровня заместителей и руководителей различных государственных органов и предприятий. Кроме того, руководители районных исполнительных комитетов имеют высокий уровень образования и продолжительный трудовой стаж до момента назначения на должность [2, с. 307–311].

Траектории карьерного роста глав областных исполнительных комитетов. Среди руководителей областей по текучести кадров выделяются город Минск, Минская и Гродненская области. Реже всего менялись главы Витебского облисполкома: всего четыре руководителя с 1991 г. Витебская область показывает наивысший по стране результат по времени пребывания государственных служащих на должности — 9,25 лет. Напротив, меньше всего среднее время пребывания в должности было в Минске и Гродненской области — 3,9 лет.

По происхождению почти все главы облисполкомов являются уроженцами Беларуси, лишь четверо родились на территории Российской Федерации. 32 чел. (68,1 %) родились в населенных пунктах сельского типа, а 15 (31,9 %) — в населенных пунктах городского типа. Все главы областных исполнительных комитетов за 1991–2020 гг. являются лицами мужского пола. Большинство имеет техническое образование. Так, технаррей среди опрашиваемых оказалось 46,4 % (58 чел.), с сельскохозяйственным образованием — 14,4 % (18 чел.), с экономическим — 21,6 % (27 чел.), с медицинским — 8 % (10 чел.), с гуманитарным — 9,6 % (12 чел.).

Основным источником рекрутирования глав областной администрации стала работа в местном самоуправлении, или «на местах» (18 чел. — 38,3 %). Важным источником кадров является исполнительная ветвь власти — 14 чел. (36,8 %). Выходцами из законодательной ветви оказались 5 чел. (10,5 %), из президентской вертикали — 18,9 %, 3 чел. (6,4 %) — из экономической сферы и 1 чел. (3,7 %) — из прочих источников. После ухода с должности председателя работа в местном самоуправлении, или «на местах», не пользовалась популярностью (2 чел. — 4,3 %). Также незначительно уходят в исполнительную ветвь власти на государственном уровне — 6 чел. (12,8 %). В законодательную ветвь власти переходит относительно много кадров — 8 чел. (17 %), в президентскую вертикаль — 3 чел. (6,4 %), 5 чел. (10,6 %) ушли в экономическую сферу и столько же — в прочие места работы [3]. Однако чаще всего после отстранения от должности главы облисполкомов прекращали свою карьеру (14 чел. — 29,8 %) [4].

Анализ карьерного роста Совета министров. В рамках данной категории чиновников были рассмотрены: премьер-министры, заместители премьер-министра, министры, председатели государственных комитетов.

На практике кандидатуры министров вносятся на рассмотрение президенту премьер-министром. Как правило, потенциальные кандидаты состоят в резерве руководящих кадров, ведение которого началось в 2004 г. [5] и продолжает действовать до сих пор. Цель резерва — подготовка включенных в него лиц к занятию определенных руководящих должностей.

В результате анализа полученных данных за два периода (начальный этап с 1991 по 2003 гг. и современный — с 2003 г. по настоящее время) был сформирован обобщенный социологический портрет министра Республики Беларусь. Членом правительства, как правило, является мужчина, средний возраст которого на момент назначения составляет 52 года. В 45 % случаев он родился в сельском поселении. Что касается уровня образования и его профессиональной направленности, то здесь стоит отметить, что первое высшее образование получено по строительно-техническому профилю (36 %) и второе высшее — по управленческому (60,5 %). Представитель Совета министров беспартийный, не проходивший службу в армии. В большей степени первый опыт работы связан с профилем полученного образования, т.е. работа в техническо-строительной сфере (37 %). Накануне назначения на руководящую должность в правительстве у многих уже имелся опыт работы в структуре исполнительной власти (40,1 %). Дальнейшая карьера складывалась в международной сфере в качестве посла государства или же советника-посланника при посольстве — 15 % [6, 7, 8].

Социологический портрет административной элиты разных уровней. Обработка сведений просопографической базы данных позволяет составить социологический портрет руководителей государственного аппарата и выявить ключевые факторы построения ими карьеры. Среди чиновников районных исполнительных комитетов преобладают специалисты в области сельского хозяйства, экономисты и выпускники технических специальностей. Преимущественно это выходцы из деревенских и сельских поселений, реже встречаются уроженцы районных и областных центров. Большинство председателей районных исполнительных комитетов начинали свою трудовую деятельность в сельскохозяйственной и технической сферах, реже — на государственной службе. Ссылаясь на статистические данные, можно утверждать, что преимущественно председатели районных исполнительных комитетов имеют трудовой стаж до назначения на должность в промежутке от 10 до 20 лет.

Портрет главы облисполкома выглядит следующим образом: белорус по происхождению, родился в сельской местности, имеет техническое образование, назначается на должность ближе к 50 годам, перед назначением имеет опыт работы в органах местного самоуправления, при снятии с должности занимает пост в законодательной/исполнительной ветви власти или завершает карьеру в сфере государственного управления.

Исходя из полученных в результате анализа данных, можно сделать вывод, что первый опыт работы министра непосредственно связан с профилем полученного первого образования, т.е. работа в техническо-строительной сфере. Накануне назначения на руководящую должность в Правительстве

уже имелся опыт работы в структуре исполнительной власти. Дальнейшая карьера складывалась в международной сфере (посол государства, советник-посланник) [6, с. 1, 4, 5].

Источники

1. Семенов, А. Кто правит на местном уровне: сравнительный анализ корпусов глав муниципалитетов Пермского края и Республики Удмуртия / А. Семенов, И. Шевцова // Региональная политика — 2016 : сб. ст. / Агентство полит. и экон. коммуникаций ; под ред. Д. И. Орлова. — М., 2017. — С. 259–271.
2. Парето, В. Компендиум по общей социологии / В. Парето ; пер. с итал. А. А. Зотова. — М. : ГУ ВШЭ, 2008. — 511 с.
3. Официальный сайт Совета Республики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sovrep.gov.by/ru>. — Дата доступа: 10.04.2021.
4. Список глав областей Белоруссии [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_глав_областей_Белоруссии. — Дата доступа: 10.04.2021.
5. О работе с руководящими кадрами в системе государственных органов и иных государственных организаций : Указ Президента Респ. Беларусь, 26 июля 2004 г., № 354 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2004. — № 354. — 1/5712.
6. Пашков, Г. П. Республика Беларусь / Г. П. Пашков. — М. : Белорус. энцикл., 2005. — 5864 с.
7. Совет министров Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.government.by/ru/>. — Дата доступа: 10.04.2021.
8. Чекалова, И. В. Кто есть кто в Республике Беларусь / И. В. Чекалова. — М. : Энциклопедикс, 2016. — 152 с.

СНИЛ «Агроэкономика»

Н. С. Киклевич, В. В. Мирная, В. А. Прокофьева

Научный руководитель — магистр экономических наук К. Н. Соболев

О ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ В СЕЛЬСКОМ ТЕРРИТОРИАЛЬНОМ РАЗВИТИИ

В статье нашли отражение теоретико-методологические и практические аспекты формирования экономики впечатлений как новой экономической парадигмы для обеспечения устойчивого развития сельских территорий Беларуси.

Экономика впечатлений является новым направлением повышения эффективности экономических субъектов хозяйствования, работающих по традиционным экономическим моделям (аграрной, промышленной, услуг), в центре которой находятся впечатления.

Основоположниками концепции экономики впечатлений являются Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор, которые в 1999 г. рассмотрели новую экономику

как подход к производству и продвижению товара или услуги, основанный на создании положительного впечатления как от производства и продвижения, а также от последующих за этим ощущений, получаемых потребителем данного товара или услуги. Термин «экономика впечатлений» был предложен в их книге «Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена» [1].

Базовой опорой в области экономики впечатлений являются воспоминания (ценность опыта остается в памяти человека, участвующего в событии), личностная составляющая (человек может поделиться своими впечатлениями), чувственная экспонента (создание эмоций).

Характерными особенностями экономики впечатлений являются:

- клиентоориентированный подход с целью удовлетворения всех требований клиента — производимые продукты становятся индивидуализированными для различных сегментов рынка;
- более короткий жизненный цикл продукта, более высокая скорость его выхода на рынок;
- функциональность уступает место «нематериальному», которое становится ключевым источником стоимости;
- ключевая категория экономики — «впечатления», которые выступают самостоятельным экономическим предложением, имеющим в цепочке «сырье — товар — услуга — впечатление» наибольшую добавленную стоимость;
- широкое использование маркетинговых инструментов продвижения и коммуникаций.

Далее остановимся на особенностях реализации экономики впечатлений в развитии сельских территорий в условиях перехода к территориальной модели сельского развития.

Сельские территории Беларуси претерпевают серьезные социально-экономические трансформации, обусловленные рядом объективных и субъективных факторов. Значительная их дифференциация по площади, природно-климатическим условиям, численности населения, уровню доходов, этнологическим характеристикам, сложившейся специализации, уровню экономического развития усложняет процесс управления, что требует использования новых подходов к их развитию.

Необходимость развития новой экономической парадигмы вызвана комплексом причин. В их числе ужесточение межрегиональной конкуренции, влияние процессов глобализации и постиндустриализации на социально-экономическое развитие сельских территорий, неэффективность традиционных подходов к сельскому территориальному развитию.

Экономика впечатлений формируется под влиянием массовой персонализации, где на первое место выходят полученные от потребления знания, опыт, эмоции, выступая наряду с сырьем, товарами и услугами самостоятельным экономическим предложением. Субъекты сельской экономики в силу специфики деятельности могут успешно использовать данную экономическую модель для повышения своей устойчивости на рынке, обеспече-

ния жизнеспособности сельских регионов в рамках территориальной модели сельского развития.

Первичный сектор экономики (сельское и лесное хозяйство, рыболовство) сохраняет свое доминирующее положение в отраслевой структуре сельской экономики Беларуси, играя системообразующую роль. Именно его развитие во многом определяет динамику и направленность социально-экономического развития сельских социально-экономических систем.

В данных условиях формирование экономики впечатлений как перспективной модели развития сельских территорий приобретает особую актуальность, поскольку они обладают значительным потенциалом для реализации перехода от аграрной экономики к экономике впечатлений. Это позволяет учитывать пространственную специфику территорий, что является основой формирования эффективных стратегий, связанных с использованием потенциала территорий для обеспечения сбалансированного, стабильного и инклюзивного роста.

Наличие объективной необходимости ревитализации сельских экономик, решения многоплановых проблем сельских территорий Беларуси наряду с богатым рекреационным, историко-культурным, производственным потенциалом, благоприятными инфраструктурными условиями обуславливает развитие отдельных видов деятельности на основе экономики впечатлений, поскольку это позволяет направить совместные усилия местного населения на сохранение и продвижение социально-экономических, социокультурных, рекреационных, человеческих и иных ресурсов сельской местности, способствуя приращению территориального капитала. Так, в формировании сельской экономики впечатлений особое место могут занять следующие виды деятельности:

- сельский и экологический туризм;
- органическое сельское хозяйство как элемент современной экокультуры;
- ремесленная деятельность;
- прокат инвентаря и оборудования для проведения досуга и отдыха;
- обучение сельскохозяйственным навыкам, вовлечение в сельскохозяйственную деятельность;
- знакомство с сельскохозяйственным производством через обучающие программы, мастер-классы;
- проведение событийных мероприятий (гастрофестивалей, спортивных, культурных мероприятий и т.п.);
- деятельность музеев и объектов историко-культурного наследия, национальных парков и заповедников;
- услуги оздоровления (иппотерапия, пчелотерапия, фитотерапия, контактные зоопарки);
- услуги егеря, охоты;
- экстремальные активные развлечения (сплав на байдарках, гонки на квадроциклах и т.п.) и др.

Наличие обозначенных выше детерминант формирования экономики впечатлений в сельском территориальном развитии актуализирует необхо-

димность определения перспективных бизнес-моделей, развитие которых может быть осуществлено в рамках рассматриваемой экономической парадигмы. Можно выделить 3 группы бизнес-моделей в формировании сельской экономики впечатлений:

1. Производственно-экономические модели нетрадиционного сельскохозяйственного производства. Бизнес-модели первой группы связаны с выбором формы организации производства, производственных типов и направлений деятельности сельскохозяйственных организаций, в том числе фермерских хозяйств. Приоритетными направлениями развития указанных субъектов в рамках экономики впечатлений могут выступать:

- освоение относительно новых (нетрадиционных) сельскохозяйственных отраслей, таких как звероводство, пчеловодство, овцеводство; разведение страусов; выращивание грибов; заготовка, переработка, хранение и реализация сельскохозяйственной и дикорастущей продукции; организация производства отдельных видов продукции (сыра, козьего молока, виноградных улиток и т.д.);
- ведение органического сельского хозяйства с выпуском доступной потребителю сертифицированной продукции.

При этом важным является обеспечение эмоциональной и физической связи потребителей с сельскохозяйственным производством через функционирование контактных зоопарков, демонстрационных площадок, удаленного доступа к информационным системам (посредством видеосвязи), прямого участия в сельскохозяйственных работах и производстве продуктов питания.

2. Модели несвязанной диверсификации сельскохозяйственной деятельности. Данная группа бизнес-моделей связана с развитием несельскохозяйственного сельского бизнеса, где приоритетными направлениями деятельности в рамках экономики впечатлений могут выступать туризм и отдых в сельской местности, торговля и общественное питание, ремесленная деятельность (ремесленные мастерские, скотобойни, пекарни и т.д.), социальное сельское хозяйство, сельскохозяйственные подрядные работы (садоводство, ландшафтный дизайн и др.), социально-культурное обслуживание сельского населения, предоставление услуг иных видов (уход за детьми, бизнес-консалтинг, организация «зеленых» школ, создание образовательных центров для фермеров) [2].

3. Модели вхождения в структуры кластерного типа и (или) сетевые объединения, которые связаны с деятельностью субъектов сельской экономики в составе интегрированных структур. Создание совместных кооперационных проектов и участие в интеграционных территориальных формированиях, в том числе кластерного типа, позволяет задействовать широкую массу менее крупных сельских акторов. В условиях Беларуси такими проектами могут выступать создание цехов по переработке яблок, ягод (малины, клубники, голубики, брусники и т.п.) на базе нескольких фермерских хозяйств, участие в работе кластеров сельского туризма, туристских деревень.

Перспективным механизмом реализации указанных выше моделей в формировании экономики впечатлений является использование концепции

зеленых маршрутов, которая предполагает передвижение туристов пешком или с использованием экологичных немоторизованных средств транспорта (на велосипеде, байдарке, верхом на лошади и т.п.) по линейным маршрутам, проложенным вдоль естественных природных коридоров (побережий рек, каналов и озер, лесных дорог и троп) либо вдоль исторических путей. Зеленые маршруты предполагают активное общение туристов с местными жителями, проведение экскурсий, мастер-классов по народным ремеслам, фестивалей, дегустаций блюд региональной кухни, продажу сувенирной продукции, размещение и питание на базе сельских усадеб и т.д. [3, с. 40].

Таким образом, перспективными бизнес-моделями в формировании сельской экономики впечатлений являются производственно-экономические модели нетрадиционного сельскохозяйственного производства, модели не связанной диверсификации сельскохозяйственной деятельности, а также модели вхождения в структуры кластерного типа и (или) сетевые объединения. Их развитие и более широкое распространение будет содействовать как повышению конкурентоспособности отдельных бизнесов, так и обеспечению устойчивого развития сельских территорий Беларуси в условиях развития экономики впечатлений.

Источники

1. *Пайн II, Дж. Б.* Экономика впечатлений: работа — это театр, а каждый бизнес — сцена : пер. с англ. / Дж. Б. Пайн II, Дж. Х. Гилмор. — М. : Вильямс, 2005. — 304 с.
2. *Соболь, К. Н.* Бизнес-модели для диверсификации сельской экономики Беларуси : науч.-практ. изд. / К. Н. Соболь — Saarbrücken : Lambert Academic Publ., 2020. — 79 с.
3. Рекомендации по открытию и эксплуатации зеленых маршрутов / В. А. Клицунова [и др.]. — Минск : Ковчег, 2010. — 128 с.

СНИЛ «АКТИВ»

О. В. Касперович, А. М. Амелянович, Д. К. Колбасникова

Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Головач

РАЗВИТИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ПРОЧИМ ОПЕРАЦИЯМ

В статье раскрываются особенности организации учета расчетов с персоналом по прочим операциям. Авторами выделены противоречия в законодательстве Республики Беларусь в области отражения в бухгалтерском учете расчетов с персоналом по прочим операциям и даны рекомендации по их устранению, в частности по приведению в соответствие названий синтетических счетов и их содержания, по группировке существующих синтетических счетов и по выделению новых.

В современных условиях экономические расчеты характеризуются динамизмом, возникают все новые виды расчетов, изменяется их характер, направленность и способы осуществления. Такие черты характерны и для расчетов субъектов хозяйствования с персоналом. Наряду с очень значимой составляющей расчетов с персоналом — расчетов по заработной плате — постоянно увеличивается доля расчетов с персоналом по прочим операциям.

К расчетам с персоналом по прочим операциям традиционно принято относить операции, учитываемые в бухгалтерском учете на счете 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям». Согласно Типовому плану счетов бухгалтерского учета данный счет предназначен для обобщения информации о расчетах с работниками, кроме расчетов по оплате труда, расчетов по выплате работникам дивидендов и других доходов от участия в уставном фонде организации, расчетов с подотчетными лицами [1]. При этом в Типовом плане счетов бухгалтерского учета отмечено, что к счету 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям» могут быть открыты субсчета: 73-1 «Расчеты по предоставленным займам», 73-2 «Расчеты по возмещению ущерба» [1].

На субсчете 73-1 «Расчеты по предоставленным займам» учитываются расчеты с работниками по предоставленным им займам. На субсчете 73-2 «Расчеты по возмещению ущерба» учитываются расчеты по возмещению ущерба, причиненного работниками в результате недостатков имущества, брака, а также по возмещению других видов ущерба [1].

Далее следует отметить, что расчеты с персоналом по выплате дивидендов отражаются посредством применения счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», а расчеты с подотчетными лицами из числа работников организации — счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами» [1].

Таким образом, основываясь на описании назначения счетов 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям», 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», 71 «Расчеты с подотчетными лицами» в Типовом плане счетов бухгалтерского учета, анализе открываемых к счету 73 субсчетов, может быть сделан вывод, что характеристика счета 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям» в данном нормативно-правовом акте не соответствует его назначению и применению в учетно-аналитической практике белорусских организаций.

В связи с чем видится обоснованной необходимость актуализации и приведения в соответствие характеристики счета 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям» с его фактическим назначением и использованием в Типовом плане счетов бухгалтерского учета. Возможно, следует даже переименовать данный счет, приблизив название к содержанию отражаемых на нем хозяйственных операций в бухгалтерском учете.

Кроме того, как уже было отмечено выше, состав расчетов с персоналом по прочим операциям гораздо шире, хотя счет 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям» и имеет аналогичное название, и включает:

- расчеты по выплате работникам дивидендов и других доходов от участия в уставном капитале организации, учитываемые в настоящее время на счете 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»;

- расчеты с персоналом по подотчетным суммам, учитываемые на счете 71 «Расчеты с подотчетными лицами»;
- расчеты по предоставленным займам и по возмещению ущерба, учитываемые на счете 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям»;
- расчеты по депонированным суммам, учитываемые на субсчете 5 «Расчеты по депонированным суммам» счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

Таким образом, может быть выделена группа синтетических счетов, используемая для расчетов с персоналом по прочим операциям, в которую входят счета: 71 «Расчеты с подотчетными лицами», 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям», 76-5 «Расчеты по депонированным суммам».

Как следует из представленного списка, каждая группа расчетов с персоналом по прочим операциям имеет свое специфическое экономическое содержание, свое практическое назначение. При этом для каждой отдельной группы расчетов применяется свой синтетический счет: 71 — для расчетов по подотчетным лицам, 73 — для расчетов по возмещению предоставленных займов и причиненного материального ущерба, 76-5 — для расчетов по депонированным суммам. Но это нельзя сказать про применение счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» для отражения операций по выплате дивидендов и других доходов от участия в уставном капитале организации, хотя данные расчеты и относятся к прочим. И именно на указанном основании авторы и не включили счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» в вышеуказанную группу синтетических счетов, используемых для расчетов с персоналом по прочим операциям.

Счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» предназначен для отражения основных расчетов с персоналом — расчетов по начислению и выплате заработной платы, а также по удержаниям из нее. Его название свидетельствует о том, что целевое назначение данного счета — отражать расчеты с персоналом по оплате труда, т.е. операции, связанные с оплатой за труд, если работник состоит с организацией в трудовых отношениях.

Однако, согласно Типовому плану счетов бухгалтерского учета, счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» предназначен для обобщения информации о расчетах с работниками организации по оплате труда, а также по выплате им дивидендов и других доходов от участия в уставном фонде организации [1]. Таким образом, во-первых, в Типовом плане счетов бухгалтерского учета имеется противоречие: согласно нормам указанного законодательного акта два счета — 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» и 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям» — применяются для отражения операций по начислению и выплате дивидендов и других доходов от участия в уставном капитале организации. Во-вторых, расчеты по выплате дивидендов и других доходов от участия в уставном капитале организации не являются расчетами по оплате труда. Следовательно, в данном случае и по счету 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» возникает противоречие между его названием и содержанием, а также его теоретическим наполнением и практическим применением. На основании

всего отмеченного, авторы считают целесообразным выделить дополнительный синтетический счет 78 «Расчеты с учредителями, являющимися работниками организации», название и содержание которого гармонизированы. Его рекомендуется использовать для обобщения информации о расчетах с учредителями (участниками), являющимися работниками организации, по вкладам в уставный капитал организации, выплате дивидендов и других доходов от участия в уставном капитале организации. При этом для отражения аналогичных расчетов с внешними учредителями (участниками), не являющимися работниками организации, будет использоваться счет 75 «Расчеты с учредителями», как это и предусмотрено действующим Типовым планом счетов бухгалтерского учета.

Следовательно, группа синтетических счетов, используемая для расчетов с персоналом по прочим операциям, будет дополнена выделенным новым счетом 78 «Расчеты с учредителями, являющимися работниками организации» и будет в итоге включать следующие счета: 71 «Расчеты с подотчетными лицами», 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям», 76-5 «Расчеты по депонированным суммам», 78 «Расчеты с учредителями, являющимися работниками организации».

Рекомендации авторов позволят систематизировать информацию о расчетах с персоналом по прочим операциям в бухгалтерском учете, сформировать учетно-аналитическое обеспечение для принятия решений по управлению ими, предоставив более детализированную и структурированную информацию, будут способствовать снижению ошибок при отражении данных расчетов.

Источник

1. Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета и утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 29 июня 2011 г., № 50 // КонсультантПлюс.Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

СНИЛ «Гандаль»

В. А. Ботнар, Ю. С. Кукса

Научный руководитель — кандидат экономических наук И. А. Леднева

ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ, ФОРМИРУЮЩИЕ ТРАНЗИТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ПРИ ТРАНСПОРТИРОВКЕ ГРУЗОВ

В статье представлены ключевые факторы, оказывающие влияние на транзитный потенциал Республики Беларусь при перевозке грузов автомобильным транспортом, и перспективы его развития.

Для Республики Беларусь выгодное географическое и геополитическое положение делают ее транзитный потенциал одним из приоритетных направлений экономического развития. Республика Беларусь является значимым игроком на региональном рынке транспортно-логистических услуг. Разместившись практически в географическом центре Европы, Республика Беларусь находится на перекрестке нескольких международных транспортных коридоров, связывающих государства Западной Европы с Востоком, регионы Черноморского побережья со странами Балтийского моря.

Инфраструктура автомобильных дорог Беларуси включает 12 магистральных дорог, 149 республиканских, а также дороги местного и ведомственного назначения. Протяженность республиканских дорог, по которым идет основной грузо- и пассажиропоток, составляет 15,7 тыс. км [1].

Ежегодно через территорию страны следует свыше 100 млн т европейских грузов, из них около 90 % — между Россией и Европейским Союзом. При этом Республика Беларусь в большинстве случаев обеспечивает оперативность и сохранность транзита. Транспортные услуги оказываются железнодорожным, автомобильным, воздушным, внутренним водным и трубопроводным видами транспорта. Однако следует отметить, что транспортный потенциал Беларуси не реализован в полной мере: по данным Национального агентства инвестиций и приватизации транспортные коридоры в стране загружены не более чем на 25–40 % от их реальной пропускной способности.

Беларусь стабильно имеет положительное сальдо в торговле услугами и отрицательное — в торговле товарами. Наиболее востребованными услугами на внешних рынках являются именно транспортные — они обеспечивают около 40 % экспорта услуг (общий экспорт услуг в 2020 г. — 8 785 млн дол., среди которых транспортные — 3682 млн дол., компьютерные — 2232 млн дол.) [2].

В 3682 млн дол., приходящихся на экспорт транспортных услуг, почти 40 % обеспечивают белорусские перевозчики грузов автомобильным транспортом — 1392 млн дол. Далее идет грузовой железнодорожный транспорт (842 млн дол.) и трубопроводный (548 млн дол.). Даже сфера авиаперевозок, которая по объему экспорта услуг в период пандемии «просела» почти вдвое, принесла в прошлом году 298 млн дол. против 490 млн дол. в 2019 г. (кстати, эти цифры будут значительно выше, если учитывать все услуги по перевозке, включая заказы белорусских производителей для экспорта) [2].

