

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого»

БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

**МАТЕРИАЛЫ
XVII Международной научной конференции
студентов, магистрантов, аспирантов
и молодых ученых**

Гомель, 23–24 мая 2024 года

**В двух частях
Часть 1**

Гомель 2024

УДК 316.75(042.3)

ББК 66.0

Б43

Редакционная коллегия:

д-р социол. наук, проф. *В. В. Кириенко* (главный редактор)

д-р ист. наук, проф. *С. А. Елизаров*

д-р техн. наук, проф. *М. И. Михайлов*

канд. геогр. наук, доц. *Е. Н. Карчевская*

канд. юрид. наук, доц. *С. П. Кацубо*

канд. экон. наук, доц. *М. Н. Андриянчикова*

канд. экон. наук, доц. *И. В. Ерманина*

канд. экон. наук, доц. *Е. П. Пономаренко*

канд. филол. наук, доц. *М. В. Буракова*

канд. филос. наук, доц. *А. Ю. Савенко*

канд. филос. наук, доц. *В. Н. Яхно*

канд. техн. наук *А. О. Добродей*

канд. пед. наук, доц. *С. Л. Володкович*

Под общей редакцией д-ра социол. наук, проф. *В. В. Кириенко*

Подготовка и проведение конференции осуществлены на базе
Гомельского государственного технического университета имени П. О. Сухого

Беларусь в современном мире : материалы XVII Междунар. науч. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых, Гомель, 23–24 мая 2024 г. В 2 ч. Ч. 1 / М-во образования Респ. Беларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого ; под общ. ред. В. В. Кириенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2024. – 294 с.

ISBN 978-985-535-612-8.

Представлены рецензированные доклады студентов, результаты диссертационных исследований магистрантов, аспирантов и молодых ученых по проблемам формирования государственности, исторической и социокультурной идентичности Беларуси, правовому обеспечению социально ориентированной экономики, внутреннего и внешнего туризма.

Для преподавателей вузов, аспирантов и студентов, изучающих экономические и социально-гуманитарные дисциплины.

УДК 316.75(042.3)

ББК 66.0

ISBN 978-985-535-612-8 (ч. 1)

ISBN 978-985-535-614-2

© Оформление. Учреждение образования
«Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

<i>Белаш А. А., Жуковец С. Г., Алферова Т. В.</i> Критерии выбора комплекта беспилотных летательных аппаратов для обследования ЛЭП Гомельских электрических сетей.....	8
<i>Кучеров А. П., Михайлов М. И.</i> Перспективы развития робототехники в Республике Беларусь.....	11
<i>Клейман В. В.</i> Гражданское общество: состояние и особенности формирования белорусской модели	18

Секция I

ЗНАТЬ И ПОМНИТЬ СВОЮ ИСТОРИЮ – 80 ЛЕТ ОСВОБОЖДЕНИЯ БЕЛАРУСИ. МЕСТО И РОЛЬ БЕЛАРУСИ В ИСТОРИЧЕСКОМ И ГЕОПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССАХ

<i>Ануфриева Д. К., Уваров И. Ю.</i> Героический образ Александра Лаврентьевича Исаченко в истории партизанского движения Гомельщины	25
<i>Бокая Д. В., Елизаров С. А.</i> Бобруйское подполье в годы Великой Отечественной войны	27
<i>Великанов М. Д., Елизаров С. А.</i> Политика геноцида в Лоевском районе (1941–1943 гг.) ...	30
<i>Гавриленко К. Е., Мартынюк А. В.</i> Деятельность общества BUGHOLENDRY e.V. по сохранению памяти о голендрах в Беларуси (2009 г. – наши дни)	34
<i>Галицкий Н. А., Елизаров С. А.</i> Нацистский геноцид: карательные акции на территории Полесской области (1941–1944 гг.).....	37
<i>Дайнеко В. А., Елизаров С. А.</i> Великая Отечественная война в семейной памяти: семья Маливук.....	40
<i>Малафеев Р. Д., Елизаров С. А.</i> Лагерь смерти Дулаг-121 (1941–1943 гг.).....	43
<i>Малинина Д. М., Скачкова В. А.</i> Дороги войны в творчестве Юлии Друниной	46
<i>Рудавка Г. А., Барсук Е. Е.</i> Оккупационный режим на территории Полесской области (1941–1944 гг.)	49
<i>Тетеркин А. Д., Житко А. П.</i> Развитие дворянской промышленности в Беларуси в 1861–1914 гг.	51
<i>Шушкевич Д. С., Кириенко В. В.</i> Иван Андреевич Флеров – воин-герой, защитник Родины	55

Секция II

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА: МИРОВОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