Территорию республики пересекают 2 международных трансъевропейских транспортных коридора (по международной классификации) (см. рисунок):

- номер II (Запад — Восток): Берлин — Познань — Варшава — Минск — Москва — Нижний Новгород;
- номер IX (Север — Юг): (Хельсинки — Санкт-Петербург — Псков — Гомель — Киев — Одесса) с ответвлением IX В (Клайпеда /Калининград — Вильнюс — Минск — Гомель).



Трансевропейские транспортные коридоры

Источник: [3].

В 2020 г. транспортная отрасль Беларуси оказалась одной из наиболее пострадавших сфер в результате пандемии COVID-19. Совокупность данных факторов отразилась на всех видах транспортных перевозок — пассажирских и грузовых перевозках как внутри стран, так и между ними. Снижение объема перевезенных грузов и грузооборота коснулось всех видов транспорта. В основе негативных последствий лежат различные факторы: закрытие государственных границ, введение ограничений на передвижение людей и товаров, разрыв производственно-сбытовых цепочек, снижение спроса и покупательной способности. Пандемия COVID-19 наибольшее негативное влияние оказала на железнодорожные перевозки и авиаперевозки.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, автомобильным транспортом было перевезено 159 785,2 тыс. т грузов, что на 1,2 % ниже аналогичного периода прошлого года. Грузооборот автомобильного транспорта составил 28 777,6 млн т·км (+0,9 %) [4].

Автомобильная отрасль на протяжении последних пяти лет стабильно наращивала грузооборот. В 2020 г. на фоне общего сокращения перевозок автомобилисты-международники столкнулись с простоями в ожидании загрузки в европейских странах и на границе, но отрасль смогла обеспечить почти процент прироста, в то время как соседние государства «просели» по данному показателю.

В 2020 г. в отрасли был реализован ряд инвестиционных проектов. Введены в эксплуатацию автодороги Р122 Могилев — Чериков — Костюковичи, Р16 Тюхиничи — Высокое — граница Польши (II очередь), М3 Минск — Витебск (обход н.п. Плещеницы), мост через Сож в Славгородском районе.

В июне 2021 г. белорусская экономика оказалась под давлением западных санкций. Четвертый пакет санкций ЕС оказывает давление в основном на связанные с властью бизнесы в сфере торговли и логистики, а также на грузовой автопром. По мнению экспертов, при самом негативном сценарии потери транспортно-логистической отрасли могут составить 1–2 млрд дол. [2].

Итак, исследовав факторы и условия, формирующие транзитный потенциал Республики Беларусь при транспортировке грузов, можно сказать, что Республика Беларусь является значимым игроком на региональном рынке транспортно-логистических услуг, чему в первую очередь способствует выгодное географическое положение. Однако на сегодняшний день существует ряд факторов, которые сдерживают развитие в данной сфере: санитарно-эпидемиологическая и политическая ситуации. Приоритетами развития транспортного комплекса Республики Беларусь являются развитие транспортно-логистической деятельности, наращивание экспортного и транзитного потенциала, экономия и эффективное использование ресурсов, повышение качества и конкурентоспособности оказываемых услуг, обеспечение транспортной безопасности, привлечение инвестиций и информационно-коммуникационных технологий в отрасль.

Источники

1. Дроздов, П. А. Транзитный потенциал Республики Беларусь: состояние и развитие / П. А. Дроздов // Логистические системы и процессы в условиях экономической нестабильности : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 6–7 дек. 2017 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: В. В. Апанасович [и др.]. — Минск, 2017. — С. 52–62.
2. Что теряет транспортная сфера Беларуси от санкций [Электронный ресурс] // Thinktanks. — Режим доступа: <https://thinktanks.by/publication/2021/06/17/chto-teryaet-transportnaya-sfera-belarusi-ot-sanktsiy.html>. — Дата доступа: 04.10.2021.
3. Обзор рынка транспортно-логистических услуг Республики Беларусь [Электронный ресурс] // BIK Ratings. — Режим доступа: https://bikratings.by/wp-content/uploads/2020/12/rynok_transportno_logisticheskikh_uslug_rb.pdf. — Дата доступа: 05.10.2021.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 05.10.2021.

СНИЛ «Идея»

*А. Ю. Кравчук, Ю. Ю. Купцевич, О. А. Лукаша,
К. А. Устименко, А. А. Щупановская*

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. Ф. Горбач

МЕТОДЫ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И СОСТАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ (COVID-19)

В этой статье освящаются некоторые методы ведения бухгалтерского учета и варианты составления финансовой отчетности для субъектов хозяйствования во время пандемии, такой как пандемия коронавируса 2020 г. (COVID-19).

Пандемия — это заболевание, которое распространено в стране или во всем мире.

Пандемия коронавируса (COVID-19) была впервые зарегистрирована в г. Ухане, Китай, 31 декабря 2019 г. и создала большую неопределенность среди компаний в реальном и финансовом секторах. Это негативно сказалось на деятельности организаций по всему миру из-за потрясений спроса и предложения, частично вызванных введением правительствами ограничений во многих странах, и впоследствии привело к проблемам с денежными потоками для многих субъектов хозяйствования, что ухудшило их финансовое положение по всему миру. Есть мнение, что у руководства присутствуют стимулы использовать методы бухгалтерского учета для улучшения бухгалтерского баланса и финансовых показателей организаций во время пандемии коронавируса COVID-19).

Следует подчеркнуть, что исследования, посвященные бухгалтерскому учету во время пандемии, в данный момент отсутствуют. Интерес к изучению бухгалтерского учета во время пандемии объясняется важностью управленческой осмотрительности в финансовой отчетности субъектов хозяйствования в трудные времена для улучшения показателей бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках и других форм финансовой отчетности.

Рассмотрим более подробно методы бухгалтерского учета во время пандемии COVID-19.

По мере того как масштабы и продолжительность пандемии возрастают, организации сталкиваются с условиями, часто связанными с общим экономическим спадом. Это включает также нестабильность и разрушение финансового рынка, ухудшение кредитоспособности, проблемы с ликвидностью, дальнейшее увеличение государственного вмешательства, рост безработицы, значительное снижение расходов потребителей, увеличение уровня запасов, сокращение производства из-за снижения спроса, увольнения, отпуска и другие мероприятия по реструктуризации. Впоследствии это может привести к еще большему экономическому спаду, который может оказать длительное негативное влияние на финансовые результаты предприятия.

Во время пандемии экономические агенты будут сокращать свое участие в экономической деятельности, требующей взаимодействия между людьми. Из-за страха и неопределенности финансовые рынки станут нестабильными, поскольку инвесторы станут избегать риска, предпочитая более безопасные инвестиции. Акционерного капитала для фирм станет недостаточно, инвестиции в частный капитал сократятся, предложение будет снижаться по мере падения производства, операционные расходы увеличатся, а прибыль упадет, что приведет к низкой производительности фирм. В этих обстоятельствах фирмы могут использовать методы бухгалтерского учета в финансовой отчетности для смягчения негативного воздействия пандемии на результаты деятельности фирмы.

Для снижения своих обязательств фирмы могут использовать *методы учета справедливой стоимости*. Учет по справедливой стоимости — это практика отражения активов и обязательств в балансе по справедливой стоимости и признания изменений справедливой стоимости в качестве прибылей и убытков в отчете о прибылях и убытках, и когда текущая рыночная цена

используется в качестве основы для справедливой стоимости, это называется учет по рыночной стоимости. Во время пандемии у фирм, имеющих большие обязательства, могут быть стимулы для переоценки своих обязательств по справедливой стоимости с использованием текущей рыночной цены или близкой замены, которая может уменьшить сумму, подлежащую выплате, и общую ответственность фирм с привлечением заемных средств. Это применимо, если договоры об ответственности включают возможность оценки по справедливой стоимости. В прошлом учет справедливой стоимости был связан с финансовым кризисом. Хотя влияние учета по справедливой стоимости во время пандемии неизвестно, по крайней мере, на практике, возможный прогноз заключается в том, что должники станут победителями, а кредиторы станут проигравшими во время пандемии, когда стоимость активов и обязательств будет ориентирована на реализацию.

В бухгалтерском учете может применяться *метод управления прибылью*, при котором списание большого объема в бухгалтерском учете учитывается в отношении доходов в текущем периоде с целью сокращения активов, что приводит к снижению расходов в будущем. В странах, где во время пандемии предоставляются пакеты стимулирующих мер или помощь, фирмы могут иметь больше стимулов для участия в управлении большими доходами, чтобы воспользоваться помощью правительства и тем фактом, что рынки не могут наказывать фирмы за их плохую работу во время пандемии. Фирмы могут участвовать в управлении большими доходами, взимая единовременные крупные расходы с доходов, чтобы сократить расходы в будущем. Единовременные крупные расходы, отнесенные на счет доходов в пандемический год, приведут к снижению прибыли в пандемический год с ожиданием более высокой прибыли в последующие годы. Несмотря на то, что аудиторы способны выявлять практику крупных транзакций, а фирма может встать на защиту такой практики, утверждая, что решение о списании крупных расходов в год пандемии было вызвано негативным влиянием пандемии на деловую активность и что вызванное этим снижение прибыли будет смягчено с помощью пакета стимулирующих мер, полученного фирмой от правительства. Этот аргумент подтверждается предыдущими исследованиями, которые показывают, что стимулы для использования данного метода управления прибылью высоки для фирм с плохой предварительно управляемой производительностью. Такие фирмы, как правило, признают больший, чем необходимо, убыток, чтобы сэкономить, поскольку вероятность достижения любых финансовых целей в текущем периоде невелика.

В отсутствие фондов помощи во время пандемии фирма будет стремиться оставаться конкурентоспособной, используя методы бухгалтерского учета, которые позволяют фирме сообщать об умеренной прибыли, что может свидетельствовать о том, что фирма неплохо справляется по сравнению с конкурентами. Примерами методов бухгалтерского учета, которые могут быть использованы для этой цели, являются *метод сглаживания доходов* и *метод учета предотвращения убытков*. Сглаживание доходов предполагает уменьшение или сглаживание колебаний размера прибыли с течением

времени, чтобы отчетная прибыль никогда не была слишком высокой или слишком низкой. Фирмы могут снизить доходы, отложив расходы на исследования и разработки или сократив затраты на рабочую силу в год пандемии. С другой стороны, фирмы могут прибегать к практике предотвращения убытков, откладывая крупные расходы на будущий год или признавая будущую прибыль в пандемический год, чтобы избежать отчетности об убытках в год пандемии. Например, фирмы могут отложить покупку машин, оборудования, программного обеспечения или технологического оборудования, совершение крупных покупок в кредит и признание будущих денежных потоков в пандемический год.

Избегание метода управления доходами для увеличения прибыли. Как правило, во время пандемии фирмы будут работать неэффективно, так как поставщики сократят производство, потребительский спрос упадет, и работа в фирме может оказаться небезопасной. Прогнозируемая прибыль снизится, и акционеры будут ожидать низкой прибыли и отложенных дивидендов в пандемический год. Это означает, что в пандемический год не ожидается высокой прибыли и будет мало стимулов для участия в управлении доходами, увеличивающими прибыль. Более того, фирмы, получающие пакеты стимулирующих мер или финансовую помощь, вряд ли будут использовать данный метод, чтобы избежать политического и нормативного контроля за большой прибылью фирмы в пандемический год. Поскольку целью финансовой помощи является поддержка проблемных фирм, фирмы, которые сообщают о больших прибылях в течение пандемического года даже после получения средств стимулирования, могут столкнуться с политической критикой и критикой в отношении того, должны ли были такие фирмы в первую очередь получать пакеты стимулирующих мер или финансовую помощь.

Чтобы избежать проблем корпоративного банкротства и низкой производительности во время пандемии, может потребоваться *смягчение правил бухгалтерского учета или предоставление руководителям большей гибкости в финансовой отчетности*. Ослабление правил бухгалтерского учета во время пандемии приводит к манипулированию учетными данными, что в конечном итоге может снизить надежность бухгалтерской информации во время пандемии. Исследователи К. Лаукс и К. Леус (2010 г.) из Национального исследовательского университета показывают, что ослабление правил бухгалтерского учета, таких как правила оценки справедливой стоимости, приводит к манипулированию и снижает достоверность бухгалтерской информации из-за отсутствия прозрачности в отношении стоимости активов. Несмотря на это, правительство часто оказывает давление на разработчиков стандартов бухгалтерского учета, чтобы они смягчили правила бухгалтерского учета во время пандемии, которая затрагивает большое количество финансовых учреждений. Правила бухгалтерского учета не следует смягчать во время пандемии, поскольку фирмы будут ожидать этого, что в первую очередь может снизить их стимулы к минимизации рисков.

Таким образом, были раскрыты некоторые методы бухгалтерского учета, которые могут быть использованы фирмами во время пандемии COVID-19.

В целом исследование показало, что для уменьшения негативного воздействия пандемии на финансовую отчетность фирм можно использовать несколько методов бухгалтерского учета. К ним относятся: учет справедливой стоимости, снижение доходов, предотвращение убытков, управление большими доходами и др. Отсюда следует, что бухгалтерский учет может сыграть значительную роль в смягчении последствий пандемии для деятельности фирм. Обсуждение в этой статье вносит свой вклад в проблему актуальности бухгалтерского учета для общества. По мере распространения пандемии будут задаваться более фундаментальные вопросы о пользе методов бухгалтерского учета для общества, особенно в отношении смягчения негативных последствий кризиса или пандемии для фирм. Наконец, тяжесть пандемии коронавируса (COVID-19) и ее социальные последствия требуют переоценки всех областей исследований в области бухгалтерского учета и их значимости для оздоровления общества в трудные времена.

Источники

1. Financial stability and the pandemic crisis [Electronic resource] // European central bank. — Mode of access: <https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2020/html/ecb.sp200622-422531a969.en.html>. — Date of access: 10.10.2021.
2. Accounting and financial reporting during a pandemic [Electronic resource] // ResearchGate. — Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/341725351_Accounting_and_Financial_Reporting_during_a_Pandemic. — Date of access: 10.10.2021.
3. Accounting, management and accountability in times of crisis: lessons from the COVID-19 pandemic [Electronic resource] // Emerald insight. — Mode of access: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/AAAJ-05-2021-5279/full/html#sec002>. — Date of access: 10.10.2021.
4. Accounting considerations related to the Coronavirus 2019 Disease [Electronic resource] // Deloitte. — Mode of access: <https://www2.deloitte.com/ch/en/pages/audit/articles/covid-19-accounting-considerations.html>. — Date of access: 10.10.2021.

СНИЛ «Инноватика»

Е. И. Моисеенко, А. Г. Нехода

Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В данной статье рассмотрена роль интеллектуальных ресурсов в повышении конкурентоспособности предприятий промышленности Республики Беларусь. Одной из существенных особенностей современной экономической

системы является усиление роли научных знаний в качестве основного стратегического ресурса, который обеспечивает экономический рост и высокий уровень конкурентоспособности организации. В этой связи интеллектуальная собственность приобретает особую значимость для организации, поскольку способствует созданию, использованию, коммерциализации и правовой защите прогрессивных знаний.

Одной из основных особенностей, характеризующих текущую экономику, является высокий уровень конкуренции, что в конечном итоге приводит к необходимости максимально использовать все имеющиеся ресурсы с целью быстрой адаптации к меняющимся условиям рынка.

В настоящее время все ресурсы можно разделить на традиционные экономические и интеллектуальные. В постиндустриальном обществе приоритет в производстве принадлежит интеллектуальным ресурсам [1, с. 31]. В результате именно аналитический, творческий, инновационный человеческий потенциал становится определяющим в структуре ресурсов, используемых компаниями.

С одной стороны, интеллектуальные ресурсы, как и традиционные экономические, приносят доход, на их создание потрачены деньги. С другой стороны, интеллектуальные ресурсы не подвержены физическому износу, не всегда защищены законодательством, не зависят от местоположения организации, в которой используются, не всегда являются осязаемыми. Количество интеллектуальных ресурсов не уменьшается от того, что их используют, и не обязательно увеличивается, когда в них инвестируют [2, с. 15].

К результатам деятельности интеллектуальных ресурсов принято относить следующие: инновации, объекты интеллектуальной собственности, научно-исследовательские разработки.

Таким образом, одним из источников интеллектуальных ресурсов является инновационная деятельность организации. Кроме того, использование интеллектуальных ресурсов, в частности результатов инновационной деятельности, позволяет выявить конкурентные преимущества организации. Предприятия, использующие интеллектуальный ресурс в своей деятельности, имеют большие перспективы развития по сравнению с другими участниками рынка, поскольку инновационный потенциал способен ускорить трансформацию идей в конечный продукт и обеспечить оптимальное использование инновационных ресурсов.

Таким образом, интеллектуальные ресурсы в процессе формирования конкурентоспособности организации выполняют следующие функции:

- 1) своеобразный фундамент инновационного потенциала организации, состав и структура которого определяет ее инновационные возможности;
- 2) экономический инструмент, обеспечивающий трансформацию имеющихся конкурентных возможностей организации в соответствующие конкурентные преимущества: рыночные, вклад в уставный капитал, финансовые, налоговые, управленческие;
- 3) источник дополнительных конкурентных преимуществ организации.

Анализ динамики результатов инновационной деятельности Республики Беларусь свидетельствует о замедлении развития интеллектуальных ресурсов. Динамика количества инновационно активных организаций Республики Беларусь за период 2014–2020 гг. показана на рис. 1.

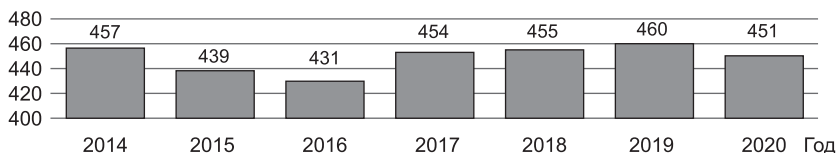


Рис. 1. Динамика количества инновационно активных организаций в Республике Беларусь за период 2014–2020 гг.

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе [3].

Так, количество инновационно активных организаций в 2020 г. снизилось по сравнению с 2014 г. на 1,31 %, что говорит о неустойчивой инновационной активности организаций промышленности, замедлении активности предприятий в отношении новых видов инновационной продукции. Вместе с тем наблюдается снижение среднесписочной численности работников, выполнявших научные исследования и разработки — наблюдается снижение на 5,83 % в 2020 г. по сравнению с 2014 г., что объяснено переходом работника в другие сферы, в том числе в сферу услуг (так называемая сервизация) (рис. 2).

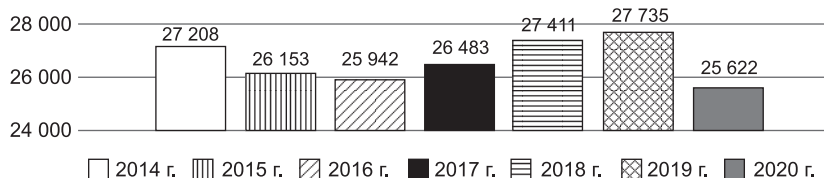


Рис. 2. Динамика списочной численности работников, выполнявших исследования и разработки в Республике Беларусь за период 2014–2020 гг.

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе [3].

Важным показателем при анализе инновационного потенциала страны является показатель расходов на научные исследования и разработки. В 2019 г. и 2020 г. наблюдается увеличение затрат на технологические инновации, однако, если комплексно оценивать динамику инновационной активности, можно сказать, что, вопреки росту средств, отдача от них снижается (рис. 3).

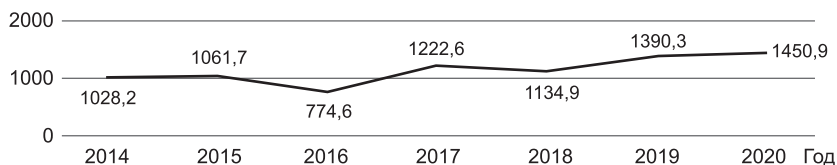


Рис. 3. Динамика показателя расходов на научные исследования и разработки в Республике Беларусь за период 2014–2020 гг.

Источники: собственная разработка на основе [3].

В рейтинге стран мира по количеству патентов 2020 г. Республика Беларусь занимает 62 место, с общим количеством заявок — 393, 75,82 % из которых — от резидентов, остальные 24,18 % — от нерезидентов. Следует отметить, что значение числа патентов снижается из года в год, что связано с многократным подорожанием ставок патентных пошлин.

Показатели инновационного развития снизились в 2020 г., несмотря на их предыдущую положительную динамику, что объективно вызвано ухудшившимися внешними условиями и системным кризисом в Беларуси. Для адаптации белорусских промышленных предприятий национальной экономики к конъюнктуре мирового рынка и повышения их конкурентоспособности необходимо принимать меры, связанные с развитием рыночных институтов.

На основании вышеизложенного можно заключить, что на современном этапе развития экономики интеллектуальный ресурс играет ключевую роль в повышении общего уровня конкурентоспособности любого хозяйствующего субъекта, поскольку оказывает непосредственное воздействие на каждый из основных элементов системы формирования конкурентоспособности организации. Таким образом, на сегодняшний день интеллектуальный ресурс является уникальным стратегическим активом, который способствует созданию инновационной модели экономического развития организации, существенно более эффективной, чем традиционно используемые сегодня.

Источники

1. Лукьянова, Е. И. О структуре инновационного потенциала промышленного предприятия / Е. И. Лукьянова // Экономика и упр. — 2014. — № 1 (37). — С. 106–110.
2. Руус, Й. Интеллектуальный капитал: практика управления / Й. Руус, С. Пайк, Л. Фернстрем ; под ред. В. К. Дерманова. — СПб. : Высш. шк. менеджмента, 2018. — 418 с.
3. Наука и инновации [Электронный ресурс] // Белстат. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/nauka-i-innovatsii/> — Дата доступа: 03.10.2021.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В работе раскрывается сущность понятия конкурентоспособность, рассматриваются отдельные расчетные и графические методы оценки, исследуются основные направления повышения конкурентоспособности за счет инновационной деятельности в условиях цифровой трансформации экономики.

В условиях современного преобразования экономики и перехода к инновационным и цифровым процессам влияние внедрения инноваций в производственный процесс оказывает значительное воздействие на конкурентоспособность и прибыльность предприятия.

Цифровизация содействует развитию и внедрению новых технологических процессов, усовершенствованию характеристик продукции, увеличивает эффективность организационно-управленческого механизма организации, является прямым ключом к новым рынкам и потребителям.

В современном мире только те организации, что применяют инновации и цифровые технологии, считаются конкурентоспособными. За счет чего получают экономическую выгоду.

Можно определить, что конкурентоспособность организации — это его реальная и потенциальная способность выпускать конкурентоспособную для потребителя продукцию, которая по потребительским свойствам и ценовым характеристикам более привлекательна, чем аналогичная продукция конкурентов, и рентабельна для производителя.

Таким образом, оценка конкурентоспособности малого предприятия — сложный трудоемкий процесс, который требует соблюдения алгоритма и зависит от целей анализа, практической возможности получения нужной информации, используемой методики измерения показателей. Поскольку единого метода оценки не существует, для получения более точной и детальной информации необходимо использовать комплексный подход к оценке конкурентоспособности, состоящий из различных комбинаций методов [1].

Современные достижения экономической науки и практики объективно доказали, что основой развития национальной экономической системы являются инновационные факторы: новые технологии, системная техника нового типа, новая организация труда и производства, новый комплекс стимулирования и мотивации инновационного предпринимательства.

Поэтому, так как Республика Беларусь не имеет достаточного количества полезных ископаемых и сырьевой базы, рост эффективности ее экономики может быть достигнут за счет активного использования инноваций в сфере производства и развития научно-технического потенциала.

На данном этапе зарождается «новая экономика» — «экономика знаний», в условиях которой новые знания, высокие технологии, интеллектуальный ресурс становятся основными факторами экономического развития.

Глобализация привела к резкому расширению доступа к информации и новым рынкам. Она также вызвала рост международной конкуренции и появление новых организационных форм для управления глобальными цепями поставок. Благодаря прогрессу в технологиях и увеличению потоков информации инновации рассматриваются как центральная движущая сила экономического роста.

Цифровая экономика демонстрирует преимущества новой экономики, основанной на интенсивном развитии информационно-коммуникационных технологий, по сравнению с экономикой старой, занимающейся преимущественно производством и распределением материальных продуктов.

Основными признаками цифровой экономики выступают непрерывное развитие, изменение, повышение гибкости, адаптивность, обмен информацией и реализация операций в режиме реального времени, самообучающееся цифровое «умное» общество [2].

Цифровизация также тесно связана с инновационной деятельностью и может считаться движущей силой появления новых инноваций, их распространения и внедрения в сферы жизни общества. Ее можно определить как современный инновационный этап экономического развития.

Одной из последних тенденций современного мира в сфере развития цифровой трансформации экономики является «Индустрия 4.0», или «Четвертая промышленная революция», которая представляет собой интеграцию звеньев промышленной производственной цепи с применением «новейших информационных и коммуникационных технологий» [3].

Посредством внедрения новшеств решаются вопросы роста производительности труда, интенсификации производства, а также экономии ресурсов, что позволяет завоевать лидерство на рынке, сократить уровень издержек, повысить показатели прибыли.

Развитие и внедрение в производственную деятельность высокоэффективных технологических нововведений также обеспечивает формирование новых технологических условий для соответствующего экономического и социального развития общества посредством получения новых знаний, расширения производственных возможностей, формирования и использования новых продуктов.

Проблема повышения инновационной деятельности предприятий является особо актуальной в условиях цифровой трансформации экономики. Промышленное производство составляет четверть валового внутреннего продукта Республики Беларусь (25,7 %), обеспечивает занятостью 23,6 % населения и занимает наибольшую долю в структуре экспорта страны — 93,7 % [4]. Динамика инновационного развития представлена в табл. 1.