<i>Астапенко К. О., Бабына И. В.</i> Экономический рост в социально ориентированной рыночной экономике: современное состояние, проблемы и обеспечение в Республике Беларусь.....	58
<i>Василевский В. В., Коваленко Ю. С., Новикова И. Н.</i> Оценка факторов, определяющих выбор способа финансирования инвестиционных проектов	61
<i>Глушак Ю. Ю., Митрофанова Г. В.</i> Инновационный менеджмент: методы и инструменты для развития творческого потенциала сотрудников	65
<i>Григорян А. А., Ермონина И. В.</i> Импортозамещение и его развитие в Республике Беларусь.....	68

Губченко В. А., Соколов Д. А., Трейтъякова Е. В. Реализация проекта «Умный город» в Республике Беларусь.....	72
Давыдова А. М., Пупкова А. С., Ковалева Е. А. Представительство интересов работников в сфере социального партнерства.....	74
Дайнеко П. А., Митрофанова Г. В. Совершенствование управления денежными потоками на предприятии.....	77
Dalimaeva Y. S., Dem O. D. Financing methods for small businesses in a market economy.....	79
Дарякин А. А., Ахмадуллина А. А. Значимость принципов и инструментов исламской экономики и финансов в условиях современных вызовов мировой экономики.....	82
Доминиковская У. Г., Митрофанова Г. В. Дизайн-мышление в менеджменте: новый подход к решению проблем.....	84
Досанова Д. В., Ландова Н. К. Документальное оформление и учет затрат вспомогательных производств на промышленном предприятии Республики Беларусь	87
Захаревич М. С., Малиновская О. В. Экономические и инновационные технологии в санаторно-курортных учреждениях	90
Коноваленко А. В., Митрофанова Г. В. Управление в эпоху искусственного интеллекта: влияние искусственного интеллекта на принятие решений в бизнесе	93
Коноваленко Д. А., Пономаренко Е. П. Проблемы привлечения инвестиций в основной капитал и пути их решения	96
Колмачева П. С., Ридецкая И. Н. Сущность социально ориентированной рыночной экономики	99
Копачева К. А., Ермнина И. В. Влияние государственного долга на национальную экономику	103
Корнеев Д. И., Митрофанова Г. В. Проблемы обеспечения внешнеэкономической безопасности Республики Беларусь	105
Котов А. М., Голик В. С. Инструменты для эффективного взаимодействия поставщиков и сетевого ритейла	108
Кривоносова Я. А., Светлякова М. Г., Винник О. Г. Географические информационные системы в сельском хозяйстве	112
Лавриненко А. В., Бажина А. А. Интеллектуальный капитал в экономике знаний.....	115
Лисовская М. И., Красько А. Д., Лебедева С. О. Строительство льготного жилья в Республике Беларусь как фактор социально-экономического развития	118
Медведева А. В., Пономаренко Е. П. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов путем совмещения профессий ОАО «Речицкий метизный завод».....	121
Медведева А. В., Ермнина И. В. Состояние и тенденции развития производства прочих готовых металлических изделий в Республике Беларусь	124
Медведь А. Н., Белявская С. Л. Роль малого и среднего бизнеса в национальной экономике Беларуси: проблемы и перспективы.....	127
Мирончик В. В., Ванкевич Е. В. Роль государства в поддержке молодежного предпринимательства (мировой опыт).....	129
Можейко А. А., Ермнина И. В. Классификация документов. Правила оформления служебной документации.....	132
Мотняк Д. А., Виногоров Г. Г. Сравнение оценки запасов в отечественной и зарубежной практике	135
Полойкина А. К., Пономаренко Е. П. Повышение эффективности использования основных средств путем замены самосвала (на примере ДСУ № 17 ОАО «ДСТ № 2, г. Гомель»)	137
Пугачева Е. В., Андриянчикова М. Н. Система управления платежеспособностью предприятия и основные направления ее совершенствования на примере ОАО «ГЗЛиН»	140
Русакова К. А., Винник О. Г. Технологии искусственного интеллекта, машинного обучения и обработки данных в сельском хозяйстве	143