Число инновационно активных организаций имеет темп прироста в 25,2 %, причем удельный вес таких организаций превысил 25 % от общего числа организаций. Прирост по данному показателю — 5,8 п.п.

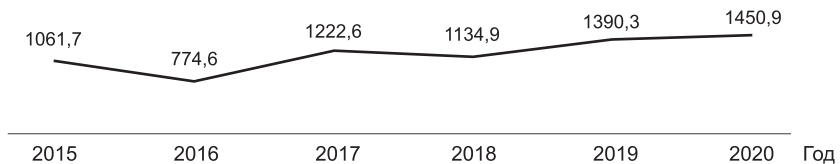
Динамика показателей инновационной деятельности организаций промышленности

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Число инновационно активных организаций, ед.	345	347	380	405	432
Удельный вес инновационно активных организаций в общем числе организаций, %	20,4	21,0	23,3	24,5	26,2
Удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции, %	16,3	17,4	18,6	16,6	17,9

Источник: [4].

Результатом деятельности инновационно активных организаций является инновационная продукция, темп прироста составил 1,6 пункта к 2016 г. и 1,3 пункта к 2019 г., что вызвано увеличением общего объема отгруженной продукции (+45,1 %) и изменением объема инновационной продукции, темп прироста которой составил 59,6 % к 2016 г. и 9,2 % к 2019 г. [1].

Показатели затрат на технические инновации служат показателем роста востребованности перестройки инновационно активных организаций. Положительная тенденция затрат позволяет предприятиям выпускать более качественную и технически новую продукцию, совершенствуя собственное производство и повышая конкурентоспособность на рынке (см. рисунок).



Динамика затрат на технологические инновации, млн руб.

Источник: [4].

По сравнению с 2015 г. затраты на технологические инновации выросли на 36,7 %. Далее приведена динамика структуры инновационной активности организаций по типу технологических инноваций.

Внедрение инноваций на всех этапах процесса производства высокотехнологичной продукции позволяет предприятиям повысить собственную конкурентоспособность и выйти на новые рынки сбыта продукции.

Состояние инновационности в секторе промышленности можно исследовать на примере показателей объема промышленного производства по уровню технологичности, а также валовой добавленной стоимости наиболее крупного сегмента — обрабатывающей промышленности. Это позволяет

изучить степень включения передовых технологий и современных принципов ведения бизнес-процессов в производство (табл. 2).

Таблица 2

Динамика структуры объема промышленного производства по уровню технологичности

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Промышленность, %	100	100	100	100	100	100
Обрабатывающая промышленность по уровню технологичности:						
низкотехнологичные производства	33,9	35,1	34,5	32,9	33,9	37
среднетехнологичные производства (низкого уровня)	29,5	27,7	29,5	30,5	29,2	26,7
среднетехнологичные производства (высокого уровня)	20,8	20,0	21,1	22,4	22,8	21,9
высокотехнологичные производства	2,8	2,9	3,0	2,8	2,8	3,3

Источник: [4].

Доля высокотехнологичных производств остается самой низкой (на уровне 3 %), тогда как низкотехнологичное производство обладает наиболее высокой долей (37 %). Данная тенденция свидетельствует о преимущественном использовании низких технологий, о малой эффективности производства и низкой конкурентоспособности продукции, относящейся к «традиционной».

Так как основным фактором, сдерживающим инновационное развитие промышленных предприятий Республики Беларусь, согласно исследованию, является недостаток собственных денежных средств, в качестве направлений решения данной проблемы можно предложить развитие на основе достижений «Индустрия 4.0» [4]:

- наращивание объемов производства за счет внедрения цифровых технологий;
- повышение производительности труда;
- применение автоматизации и искусственного интеллекта;
- децентрализация и делегирование решений;
- увеличение мощности производственных сил;
- сокращение производственного цикла выпуска продукции;
- повышение качества и конкурентных преимуществ продукции;
- энергоэффективность и снижение эксплуатационных расходов;
- планирование и строгий контроль за движением денежных средств;
- получение финансирования извне за счет займа или инвесторов.

Приоритетным направлением научно-технического развития предприятий является цифровая трансформация производства и реализация направле-

ний концепции «Индустрия 4.0» посредством широкомасштабного использования цифровых и информационно-коммуникационных технологий [5]. «Индустрия 4.0» подразумевает автоматизацию всех процессов и этапов производства товаров и услуг: цифровое проектирование, совместная работа инженеров в едином цифровом пространстве, автоматический заказ необходимых компонентов в нужном количестве, контроль их поставки, мониторинг пути готового продукта от склада и до конечного клиента. Развитие единого информационного пространства является главной задачей развития и применения информационных технологий в обществе.

Источники

1. *Атрушкевич, А. С.* Направления повышения конкурентоспособности организации на основе диагностики внешней среды / А. С. Атрушкевич // Новые информационные технологии в телекоммуникациях и почтовой связи : материалы XXI науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых специалистов, Минск, 12–13 мая 2021 г. / Белорус. гос. акад. связи ; редкол.: А. О. Зеневич [и др.]. — Минск, 2021. — С. 146–147.

2. *Dovydova, O.* The spatial development of the territories in the context of digitalization / O. Dovydova, N. Stoma // Пространственное развитие территорий : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 26–27 нояб. 2020 г. // Белгород. гос. нац. исслед. ун-т. — Белгород, 2020. — С. 214–219.

3. *Довыдова, О. Г.* Оценка инновационной активности организаций промышленности Республики Беларусь в условиях цифровой трансформации / О. Г. Довыдова, Н. В. Стома // Экономика. Наука. Инноватика : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Донецк, 19 марта 2021 г. / Донецк. нац. техн. ун-т ; отв. ред. А. В. Ярошенко. — Донецк, 2021. — С. 588–591.

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 10.10.2021.

5. *Кузнецова, М. В.* Инновационная деятельность как способ повышения конкурентоспособности предприятия / М. В. Кузнецова // Новые информационные технологии в телекоммуникациях и почтовой связи : материалы XXI науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых специалистов, Минск, 12–13 мая 2021 г. / Белорус. гос. акад. связи ; редкол.: А. О. Зеневич [и др.]. — Минск, 2021. — С. 145–146.

СНИЛ «Инновации в банковском бизнесе»

М. Э. Курило, И. В. Киселев, М. А. Прокурат

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. А. Артемьева

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СФЕРЕ ЧАСТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

В статье рассмотрены перспективы развития розничного бизнеса банков Республики Беларусь в сфере частных инвестиций. Приводятся результаты ана-

лиза существующих услуг для инвестиций физических лиц в Республике Беларусь, а также услуг зарубежных банков. Представлены предложения в области разработки мобильных приложений банков.

Исследование спроса на инвестиционные операции со стороны физических лиц показало наличие высокой заинтересованности населения в услугах по инвестициям. При этом проводился анализ: статистических данных по запросам в поисковой строке Google и Яндекс, видеохостинга Youtube, количества скачиваний мобильных приложений и сервисов иностранных конкурентов, статистических данных Московской биржи, а также изучение востребованности контента по теме инвестиций физических лиц в соцсетях и на сайтах (в том числе исследовалось и количество просмотров, и примерные объемы продаж платного контента) [1–3].

При этом мы провели анализ существующих в Республике Беларусь предложений по инвестициям физических лиц, результаты которого представлены в табл. 1.

Таблица 1

Варианты инвестирования для граждан Республики Беларусь

Брокер	Достоинства	Недостатки
Иностранные брокеры (Exante, Just2Trade, ChoiceTrade и т.д.)	Минимальные комиссии на рынке, широкий спектр операций	Минимальный депозит составляет 10 000 дол. США
Доверительное управление по приказу в белорусских банках (ЗАО «Альфа-банк», ОАО «Белгазпромбанк», ОАО «АСБ Беларусбанк» и др.)	Широкий спектр возможных операций, в том числе и с иностранными активами (обращающимися на NYSE, NASDAQ и не только)	Минимальная сумма составляет 10 000 дол. США, комиссия за одну сделку купли или продажи начинается от 5 дол. США
MTBankFX, Техно-Инвест	Большое разнообразие инструментов	Большой спред, малый спектр дополнительных услуг
Currency.com	Возможно совершать операции не только с криптовалютами, но и с токенизированными активами: акциями, облигациями, индексами и т.д.; минимальная комиссия (0,05 %), такие активы освобождены от налогов до 01.01.2023 г.	Высокая волатильность криптовалютного рынка при наличии технических сбоев увеличивает риски клиента, клиенту предоставляется лишь токенизированный аналог актива, высокие комиссионные взносы клиента (за ввод и вывод средств)
ЗАО «Айгенис»	Доступная комиссия — 0,5 % от суммы сделки (без минимальной абсолютной величины) при покупке или продаже на сайте и 0,1 % (2 бел. руб.) через мобильное приложение	Представлены ценные бумаги только белорусских эмитентов

Источник: собственная разработка на основе [4].

Информация, представленная в табл. 1, свидетельствует об отсутствии благоприятных условий для осуществления инвестиционной деятельности физических лиц в Республике Беларусь (высокий порог входа, недостаточное предложение доступных для розничного клиента инвестиционных инструментов). Следовательно, перспективным направлением развития розничного бизнеса банков Республики Беларусь является разработка новых банковских продуктов для частных инвестиций. Мы предлагаем поэтапное внедрение в существующие мобильные приложения банков новых услуг, расширяющих возможности для инвестиций физических лиц, а затем разработку специализированных приложений с расширенным функционалом. Основные этапы:

1) внедрение вкладки «Инвестиции» в «Мобильном интернет-банкинге». Вкладка будет содержать функциональные единицы: «Открыть брокерский счет», «Мой портфель», «Активы», «Статистика», «Чат-бот», «Обучение»;

2) создание отдельного приложения с дополненным функционалом: добавление новостей по каждому отдельному активу, предоставление прогнозов, введение различных тарифов;

3) расширение функционала приложения: создание самопрограммируемого бота, ведущего инвестиционную деятельность внутри приложения, и др.

Функциональные возможности вкладки «Инвестиции» в «Мобильном интернет-банкинге» представлены в табл. 2.

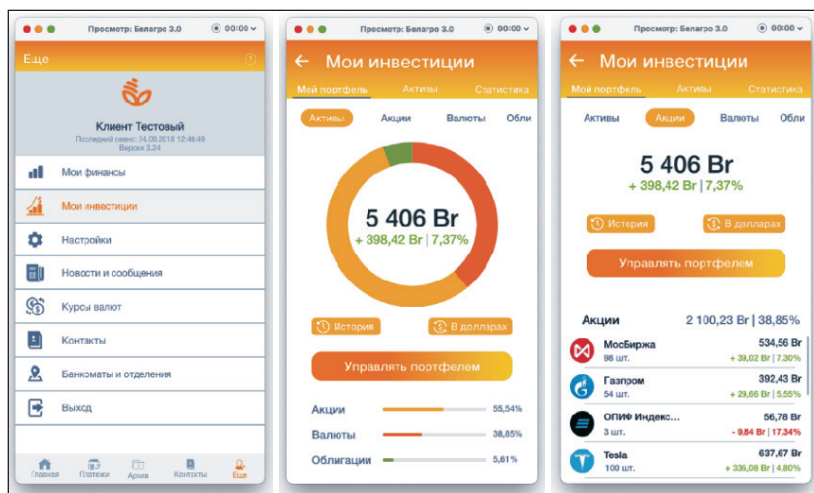
Таблица 2

Функциональные единицы вкладки «Инвестиции»
в «Мобильном интернет-банкинге»

Подраздел	Функции подраздела
Мой портфель	Включает данные о состоянии брокерского счета, возможность прямого перевода с расчетного счета ОАО «Белагропромбанк» денежных средств на брокерский счет, предполагаемая доходность портфеля на различные временные промежутки (1, 3, 5 дней и т.д.)
Активы	Содержит классифицированную сводку активов (акций, облигаций, валют и т.д.), информацию по каждому активу и его доходности, фильтр сортировки активов (по рискованности, доходности, биржам и т.д.), историю выплат дивидендов, иные возможности
Статистика	Общие статистические сведения о совершенных операциях
Чат-бот	Поддержка от сотрудников банка
Обучение	Методические рекомендации клиенту от банка по осуществлению грамотной инвестиционной деятельности

И с т о ч н и к: собственная разработка.

Интерфейс приложения может соответствовать корпоративным цветам имеющегося приложения «Мобильного интернет-банкинга». Пример интерфейса для ОАО «Белагропромбанк» представлен на рисунке.



Интерфейс приложения в дизайне ОАО «Белагропромбанк»

Источники: собственная разработка.

Таким образом, расширение услуг в сфере розничного бизнеса банков Республики Беларусь за счет внедрения инвестиционного сервиса и функции «Инвестиции» в мобильное приложение, а в последующем — создание автономного приложения с расширенным спектром возможностей для инвестиций физических лиц позволит банкам повысить их конкурентоспособность; привлечь новых розничных клиентов за счет предоставления дополнительных услуг, упрощения процесса открытия и последующего использования брокерского счета физическими лицами; повысить доходность розничного бизнеса.

Создание дополнительных возможностей для инвестиций физических лиц в Республике Беларусь будет содействовать росту финансовой грамотности населения, развитию культуры сбережений и инвестирования; активизации фондового рынка Республики Беларусь.

Источники

1. Рейтинг брокеров 2020 — лучшие брокеры в России: большое исследование [Электронный ресурс] // vc.ru. — Режим доступа: <https://vc.ru/finance/162410-reyting-brokerov-2020-luchshie-brokerov-v-rossii-bolshoe-issledovanie>. — Дата доступа: 09.10.2021.

2. Тинькофф Инвестиции — акции [Электронный ресурс] // Google Play. — Режим доступа: <https://play.google.com/store/apps/details?id=ru.tinkoff.investing>. — Дата доступа: 09.10.2021.

3. Число активных клиентов [Электронный ресурс] // Московская биржа. — Режим доступа: <https://www.moex.com/ru/spot/members-rating.aspx?rid=110>. — Дата доступа: 09.10.2021.

4. Доверительное управление в банках РБ и доступные зарубежные брокеры. [Электронный ресурс] // Google Таблицы. — Режим доступа: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1P6zNE9UEvHzZn2o0bN912XltliaVVHafzVUTft1OP0l/edit#gid=0>. — Дата доступа: 09.10.2021.

СНИЛ «Казначей»

Е. А. Демидкова, В. П. Фандо, П. П. Масловский

Научный руководитель — кандидат экономических наук И. А. Лукьянова

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА

В статье отражены результаты исследования сущности бюджетирования во взаимосвязи с системой контроллинга на современных предприятиях, предложено внедрение визуализации для повышения эффективности исполнения бюджета.

Бюджетирование как эффективный механизм управления, в рамках которого выполняются функции планирования, учета, анализа, контроля и регулирования, требует решения на предприятии таких задач, как определение состава бюджетных форм, совокупности плановых показателей и методов их расчета для каждой формы бюджета, построение системы учета в разрезе принятой на предприятии совокупности бюджетных форм; разработка методов контроля и анализа исполнения бюджетов; внедрение системы отслеживания и корректировки бюджетов, включая процедуры принятия решений по регулированию возникающих отклонений, выявленных по результатам анализа фактического исполнения бюджетов. Даже идеально построенные бюджеты не смогут решить всех проблем. Однако они точно помогут понять, в чем эти проблемы и как максимально быстро и эффективно их решить. Соответственно, бюджетирование представляет собой эффективный инструмент управления предприятием.

Исходным пунктом для бюджетирования является, как правило, план продаж. Из него вытекают так называемые базовые планы и соответствующие им виды бюджета: производство, закупки, запасы, производственные мощности, инвестиции. Базовые планы и бюджеты служат основой для формирования планов по прибыли, финансам и ликвидности. Бюджет имеет силу для целого временного периода. В результате бюджетирования устанавливаются плановые значения контролируемых величин: количественные параметры деятельности предприятия, выраженные в натуральных и стоимостных показателях, а также качественные параметры. В течение периода, на который сформирован бюджет, анализируются отклонения от запланированных показателей. Это способствует определению и оценке причин, факторов, которые могут привести или уже привели к возникнове-

нию отклонений. Сведения, полученные в результате анализа отклонений (плановых показателей от фактических), учитываются на будущее к началу срока действия следующего бюджета, который может быть принят и до окончания действующего при использовании принципов скользящего бюджетирования.

В наше время важным аспектом успешной деятельности предприятия является использование автоматизации. Это позволяет работать более эффективно: оперативность возрастает, убираются устаревшие функции, что высвобождает дополнительное время, появляется возможность фокусироваться на содержании, не отвлекаясь на процесс формирования необходимой базы, и прочие преимущества.

В последние годы корпоративные стандарты бизнес-планирования требуют большого объема вычислений по сотням элементов затрат и центрам финансовых ответственностей с учетом массы натуральных показателей. До внедрения специальной программы весь процесс бюджетирования осуществлялся в Excel, что при наличии большого количества центров финансовой ответственности, статей и показателей существенно увеличивало человеческие трудозатраты. Одним из возможных вариантов решения данной задачи стало увеличение количества сотрудников, ответственных за планирование, а также создание промежуточных Excel-файлов. Однако эти меры привели лишь к повышению трудозатрат. Многие компании внедряют новые программы, которые упрощают процесс бюджетирования холдинга и становятся центральным элементом сегмента контроллинга в рамках цифровой сети компании.

Использование автоматизации позволяет работать особенно эффективно, но не стоит забывать и про внешний вид получаемого результата. Процесс представления информации в удобном виде называется визуализацией. Для визуализации данных мы предлагаем внедрение и использование системы Business Intelligence. В первую очередь стоит отметить, что в таком виде с данными работать удобнее и проще. Power BI позволяет визуализировать данные с помощью различных инструментов, что позволяет подобрать удобный и наглядный элемент для определенного отчета.

Визуализация данных — это конечный результат работы в Power BI, который позволяет наглядно и интерактивно отследить основные тенденции, зависимости и отклонения показателей. Это возможность эффектно презентовать компанию и понятно показать собственникам и руководителям результаты работы. А понятный отчет — это то, что нужно для принятия правильных бизнес-решений.

Визуализация для целей контроллинга является повышением качества восприятия информации, оперативности, но не является критическим значением. Те же анализы с определенными ограничениями можно реализовывать через Huregion и Excel. Однако стоит понимать, что у системы бюджетирования есть и внешние пользователи со своими запросами: понимание планов и возможностей их достижения, анализ эффективности, что в общем

виде сводится к контролю за текущими показателями для дальнейшей реализации бюджета. И вот для них это уже не вопрос повышения комфорта, а вопрос использования результатов в своей работе целиком.

К внешним пользователям в первую очередь стоит отнести топ-менеджеров и руководителей ЦФО. Топ-менеджеров, как правило, интересует общая картина, как выполняется план основных показателей. А вот руководителей ЦФО интересует детальная информация выполнения планов в разрезе своего офиса. Кроме топ-менеджеров и руководителей ЦФО внешними пользователями можно считать и всех остальных сотрудников компании. У каждого сотрудника свой круг обязанностей, но он так или иначе связан с выполнением личного плана, подготовкой отчетов и прочего, и все это помогает оптимизировать визуализация через Power BI.

Мы предлагаем разработать единый процесс для первоначального внедрения визуализации данных для всей компании. Все данные, которые находятся в различных системах компании, одним потоком интегрировать в Power BI нет смысла. Данные нужно добавлять системно и логически с разбивкой на отчеты, чтобы не было потом путаницы. Для каждого вида отчетов будет доступен определенный срез показателей. Процесс внедрения визуализации отчетов может состоять из определенных этапов. Например, сбор всех запросов на разработку определенных типов отчетов. Далее нужно оценить, из каких систем мы можем настроить интеграцию необходимых данных в Power BI. Следующим этапом четко обсуждаем с «заказчиком» отчета все необходимые фильтры и поля данных. Для удобства предлагаем сразу настроить дашборд с основными показателями из этого отчета, чтобы были визуализированы общие данные, когда пользователи будут заходить в данный отчет.

Рассмотрим на конкретном примере внедрение отчетов «план-факт текущий год» и «план-факт текущий месяц», используя модельные данные. Поступает запрос от топ-менеджеров, что хотели бы в режиме реального времени видеть выполнение планов по основным показателям компании. В то же время от руководителей офисов есть запрос на визуализацию выполнения плана по офису в текущем месяце. Такие отчеты в целом формируются из одних источников данных. То есть нам необходимо настроить интеграцию данных по всем фактическим показателям, запланированным на весь год. Например, понимаем, что план мы будем интегрировать из Huregion, факт из другой нашей системы, а информацию по клиенту еще из третьей системы. «Заказчики» визуализации данного отчета решают, в каких разрезах им необходимы данные в данном отчете. Затем мы настраиваем интеграцию необходимых данных в Power BI. Далее мы предлагаем настроить дашборд данного отчета. Отчет будет обновляться в режиме реального времени. Предположим, что сегодня 25 марта 2021 г., и смоделируем фактические данные за март 2021 г. (до 25 марта). На дашборде «текущий год» визуализируем информацию в разных разрезах. На рис. 1 представлен пример такого дашборда.

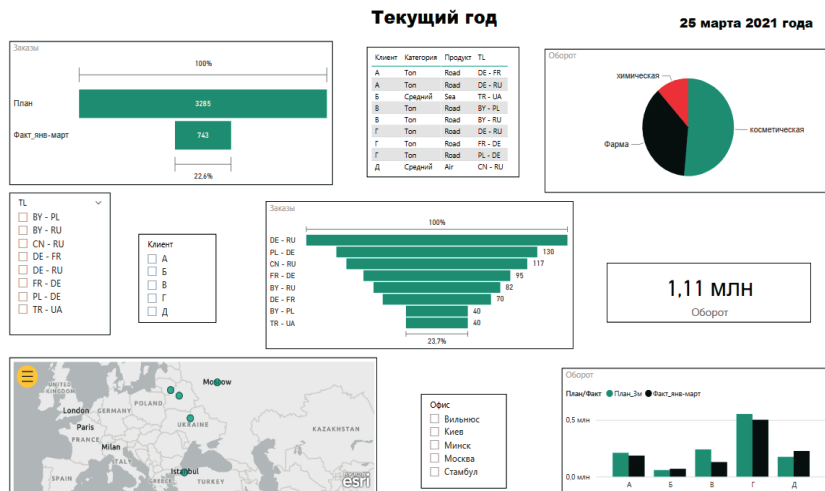


Рис. 1. Дашборд «текущий год»

Источник: собственная разработка на основе модельных данных.

Выведем отчет «текущий месяц» на отдельный дашборд. Пример такого дашборда приведен на рис. 2.

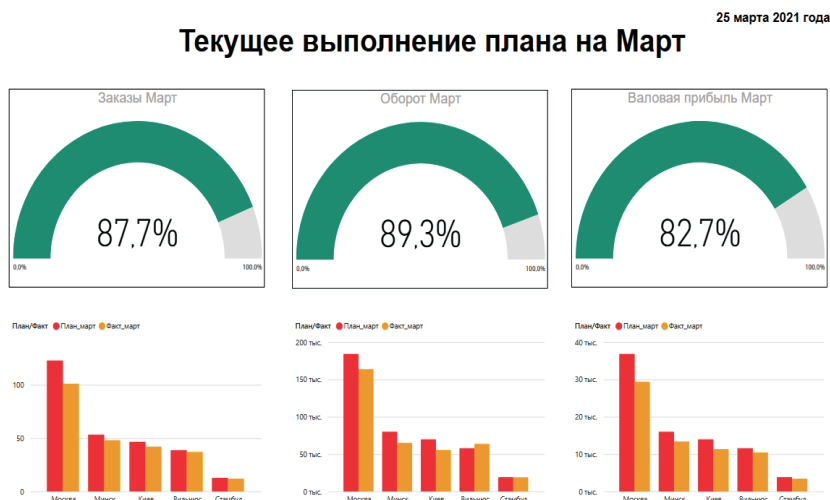


Рис. 2. Дашборд «текущий месяц»

Источник: собственная разработка на основе модельных данных.

Нами было рассмотрено использование Power BI для запросов внешних пользователей: понимание планов и возможностей их достижения, анализ эффективности, что в общем виде сводится к контролю за текущими показателями для дальнейшей реализации бюджета. На практике был рассмотрен и предложен единый процесс для внедрения отчетов под конкретные запросы пользователей, что способствует повышению эффективности компании в целом. Визуализация с помощью Power BI позволяет в реальном времени следить за эффективностью работы организации, используя информационные панели Power BI. Решать проблемы и использовать возможности по мере их появления.

Источники

1. Карминский, А. М. Контроллинг : учебник / А. М. Карминский, С. Г. Фалько. — М. : Финансы и статистика, 2017. — 336 с.
2. Хруцкий, В. Е. Внутрифирменное бюджетирование. Теория и практика : учебник для бакалавриата и магистратуры / В. Е. Хруцкий. — М. : Юрайт, 2017. — 458 с.
3. Барышев, С. Б. Формирование системы бюджетирования в коммерческой организации / С. Б. Барышев, В. Г. Иванова // Бухгалт. учет. — 2018. — № 7. — С. 120–122.
4. Глубокова, Л. Оценка совершенствования действующей системы учета и бюджетирования бизнес-процессов на примере многопрофильного предприятия / Л. Глубокова // Финансовый директор. — 2017. — № 10 (178). — С. 30–34.
5. Гренджола, А. В. Роль анализа отклонений в системе бюджетирования / А. В. Гренджола // Актуал. проблемы гуманитар. и естеств. наук. — 2018. — № 10 (1). — С. 167–170.

СНИЛ «Коммерсант»

А. А. Вишеватая, С. П. Цубер

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л. С. Климченя

ИССЛЕДОВАНИЕ СКЛАДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ БЕЛАРУСИ

В работе проанализированы требования, предъявляемые к объектам складской инфраструктуры, выделены категории складов. Определен доминирующий фактор развития и обобщены возможные направления развития рынка складской недвижимости Беларуси. Отмечены достоинства рационального размещения объектов складской инфраструктуры.

Под влиянием COVID-19 рынок коммерческой недвижимости Беларуси претерпел различного рода изменения. Если в случае сегмента офисной недвижимости наблюдалась явная тенденция ухудшения состояния рынка, то для сегмента складской недвижимости — стабильная, а в некоторых случаях

и положительная динамика. Это связано с сохранением высокого спроса со стороны активных потребителей объектов складской инфраструктуры в этот сложный для мира период.

Понятие «склад» подразумевает под собой не только помещение, комплекс помещений или целое здание, но и территорию. В связи с этим необходимо эффективное использование складских площадей, как основных, так и вспомогательных, которое невозможно без оптимизации параметров участков склада, выделения мест краткосрочного хранения товаров с высоким уровнем оборачиваемости и участков хранения товаров с невысоким уровнем спроса и страховых запасов.

Для отнесения строительного объекта к складу необходимо соблюдение определенных требований. К основным требованиям, предъявляемым к складским помещениям в Республике Беларусь, относятся соблюдение правил пожарной безопасности, строительных норм и требований, санитарных норм, правил отопления складов, норм планировки площади склада, норм использования специальной техники и транспорта на территории склада, правил монтажа и устройства электрооборудования, электроосвещения и электросетей [1].

На основе классности принято выделять 4 категории складов. Для классификации складов по категориям анализируются такие параметры, как количество пользователей, условия хранения, конструкция, размеры, высота хранения, уровень механизации, назначение, вид товаров, особенности конструкции, функции склада, срок эксплуатации, конструктивно-планировочные решения, наличие и состояние инженерных систем, местоположение и транспортная доступность, площадь застройки территории [1, 2].

Как показало проведенное исследование, принято выделять 4 категории складов:

- категории А — одноэтажные постройки, возведенные из качественных стройматериалов при помощи современных технологий;
- склады категории В — охраняемое многоэтажное здание;
- склады категории С — капитальная постройка или утепленный отопляемый ангар;
- склады категории D — производственное сооружение, объект гражданской обороны, неотапливаемый подвал или ангар [2].

Одним из значимых толчков к расширению использования объектов складской недвижимости стало стремительное развитие электронной торговли, что привело к увеличению числа интернет-магазинов и в Беларуси. Рассматривая данные изменения в динамике за последние 5 лет, количество складских помещений увеличилось почти вдвое. Доминирующим фактором данной тенденции является значительное увеличение интереса к онлайн-покупкам со стороны потребителей в период пандемии, несмотря на тот факт, что интернет-магазины были востребованы и до нее. По состоянию на 1 января 2021 г. в Торговом реестре Республики Беларусь зарегистрировано 25 539 интернет-магазинов, из которых 12 066 (47,2 %) принадлежат юридическим лицам, 13 473 (52,5 %) — индивидуальным предпринимателям.

По сравнению с той же датой на 2020 г., прирост интернет-магазинов составил 13,2 %, или 2987 ед. Говоря о структуре зарегистрированных интернет-магазинов в разрезе областей и города Минска на 2020 г., то она представлена на рис. 1 [3].

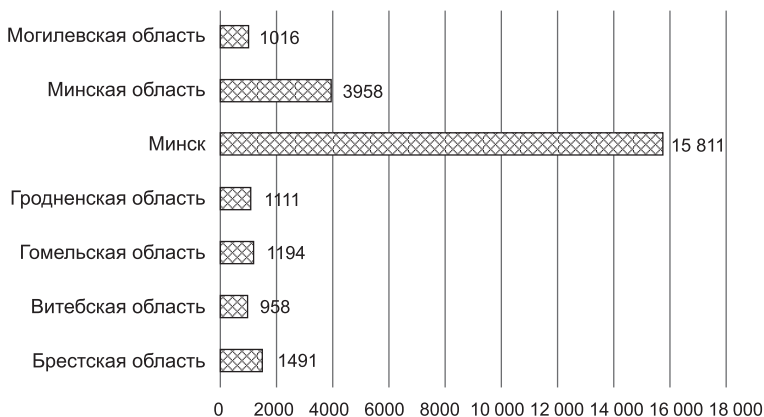


Рис. 1. Количество зарегистрированных интернет-магазинов в областях и г. Минске, ед.

По данным рис. 1 отчетливо видно значительное преобладание количества интернет-магазинов, зарегистрированных в городе Минске, что в процентном соотношении составило 62,7 %.

Влияние COVID-19 ускорило развитие такого сектора экономики, как электронная торговля. Цифровизация различных сфер деятельности является общемировой тенденцией, поэтому постепенный переход от офлайн-торговли к электронной торговле проявляется и в Республике Беларусь. Как известно, для обеспечения любой электронной торговли на рынке необходимо наличие складских центров или помещений для размещения запасов реализуемых товаров. В этой связи важным направлением развития рынка складской недвижимости является децентрализация размещения объектов. В наибольшей степени это характерно для города Минска как крупного производственно-складского центра. Перспективными местами строительства новых объектов складской недвижимости в городе Минске является его периферия. Это подтверждается прогнозом введения в эксплуатацию складских площадей в таких логистических объектах, как:

- логистический комплекс ОАО «Минскагротранс» (Минский р-н, п/у Колядичи, ул. Бабушкина, 29, корп. 7);
- индустриально-логистический комплекс ООО «Группа компаний ТМС» (2-я очередь) (Дзержинский р-н, г. Фаниполь);
- производственно-логистический комплекс ООО «Компания Еврологистик» (Минский р-н, г. Заславль, д. Захаричи, стр.11/1);

- складской и торгово-логистический центр ООО «Шайнтехно» (г. Минск, ул. Инженерная, 14, СЭЗ «Минск»);

- в логистическом центре (холодильнике) с АБК «OKS Spezialechmierstoffe GmbH» (Германия) (г. Минск, 4-й пер. Монтажников, строение 5) и др. [4].

Однако активное строительство складских объектов можно отметить только в городе Минске, ведь в разрезе регионов Беларуси ситуация с объектами складской инфраструктуры выглядит совершенно иначе (рис. 2) [5].

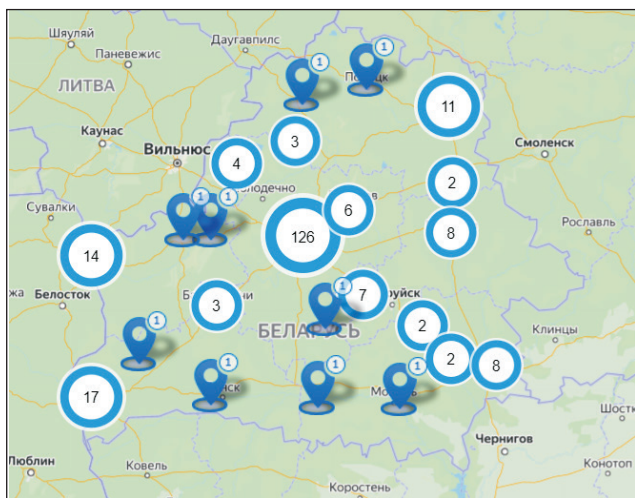


Рис. 2. Распределение объектов складской инфраструктуры в Республике Беларусь, ед.

Как видно из рис. 2, значительная часть складских помещений находится в городе Минске, а в областных городах наблюдается существенно иная ситуация. Так, например, в городе Витебске количество складских помещений в 11,5 раза меньше, чем в Минске. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в городе Минске концентрация складов выше почти в 2,2 раза по сравнению с областными городами Республики Беларусь.

Подводя итог проведенному исследованию, отметим, что в текущих условиях складская логистика и цепочки управления запасами должны быть более гибкими и оперативно реагировать на потребности рынка. Исходя из представленных данных, необходимо более равномерное распределение складских объектов на территории страны, учитывая сложившийся спрос в том или ином регионе. Соответственно, наиболее благоприятным будет рассредоточение объектов складской инфраструктуры по областям с учетом перспективы увеличения численности областных городов и, как следствие, количества рабочих мест. Рациональное размещение новых логистических центров поспособствует уменьшению сроков поставки товаров, выполне-

нию в срок контрактных обязательств, увеличению объема и товарооборотности складских запасов в регионах Беларуси.

Источники

1. Оценки стоимости склада: методы и факторы [Электронный ресурс] // Независимая экспертная оценка Вега. — Режим доступа: <https://neo-wega.com/news/osenki-stoimosti-sklada-metody-i-factory/>. — Дата доступа: 08.10.2021.
2. Классификация складской инфраструктуры = Класіфікацыя складавай інфраструктуры : СТБ 2133-2010. — Введ. 19.10.2010. — Минск : Госстандарт : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2010. — 3 с.
3. Интернет-торговля [Электронный ресурс] // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. — Режим доступа: https://mart.gov.by/sites/mart/home/activities/regulation-trade/analiticheskaya_inform/torgovoya-infrastruktura.html. — Дата доступа: 08.10.2021.
4. Отчет «О логистической и транспортно-экспедиционной деятельности в Республике Беларусь» [Электронный ресурс] // INFOTRANS. — Режим доступа: <https://infotrans.by/2021/03/11/v-belarusi-dejstvuet-58-logisticheskikh-czetrov-sostavlen-rejting-ih-effektivnosti/>. — Дата доступа: 09.10.2021.
5. Логистические центры и склады [Электронный ресурс] // Белорусский портал грузоперевозок Transinfo. — Режим доступа: <https://catalog.transinfo.by/sklad>. — Дата доступа: 10.10.2021.

СНИЛ «Коммерсант»

Е. М. Кожанова, А. А. Вишеватая

Научный руководитель — кандидат экономических наук С. Л. Флерко

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОФИСНОГО ПРОСТРАНСТВА В ПЕРИОД РЫНОЧНОЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

В работе изучен объем предложения офисных площадей в городе Минске. Рассмотрены варианты трансформации офисной недвижимости в жилую, а также нормативно-правовые акты, регулирующие данную процедуру. Изучена ставка арендной платы на объекты офисной недвижимости в городе Минске. Выявлены направления модернизации офисов для привлечения потенциальных арендаторов.

В контексте бизнеса пандемия, вызванная COVID-19, создала ситуацию неопределенности, подорвав уверенность в будущем спросе и популярности не просто отдельных торговых площадей, офисных зданий, квартир и других объектов недвижимости, но и целых типов и видов строений.

Под влиянием экономических и эпидемиологических факторов наиболее профицитным сегментом коммерческой недвижимости стал рынок офисной недвижимости. Несмотря на активные попытки арендодателей привлечь арендаторов посредством снижения арендной ставки, ситуация на

рынке продолжает ухудшаться. По данным на июнь 2021 г. в сегменте бизнес-центров в городе Минске зафиксирован рекордно-высокий объем предложения офисных площадей в аренду — 135 тыс. м² в 106 бизнес-центрах из 144 [2]. В сложившейся ситуации сложно предположить, за какое время рынок офисной недвижимости сможет восстановиться. В связи с этим необходимо пересмотреть подход к использованию офисного пространства — как введенного в эксплуатацию, так и строящегося, и адаптировать его под существующий спрос со стороны клиентов.

По данным на июнь 2021 г. в Минске насчитывается порядка 10 объектов, находящихся на разных стадиях строительной готовности, чья совокупная офисная площадь составляет порядка 150 тыс. м² [2]. Ввод данных объектов в эксплуатацию не только обострит уже накаленную конкуренцию, но и увеличит рыночный профицит, что приведет к простоям еще большего количества офисного пространства. В сложившейся ситуации можно обратиться к опыту московских девелоперов. Изучив сложившийся спрос, они конвертировали строящийся бизнес-центр в апартаменты и в результате, повысив доходность объекта, вышли на новый для них рынок жилья. Однако это возможно сделать лишь в том случае, когда есть возможность изменения экономико-технологических параметров объекта.

Вслед за распространением гибкой модели офисной жизни и предполагаемым сокращением объема деловых поездок начинает расти популярность апарт-отелей и других форматов, предоставляющих возможность долгосрочного размещения для работы из другого города. Эволюция данной концепции приведет к слиянию отелей с офисными инфраструктурами и коворкингами.

Конвергенция коворкингов и отелей дополняется концепцией под названием «бизнес и удовольствие». Она предполагает, что фрилансеры работают в отпуске или заняты личными делами в офисе — отдельно или при гостинице. Эта тенденция обусловлена не только пандемией — тренд усиливается по мере того, как рынок наполняют потребители из новых поколений [1].

Основная проблема пустующих бизнес-центров — разрешение на фактическое использование переоборудованных в апартаменты офисов. Застройщики должны будут приложить серьезные усилия к тому, чтобы присвоить нежилым помещениям статус жилой недвижимости. В офисных и жилых помещениях по-разному обеспечены технические нормы: освещение, водопроводная и канализационная системы, система вентиляции. В помещениях, используемых для постоянного проживания, коммуникации, предусмотренные для использования работниками офисов, могут не справляться с возросшим объемом нагрузки.

Для белорусского рынка недвижимости изменение статуса объекта может быть рассмотрено в качестве возможного варианта решения проблемы неиспользования офисных площадей. В соответствии с Жилищным кодексом Республики Беларусь для проведения процедуры необходимо подготовить пакет документов, который должен содержать заявление о переводе, технический паспорт, документ, подтверждающий право собственности на

нежилое помещение, письменное согласие всех собственников нежилого помещения, находящегося в общей собственности, письменное согласие третьих лиц — в случае, если право собственности на переводимое нежилое помещение обременено правами третьих лиц, план-схему или перечень работ по реконструкции нежилого помещения (в произвольной форме). Далее необходимо обратиться в районный, городской исполнительный комитет, местную администрацию района в городе. Решение принимается в течение 15 дней со дня подачи заявления и других документов. В случае запроса документов и (или) сведений от других государственных органов или организаций срок принятия решения может составлять 1 месяц. Указом Президента Республики Беларусь от 26 апреля 2010 г. № 200 «Об административных процедурах, осуществляемых государственными органами и иными организациями по заявлениям граждан» регулируются стоимость и срок действия перевода нежилого помещения в жилое. Плата за проведение такой процедуры взимается в размере 0,5 базовой величины, а решение о переводе действует бессрочно.

Выйти из сложившейся ситуации с уже введенными объектами офисной недвижимости довольно сложно, однако можно найти практические рекомендации для привлечения потенциальных арендаторов. В первую очередь наиболее эффективным средством вовлечения офисных площадей в оборот является снижение ставки арендной платы.

Безусловно, при значительном переходе сотрудников на удаленный режим работы, а также их частичной релокации в зарубежные страны, уровень арендных ставок стал снижаться. В динамике за июнь 2019 г. — июнь 2020 г. прослеживается следующая тенденция снижения средней ставки арендной платы в городе Минске (рис. 1).



Рис. 1. Средние ставки предложения аренды офисов в бизнес-центрах Минска

По данным рис. 1 можно сделать вывод о том, что наиболее существенные изменения произошли в сегменте класса «А» и класса «В+», где разница

в ставке между 2019 и 2020 г. составила, соответственно, 7 и 4 евро за квадрат в месяц.

В связи с тем, что ставки по заключаемым сделкам во многом зависят от характеристик конкретного офиса, а именно планировки, технической составляющей, площади, местоположения, условий договора, то необходимо отразить не только точечное значение арендной ставки, но и ее диапазон. Так, диапазон арендных ставок в июне 2021 г. представлен следующими значениями (рис. 2).

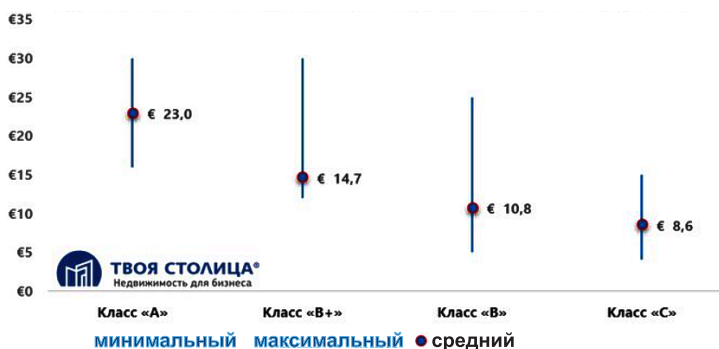


Рис. 2. Диапазоны ставок предложения аренды офисов в бизнес-центрах

Из рис. 2 видно, что на рынке офисной недвижимости города Минска диапазон ставок арендной платы по-прежнему остается широким, однако ее среднее значение близится к минимальному [2].

Не только снижение арендной ставки является существенным фактором стимулирования аренды. В условиях постоянно растущих требований клиентов модернизация офисов также существенно влияет на их решения. В рамках данного аспекта можно выделить:

1. Бесконтактность. Необходимо использование механизмов, которые работают без прикосновений, с помощью различных приложений и систем управления. Примером успешного внедрения такой системы является приложение Safe Distance от Smart Citti и WrlD3D, где на трехмерной карте офиса можно просмотреть в режиме реального времени, где сейчас больше всего людей.

2. Домашняя атмосфера. Для того чтобы возврат в офисы после продолжительной удаленной работы дома не стал острой проблемой для сотрудников, необходимо создать в офисах комфорт и уют. Такого эффекта можно добиться, используя ковровые покрытия, мягкую мебель, шторы, растения. Наличие в офисе библиотеки, доступа к закускам и питьевой воде также является преимуществом [3].

3. Здоровый офис — продуктивные сотрудники. Для реализации идеи «оздоровления» офиса его технологическое оснащение будет развиваться по трем векторам: взаимодействие с офисом, командой и сопутствующей

инфраструктурой. Если внедрение бесконтактных офисных инфраструктур уже прошло этап массового внедрения в начале пандемии, то следующим шагом станет обеспечение социальной и биомедицинской синхронизации децентрализованной рабочей силы. Ускоряющаяся технологизация офисов создаст новые критерии как для выбора, так и для оценки офисной недвижимости. Также необходимо не допустить распространения вирусов в коллективе, а также обеспечить сотрудникам комфортное пребывание в офисном помещении [1].

4. Экологичность. Экологический вектор развития стремительно набирает свои обороты, оказывая влияние как на мировую экономику, так и на экономику отдельно взятых организаций. Исходя из этого, одним из важнейших условий развития является социальная и экологическая ответственность, которая проявляется в использовании возобновляемых источников энергии, экономии ресурсов, раздельном сборе бытовых отходов и т.п. Все это делает офисы презентабельными для молодых и перспективных работников, которым интересно будущее планеты [3].

5. Реконцепция пространств и форматов. Ряд компаний перейдет от консолидированной модели офисов к гибкой системе с дополнительными офисами на окраинах городов. В мегаполисах более привлекательными могут стать пригородные транзитные узлы.

Инвесторы, на которых существенно повлияет потеря операторов гибких пространств или их закрытие, будут стремиться перепрофилировать свои свободные пространства, предлагая гибкие решения.

Другим важным направлением перестройки офисной экосистемы становится пересмотр концепции централизованного офисного пространства. Опыт пандемии доказал важность того, что географическое расположение офиса и сотрудников не должно быть препятствием для производительности. COVID-19 усилил тенденцию создания децентрализованных офисов, продемонстрировав, что крупный бизнес не обязательно вести в больших городах и офисах в центре города.

Подождив, рынок офисной недвижимости кардинально изменил путь своего развития. Однако исследуя и анализируя конъюнктуру рынка, изучая и принимая варианты организации офисного пространства зарубежных стран, можно не только вернуться на прежний уровень развития рынка офисной недвижимости, но и превзойти возможные ожидания.

Источники

1. Будущее недвижимости в постковидном мире [Электронный ресурс] // Финам.ru. — Режим доступа: <https://is.gd/D2cpXq>. — Дата доступа: 08.10.2021.

2. Аналитика офисной недвижимости города Минска [Электронный ресурс] // Prometr.by. — Режим доступа: <https://prometr.by/news/rasskazyvaem-cto-seychas-tvoritsya-na-rynke-ofisov-v-minske/>. — Дата доступа: 08.10.2021.

3. Постковидные тренды: что изменится в офисах в 2021 году [Электронный ресурс] // VC.RU. — Режим доступа: <https://vc.ru/office/209426-postkovidnyetrendy-cto-izmenitsya-v-ofisah-v-2021-godu>. — Дата доступа: 09.10.2021.

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА КИТАЯ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ БЕЛОРУСОВ

Данная статья посвящена изучению образа Китая на основе психолингвистических экспериментов. Для этих целей была разработана анкета, в которой испытуемым было предложено написать свои ассоциации, связанные со словом «китайский», а также указать дефиницию слова «Китай». Путем анализа результатов экспериментов были выделены когнитивные слои образа Китая, что позволило смоделировать образ этой страны через призму языкового сознания белорусов, а также сделать выводы о комплексности и противоречивости изучаемого образа.

Образ страны приобретает все большую значимость, так как в глобализованном мире сотрудничество между государствами осуществляется не только на правительственном уровне, но и на уровне рядовых граждан, например, в рамках трудовой, учебной миграции, туризма. Интернационализация экономической деятельности превратила сам образ страны в восприятии других народов в ценный и перспективный ресурс внешней и внутренней политики.

Одной из стран, с которыми Беларусь в последние годы активно развивает всесторонние отношения, является Китай. Среди крупных примеров белорусско-китайского сотрудничества — индустриальный парк «Великий камень» и автомобильный завод «Белджи». Кроме того, КНР, соперничая с США за звание первой экономики планеты, позиционирует себя в качестве государства, способного оказывать определяющее влияние на судьбу всего человечества. По этим причинам мы считаем своевременным и важным обращение к психолингвистическому исследованию образа Китая или, другими словами, к изучению представлений населения Республики Беларусь об этой стране.

Целью нашей работы является моделирование образа Китая через призму психолингвистических экспериментов, проведенных в Республике Беларусь.

Следует отметить, что проблема моделирования образа Китая активно интересует российских исследователей. Но в большинстве случаев в российской науке изучение образа этой страны проводится через анализ дискурса СМИ или же путем анкетирования респондентов. При этом полностью отсутствуют работы по моделированию образа Китая через призму языкового сознания белорусов на базе психолингвистических экспериментов.

Одной из первостепенных задач нашего исследования стояло уточнение понятия образа, поскольку оно не столь однозначно трактуется в современной науке. Сложность определения «образа» в лингвистике состоит в том, что, по мнению Б. М. Гаспарова, возникающие у каждого говорящего при взаимодействии с языковым материалом образные представления имеют индивидуальный характер. Образная реакция служит первичным откликом

говорящего субъекта на языковое выражение — непосредственным, мгновенным. Следовательно, способность к образному отклику является универсальной чертой нашего обращения с языковым материалом [1].

По мнению Н. И. Кургановой, образы выступают структурными единицами, фрагментами языкового сознания. Несмотря на то, что содержание термина «языковое сознание» до настоящего времени четко не определено, тем не менее, как пишет ученый, по ряду причин нельзя утверждать, что языковое сознание сводится исключительно к языку или речи. Во-первых, вербализация мысли — это всего лишь один из этапов порождения речи; во-вторых, словесный язык объединяет все уровни мышления в единое целое, являясь своеобразным интегратором сознательной деятельности человека, поскольку язык изначально участвует в становлении мышления и психических процессов, так как языковое сознание конструируется людьми в ходе общения и освоения культурно выработанных значений и смыслов [2]. Н. И. Курганова определяет образ мира как интегральную универсальную модель знания, которая включает в себя все виды знания, преодолевая разрыв между знанием и мышлением. Следовательно, образ-концепт может быть описан через структурные параметры и операциональные (когнитивные стратегии) параметры. Структурные параметры раскрываются посредством моделирования ядра представлений, когнитивной и смысловой структур. Объективные условия для изучения образа мира открываются при сравнении содержания сознания носителей разных языков и культур [3].

Моделирование образа Китая было выполнено на материалах ассоциативных экспериментов, проведенных в 2019 г. онлайн, в которых приняло участие 216 чел. В анкетных данных нужно было указать информацию об участниках эксперимента: возраст, родной язык, место проживания, время выполнения. Для активизации образа мира информантов был разработан ряд заданий, типа: «Ответьте на вопрос с помощью трех прилагательных: Китайский — это какой...», а также «Продолжите следующее высказывание: Китай — это...».

На этапе обработки материалов первого задания (Ответьте на вопрос с помощью трех прилагательных: китайский — это какой...) мы получили 648 ассоциативных реакций на слово-стимул «китайский». В соответствии с методикой Н. И. Кургановой на начальном этапе было выделено стереотипное ядро ассоциативного поля «китайский» в составе 10 наиболее частотных вербальных реакций. Это ядро представлено следующими ассоциатами, которые ранжированы в порядке частотности: сложный (55), дешевый (47), интересный (29), древний (28), традиционный (24), некачественный (16), шумный (13), непонятный (11), красивый (10), массовый (9).

На втором этапе исследования была проведена классификация всех ассоциатов поля, включая единичные реакции, что позволило сформировать когнитивные слои образа. Основанием для классификации послужил анализ смысловой связи «слово-стимул — ассоциат», в результате чего в рамках ассоциативного поля, полученного на слово-стимул «китайский», был выделен набор основных направлений идентификации КНР через призму восприятия белорусов, что позволило нам сформировать когнитивные слои

ассоциативного поля «китайский» на материалах ассоциативного эксперимента (табл. 1).