Секция III

СЛАВЯНСКІЯ МОВЫ І КУЛЬТУРА Ў ПРАСТОРЫ І ЧАСЕ

<i>Афанасенка К. С., Браздзіхіна А. В.</i> «Дзівак-чалавек» як аўтапсіхалагічны лірычны герой А. Вярцінскага.....	147
<i>Язерская М. С., Браздзіхіна А. В.</i> Матыў падарожжа ў часе як сродак асэнсавання чалавечага лёсу ў сучаснай беларускай прозе.....	149
<i>Зубарева Е. С., Дайнеко В. А., Короткий З. А., Буракова М. В.</i> Логико-понятийная схема как основа терминологического глоссария.....	152
<i>Соболь П. В., Курганова Н. И.</i> Образ Минска в языковом сознании жителей города	155
<i>Шчарбатая А. А., Ляшчынская В. А.</i> Фразеалагізмы з агульным кампанентам <i>выходзіць</i>	158
<i>Чайдаков И. М., Войтишенюк Е. В.</i> История транспорта Беларуси, СССР и Великобритании (культурологический аспект)	161
<i>Гракова М. Д., Арбузова К. М., Войтишенюк Е. В.</i> Игровой метод «Искейп-рум» (Escape room) при изучении английского языка	165
<i>Климкова К. В., Войтишенюк Е. В.</i> Творчество Джанет Эчельман и Марьяны Карпович в сравнительном аспекте	169
<i>Гаврилов Д. Д., Войтишенюк Е. В.</i> Стратегии запроса информации и информирования при использовании чата GPT в сравнительном аспекте.....	173
<i>Баравікова Я. А., Буракова М. У.</i> Некаторыя адметнасці навукова-тэхнічных тэкстаў па электратэхніцы.....	176

СЕКЦИЯ IV

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. МЕЖДУНАРОДНЫЙ И ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОРЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

<i>Банчук Е. М., Романчук А. А., Миненко П. С., Сверлов А. С.</i> Новые технологии как фактор повышения эффективности стратегии продвижения белорусских товаров на зарубежных рынках.....	180
<i>Баязитова Д. В., Ридецкая И. Н.</i> Промышленный туризм как фактор межкультурной и социально-экономической интеграции	182
<i>Богданов А. К., Карчевская Е. Н.</i> Туристические тренды: современные направления и предпочтения	185
<i>Быкова Ю. М., Соловьева Л. Л.</i> Совершенствование туризма в малых городах Республики Беларусь: разработка тура «З чаго пачынаецца Радзіма».....	189
<i>Гринь Д. С., Дианова Е. С., Карчевская Е. Н.</i> Анализ перспектив развития спелеотуризма.....	192
<i>Гришкова В. В., Карчевская Е. Н.</i> Перспективы развития инклюзивного туризма.....	194
<i>Задорожная Н. А.</i> Состояние мирового рынка продукции птицеводства в условиях логистической интеграции	198
<i>Криштанович В. В., Смирнова К. В., Козловская О. И.</i> LOHAS – мейнстрим маркетинга	201
<i>Мартынюк Д. Г., Rogovskaya A. И., Саевец А. Н.</i> Улучшение клиентского опыта через карту клиентского пути	204
<i>Мартынюк Д. Г., Rogovskaya A. И., Ланец Е. С., Сверлов А. С.</i> Бренд как ключевой инструмент конкурентного преимущества: стратегии формирования и укрепления бренда на рынке.....	207
<i>Мильто Я. Д., Карчевская Е. Н.</i> Географический маркетинг: анализ методов и направлений.....	210

<i>Петровец К. В., Карчевская Е. Н.</i> Современные тенденции в развитии агроэкотуризма в Республике Беларусь	213
<i>Понадысева Ю. С., Карчевская Е. Н.</i> Swot-анализ как инструмент повышения эффективности политики гостиничного предприятия	217
<i>Рубцова А. В., Соловьева Л. Л.</i> Онлайн-конструирование кондитерских изделий как направление совершенствования ассортиментной политики	219
<i>Руденко М. Е., Безуглая В. А.</i> Ребрендинг в контексте оздоровления современного бренда	222
<i>Синева И. Д., Лапицкая О. В.</i> Туристический потенциал лесного фонда как основа развития экотуризма в Беларуси	225
<i>Хвойницкая В. Г., Мархоцкая Д. О., Козловская О. И.</i> Влияние нейромаркетинговых инструментов на поведение потребителей	228
<i>Хихлина П. Э., Зинкевич Г. Н.</i> Активные виды туризма в Республике Беларусь	230
<i>Шамберова Е. А., Кулеш А. А., Ридецкая И. Н.</i> Использование интернет-рекламы для повышения эффективности торговых процессов и репутации компании на примере интернет-магазина Wildberries	232
<i>Шевченко М. Л., Соловьева Л. Л.</i> Оценка эффективности использования инструментов стимулирования сбыта кондитерской продукции	236

Секция V

МЕЖНАЦИОНАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ПРОБЛЕМЫ СОХРАНЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ. ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В СТАНОВЛЕНИИ ЛИЧНОСТИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ. ГОД КАЧЕСТВА: ОТ ВЫПУСКА ТОВАРОВ И УСЛУГ МИРОВОГО КАЧЕСТВА К ОБЕСПЕЧЕНИЮ ВЫСОКОГО УРОВНЯ ЖИЗНИ. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И СОЦИОГУМАНИТАРНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО БЕЛАРУСИ С ГОСУДАРСТВАМИ ЕС И ЕАЭС: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