Таблица 1

Когнитивные слои ассоциативного поля «Китайский»

№ п/п	Когнитивные слои	Количество ассоциатов
1	Китайский — это дешевый, некачественный	103
2	Китайский — это сложный, непонятный	91
3	Китайский — азиатский, восточный	84
4	Китайский — развивающийся	69
5	Китай — древний, традиционный	64
6	Китайский — это интересный	55
7	Китайский — это язык	42
8	Китай — оценка	37
9	Китайский — это чужой	25

Источники: собственная разработка.

Отметим, что выделенные слои имеют существенные количественные отличия, что свидетельствует о различной актуальности того или иного направления идентификации прилагательного «китайский» в языковом сознании белорусов. Образ комплексный, сложный и противоречивый. С одной стороны, Китай — это дешевый, некачественный товар, с другой стороны, это сложный и непонятный для нас восточный мир, с третьей — это интересная развивающаяся страна.

На следующем этапе мы обработали материалы, полученные при выполнении испытуемыми второго задания, в котором было предложено: «Продолжите следующее высказывание: Китай — это ...», т.е. было необходимо записать дефиницию к слову «Китай». В результате этого задания было получено 213 высказываний, различных как по глубине осмысления образа Китая, так и по количеству слов.

В результате классификации всех дефиниций по целому ряду оснований мы получили несколько когнитивных слоев, которые были ранжированы по принципу частотности. Все это обеспечило возможность выделить когнитивную структуру образа Китая на основе дефинирования (табл. 2).

Таблица 2

Когнитивная структура образа Китая на основе дефинирования

№ п/п	Когнитивные слои	Количество дефиниций
1	2	3
1	Китай — это страна	38

1	2	3
2	Китай — страна истории, культуры и традиций	35
3	Китай — это важный политический игрок на мировой арене	31
4	Китай — это уникальный, непостижимый мир	27
5	Китай — это экономическое развитие и производственный гигант	24
6	Китай — оценка, отношение	23
7	Китай — это страна с множеством противоречий	13
8	Китай — образ или ситуация	12
9	Китай — это место, где можно реализовать свои возможности	9

И с т о ч н и к: собственная разработка.

Как следует из табл. 2, когнитивная структура образа Китая, смоделированная на основе дефинирования, иерархически упорядочена: она включает девять слоев, различающихся своей наполняемостью, что свидетельствует об их неоднородности. Ранжирование данных слоев в порядке убывания наполняемости наглядно демонстрирует различия в значимости выделенных слоев в языковом сознании испытуемых. Ведущими когнитивными слоями являются: 1) Китай — это страна; 2) Китай — страна истории, культуры и традиций; 3) Китай — это уникальный, непостижимый мир. Периферия образа представлена слоями 7) Китай — это страна с множеством противоречий; 8) Китай — образ или ситуация; 9) Китай — это место, где можно реализовать свои возможности.

Моделирование когнитивной структуры образа Китая на материалах ассоциативного поля слова «китайский» и дефинирования слова «Китай» свидетельствует о том, что в нашем сознании Китай представляется как азиатская страна с богатой культурой и долгой историей, ставшая «мировой фабрикой всего». Необходимо отметить, что в языковом сознании белорусов присутствует как положительное, так и отрицательное оценочное представление о Китае, а также некоторое опасение этой страны ввиду того, что часто Китай и его культура кажутся нам непонятными, загадочными.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы: ведущими направлениями построения образа Китая через призму русскоязычного сознания белорусов являются: а) идентификация страны через дешевый товар, который часто бывает некачественным; б) оценка Китая как непонятного, загадочного восточного мира; в) характеристика Китая через призму разнобразной и богатой восточной культуры, в которой чтут традиции; г) взгляд на Китай как на современную и быстроразвивающуюся экономику. На периферии сознания участников эксперимента находятся следующие стратегии конструирования образа Китая: а) определение страны через язык; б) признание Китая чуждой русскоязычному сознанию страной; в) восприятие КНР страной, где можно реализовать свои возможности.

Результаты проведенного исследования могут найти практическое применение при разработке стратегий выхода белорусских компаний на китайский рынок, а также при планировании мероприятий, направленных на реализацию экономических, образовательных и культурных проектов в области белорусско-китайского сотрудничества.

Источники

1. *Гаспаров, Б. М.* Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров. — М. : Новое литератур. обозрение, 1996. — 352 с.
2. *Курганова, Н. И.* Смысловое поле при моделировании значения слова / Н. И. Курганова. — Мурманск : МГГУ, 2012. — 296 с.
3. *Курганова, Н. И.* Образ мира как интегральная динамическая модель живого знания / Н. И. Курганова // Масловские чтения : сб. тр. / Мурманск. гос. гуманитар. ун-т ; отв. ред. О. В. Пожидаева. — Мурманск, 2012. — С. 12–16.

СНИЛ «Лингвоэкономист»
А. А. Концевич

Научный руководитель — кандидат филологических наук В. А. Шевцова

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ УБЕЖДЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ В АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕТИЦИЯХ

В данной статье представлены особенности применения коммуникативных стратегий и тактик убеждения в рамках экологического дискурса. Автором были использованы общенаучные методы, лингвопрагматический анализ, дескриптивный анализ. Материалом исследования послужили тексты 14 петиций (7 на английском языке и 7 на русском). Был проведен сравнительный анализ русскоязычных и англоязычных петиций в рамках экологического дискурса, изучены особенности их применения и критерии их включения в текст петиции. Полученные выводы позволили выявить особенности функционирования петиций в рамках англоязычного и русскоязычного экологического дискурса. Данные могут в дальнейшем использоваться при анализе других публицистических материалов.

Изучение особенностей коммуникативных стратегий в дискурсе — одно из актуальных направлений современной лингвистики. Дискурс понимается как сложное коммуникативное явление, включающее в себя, помимо текста, еще и экстралингвистические факторы. Именно по параметру «тема» выделяется экологический дискурс. Он включает в себя множество стилей и жанров — от монографий до произведений популярной и художественной литературы, в которых обсуждаются проблемы, связанные с окружающей средой, представляются знания об окружающей среде, формируется экологическая компетентность. Как самостоятельный вид коммуникации экологический дискурс возник в результате «экологизации» науки, когда произошел

«экологический поворот» и экологические проблемы получили широкое распространение в средствах массовой информации в связи с возрастающей ролью экологических знаний и пониманием того, что воздействие деятельности человека на окружающую среду угрожает самому существованию человечества [1, с. 32].

Петиция представляет собой особый документ, который как ходатайство может быть направлен в специализированный орган в соответствии с конкретной проблемой. Петиции составляются в соответствии с определенными правилами и нормами отправления.

Главная цель данной статьи — изучить и обосновать особенности применения коммуникативных стратегий и тактик убеждения в рамках экологического дискурса. В данном исследовании рассматриваются петиции на русском и английском языках, базируются на принципах лингвопрагматического анализа текста В. А. Шевцовой [2, с. 61].

Ситуационный анализ текста показал, что для русскоязычных петиций характерными являются такие особенности, как наличие определенного негативного фактора, который непосредственно в данный момент влияет на создание определенной травматической ситуации. В рамках англоязычных петиций чаще всего причиной и поводом является определенная причинно-следственная связь.

Второй этап лингвопрагматического анализа позволил установить пространственно-временные рамки данного экологического дискурса. Определено, что пространственно-временные рамки экологического русскоязычного дискурса не широки и в основном направлены на решение проблемы в конкретное время в конкретном месте. В англоязычных же петициях пространственно-временные рамки в основном направлены на описание возможных событий при невыполнении конкретных экологических норм и правил определенной проблемы.

Анализ третьего этапа «Лингвистический аспект и нарративная структура текста» показал, что для русскоязычного экологического дискурса характерными являются такие особенности, как резкая разграниченность употребления положительных и отрицательных лексем, преобладание отрицательных единиц в высказываниях. В англоязычных петициях преобладают существительные с глаголами, отсутствуют лексические единицы, которые направлены на формирование определенного экологического понимания. Резкого разграничения положительных и эмоциональных лексем также не выявлено.

На последнем этапе были выявлены стратегии и тактики убеждения, используемые в русскоязычных и англоязычных петициях. Для русскоязычных петиций характерными являются такие стратегии, как высказывание от третьего лица, метафоризация, утрашения. Основными тактиками являются переоплощение, контраст, обобщение. Для англоязычных петиций характерно преобладание стратегий информирования и убеждения, а также преобладание таких тактик, как привлечение внимания, информационная и объясняющая. Для определения особенностей англо- и русскоязычных петиций в рамках экологического дискурса была сформирована сравнительная таблица.

Сравнительный анализ англо- и русскоязычных петиций
в рамках экологического дискурса

Петиции	Стратегии	Тактики
Англоязычные	информирование; убеждение; оценка; повышение активности	привлечение внимания; информационная; объясняющая; постановка цели
Русскоязычные	привлечение внимания; устрашение; высказывание от третьего лица; метафоризация	перевоплощение; контраст; обобщение

Для более полного анализа полученных данных представим результаты в виде гистограмм (рис. 1–4).

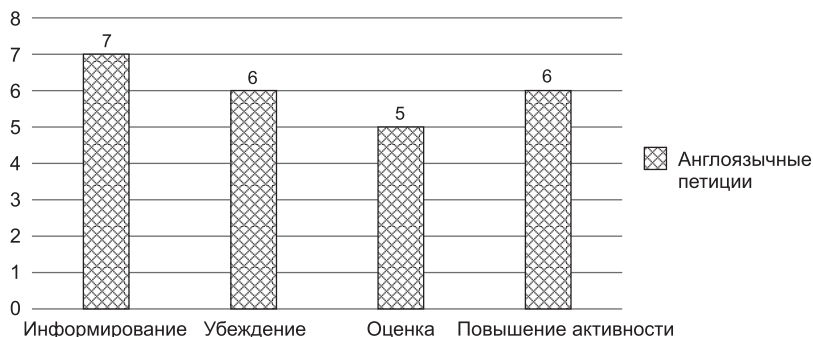


Рис. 1. Количественное употребление коммуникативных стратегий в рамках англоязычных петиций

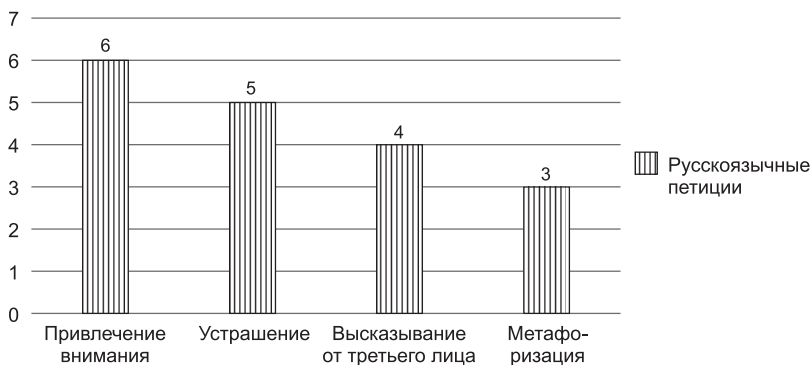


Рис. 2. Количественное употребление коммуникативных стратегий в рамках русскоязычных петиций

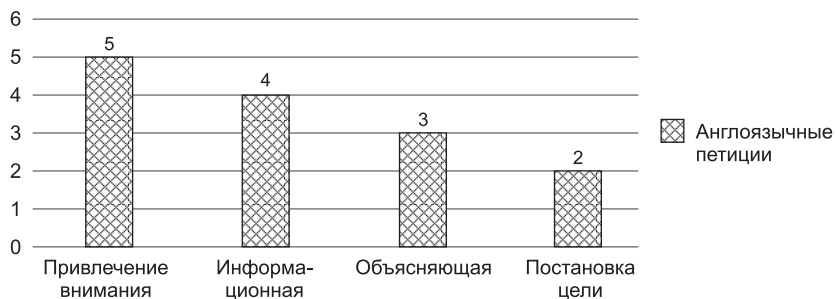


Рис. 3. Количественное употребление коммуникативных тактик в рамках англоязычных петиций

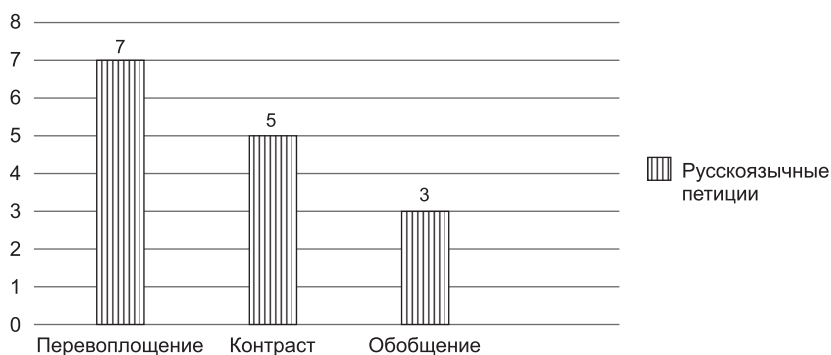


Рис. 4. Количественное употребление коммуникативных тактик в рамках русскоязычных петиций

Выводы. Сравнение русскоязычных и англоязычных петиций в рамках применения определенных тактик показало:

- наличие причинно-следственных связей в англоязычных и наличие акцента на негативном ситуационном факторе в русскоязычных петициях;
- более широкие рамки рассмотрения проблемы в англоязычном экологическом дискурсе перед русскоязычным;
- преобладание нейтральных характеристик перед резко негативными в русскоязычных петициях;
- для англоязычных петиций характерными являются такие особенности, как преобладание стратегий информирования и убеждения, а также тактик привлечения внимания, информационной, объясняющей;
- для русскоязычных петиций характерными являются такие особенности, как преобладание тактик привлечения внимания, устрашения, высказывания от третьего лица, метафоризации. Основными тактиками являются перевоплощение, контраст, обобщение.

Источники

1. Басинская, М. В. Исследование лексико-семантических особенностей экологического дискурса в рамках языковой экологии / М. В. Басинская // Вестн. Москов. гос. лингвист. ун-та. — 2014. — Вып. 20 (706). — С. 32–41.

2. Шевцова, В. А. Лингвопрагматический анализ политического дискурса / В. А. Шевцова // Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26–27 марта 2020 г. / Белорус. гос. ун-т. — Минск, 2020. — С. 60–63.

СНИЛ «Молодые аналитики»

А. А. Стефояк, В. С. Курбатов

Научный руководитель — доктор экономических наук Л. А. Сошникова

СТАТИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ

В статье представлен статистический анализ эффективности деятельности банков: построены модели оценки банковского кредитного риска, рассчитан интегральный показатель кредитоспособности юридических лиц; проведена многомерная классификация юридических лиц в рамках каждого вида деятельности по исходным данным и на основании интегрального показателя кредитоспособности.

Любой экономической деятельности свойственен риск как сочетание вероятности и последствий наступления неблагоприятных событий, влекущих причинение убытков хозяйствующим субъектам. Актуальность темы данной работы заключена в том, что в банковской сфере значение рисков ассоциируется не только с возможными потерями со стороны самой кредитной организации, но и использованием в ее деятельности денежных средств и активов клиентов, ее ролью как элемента банковской системы в целом.

Под риском принято понимать вероятность, а точнее, угрозу потери банком своих ресурсов, недополучения доходов или произведения дополнительных расходов в результате осуществления определенных финансовых операций [3, 5]. Особого внимания заслуживает процесс управления кредитным риском, потому что от его качества зависит успех работы банка. Для выявления риска используют различные методы анализа: от анализа бухгалтерской отчетности предприятия, являющегося объектом исследования, до многомерных эконометрических и статистических методов анализа и оценки финансовых показателей.

Доходность финансово-кредитного учреждения характеризуется относительными показателями прибыльности экономической деятельности, использования капитала, кредитных ресурсов и его активов. Основным методическим подходом при оценке эффективности деятельности банка является

анализ и моделирование кредитоспособности его клиентов, предприятий-заемщиков. Под кредитоспособностью понимается такое финансово-хозяйственное состояние организации, которое дает уверенность в эффективном использовании заемных средств, а также свидетельствует о способности и готовности заемщика вернуть кредит в соответствии с условиями договора и законодательства [5, 6]. Источниками данных для выполнения научной работы послужила информация Министерства финансов Республики Беларусь и данные Национального Банка о банковских организациях Республики Беларусь [1, 2, 4].

Национальным банком Республики Беларусь было проведено исследование, в котором авторы выделили несколько этапов, позволяющих оценить эффективность деятельности банковских организаций [8, 9].

Этап 1. Формирование на основе исходного множества показателей набора аналитических коэффициентов, которые представляются важными в контексте целей исследования.

Этап 2. Предварительная обработка данных с целью формирования репрезентативной выборки.

Этап 3. Проведение предварительного статистического анализа совокупности данных значений коэффициентов для установления статистических свойств данных на основе анализа описательной статистики и гистограмм, выявление и исключение экстремальных наблюдений, обработка пропусков и технических погрешностей в данных.

Этап 4. Преобразование переменных: приведение значений всех рассчитанных финансовых коэффициентов к шкале $[-1, 1]$ таким образом, чтобы более высокие значения показателей соответствовали предприятиям с более высокой степенью кредитоспособности путем задания максимальных и минимальных границ экономически обоснованных интервалов значений для каждого коэффициента. Данное преобразование позволяет осуществлять также цензурирование значений используемых финансовых коэффициентов с целью смягчения влияния на результаты анализа «аномально» больших либо малых значений.

Этап 5. Применение факторного анализа (метода главных компонент) для расчета интегрального показателя кредитоспособности на множестве главных компонент.

Этап 6. Кластерный анализ наблюдаемых объектов в пространстве исходных финансовых коэффициентов.

Этап 7. Экономическая интерпретация результатов факторного и кластерного анализа.

Для описания модели кредитных рисков в статистике существует достаточное количество показателей эффективности и финансовой устойчивости организации. Авторами были построены модели оценки кредитного риска отдельного заемщика с использованием следующих показателей:

$ROA(x_1)$ — коэффициент рентабельности активов (Return on assets);

$ROP(x_2)$ — коэффициент рентабельности продукции (Return on production);

ROS (x_3) — коэффициент рентабельности продаж (Return on sales);
ROL (x_4) — прибыль на одного работника (Return on labour);
Tax_part (x_5) — доля выплат регулятору в прибыли организации;
DCR (x_6) — коэффициент отношения долгосрочной дебиторской задолженности к долгосрочной кредиторской задолженности;
Cap_per_stock (x_7) — обеспеченность акции имуществом (активами);
Dividend_per_stock (x_8) — сумма выплаченных дивидендов на 1 акцию.

На основе приведенных выше показателей, с применением описанной ранее методики авторами были рассчитаны индивидуальные интегральные показатели кредитоспособности для каждого из предприятий по каждому показателю эффективности экономической деятельности организаций. Интегральный показатель применяется как один из способов интерпретации классов (кластеров), полученных с помощью алгоритма кластерного анализа в пространстве используемых финансовых коэффициентов. Классу предприятий с более высоким рейтингом соответствует большее значение интегрального показателя, рассчитанного на основе метода главных компонент.

По данным Министерства финансов Республики Беларусь за 2006–2015 гг. авторами были рассчитаны показатели для юридических лиц по отдельным видам деятельности: транспорт и связь — 122 организации; сельское хозяйство — 457 организации; торговля — 339 организаций; промышленность — 718 организаций; строительство — 323 организации [2, 3].

Для корректности построения интегрального показателя значения всех показателей были переведены в диапазон от $[-1; 1]$. Для определения влияния каждого из выбранных финансовых показателей на интегральный индикатор применен метод главных компонент и определены коэффициенты для расчета интегрального показателя кредитоспособности.

Таким образом, формула показателя кредитного рейтинга клиентов банка будет иметь следующий вид:

$$R = \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5 + \beta_6 x_6 + \beta_7 x_7 + \beta_8 x_8, \quad (1)$$

где R — интегральный показатель кредитоспособности организации; β_j — коэффициент, присвоенный показателю (вес наблюдаемого элементарного признака); x_i — значение показателя.

На основе данной модели были рассчитаны индивидуальные интегральные показатели для каждого из предприятий по выделенным ранее показателям. Для характеристики динамики интегрального показателя в разрезе видов экономической деятельности рассматривались такие описательные статистики, как максимальное значение, минимальное значение и среднее значение. Они позволят увидеть, насколько высока была эффективность экономической деятельности организаций за исследуемый период. В табл. 1 приведены описательные статистики по интегральному показателю. Как видно из данных табл. 1 в динамике заметны одинаковые колебания на уровне всех видов экономической деятельности, которые говорят о том, что экономические спады и подъемы наблюдались по всей совокупности предпри-

ятий. Это может быть вызвано глобальными экономическими процессами. Наибольшие значения интегрального показателя наблюдались в строительстве, в то время как наименьшие значения имели индивидуальные показатели кредитоспособности по виду деятельности «торговля». Наибольшей волатильностью обладало среднее значение интегрального показателя у транспорта и связи.

Таблица 1

Динамика интегрального показателя кредитоспособности по видам экономической деятельности в Республике Беларусь

Показатель	Год	Вид экономической деятельности				
		Промышленность	Сельское хозяйство	Торговля	Строительство	Транспорт
Среднее значение	2010	-0,0047	0,0071	0,0084	0,0121	0,0183
	2011	-0,0092	0,0011	-0,0088	0,0148	-0,0018
	2012	0,0019	0,0051	0,0099	0,0116	0,0048
	2013	0,0121	0,0082	0,0186	0,0068	0,0078
	2014	0,0078	0,0046	0,0119	-0,0015	0,0038
	2015	0,0127	-0,0036	0,0139	-0,0005	-0,0008
Максимальное значение	2010	0,2385	0,0590	0,4982	1,7470	0,4680
	2011	0,4516	0,0618	0,3034	2,5388	0,0711
	2012	0,2987	0,0416	0,2051	0,4809	0,6100
	2013	0,7775	0,0772	0,9784	0,9589	0,3615
	2014	0,2567	0,0861	0,6025	0,3169	0,3188
	2015	0,5896	0,0806	0,9395	0,8766	0,6663
Минимальное значение	2010	-0,0775	-0,0669	-0,2209	-1,4089	-0,1950
	2011	-0,0555	-0,0385	-0,4590	-0,1065	-0,3052
	2012	-0,0344	-0,0918	-0,0907	-2,0892	-0,2256
	2013	-0,1093	-0,0864	-0,1121	-1,3617	-0,1051
	2014	-0,0683	-0,3927	-0,0892	-1,7131	-1,0501
	2015	-0,2529	-0,1873	-0,7952	-0,5255	-0,3178

Источники: собственная разработка на основе данных [2, 4].

Анализ кластеризации интегрального показателя можно продолжить с использованием матриц перехода единиц совокупности в другие кластеры. В табл. 2 отражены матрицы перехода юридических лиц (ОАО) Республики Беларусь для кластеров по всем видам экономической деятельности за 2006–2010 гг.

Таблица 2

Матрица перехода ОАО Республики Беларусь по уровням кредитного риска за 2006–2010 гг.

Группы ОАО по уровню кредитного риска		Конечные состояния			Число исходных состояний в кластере
		Низкий	Средний	Высокий	
Исходные состояния	Низкий	631	104	152	887
	Средний	51	0	9	60
	Высокий	74	10	60	144
Конечные состояния		756	114	221	1091

Источники: собственная разработка.

В табл. 2 видно, что все предприятия из группы ОАО со средним кредитным риском перешли в группы с низким и высоким кредитными рисками; большая часть организаций имеет низкий уровень кредитного риска, что говорит об относительно благоприятном экономическом климате среди данных открытых акционерных обществ.

Для данной матрицы перехода была составлена таблица переходных вероятностей (табл. 3).

Таблица 3

Матрица перехода ОАО Республики Беларусь по уровням кредитного риска за 2010–2015 гг.

Группы ОАО по уровню кредитного риска		Конечные состояния			Число исходных состояний в кластере
		Низкий	Средний	Высокий	
Исходные состояния	Низкий	439	277	96	812
	Средний	41	33	36	110
	Высокий	71	51	82	204
Конечные состояния		551	361	214	1126

Источники: собственная разработка.

По данным этой таблицы можно сказать о значительной финансовой нестабильности организаций в 2015 г. в сравнении с 2010 г. Большая часть организаций перешла из группы низкого кредитного риска в группу со средним риском, а число организаций с высоким уровнем риска увеличилось.

Таким образом, построенные модели ориентированы на оценку банковского риска по определенным показателям (индикаторам), позволяющим выявить уровень финансовой устойчивости организации.

Источники

1. Данные и аналитика по ОАО [Электронный ресурс] // Google Диск. — Режим доступа: <https://drive.google.com/file/d/1EpnZqqwZZhUWMbWhWxkeK8SregYqpnbu/view?usp=sharing>. — Дата доступа: 16.05.2021.

2. Данные по банковским организациям [Электронный ресурс] // Google Диск. — Режим доступа: <https://drive.google.com/file/d/1r53fSW4L-bnMTmuke-8FUNzUHcFKEV45C/view?usp=sharing>. — Дата доступа: 16.05.2021.
3. Инструкция об организации системы управления рисками [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.nbrb.by/legislation/documents/pp_550_2016.pdf. — Дата доступа: 28.04.2021.
4. Итоги деятельности ОАО [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/securities_department/results/results_OAO/. — Дата доступа: 28.04.2020.
5. Ковалев, М. М. Методика построения банковской скоринговой модели для оценки кредитоспособности физических лиц / М. М. Ковалев, В. Корженевская // Банки Казахстана. — 2008. — № 1. — С. 43–48.
6. Моделирование рисков в коммерческом банке [Электронный ресурс] // Банки, деньги, инвестиции, бизнес. — Режим доступа: <http://www.bankmib.ru/1239.html>. — Дата доступа: 01.03.2021.
7. Садовская, И. Ю. Оценка эффективности и построение рейтинга в банковской сфере Республики Беларусь / И. Ю. Садовская, Е. Э. Головчанская // Экономический базис развития Республики Беларусь: проблемы, перспективы : материалы I науч.-практ. конф., Минск, 15 апр. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Е. Г. Господарик (гл. ред.), Е. Э. Головчанская, Ю. Г. Абакумова. — Минск, 2019. — С. 95–99.
8. Система статистических кредитных рейтингов предприятий: методика построения, верификации и применения / Малюгин В. И. [и др.] // Банк. вестн. Исслед. банка. — 2013. — № 5. — 75 с.
9. Сошникова, Л. А. Интегральные статистические рейтинги нефинансовых организаций Республики Беларусь / Л. А. Сошникова, Г. А. Тошевилов // Финансы и бизнес. — 2017. — № 2. — С. 31–41.

СНИЛ «Наука»

Н. А. Зверок

Научный руководитель — магистр экономических наук Т. А. Желлада

РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «ДВА ТОВАРА ПО ЦЕНЕ ОДНОГО»: СУЩНОСТЬ И ОТРАЖЕНИЕ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

В работе рассмотрено значение акции «два товара по цене одного», отражение в бухгалтерском учете организаций розничной торговли реализации товаров покупателям по условиям данной рекламной акции.

В современном мире используются различные маркетинговые инструменты для продвижения товара на потребительском рынке. Одной из самых результативных мер, способных значительно повысить спрос и улучшить финансовое состояние торговой организации, является стимулирование продаж посредством проведения различных акций.

Акция представляет собой некоторое мероприятие, или их совокупность, которое используется торговыми организациями для увеличения объема реализации товаров, привлечения новых покупателей или мотивирование уже имеющихся клиентов к покупке [1].

В последнее время самой применяемой рекламной акцией является «Два товара по цене одного» или «Один плюс один». В мировой практике встречается такое название, как «Buy One, Get On Free», что в переводе с английского языка означает «Купи один, получи второй бесплатно».

В Республике Беларусь ее используют такие торговые объекты, как «Виталор», «Гипшо», «Белмаркет», «Доброном», «Санга», «Алми», «Постторг» и другие. Сущность данной акций заключается в том, что покупатель при приобретении одной единицы акционного товара получает вторую единицу такого товара бесплатно.

Акция «Два товара по цене одного» имеет свои преимущества среди других маркетинговых инструментов. Часто продавец ставит ограниченное время проведения акция, в результате чего потребитель спешит приобрести товар. Это способствует повышению вовлеченности покупателя. Также, используя данную акцию, появляется возможность избавиться от неликвидного или скоропортящегося товара.

Рассмотрим отражение в бухгалтерском учете данной рекламной акции. Предположим, что организация розничной торговли с целью привлечения внимания к своим торговым объектам, а также для увеличения реализации товаров, которые участвуют в акции, проводит рекламную акцию с 7 по 9 октября. 8 октября покупатель приобрел за наличный расчет участвующий в акции товар «Кофе молотый Lavazza Oro» (упаковка 250 г) по цене 21,98 руб. (в том числе НДС по ставке 20 % — 3,66 руб., торговая надбавка — 4,23 руб.) и получил вторую единицу данного товара. Согласно учетной политике товары на счете 41 «Товары» учитываются по розничным ценам.

Для отражения в бухгалтерском учете имеет важное значение, на каких условиях осуществляется данная акция, а именно:

- покупатель, приобретая две единицы товара, оплачивает только полную стоимость одной, а вторая бесплатно;
- либо предоставляются скидки на обе единицы товара при покупке двух единиц.

Рассмотрим первый вариант условий проведения акции «Два товара по цене одного» более подробно. Первая единица акционного товара оплачивается в стопроцентном размере, следовательно, его реализация в бухгалтерском учете будет отражена по общепринятым правилам [2] (табл. 1).

В соответствии со ст. 2 Закона Республики Беларусь «О рекламе» акционные товары, реализуемые в торговом объекте, и сам торговый объект являются объектом рекламирования при проведении рекламных акций [3]. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что стоимость второй единицы товара, который передается покупателю бесплатно, для организации является затратами на рекламу. Проведение корректировки учетной оценки акционных товаров зависит от того, как производится оценка товаров при их поступлении в соответствии с учетной политикой организации. Когда товар

Таблица 1

Хозяйственные операции по реализации первой единицы товара

Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма, руб.	Первичный учетный документ
Отражена выручка от реализации за наличный расчет с использованием банковских платежных карточек	50, 57	90-1	21,98	Форма документа разрабатывается организацией самостоятельно с учетом сведений, обязательных для указания в первичных учетных документах, и утверждается учетной политикой организации
Исчислен НДС из выручки	90-2	68-2	3,66	Бухгалтерская справка-расчет
Списана учетная стоимость реализованных товаров	90-4	41	21,98	Бухгалтерская справка-расчет
Сторнирована торговая надбавка в цене реализованного товара	90-4	42	-4,23	Бухгалтерская справка-расчет
Сторнирован НДС в цене реализованного товара	90-4	42	-3,66	Бухгалтерская справка-расчет

И с т о ч н и к: собственная разработка.

учитывается по цене приобретения, то корректировать их учетную оценку не нужно вне зависимости от размера предоставляемой покупателю скидки (в пределах или сверх торговой надбавки).

Если учет товаров ведется по розничным ценам, то при их реализации необходимо откорректировать их стоимость. Но в данной ситуации возможны разные варианты методики учета.

Согласно подп. 35.2 Методических рекомендаций по документальному оформлению и учету товарных операций, составу и учету расходов на реализацию в организациях торговли и общественного питания рекомендовано списывать акционные товары на рекламу по цене приобретения в виде бухгалтерской записи дебет 44 «Расходы на реализацию» — кредит 41 «Товары», одновременно следует сделать сторнировочные записи на суммы торговых надбавок и НДС, включенных в розничные цены [4]. Данная методика отражения в бухгалтерском учете операций по списанию второй единицы товара представлена в табл. 2.

Таблица 2

Хозяйственные операции по передаче второй единицы товара

Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма, руб.	Первичный учетный документ
1	2	3	4	5
Сторнирована торговая надбавка в цене товара, переданного бесплатно	41	42	-4,23	Бухгалтерская справка-расчет

1	2	3	4	5
Сторнирован НДС в цене товара, переданного бесплатно	41	42	-3,66	Бухгалтерская справка-расчет
Отнесена стоимость товара, переданного бесплатно, на расходы по рекламе	44	41	14,09	Бухгалтерская справка-расчет
Списаны расходы на реализацию	90-6	44	14,09	Бухгалтерская справка-расчет

Источники: собственная разработка.

В приложении 25 Инструкции по применению типового плана счетов [5] предусмотрена корреспонденция по кредиту счета 42 «Торговая наценка» с дебетом счета 44 «Расходы на реализацию», значит, возможно списание товара по розничной цене, скорректировав торговые надбавки и НДС в цене товара записью: дебет 44 «Расходы на реализацию» — кредит 42 «Торговая наценка» (табл. 3).

Таблица 3

Хозяйственные операции по передаче второй единицы товара

Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма, руб.	Первичный учетный документ
Отнесена стоимость товара, переданного бесплатно, на расходы по рекламе	44	41	14,09	Бухгалтерская справка-расчет
Сторнирована торговая надбавка в цене товара, переданного бесплатно	44	42	-4,23	Бухгалтерская справка-расчет
Сторнирован НДС в цене товара, переданного бесплатно	44	42	-3,66	Бухгалтерская справка-расчет
Списаны расходы на реализацию	90-6	44	14,09	Бухгалтерская справка-расчет

Источники: собственная разработка.

Также следует отметить, что для целей налогообложения прибыли розничная организация признает выручку от реализации первой единицы товара. Себестоимость данной единицы товара, а также затраты на рекламу, включающие в себя себестоимость второй единицы товара, учитываются при налогообложении прибыли в составе затрат по производству и реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав [6].

Источники

1. Акулич, И. Л. Основы маркетинга : учебник / И. Л. Акулич. — Минск : БГЭУ, 2015. — 538 с.

2. Бухгалтерский финансовый учет в организациях сферы товарного обращения : учеб. пособие / В. Б. Гурко [и др.] ; под ред. В. Б. Гурко. — Минск : БГЭУ, 2018. — 395 с.

3. О рекламе [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-3 // КонсультантПлюс.Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

4. Об утверждении Методических рекомендаций по документальному оформлению и учету товарных операций, составу и учету расходов на реализацию в организациях торговли и общественного питания [Электронный ресурс] : приказ М-ва антимонопольного регулирования и торговли Респ. Беларусь, 10 июня 2021 г., № 130 // КонсультантПлюс.Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

5. Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждения Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторые постановления Министерства Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 29 июня 2011 г., № 50 : в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 22.12.2018 г., № 74 // КонсультантПлюс.Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

6. Налоговый кодекс Республики Беларусь. Особенная часть [Электронный ресурс]: 29 дек. 2009 г., № 71-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г., № 159-3 // КонсультантПлюс.Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

СНИЛ «Оптима»

П. Ю. Данилевич, А. Г. Косьюк

Научный руководитель — Ю. Б. Вашкевич

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТНК С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

В статье проанализированы факторы, влияющие на конкурентоспособность транснациональных корпораций (ТНК), на основе теории «ромба конкурентоспособности» М. Портера с точки зрения реализации ими в своей стратегии концепции устойчивого экономического развития.

Со второй половины XX в. начался процесс осознания необходимости согласования интересов ныне существующих и будущих поколений с точки зрения обеспечения равных возможностей для поддержания уровня и качества жизни населения Земли. Такая концепция получила название устойчивого развития (УР). ТНК, являясь одной из ключевых действующих сил в мировой экономике, способны оказывать влияние на достижение ее УР.

Возникает вопрос о том, насколько сами ТНК мотивированы придерживаться в своей хозяйственной деятельности принципов устойчивости. Прежде всего, ТНК заинтересованы в реализации концепции УР по причине существования угроз их конкурентоспособности в будущем. Рассмотрим этот тезис на основе теории «ромба конкурентоспособности» М. Портера.

Параметры факторов производства. Повышение квалификации работников является стимулом к формированию в долгосрочном периоде развитого и специализированного фактора производства «труд»; снижение материалоемкости производства ведет к более экономному расходу природных ресурсов, что позволяет приблизить темп их использования человеком к темпу возобновляемости и обеспечить устойчивое использование для нужд компании; использование ресурсосберегающих технологий снижает издержки на оборотный капитал (их разработка и внедрение сопряжены с большими финансовыми потерями, нежели при использовании менее приемлемых с экологической точки зрения, что, однако, вкупе с остальными факторами конкурентоспособности не всегда означает снижение эффективности [2, с. 45]); научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в области ресурсосберегающих технологий обогащают базы знаний компаний; принятие концепции УР повышает инвестиционную привлекательность компаний, поскольку инвесторы оценивают весь спектр своих рисков.

Параметры спроса. Спрос на продукцию компании ввиду повышения уровня жизни может определяться этическими предпочтениями покупателей, которые имеют тенденцию к сближению с положениями концепции УР.

Родственные и поддерживающие отрасли при достаточной «власти» над компанией могут устанавливать ограничения при работе с ней на основании характера деятельности ТНК с точки зрения устойчивости.

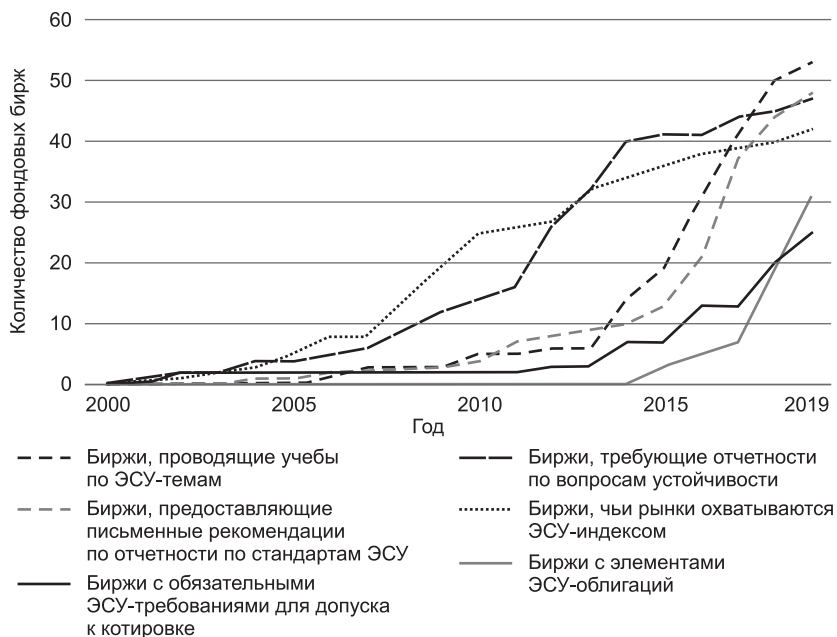
Стратегия, структура фирмы, конкуренты. Имидж фирмы, позиционирование ее продукции, указывающие на разделение компаний приоритетов УР, могут оказывать благоприятное влияние на конкурентоспособность; наличие же конкурентов, использующих преимущества от внедрения концепции УР, — негативное.

Особые детерминанты: государство и случай. Внедрение принципов УР может положительно сказываться на решении государства о предоставлении субсидий и налоговых льгот; на повышении вероятности выигрыша в государственных тендерах и конкурсах с экологическими критериями; на снижении платежей за загрязнение окружающей природной среды и за использование природных ресурсов; на общем повышении устойчивости к нестабильности мировой экономики. К компетенции государства также может относиться прямое регулирование деятельности ТНК с экологической точки зрения. Так, в рамках Киотского протокола, а затем — сменившего его в 2015 г. Парижского соглашения, национальные правительства взяли на себя обязательства по снижению выбросов парниковых газов. Реализуются они в том числе путем создания рынков прав на загрязнение. Каждый промышленный регион в такой системе обладает квотой на выбросы, распределяемой

между организациями на денежной основе: на определенных условиях свою квоту можно продать или приобрести дополнительную.

Кроме этого, к особым детерминантам, влияющим на ТНК на современном этапе, можно отнести финансовые рынки, международные организации, национальные некоммерческие организации (НКО) и специализированные инвестиционные фонды. Фондовые биржи служат платформой устойчивого финансирования и предоставляют рекомендации для корпоративного управления. Регуляторы фондового рынка и директивные органы, а также международные организации, такие как Организация Объединенных Наций (ООН) с ее инициативой по экологически и социально ответственным фондовым биржам и Международная организация комиссий по ценным бумагам, также добиваются использования рациональной экологической, социальной и управленческой практики [3].

Фондовые биржи способны оказывать влияние на ТНК как при первичном публичном предложении акций последними, так и на вторичном рынке ценных бумаг. Некоторые тенденции такого поведения фондовых бирж представлены на рисунке. Аббревиатура ЭСУ означает единство экологического, социального и управленческого аспектов. Последний в литературе иногда упоминают в качестве одного из аспектов УР на уровне организации.



Тенденции поведения фондовых бирж в области устойчивого развития

Источник: [3, с. 37].

Примером воздействия международных организаций может служить инициатива Глобального договора ООН (United Nations Global Compact), направленная на поощрение социальной ответственности бизнеса и предоставления отчетов об осуществлении такой политики. В договоре были провозглашены десять ключевых принципов ведения бизнеса в четырех сферах (права человека, трудовые отношения, охрана окружающей среды, борьба с коррупцией), которые в свою очередь представляются в периодических отчетах компаний. ООН были созданы национальные информационные онлайн-порталы, на которых беспрепятственно можно ознакомиться с отчетами интересующих компаний. Например, участниками Глобального договора в Беларуси являются ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «БМЗ», ОАО «Пивоваренная компания Аливария» [4].

Национальные НКО, такие как американская «Ceres», способны оказывать влияние на ТНК в пределах государственных границ, так и за ними. Ceres явилась реакцией на разлив нефти с танкера «Exxon Valdez» в 1989 г. С тех пор НКО разработала стандарт корпоративной отчетности в области УР, всемирно известный как Глобальная инициатива отчетности (Global Reporting Initiative — GRI), которая объединяет в себе множество стандартов по основным сферам УР. Кроме того, Ceres разрабатывает финансовые обоснования эффективности реализации принципов устойчивости при ведении хозяйственной деятельности и инвестировании. В 2017 г. НКО стала партнером-учредителем «Climate Action 100+», крупнейшей в мире инициативы по привлечению инвесторов, направленной, по словам девятого Генерального секретаря ООН Антониу Гутерриш, на то, чтобы крупнейшие ТНК-загрязнители атмосферы стали предприятиями с нулевым уровнем выбросов и обеспечивали прозрачность информации о своих выбросах.

«Climate Action 100+» в свою очередь является примером специально созданного инвестиционного фонда для реализации целей УР. Компании, с которыми работает фонд, представляют собой ТНК-загрязнители атмосферы парниковыми газами, на долю выбросов которых приходится более 80 % всех выбросов парниковых газов в промышленности. Сюда входят такие ТНК, как Walmart Inc., China Petroleum & Chemical Corporation (Sinopec) и Royal Dutch Shell [1], которые в свою очередь входят в топ-5 крупнейших ТНК по версии Fortune Global 500 в 2020 г. Все перечисленные инициативы в той или иной степени определяют современные тенденции поведения ТНК с точки зрения УР.

Таким образом, проанализировав теоретические основы конкурентоспособности ТНК в контексте УР, можно сделать вывод о том, что решение о реализации в своей деятельности приведенной концепции может сказаться на показателях эффективности корпораций в средне- и долгосрочной перспективах как по причине «имиджевой стороны» вопроса, так и ввиду включенности ТНК в систему мирохозяйственных связей, для которой на современном этапе актуально множество реальных глобальных проблем.

Источники

1. Companies [Electronic resource] // Climate Action 100+. — Mode of access: <https://www.climateaction100.org/whos-involved/companies/>. — Date of access: 11.05.2021.
2. Герасимчук, И. Экологическая практика транснациональных корпораций / И. Герасимчук. — М. : Всемир. фонд дикой природы, 2007. — 92 с.
3. Доклад о мировых инвестициях 2020: основные тезисы и обзор / ЮНКТАД. — Женева : ООН, 2020. — 67 с.
4. Участники Сети Глобального Договора в Беларуси [Электронный ресурс] // Сеть Глобального Договора в Беларуси. — Режим доступа: <https://globalcompact.by/participants>. — Дата доступа: 10.05.2021.

СНИЛ «Парадигма»

А. О. Кунаш, Д. Н. Меньшикова, Т. С. Потапова
научный руководитель — Н. А. Яхницкая

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА КАЧЕСТВО ЖИЗНИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В работе рассматривается влияние пандемии COVID-19 на мировую экономику и специфика ее воздействия на национальную экономику Республики Беларусь. Показаны антикризисные меры правительства и последствия для качества жизни населения Беларуси.

Пандемия COVID-19 оказала не только сильнейшее негативное воздействие на мировую экономику, но и привела к ухудшению качества жизни населения стран мира и Республики Беларусь.

В 2020 г. мировая экономика погрузилась в глубокую рецессию, по оценкам МВФ сокращение мирового ВВП в 2020 г. составило 3,5 % [1]. Карантинные меры, предпринятые развитыми странами, привели к разрыву глобальных цепей поставок, спровоцировав волну банкротств и рост безработицы. К числу наиболее пострадавших отраслей относятся: энергетика, отрасли, связанные с путешествиями и туризмом, автомобильная промышленность. Резкое снижение деловой активности привело к падению товарооборота мировой торговли на 9 % в 2020 г. [2]. В результате чего правительства государств пошли на беспрецедентные меры фискальной поддержки, а центральные банки были вынуждены обеспечить снижение процентных ставок и расширить кредитование населения.

Влияние мировой рецессии, обусловленной пандемией COVID-19, на экономику Республики Беларусь прослеживается через внешнюю торговлю. Ухудшение внешнеэкономических условий в 2020 г. привело к сокращению внешнеторгового оборота на 14,4 %, при этом экспорт уменьшился на 11,7 %, импорт — на 17,0 %. Введение внутренних санитарных норм приве-

ло к сжатию потребительского спроса и инвестиционной активности, все это способствовало сокращению ВВП страны на 0,9 % в 2020 г. Падение внешнеторгового оборота также привело к сокращению доходов от поставок сырьевых товаров и продуктов их переработки за рубеж, росту запасов готовой продукции (65,3 % к среднемесячному объему производства) и ухудшению финансовых показателей предприятий (удельный вес убыточных организаций к концу 2020 г. составил 17,1 %) [3].

В целях смягчения экономических последствий пандемии COVID-19 Национальный банк снижал ставку рефинансирования (19 февраля — до 8,75 %, 20 мая — до 8 %, 1 июля — до 7,75 %). Возможности антикризисной фискальной поддержки были ограничены дефицитом республиканского бюджета (1,5 % ВВП), а также необходимостью осуществления значительных выплат по внешним долговым обязательствам (1635,3 млн дол. США в эквиваленте) [4]. Ослабление национальной валюты, наращивание реальных денежных доходов населения, не обеспеченных ростом производительности труда (индекс производительности труда к реальной заработной плате — 0,92), несмотря на меры Нацбанка по ужесточению условий выдачи кредитов, привело к ускорению инфляции до 7,4 % к концу 2020 г. [5].

Наравне с экономическими последствиями, пандемия оказала влияние на качество жизни. Качество жизни выступает как совокупность внешних условий жизнедеятельности и внутреннего чувства удовлетворенности ими. Поскольку понятие качества жизни содержит субъективную составляющую, не существует универсального метода его измерения. Одним из главных методов измерения качества жизни является индекс человеческого развития, который базируется на идее предоставления всем людям равных возможностей для развития, он включает продолжительность жизни, уровень образования и валовой национальный доход на душу населения [6]. Из альтернативных методов измерения качества жизни следует выделить Индекс лучшей жизни и Индекс счастья, которые затрагивают жилищные условия, состояние окружающей среды, гражданские права, сеть социальной поддержки, безопасность [7].

Влияние пандемии COVID-19 на качество жизни населения Республики Беларусь можно выявить по следующим направлениям:

1. Замедление темпов роста реальных доходов и изменения в структуре расходов населения. Несмотря на сокращение ВВП, в 2020 г. рост реальных располагаемых денежных доходов населения составил 104,6 %. В структуре расходов населения существенно возросли расходы на здравоохранение и питание за счет сокращения расходов на транспорт, культурные мероприятия, посещение гостиниц и кафе [3, с. 126].

2. Сокращение сбережений населения. С начала 2020 г. общий объем срочных рублевых вкладов в банковской системе сократился на 540,9 млн руб. [5, с. 29].

3. Снижение уровня безработицы с 4,2 % в 2019 г. до 4 % в 2020 г. [3, с. 67].

4. Ухудшение демографических показателей. Пандемия обострила проблему убыли населения Республики Беларусь, которая составила в

2020 г. –63,8 тыс. чел., что почти вдвое больше аналогичного показателя 2019 г. (–32,9 тыс. чел.) [3, с. 45]. В перспективе можно также ожидать сокращения ожидаемой продолжительности жизни.

5. Улучшение экологической ситуации. Благодаря карантинным мерам произошло снижение выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух, объем которых в 2020 г. составил 1172 тыс. т [3, с. 39].

6. Обострение проблемы гендерного неравенства. До пандемии средняя зарплата женщин в Беларуси была на 27,3 % меньше, чем у мужчин. Специфика влияния пандемии COVID-19 на женщин проявляется также в ухудшении репродуктивного здоровья, увеличении доли неоплачиваемого домашнего труда женщин и росте домашнего насилия [3].

Перспективы дальнейшего экономического и человеческого развития Республики Беларусь будут зависеть от масштабов последующих волн пандемии COVID-19, а также ответных действий правительства, возможности которых ограничены дефицитом бюджета и давлением стимулирующих монетарных мер на инфляцию. Несмотря на сложную эпидемиологическую обстановку в мире, Беларусь незначительно опустилась в рейтинге индекса человеческого развития с 50-го на 53-е место [6], но ей удалось сохранить свою позицию в рейтинге стран по уровню счастья на 75-м месте [7].

Источники

1. World Economic Outlook Update [Electronic resource] // International Monetary Fund. — Mode of access: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update>. — Date of access: 08.03.2021.

2. Global Trade Update / UNCTAD. — Geneva : United Nations, 2021. — 11 p.

3. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2021 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2021. — 410 с.

4. Беларусь: экономический обзор [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. — Режим доступа: https://minfin.gov.by/upload/gosdolg/vneshniy/Belarus_Macroeconomic_Snapshot_2020_rus.pdf. — Дата доступа: 10.10.2021.

5. Основные тенденции в экономике и денежно-кредитной сфере Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/ectendencies/rep_2020_12_ot.pdf. — Дата доступа: 15.03.2021.

6. Human Development Report 2020: Beyond income, beyond averages, beyond today: Inequalities in human development in the 21st century [Electronic resource] // reliefweb. — Mode of access: <https://reliefweb.int/report/world/human-development-report-2020/>. — Date of access: 17.03.2021.

7. World Happiness Report [Electronic resource]. — Mode of access: <https://worldhappiness.report/faq/>. — Date of access: 10.03.2021.

НЕЙРОМАРКЕТИНГ И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ

В статье рассматривается понятие нейромаркетинга, а также его применение в современной практике изучения потребительских предпочтений. Показана методология проведения исследований, а также перспективы развития и проблемы использования нейромаркетинга в предпринимательской деятельности предприятий.

В современном мире для развития бренда маркетологам важно понимать, что движет потребителем при совершении покупок. В ряде случаев это не просто нужда, полезность товара или хорошая реклама, а подсознательная мотивация человека. Исследованием реакций и восприятия подсознанием тех или иных объектов занимается нейромаркетинг. Он представляет собой совокупность методов и инструментов с целью изучения поведенческих характеристик потребителей, реакцию человеческого мозга в ответ на определенное внешнее воздействие.

Нейромаркетинг — это новое направление в маркетинге. Оно было впервые введено в оборот в конце XX в. В то же время наблюдается его достаточно активное развитие во взаимосвязи с другими науками и, прежде всего, маркетингом, психологией и нейрофизиологией. По оценкам специалистов в 2021–2023 гг. рынок нейромаркетинга достигнет стадии ранней зрелости [1].

Достоинство нейромаркетинга состоит в том, что данный подход позволяет максимально точно определить перечень факторов и мотивов, которые движут потребителем при приобретении товара. Подобный подход позволяет не только выявить, какому из брендов покупатель просто симпатизирует, но и показать бренды, которые превалируют среди предпочтений потребителя, какие товары он готов приобрести и почему [2]. Полученные данные о чувствах и реакциях потребителей на определенную рекламу, внешний вид товара можно сопоставить с другими исследованиями аудитории (с опросом или наблюдением) и понять, какое место в подсознании потребителя занимает товар или бренд, вызывает он положительные или негативные эмоции, а также примет ли покупатель конечное решение о покупке.

Нейромаркетинг является прогрессивной технологией изучения предпочтений потребителя. Однако проведение полноценных исследований может занять в среднем от 5 до 30 дней. Сроки исследования зависят преимущественно от того, каких покупателей необходимо включить в выборку, какими параметрами можно описать их поведение. Общий подход предполагает, что чем более редкая профессия у исследуемых покупателей, тем больше времени требуется на исследования [3].

В нейромаркетинге есть несколько особенностей проведения исследований. В первую очередь заказчик исследования ставится в известность о вероятности получения неточных результатов исследования. В дальнейшем обсуждается выборка: количество респондентов, а также критерии их отбора. Полученные данные собираются в отчет с применением аналитических и графических методов визуализации результатов. Расшифровкой, добавлением пояснений и комментариев занимается аналитик исследовательского предприятия.

Для считывания реакции респондента используются устройства с применением различных технологий. Наиболее часто применяются устройства, позволяющие выявить магнитно-резонансные свойства объекта. Исходя из результатов, эксперты могут делать выводы о реакции респондента на показываемые ролики, музыку и т.д.

Среди иных методов исследования необходимо отметить систему кодирования лицевых действий (FACS), разработанную Полом Экманом и Уоллесом Фризером в 1978 г. В 2002 г. эта система была доработана. Система содержит базу, в которой более 3000 «гримас» (основанных на семи универсальных гримасах), где каждой такой гримасе были присвоены определенные номера и описание [4].

Широкое применение в нейромаркетинге нашла также электромиография. Этот подход основывается на считывании эмоций на лице посредством использования датчиков, помещающихся на лицо [5, 6]. Во время электромиографии в нервно-мышечных окончаниях происходит колебание потенциалов, которые затем фиксируются в аналитических отчетах.

Нейромаркетинговые исследования применяются в различных сферах:

- при создании продукта и упаковки, так как результаты дают понимание о том, что вызывает лучшие эмоциональные и поведенческие реакции;
- в брендинге результаты нейромаркетинговых исследований позволяют дать представление об имеющихся ассоциациях с брендом и их прочности либо дать идеи для создания нового;
- при генерации контента, который стимулирует более высокую вовлеченность потребителя;
- при создании рекламных материалов, где тестирование реакции аудитории и успех показов во многом могут скорректировать бюджет и снизить риск причинения вреда образу бренда компании;
- в мерчендайзинге, где понимание потребительского поведения при организации пространства и мест товаров или услуг позволяет повышать эффективность продаж в физических магазинах;
- при UI/UX дизайне, что позволит улучшать общий пользовательский опыт для конверсии и поведения, и другие области.

Результаты данных исследований маркетологам можно использовать для выстраивания более эффективной политики продвижения, создания качественной и откликающейся рекламы, оптимизации конверсии, в разработке подходящего дизайна упаковки продукта, фирменного стиля бренда. Крупные компании, такие как Microsoft, Disney, Google, Campbell's Soup, Hyundai и PayPal, на регулярной основе занимаются исследованиями с применением

нейромаркетинга [7]. Полученные результаты исследований компаний оказывают непосредственное влияние на редакцию маркетинговых стратегий.

Нейромаркетинг в предпринимательской деятельности применяется также и малыми предприятиями. Множество стартапов и других малых предприятий по всему миру стремятся максимально изучить процесс принятия решений о покупке аудиторией, выявить мотивацию для покупки, разработать подходы тестирования своей продукции, оптимизировать веб-сайты и обосновать эффективное присутствие в социальных сетях, повысить эффективность рекламных кампаний, коэффициента конверсии и т.д. [8].

В то же время критиками нейромаркетинга отмечается:

- высокая стоимость исследований. Крупные расходы возникают из-за амортизации дорогого оборудования, времени специалистов, затраченного на одного респондента, поэтому преимущественно крупный бизнес может позволить себе их проведение;

- трудность в экстраполяции полученных данных на изучаемый рынок. Результаты, полученные при работе с группой из 20–30 чел., в конкретном случае бывает проблематично распространить на большее количество людей;

- недостаточная компетентность исследователей. Далеко не все компании обладают необходимыми компетенциями для проведения подобного рода исследований, так как минимально не обладают фундаментальными знаниями. И в результате сотрудничества с такими компаниями можно получить нулевой результат вдобавок с манипуляциями;

- невозможность однозначно интерпретировать данные. Некорректная интерпретация полученного результата возможна в связи с измерениями эмоциональных реакций на иные стимулы. В итоге одни и те же данные у разных людей приводят к разному поведению;

- развитие общества и рынка. Нужды и потребности изучаемой аудитории меняются и зависят от внешних факторов. В связи с этим результаты нейромаркетинговых исследований подвержены высокому риску потерять актуальность в небольшие сроки.

Повышение коммерческой выгоды в связи с нейровизуализацией является одной из основных проблем, возникающих в нейромаркетинговых исследованиях [9]. Нейромаркетинг достаточно неоднозначно воспринимается, например, нейробиологами. Специалисты данной области указывают на то, что маркетинговые исследования потеряли свой настоящий смысл, и теперь «маркетинговые исследования — это коммерческая деятельность, предназначенная исключительно для продажи товаров населению».

Среди иных аргументов, препятствующих популярности нейромаркетинга — малая выборка. Прежде всего это связано с процедурой отбора респондентов для исследований. Среди них преимущественно правши, не имеющие травмы головного мозга, соответствующие социально-демографическим характеристикам.

Третья проблема, на которую указывают нейробиологи — необходимость корректной интерпретации полученных результатов. Маркетологи чаще всего не обладают знаниями в области нейробиологии. Поэтому ин-

терпретация полученных результатов требует дополнительных затрат на совместную работу со специалистами из этой области.

Решению перечисленных проблем будет способствовать принятие кодекса этики, который предполагает:

- защиту субъектов исследований от принуждения;
- полное раскрытие этических принципов эксперимента;
- точное представление научных методов для предприятий и СМИ.

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что, несмотря на множество нерешенных задач и координально противоположных мнений, применение нейромаркетинга в практике предпринимательской деятельности будет расширяться. В настоящее время в отдельных странах нейромаркетинговые исследования не нашли широкого применения. Однако многие маркетологи видят большой потенциал в нейровизуализации. Прежде всего это связано с тем, что рынок в целом становится более наукоемким и цифровизированным.

По оценкам специалистов, в 2021–2023 гг. рынок нейромаркетинга достигнет стадии ранней зрелости, что связано с количеством цифрового контента, появлением разнообразных онлайн-ресурсов и ростом спроса на маркетинговые исследования.

Источники

1. Нейромаркетинг: как это работает [Электронный ресурс] // Sostav.ru. — Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/nejromarketing-kak-eto-rabotaet-na-samom-dele-23553.html>. — Дата доступа: 03.10.2021.

2. Нейромаркетинг: что это, его история, методы и задачи [Электронный ресурс] // NeuroKnowledge. — Режим доступа: <https://neuro-knowledge.com/what-is-neuromarketing-ru/>. — Дата доступа: 03.10.2021.

3. Как проводятся нейромаркетинговые исследования? [Электронный ресурс] // Lpgenerator. — Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/06/17/kak-provodyatsya-nejromarketingovye-issledovaniya/>. — Дата доступа: 03.10.2021.

4. Facial Action Coding System (FACS) [Electronic resource] // Imotions. — Mode of access: <https://imotions.com/blog/facial-action-coding-system/>. — Date of access: 03.10.2021.

5. Neuromarketing: Here's Everything You Need To Know [Electronic resource] // New Neuromarketing. — Mode of access: <https://www.newneuromarketing.com/neuromarketing-here-s-everything-you-need-to-know>. — Date of access: 04.10.2021.

6. TBT: Remembering five of the best-known cases in neuromarketing [Electronic resource] // Straylight. — Mode of access: <https://www.straylight.se/tbt-remembering-five-of-the-best-known-cases-in-neuromarketing/>. — Date of access: 04.10.2021.

7. Нейромаркетинг: что это и зачем он бизнесу и потребителям [Электронный ресурс] // RB издание. — Режим доступа: <https://rb.ru/longread/neuromarketing/#rec207533803>. — Дата доступа: 04.10.2021.

8. Нейромаркетинг: что это такое? [Электронный ресурс] // Провайдер MangoOffice. — Режим доступа: https://www.mango-office.ru/products/calltracking/glossary/neuromarketing/?is_robot=1. — Дата доступа: 04.10.2021.

9. Нейромаркетинг: есть ли перспективы в России? [Электронный ресурс] // Sostav.ru. — Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/nielsen-nejromarketing-20114.html>. — Дата доступа: 04.10.2021.

ОБОСНОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ПРОБЛЕМАМИ ЗРЕНИЯ

В работе рассмотрена необходимость разработки и реализации комплекса мер по организации безбарьерной среды в Республике Беларусь и в первую очередь в городе Минске в качестве эталонного формата. Изучены особенности доступной среды, проблемы и перспективы ее формирования в Беларуси, предложен концепт инклюзивного экскурсионного тура для людей с проблемами зрения «Минск без границ».

Туристическая индустрия является одной из важнейших сфер реализации человеческого потенциала в контексте формирования комфортной среды жизнедеятельности человека при помощи рекреационного потенциала индустрии туризма. Одним из инструментов достижения максимальной самореализации человеческого потенциала является укрепление горизонтальных социальных связей путем создания развитой доступной безбарьерной (инклюзивной) среды. Важнейшим ее элементом в плане организации досуга, рекреации и веллесса всех без исключения слоев населения является туризм.

Особую актуальность приобретают объекты и проекты, способные служить драйвером формирования общества 6-го технологического уклада с возможностью максимальной самореализации человеческого капитала.

На данный момент Республика Беларусь имеет совершенно недостаточную степень развития инфраструктурного аспекта доступной среды. Существенные недостатки имеет и ее нормативно-правовое обеспечение, в котором наблюдается дисбаланс смещения акцентов на реализацию прав и возможностей в первую очередь людей с заболеваниями опорно-двигательного аппарата. Целый ряд иных групп людей, имеющих ограничения, обусловленные различными заболеваниями, учтен крайне слабо.

Помимо этого, имеются существенные методологические недостатки классификации категорий людей, на которых должна распространяться доступная среда, а также самого толкования (весьма узкого) самой инклюзивной среды, заметно отличающегося от такового в развитых странах. Этот фактор не только наносит имиджевый ущерб Республике Беларусь, но и сокращает потенциальный туристический поток.

Создание инклюзивных туристических продуктов и развитие соответствующей инфраструктуры также простимулирует увеличение потоков внутреннего туризма и окажет содействие развитию горизонтальных и вертикальных связей.

Наибольшую важность развития доступной среды необходимо признать за всеми областными центрами страны и в первую очередь — ее столицей, г. Минском, ввиду наибольшего развития инфраструктуры и насыщения го-

родской среды современными подходами в ее планировании. Также при разработке инклюзивного турпродукта важна высокая степень концентрации объектов историко-культурного наследия, богатство экологических ресурсов, а также близость к точкам туристического спроса и развитая транспортная инфраструктура, что обусловлено низкой физической мобильностью потребителя подобного турпродукта. Вышеизложенное определяет безусловную актуальность научных исследований по данной тематике.

В последние годы Республика Беларусь немало продвинулась в деле формирования доступной среды и, несмотря на отдельные недостатки (в частности методологического характера — ввиду значительного расхождения с западными подходами к определению безбарьерной среды, что сильно сужает категории лиц, на которые она должна распространяться), сейчас способна предлагать соответствующий турпродукт, в том числе на международный рынок. Традиционно на постсоветском пространстве под доступной средой понимается в первую очередь среда, ориентированная на инвалидов.

В свою очередь, ЮНВТО предлагает следующее определение: инклюзивный туризм — это форма туризма, которая включает в себя процесс сотрудничества между различными участниками сферы туризма, который позволяет людям с особыми потребностями в доступности, включая мобильную, визуальную, слуховую и когнитивную составляющие доступности, функционировать независимо, на равных условиях, с чувством собственного достоинства, — через предоставление универсальных туристических продуктов, услуг и среды.

В категории лиц, на которые необходимо распространять безбарьерную среду, ЮНВТО включает:

- людей с временной инвалидностью;
- людей, временно передвигающихся на костылях;
- пожилых людей;
- маленьких детей;
- беременных женщин;
- людей маленького или высокого роста;
- людей с лишним весом;
- людей, не знающих иностранного языка [1].

По данным Министерства труда и социальной защиты сегодня в Беларуси проживает около 550 тыс. людей с инвалидностью. Кроме того, согласно данным Национального статистического комитета, в нашей стране более 1,9 млн людей — пожилого возраста, а это 22 % населения. Если оценить потенциальный спрос на доступные услуги в сфере туризма, то он может составить в среднем до 26 % всего населения. Это люди, которым необходима повышенная доступность во время отдыха, которая в том числе заключается в наличии безбарьерной среды на объектах туризма.

Наибольшего прогресса в данной сфере в г. Минске удалось добиться в развитии безбарьерной инфраструктуры, ориентированной в первую очередь на инвалидов-колясочников и незрячих. Однако только инфраструктуры недостаточно для формирования полноценной доступной среды.

Одной из наименее проработанных сторон формирования доступной среды в городе Минске является катастрофическая нехватка туристических продуктов, в первую очередь — досуговых. Именно из этих соображений в 2021 г. СНИЛ «Тураналитик» факультета Коммерции и туристической индустрии УО «БГЭУ» представила на конкурс «Лучшая СНИЛ БГЭУ 2021» НИР, посвященную проблемам формирования доступной среды в городе Минске. В данном проекте, в частности, был разработан инклюзивный экскурсионный тур для людей с проблемами зрения «Минск без границ».

В Республике Беларусь насчитывается свыше 30 000 людей с нарушением зрительного восприятия, которые ограничены в своей жизнедеятельности, также включающую в себя досуг и услуги туристической индустрии. Около 70 % таких людей хотели бы путешествовать как по Беларуси, так и в другие страны. 15 % людей с нарушением сенсорного восприятия имеют достаточный доход для этого, однако только 2 % могут позволить себе путешествовать самостоятельно, порядка 7 % путешествуют с помощью родственников. Остальные желающие путешествовать не могут себе это позволить по причине недоступности среды и потому, что туроператоры и туристические агентства не могут предложить туристический продукт из-за его отсутствия для данной категории граждан.

Спрос на доступный туризм постоянно растет, и мировой опыт показывает, что туристы с ограниченной мобильностью занимают важный сегмент туристического рынка. В связи с растущим спросом происходит обновление туристических продуктов и сервисов. Таким образом, в мировой туристической отрасли формируется новая целевая группа — туристы с ограниченными возможностями.

Создание доступной среды для людей с инвалидностью по зрению представляет собой комплекс мероприятий по адаптации объектов (зданий, сооружений, открытой территории). Это использование речевых звуковых информаторов, универсальных табличек с использованием шрифта Брайля и тактильной графики, тактильных схем, маркировочных элементов, тактильных предупреждающих и направляющих элементов. Инфраструктура Минска не полностью адаптирована для людей с нарушением сенсорного восприятия, однако Центр успешного человека (учреждение реабилитации инвалидов по зрению) разрабатывает и развивает услуги по созданию доступной среды для данного класса инклюзивного общества. Этот центр предлагает следующее:

- поставка речевых звуковых информаторов собственного производства — звуковая навигационная система «Крокі на Гукі»;
- производство под заказ универсальных табличек со шрифтом Брайля и тактильной графикой (макет ≤ А3);
- производство под заказ тактильных схем и планов формата А3;
- поставка маркировочных элементов на стеклянные полотна дверей;
- поставка тактильных предупреждающих и направляющих напольных элементов;
- текстовая печать документов рельефно-точечным шрифтом Брайля.

Говоря, например, о глухих и слабослышащих людях, стоит отметить, что основной проблемой, с которой они сталкиваются, является перевод на жестовый язык. Данный вопрос вызывает наибольшие трудности у тех людей, которые обучаются в школе и в учреждениях профессионального обучения. В странах СНГ этот вопрос решен — вузы готовят переводчиков жестового языка. Однако в нашей республике подготовка переводчиков жестового языка — достаточно острая проблема. На базе первого высшего образования по данной специальности не готовят. Педагогический университет выпускает лишь сурдопедагогов для работы с детьми.

В ходе данной работы был разработан экскурсионный тур «Минск без границ» продолжительностью два дня, ориентированный на слабовидящих. В нем будут широко использоваться тактильные способы восприятия (макеты, карточки со шрифтом Брайля, тактильные картины) и аудиозаписи. Также предлагается участие в ряде мастер-классов (по керамике, приготовлению чая, изготовлению хлеба), направленных на групповую слаженность, и тренингов по взаимовыручке. Маршрут насыщен экологической тематикой, знакомством с живой природой. Одним из ключевых элементов экскурсии является посещение первого инклюзивного кафе города Минска «Инклюзивный бариста». В данном кафе туристы смогут перекусить, выпить кофе из кружек со шрифтом Брайля, а также принять участие в тренинге на темы буллинга, безбарьерной среды, так как «Инклюзивный бариста» — это еще и тренинговый центр.

Таким образом, разработанный тур раскроет Минск с абсолютно разных сторон, устранив любые барьеры и покажет, что инклюзивные члены общества являются такими же полноценными потребителями туристических услуг, как и люди без ограниченных возможностей. В ходе разработанного тура экскурсанты познакомятся с историей столицы, ее современностью, флорой и фауной, культурной жизнью, а также проведут это время активно. В нем действительно туристам будет продемонстрирован Минск без границ.

В рамках данного проекта также разработана технологическая карта экскурсии и контрольный текст. Кроме того, подготовлен рекламный буклет и снят презентационный видеоролик. Работа подкрепляется публикацией [2] и имеет апробацию в виде двух актов внедрения в производство (ОАО «Гостиница Планета» и ЧПУП «Белидеал»).

Таким образом, Республика Беларусь делает значительные шаги в обеспечении инклюзивной среды, многоаспектной и включающей вопросы социальной, медицинской, трудовой реабилитации людей с ограниченными возможностями, бытовых условий, доступности объектов социальной инфраструктуры и т.д. А также важным вопросом является предоставление максимальных возможностей самореализации людям с ограничениями в учебе, работе, спорте, досуге, ведь проблема среды без барьеров должна быть направлена на устранение не только физических, но и моральных преград. Постепенно формируется системный подход в обеспечении инклюзивной среды, который уже нашел отражение и в нормативной правовой базе.

Источники

1. Рекомендации по доступному туризму / ЮНВТО. — Мадрид, 2013 — 17 с.
2. *Гибашова, А. А.* Инклюзивный туристический продукт для молодежи с нарушением зрительного восприятия в РБ: состояние и перспективы / А. А. Гибашова, А. А. Мазур // Современный механизм функционирования торгового бизнеса и туристической индустрии в Республике Беларусь: реальность и перспективы : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3–4 дек. 2020 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2020.

СНИЛ «Центр макроэкономического анализа и управленческих решений»

А. А. Александрова, М. В. Сергеева

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. А. Рожковская

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И БЕДНОСТЬ: ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ И ВЫВОДЫ ДЛЯ БЕЛАРУСИ

Статья посвящена вопросам оценки человеческого капитала и его взаимосвязи с экономическим ростом и уровнем малообеспеченности населения. Построены регрессионные зависимости, отражающие данную взаимосвязь на международных данных для 52 стран мира и на данных белорусской экономики.

Замедление экономического роста, наблюдаемое в развитых странах с 60–70-х гг. прошлого века, поставило перед экономистами вопрос о причинах различий в уровне развития между бедными и богатыми странами. В ходе исследований было выявлено, что одним из главных факторов, влияющих на темпы экономического роста, является человеческий капитал, под которым понимаются знания, навыки, опыт и умения людей, используемые в процессе производства товаров и услуг [3, с. 18]. Однако эмпирические данные не всегда подтверждают положительное влияние человеческого капитала на экономический рост [4]. Не до конца выясненными остаются факторы, влияющие на качество человеческого капитала, в том числе роль имущественного неравенства и бедности населения как одной из ее форм. Цель данной статьи — на реальных данных по 52 странам мира исследовать воздействие человеческого капитала на экономический рост и определить влияние бедности на уровень и качество человеческого капитала.

В настоящее время отсутствует единый подход к определению и оценке человеческого капитала. Наиболее распространенным и известным подходом к его измерению является индекс человеческого развития, однако он не позволяет напрямую оценить вклад человеческого капитала в экономический рост. Другой подход, основанный на расширенной концепции национального богатства Всемирного банка, полагает, что человеческий капитал является частью совокупного богатства страны и его можно измерить на основе инвестиций в человеческие ресурсы (затраты на образование, здравоохранение и др.).

Согласно отчету Всемирного банка за 2018 г. [7] в развитых странах человеческий капитал занимает существенную часть национального богатства — в среднем около 65 %. В Исландии доля человеческого капитала составляет 89 %, в США — 78 % их национального богатства. В то же время в странах СНГ доля человеческого капитала в богатстве страны не достигает и 50 %. В Республике Беларусь на ее долю приходится 49 % национального богатства (табл. 1).

Таблица 1

Структура национального богатства в странах СНГ в 2014 г., %

Показатель	Беларусь	Россия	Казахстан	Украина	Азербайджан
Национальное богатство, в том числе:	100	100	100	100	100
Производственный капитал	34	26	22	45	23
Природный капитал	22	25	37	24	54
Человеческий капитал	49	48	42	34	14
Чистые иностранные активы	-5	1	-1	-3	9

Источник: [7].

Несмотря на то, что по сравнению со странами СНГ Беларусь имеет наибольшую долю человеческого капитала в национальном богатстве, говорит о том, что она богаче других стран по этому показателю, преждевременно. Анализ стоимостной величины человеческого капитала, приходящегося на одного жителя, показал, что Беларусь уступает Российской Федерации почти в два раза, Казахстану — в полтора (табл. 2).

Таблица 2

Стоимость человеческого капитала в странах СНГ на душу населения в 2014 г., тыс. дол. США

Показатель	Беларусь	Россия	Казахстан	Украина	Азербайджан
Совокупное богатство, в том числе:	99,7	188,7	180,9	56,1	85,3
Производственный капитал	33,4	48,8	40,2	25,2	20,1
Природный капитал	21,9	46,9	66,6	13,3	45,9
Человеческий капитал	49,0	90,8	76,6	19,0	12,0
Чистые иностранные активы	-4,6	2,2	-2,5	-1,4	7,4

Источник: [7].

На эмпирических данных по 52 странам мира нами была построена зависимость между ВВП и уровнем человеческого капитала в расчете на душу населения (рис. 1). Регрессионное уравнение показало, что динамика ВВП на 47,5 % объясняется изменением величины человеческого капитала, при

этом однопроцентный рост человеческого капитала вызывает увеличение ВВП в среднем на 0,54 %.

Среди основных факторов, оказывающих влияние на уровень и качество человеческого капитала, необходимо отметить проблему имущественного неравенства и порождаемую ею бедность населения как крайнюю форму неравенства. На первый взгляд представляется, что проблема бедности не актуальна для Республики Беларусь, так как по официальным данным ее уровень составляет всего 4,8 %, однако, согласно альтернативным оценкам, уровень малообеспеченности в стране достигает более 20 %. В последнее время все большее внимание общественности привлекают вопросы борьбы с бедностью и неравенством, и Республика Беларусь в этом плане не является исключением — в соответствии с Национальной стратегией устойчивого развития к 2030 г. планируется сокращение численности малообеспеченного населения до 3–4 %.

За период с 2013 по 2020 гг. в Республике Беларусь показатель абсолютной бедности населения уменьшился с 5,5 % в 2013 г. до 4,8 % в 2020 г. При этом за период с 2013 по 2020 гг. относительная и субъективная бедность уменьшились с 13,6 до 10,8 % и с 13,8 до 10,3 %, что в целом свидетельствует о благоприятных тенденциях в данной сфере (табл. 3).

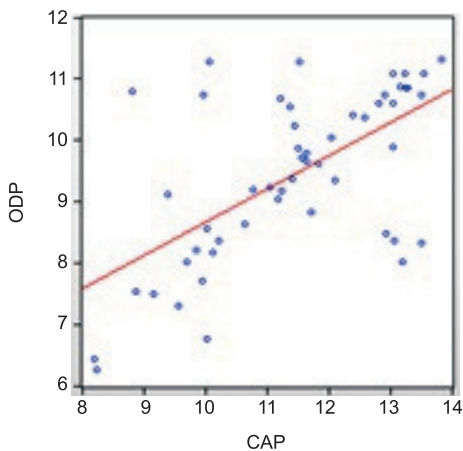


Рис. 1. Зависимость экономического роста (GDP) от человеческого капитала (CAP) по 52 странам мира за 2014 г.

Источники: разработка авторов на основании [7].

Таблица 3

Динамика показателей, характеризующих уровень бедности в Республике Беларусь в 2013–2020 гг.

Показатель	Год							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Абсолютная бедность	5,5	4,8	5,1	5,7	5,9	5,6	5,0	4,8
Относительная бедность	13,6	11,9	12,2	11,5	11,3	11,4	10,9	10,8
Субъективная бедность	13,8	15,6	14,5	15,7	16,5	12,8	11,1	10,3

Источники: собственная разработка на основе данных [5].

Однако при определении бедности статистика не учитывает промежуточный класс населения, который находится в зоне риска малообеспеченности. Это та часть населения, доходы, которой близки к уровню бюджета прожиточного минимума, но не выходят за его нижний предел (черты бедности). Показателем, характеризующим риск отнесения населения к бедным, может выступать минимальный потребительский бюджет. В Республике Беларусь в 2018 г. доля населения с доходами ниже минимального потребительского бюджета составляла 29,4 %, т.е. при определенных обстоятельствах есть риск того, что около трети населения может перейти в число бедных. В свою очередь, это может породить хроническую бедность, особенно распространенную в рамках «андеркласса», которая оказывает сдерживающее влияние на человеческий капитал.

Представители «андеркласса», как правило, имеют низкий социальный статус, для них характерно свойство концентрироваться в депрессивных поселениях (например, малых городах и сельской местности, где затухает экономическая активность), а также в отдельных микрорайонах крупных городов. Выбраться из ловушки хронической бедности практически невозможно, поскольку бедность родителей порождает бедность детей и будущих поколений и это напрямую влияет на уровень и качество человеческого капитала [1].

Для подтверждения гипотезы о взаимосвязи между человеческим капиталом и уровнем малообеспеченности населения нами было построено регрессионное уравнение,

выраженное в линейно-логарифмической форме, отражающее зависимость между человеческим капиталом и бедностью на данных за 2014 г. по 52 странам мира (рис. 2).

Из рис. 2 видно, что человеческий капитал действительно зависит от уровня бедности: в странах с высоким уровнем бедности (Камерун, Колумбия, Эфиопия, Кения) стоимость человеческого капитала значительно меньше, чем в развитых странах с низким уровнем бедности (Австралия, Германия, Ирландия, Финляндия). Регрессионное уравнение показало, что величина человеческого капитала на 56,6 % объясняется изме-

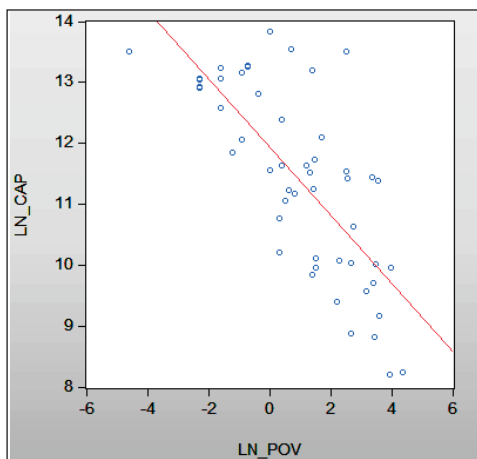


Рис. 2. Зависимость человеческого капитала от национального уровня бедности по 52 странам мира за 2014 г.

Источники: разработка автора на основании [6, 7].

нением уровня малообеспеченности населения, в среднем однопроцентный рост бедности вызывает уменьшение человеческого капитала на 0,55 %.

Для исследования взаимосвязи между человеческим капиталом и бедностью в Республике Беларусь нами было построено регрессионное уравнение на данных за 1995–2014 гг. Высокий коэффициент детерминации (84,9 %) свидетельствует о наличии тесной положительной связи между бедностью и стоимостью человеческого капитала в Беларуси. Расчеты показали, что при снижении уровня бедности в стране на 1 % стоимость человеческого капитала увеличится на 0,74 %.

Таким образом, для развития человеческого капитала важное значение имеет борьба с бедностью, в которую входят не только такие меры, как формирование системы эффективной поддержки уязвимых групп населения и гарантий недискриминационного доступа к бесплатным или дотационным ресурсам, рост минимальной оплаты труда, сокращение числа малооплачиваемых работников, совершенствование адресной социальной помощи социально уязвимых групп населения, но и меры макроэкономического характера — формирование условий, обеспечивающих стабильно высокие темпы экономического роста в стране.

Проведенное исследование позволило сделать ряд выводов.

Человеческий капитал, на долю которого приходится 49 % совокупного национального богатства Беларуси, является мощным фактором экономического роста. Построенная между данными переменными зависимость показала, что однопроцентный рост человеческого капитала вызывает рост душевого уровня ВВП в среднем на 0,54 %.

Между человеческим капиталом и бедностью существует тесная взаимосвязь: в странах с низким экономическим развитием и высоким уровнем бедности показатель человеческого капитала ниже, чем в странах с высоким ВВП на душу населения. В Республике Беларусь отмечается тесная взаимосвязь между человеческим капиталом и динамикой бедности: коэффициент эластичности составляет $-0,74$, т.е. при однопроцентном увеличении бедности в стране человеческий капитал снижается на 0,74 %. Это подчеркивает значимость мер политики в области борьбы с бедностью для обеспечения устойчивого инклюзивного экономического роста в стране.

Источники

1. Гонтмахер, Е. Российский человеческий капитал: состояние и тенденции / Е. Гонтмахер // *Мировая экономика и междунар. отношения.* — 2017. — № 3. — С. 15–24.
2. Демографическая и социальная статистика [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/>. — Дата доступа: 05.10.2021
3. Добрынин, А. И. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования / А. И. Добрынин, С. А. Дятлов, Е. Д. Цыренова. — СПб. : Наука, 1999. — 310 с.

4. Любимов, И. Л. От человеческого капитала к экономическому росту: прямая дорога или долгое блуждание по лабиринту? / И. Л. Любимов // Вопросы экономики. — 2017. — № 8. — С. 5–23.

5. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/375/375a412e36f3871c757bb0073ae80651.pdf>. — Дата доступа: 18.09.2021.

6. Poverty at national rate Holidays [Electronic resource] // World Bank open data. — Mode of access: <https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.NAHC?locations=BY>. — Date of access: 18.09.2021

7. Wealth Accounts Holidays [Electronic resource] // World Bank open data. — Mode of access: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=we>. — Date of access: 05.10.2021.

СНИЛ «Экономика, социум и личность»

Е. А. Дедух, М. В. Неуструева

Научный руководитель — кандидат психологических наук Е. С. Макеева

ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ-ПСИХОЛОГОВ

В статье представлены результаты исследования по проблеме профессионального становления будущих психологов на этапе профессионального обучения. В частности, в ней анализируются психологические факторы, влияющие на данный процесс — это карьерные ориентации, тип темперамента, уровни стрессоустойчивости и эмоционального выгорания.

В современных социально-экономических условиях особенно важными для жизненного пути каждого человека становятся задачи, связанные с выбором и развитием карьеры, так как именно данный процесс позволяет проявить ему свои способности, умения и навыки, удовлетворить потребности в социальном признании и личностно-профессиональном развитии. Карьера — индивидуально осознанное отношение и поведение, связанное со сбережением и использованием возрастающего человеческого капитала в течение рабочей жизни человека [3]. Профессиональное развитие — это процесс последовательного становления личности, обусловленный профессиональной деятельностью, социальной средой и активностью личности [1, с. 24].

В своем исследовании мы определяем «карьерные ориентации» как направленность личности на нормы карьеры, характеризующиеся ценностными, эмоциональными и поведенческими установками и формирующиеся в течение профессиональной социализации [3]. Темперамент в нашем исследовании рассматривается как совокупность психических свойств человека,

характеризующих степень его активности, эмоциональности и стилевых характеристик поведения [1]. Стрессоустойчивость является чертой характера человека, которая позволяет ему сохранять оптимальный уровень функционирования и взаимодействия с окружающим миром в условиях эмоциональной перегрузки [2]. Эмоциональное выгорание — это истощение эмоциональных и физиологических ресурсов человека вследствие воздействия длительного стресса на организм [1].

Цель нашего исследования заключается в выявлении психологических факторов, оказывающих влияние на личностно-профессиональное развитие студентов-психологов. В качестве гипотезы выступило предположение о существовании связи между карьерными ориентациями и типом темперамента, а также между уровнем стрессоустойчивости и эмоциональным выгоранием.

В исследовании приняли участие студенты 1–2 курсов, обучающиеся в УО «Белорусский государственный экономический университет», Институте социально-гуманитарного образования, специальность «Психология». Общая численность испытуемых составила 30 чел., из них: 27 женщины (90 %) и 3 мужчин (10 %).

Для практического изучения типов карьерных ориентаций у студентов был выбран опросник «Якоря карьеры» Эдгара Шейна [2]. Наиболее распространенными карьерными ориентациями среди студентов-психологов являются: «автономия» — 60 %; «служение» — 32 %; «интеграция» — 28 %. Реже в выборке встречаются испытуемые с выраженностью таких ориентаций, как: «предпринимательство» — 17 %; «менеджмент» — 12 %; «стабильность работы» — 11 %; «вызов» — 9 %. Практически отсутствуют в анализируемой выборке студенты с выраженностью шкал: «профессиональная компетентность» — 4 % и «стабильность места жительства» — 2 %. Полученный результат можно объяснить спецификой подготовки студентов-психологов, стремлением их к независимости в профессиональном плане и развитию соответствующих компетенций в выбранной профессии.

Для выявления типов темперамента был использован «Личностный опросник» Г. Айзенка [2], который позволяет установить доминирующий тип темперамента. Данные, полученные в результате эмпирического исследования, показывают, что в экспериментальной выборке преобладали женщины (90 % от общего количества испытуемых), и большинство испытуемых женщин обладают типом темперамента «холерик» — 37 %. Среди мужчин ведущим темпераментом является «сангвиник» — 7 %.

Следующим этапом нашего исследования было выявление взаимосвязи между ведущей карьерной ориентацией и типом темперамента. Для обработки первичных данных и определения связи был применен метод ранговой корреляции Спирмена, который позволяет установить силу и направление корреляционной связи между двумя признаками.

В частности, в анализируемой выборке была выявлена статистически значимая прямая связь между карьерной ориентацией «служение» и типом темперамента «сангвиник» ($r_s = 0,48$, при $p \leq 0,05$); «интеграцией стилей жиз-

ни» и типом «флегматик» ($r_s = 0,33$, при $p \leq 0,05$); «стабильностью» и «меланхолическим» типом темперамента ($r_s = 0,43$, при $p \leq 0,05$); а также между «автономией» и типом «холерик» ($r_s = 0,41$, при $p \leq 0,05$). Это позволяет нам сделать вывод о том, что между карьерными ориентациями и врожденными свойствами нервной системы существует прямая зависимость.

Для диагностики уровня стрессоустойчивости мы использовали методику «Анализ стиля жизни» (Бостонский тест стрессоустойчивости) [3], уровень эмоционального выгорания определялся посредством методики «Диагностика уровня эмоционального выгорания» В. В. Бойко [3]. Исследование показало, что в выборке доминируют студенты со средним уровнем стрессоустойчивости — 50 %. Низкий уровень устойчивости к стрессогенным факторам встречался у 40 % будущих психологов и очень низкий уровень наблюдался у 10 % испытуемых. Диагностика уровня эмоционального выгорания позволила установить, что в анализируемой выборке преобладают студенты с низким уровнем выраженности синдрома выгорания — 57 %. Средний уровень выгорания присутствовал у 20 % будущих психологов. И наконец, сформированный синдром эмоционального выгорания наблюдался у 23 % испытуемых. Подсчет коэффициента ранговой корреляции Спирмена позволил выявить наличие обратной связи между «средним уровнем стрессоустойчивости» и «низким уровнем эмоционального выгорания» ($r_s = -0,41$, при $p \leq 0,01$). Это говорит о том, что с возрастанием показателя стрессоустойчивости у студентов-психологов снижается уровень их эмоционального выгорания.

В ходе проведенного исследования были получены следующие результаты:

- преобладающим типом карьерной ориентации среди 30 студентов-психологов 1 и 2 курсов обучения является «автономия» — 60 % от общей выборки;
- среди студентов распространены испытуемые с типом темперамента «холерик» — 37 %;
- для большей части испытуемых характерен средний уровень стрессоустойчивости — 50 %;
- у большинства студентов (57 %) наблюдается отсутствие эмоционального выгорания или низкий его уровень;
- существует прямая связь между карьерными ориентациями и типом темперамента будущих психологов. И обратная связь между их уровнем стрессоустойчивости и уровнем эмоционального выгорания.

Источники

1. Глуханюк, Н. С. Психология профессионализации педагога / Н. С. Глуханюк. — Екатеринбург : Лазурита, 2017. — 219 с.
2. Ильин, Е. П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности / Е. П. Ильин. — СПб. : Питер, 2018. — 432 с.
3. Сотникова, С. И. Управление карьерой : учебник / С. И. Сотникова. — М. : ИНФРА-М, 2016. — 408 с.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Алябьева Д. А.</i> Финансовые результаты банковского сектора Республики Беларусь	3
<i>Анисович А. А.</i> Повышение эффективности использования земельных ресурсов на примере ОАО «Бегомльское»	6
<i>Архиповская А. Н.</i> Проблемы статистического изучения качества жизни населения	9
<i>Аскальдович А. А.</i> Развитие цифровых технологий в системе безналичных расчетов Республики Беларусь	12
<i>Астрейко В. М.</i> Особенности воздействия внешней среды на туристическую индустрию и возможности минимизации последствий	15
<i>Афанасенко Д. А.</i> Совершенствование системы мгновенных платежей в Республике Беларусь	18
<i>Батый Е. Д.</i> Современные тенденции в международном портфельном инвестировании	19
<i>Бинько О. И.</i> «Японское экономическое чудо»: путь инновационного развития	22
<i>Бирило К. И.</i> Коммуникативные стратегии плакатной рекламы как инструмент формирования общественного мнения	25
<i>Богданович Т. О.</i> Влияние современных банковских технологий на рынок розничных платежных услуг	28
<i>Богомолова А. И.</i> Оценка достижения целей устойчивого развития Республики Беларусь по методике ЭСКАТО	30
<i>Ванкевич Я. В., Фандо В. П.</i> Формы организации обучения с использованием открытых образовательных ресурсов	33
<i>Велисевич Ю. В., Долголаптева П. В.</i> Тренд на экологичность: как использовать производителям нижнего белья и чулочно-носочных изделий?	36
<i>Голубева П. И., Матарас А. А.</i> Как COVID-19 повлиял на развитие беттинг-индустрии на примере компании Parimatch	39
<i>Гордиевич О. Н., Попок Ю. М.</i> Основные направления цифровой трансформации банковской деятельности в Республике Беларусь	41
<i>Горченко Д. А.</i> Политика привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь и пути ее совершенствования	45
<i>Го Чанцзе.</i> Интерпретация китайских и русских пословиц с зооморфизмами	48

<i>Гридюшко А. С.</i> Факторы влияния открытости экономики на рынок аудиторских услуг Республики Беларусь	51
<i>Гудыно К. А.</i> Исследование показателей качества антисептических средств	54
<i>Ёдко Н. А.</i> Государственно-частное партнерство в сфере образования	57
<i>Жукова Я. Д.</i> Инновационный путь развития экономики Сингапура	59
<i>Иванова В. С.</i> Развитие электронной коммерции в Республике Беларусь и зарубежных странах в условиях пандемии	62
<i>Ищенко А. А.</i> Амортизация и обесценение основных средств: идентификация категорий с точки зрения экономики и методологии бухгалтерского учета	65
<i>Казакова Е. Г.</i> Инструментарий оценки транзитного потенциала Республики Беларусь и условия его применения	68
<i>Каменев М. В., Коршиков А. Ю.</i> Критерии выбора ВІ-системы	71
<i>Канаиш В. Ю.</i> Оценка роли кредитных ресурсов в обеспечении конкурентоспособности ЗАО «БелАсептика»	74
<i>Клентак К. А.</i> Международный опыт развития стартап-экосистемы. Актуальные решения для Беларуси	76
<i>Копейко Е. И.</i> К вопросу о языковой вариативности испанского языка	79
<i>Кузьмич А. Ю.</i> Формирование туристического имиджа Республики Беларусь	82
<i>Кулеш А. Л.</i> Актуальные вопросы формирования учетной политики	85
<i>Кулеш М. С., Жук В. Н.</i> IT-технологии в бухгалтерском учете: возможности и перспективы развития	87
<i>Купцевич Ю. Ю., Устименко К. А.</i> Контроль расчетов с покупателями и заказчиками: актуальные вопросы	90
<i>Курило М. Э.</i> Биржевые инвестиционные фонды, их особенности и перспективы развития в Республике Беларусь	93
<i>Кутняя Д. В.</i> Концепция «гарнизонного государства» Г. Лассуэлла	96
<i>Ледницкая А. А.</i> Развитие цифровизации бухгалтерского учета в строительных организациях	99
<i>Лукиша О. А., Щупановская А. А.</i> Направления увеличения доходов и сокращения расходов в организациях транспорта	102
<i>Ляшкова А. И.</i> Совершенствование санаторно-курортного продукта как способ активизации спроса на рынке внутреннего туризма	105

<i>Марковская В. А.</i> Лексико-семантические сходства и различия мифонимов в славянской и романской культурах	109
<i>Матюшенко Д. А., Кудрявцева А. С.</i> Финансовые результаты в отчетности: метод начисления и кассовый подход	111
<i>Мищенко Е. М.</i> Типологизация районов Гродненской области на основе анализа доходных и расходных поступлений в местные бюджеты Республики Беларусь	114
<i>Молоткова Ю. В.</i> Добавленная стоимость: методика оценки и анализ распределения в Республике Беларусь	117
<i>Мулёва М. С.</i> Анализ ассортимента одноразовой посуды, представленной на рынке Республики Беларусь	121
<i>Муратова А. Д.</i> Методические подходы к оценке экономической эффективности кормов в молочном скотоводстве	124
<i>Назарова А. В.</i> Акционимы великобритании и Беларуси, связанные с событиями религиозной жизни	128
<i>Павленко А. А.</i> Развитие банковских операций по привлечению денежных средств населения в Республике Беларусь	131
<i>Парецкая В. С.</i> Структура ассортимента межкомнатных дверей, реализуемых ООО «ОМА»	133
<i>Патапчик Е. С., Каишур В. В.</i> Транзитная привлекательность Республики Беларусь при перевозках грузов железнодорожным транспортом	136
<i>Петровская В. В.</i> Учет цифровых знаков (токенов) в условиях цифровизации экономики Республики Беларусь	139
<i>Пилитейко К. А.</i> PR-деятельность и особенности продвижения репутации предприятия (на примере ООО «Солвит»)	142
<i>Прокопенко Я. С., Устименко К. А.</i> Методические аспекты аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками	145
<i>Прошак Я. А.</i> Лингвопрагматическая характеристика политического дискурса	148
<i>Романовская Я. О.</i> Оценка емкости отечественного рынка кондитерских изделий и рыночной доли СОАО «Коммунарка»	150
<i>Савченко В. В.</i> Оценка равновесного реального эффективного обменного курса белорусского рубля	154
<i>Сазонова А. А.</i> Образ Китая в общественно-политическом дискурсе Франции	156
<i>Свита Е. А.</i> Валютная политика государства: опыт стран с развивающимися рынками	159

<i>Синицкий В. С.</i> Анализ SEIRD-модели распространения COVID-19 в Республике Беларусь	162
<i>Стома Н. В.</i> Управление интеллектуальными ресурсами инновационно-активных предприятий Республики Беларусь в условиях цифровой трансформации	164
<i>Ткачева В. В.</i> Политическая коммуникация как объект лингвистического исследования	168
<i>Токарева А. А.</i> Совершенствование системы внутреннего контроля аудируемого лица посредством внедрения интегрированной отчетности	170
<i>Триллер В. А.</i> Влияние институтов управления на инновационное развитие Республики Беларусь	173
<i>Федорченко А. Р.</i> Система мгновенных платежей: тенденции, инновации и перспективы развития	177
<i>Фоменок Т. А.</i> Трансформация глобальных цепочек создания стоимости в условиях COVID-19	179
<i>Царик П. В.</i> Оценка развития экспорта молочной продукции Республики Беларусь	181
<i>Ярмолич Д. А.</i> Альтернативные подходы к тестированию продуктов на основе ИТ-решений	184
<i>Дудчик А. В., Матвеева Д. А., Троцюк А. А.</i> Развитие «зеленой» логистики на основе экологизации логистических бизнес-процессов	187
<i>Басай А. Е., Русаловская В. Г.</i> Особенности, проблемы и перспективы развития рынка слияний и поглощений в Республике Беларусь	191
<i>Давыденко К. Д.</i> Методологический подход к оценке состояния развития необанкинга в Республике Беларусь	195
<i>Шкуренко Т. В., Булгакова Ю. О.</i> Маркетинговые коммуникации бренда Milavitsa в сети Интернет	201
<i>Анисимович А. А., Крагель Е. С., Мозоль Д. С., Наумчик М. Ю., Сивашенко Т. А.</i> Социологический портрет административной элиты Республики Беларусь	204
<i>Киклевич Н. С., Мирная В. В., Прокофьева В. А.</i> О формировании экономики впечатлений в сельском территориальном развитии	208
<i>Касперович О. В., Амелянович А. М., Колбасникова Д. К.</i> Развитие бухгалтерского учета расчетов с персоналом по прочим операциям	212
<i>Ботнарь В. А., Кукса Ю. С.</i> Факторы и условия, формирующие транзитный потенциал Республики Беларусь при транспортировке грузов ...	215

<i>Кравчук А. Ю., Купцевич Ю. Ю., Лукаш О. А., Устименко К. А., Щупановская А. А.</i> Методы ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности во время пандемии (COVID-19)	218
<i>Моисеенко Е. И., Нехода А. Г.</i> Интеллектуальные ресурсы как фактор повышения конкурентоспособности промышленных предприятий Республики Беларусь	222
<i>Стома Н. В., Кузнецова М. В., Атрушкевич А. С., Нехода А. Г., Моисеенко Е. И., Жиивицкая В. В.</i> Повышение конкурентоспособности предприятия на основе инновационной деятельности	226
<i>Курило М. Э., Киселев И. В., Прокурят М. А.</i> Развитие розничного бизнеса банков Республики Беларусь в сфере частных инвестиций	230
<i>Демидкова Е. А., Фандо В. П., Масловский П. П.</i> Визуализация как механизм повышения эффективности исполнения бюджета	234
<i>Вишеватая А. А., Цубер С. П.</i> Исследование складской инфраструктуры Беларуси	238
<i>Кожанова Е. М., Вишеватая А. А.</i> Использование офисного пространства в период рыночной неопределенности	242
<i>Намаконов И. В.</i> Психолингвистическое моделирование образа Китая в языковом сознании белорусов	247
<i>Концевич А. А.</i> Коммуникативные стратегии и тактики убеждения, использующиеся в англо- и русскоязычных петициях	251
<i>Стефоняк А. А., Курбатов В. С.</i> Статистическое моделирование и анализ эффективности деятельности банков	255
<i>Зверок Н. А.</i> Рекламная акция «Два товара по цене одного»: сущность и отражение в бухгалтерском учете	260
<i>Данилевич П. Ю., Косько А. Г.</i> Анализ факторов конкурентоспособности ТНК с точки зрения концепции устойчивого развития	264
<i>Кунаш А. О., Меньшикова Д. Н., Потапова Т. С.</i> Влияние пандемии COVID-19 на качество жизни Республики Беларусь	268
<i>Голубева П. И., Миронов В. В., Подлипская Д. Д., Попрукайло И. С., Трушкевич В. И.</i> Нейромаркетинг и особенности его применения	271
<i>Гибашова А. А., Иванович Е. Ю., Мазур А. А.</i> Обоснование и разработка инклюзивного туристического продукта для людей с проблемами зрения	275
<i>Александрова А. А., Сергеева М. В.</i> Человеческий капитал и бедность: оценка влияния и выводы для Беларуси	279
<i>Дедух Е. А., Невструева М. В.</i> Особенности личностно-профессионального становления студентов-психологов	284

НИРС БГЭУ

Сборник научных статей

Выпуск 11

Редактор *Е. С. Петрова*
Корректор *О. С. Веремейчик*
Технический редактор *О. В. Амбарцумова*
Компьютерный дизайн *Ю. Н. Лац*

Подписано в печать 04.03.2022. Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman. Офсетная печать. Усл. печ. л. 17,0. Уч.-изд. л. 17,0. Тираж 50 экз. Заказ

Издатель и полиграфическое исполнение:

УО «Белорусский государственный экономический университет».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий № 1/299 от 22.04.2014, № 2/110 от 7.04.2014.

Пр. Партизанский, 26, 220070, Минск.