<i>Бордуков Ю. В., Седельник В. В.</i> Международные отношения Республики Беларусь со странами Ближнего Востока	239
<i>Быкова Л. С., Литвиненко К. А., Якуто К. И., Сверлов А. С.</i> Культурные мероприятия и фестивали как инструмент сохранения национально-культурной идентичности	242
<i>Wang Miao, Paliyeva T. V.</i> The development of higher education internationalization processes in China from 1978 to 1992	245
<i>Вегера Д. О., Андриянов А. Д., Колесников А. В.</i> Создание общего биржевого рынка Союзного государства: перспективы для России и Беларуси	247
<i>Гаврилова Д. А., Грищенко И. А.</i> Адам Мицкевич и Александр Пушкин: история товарищества и идейное противостояние	249
<i>Захаревич М. С., Малиновская О. В.</i> Экономические и инновационные технологии в санаторно-курортных учреждениях	252
<i>Клевец В. А., Савостеев Е. А., Исмаилова Л. В.</i> Гражданско-патриотическое воспитание как фактор социализации личности	256
<i>Корнеев Т. А., Бажина А. А.</i> Роль экономики знаний в обеспечении конкурентоспособности предприятий молочной промышленности	258
<i>Левкина А. В., Петрова П. Р., Колесников А. В.</i> Формирование структуры валового внутреннего продукта Республики Беларусь	261
<i>Леонтьева Э. В., Срыбная Т. Ю., Красильникова М. Б.</i> Роль исторической памяти в формировании гражданско-патриотической позиции молодежи	265

<i>Мотняк Д. А., Виногоров Г. Г.</i> Сравнение оценки запасов в отечественной и зарубежной практике	268
<i>Подольск Е. С., Живицкая Е. В., Ищенко Н. С.</i> Воздействие окружающей среды на здоровье и жизнь человека	269
<i>Прохор Н. М., Есина О. Р., Колесников А. В.</i> Перспективы создания российско-белорусской валютной зоны	273
<i>Proshin S. A., Shvayakova O. V.</i> State and prospects of foreign economic activity of the Republic of Belarus within the EAEU	275
<i>Савченко А. Ю., Кириенко В. В.</i> Культура триединства Беларуси	279
<i>Стаселько В. М., Зайцева О. В.</i> Внешняя торговля товарами Республики Беларусь	281
<i>Ходор Е. С., Анцитович П. А., Гриб В. А., Сверлов А. С.</i> Перспективные направления совершенствования материалов и технологий промышленно-индустриального комплекса как условие обеспечения конкурентоспособности	285
<i>Хуань Цинь, Палиева Т. В.</i> Анализ исследований китайских ученых по проблеме поликультурного начального образования	289
<i>Шипуль А. В., Лычникова В. В., Виногоров Г. Г.</i> Внедрение международных стандартов финансовой отчетности в страны Евразийского экономического союза	292

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

УДК 629.735-519:621.315.1(476.2)

КРИТЕРИИ ВЫБОРА КОМПЛЕКТА БЕСПИЛОТНЫХ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ ДЛЯ ОБСЛЕДОВАНИЯ ЛЭП ГОМЕЛЬСКИХ ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ СЕТЕЙ

А. А. Белаш

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научные руководители: С. Г. Жуковец, Т. В. Алферова

На примере Гомельских электрических сетей рассмотрены критерии выбора комплекта БПЛА для обследования ЛЭП.

Ключевые слова: беспилотные летательные аппараты, линии электропередач, мониторинг состояния.

CRITERIA OF CHOOSING A SET OF UAVS FOR INSPECTION OF POWER LINES OF GOMEL ELECTRIC NETWORKS

A. A. Belash

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisors: S. G. Zhukovets, T. V. Alfeyorova

Using the example of the Gomel electric networks, the criteria for choosing a set of UAVs for the inspection of power lines are considered.

Keywords: UAVs, power lines, condition monitoring.

Рынок БПЛА стремительно развивается и на нем появляются более современные и технологичные версии дронов, имеющих ряд преимуществ и делающих их наиболее выгодными для использования в диагностировании электросетевых объектов. Основными критериями и характеристиками при выборе БПЛА в этом случае будут являться дальность применения, скорость полета и время эксплуатации. Сравнительная характеристика разных типов и классов дронов приведена в табл. 1 [1].

Таблица 1

Классы БПЛА

Класс	Название	Дальность применения (с возвратом в точку старта), км	Диапазон цен за комплект с ПО
Мультироторные БВС	«Суперкам X6M2»	До 10	От 34
Самолетный, малого радиуса действия	«Суперкам S100»	До 50	От 35
Самолетный, среднего радиуса действия	«Суперкам S250»	До 180	От 48
Самолетный большого радиуса действия	«Суперкам S350»	До 240	От 68

Мультироторные БПЛА применяются для осмотра и диагностирования небольшого участка ЛЭП либо подстанции. Его конструкция позволяет выполнять горизонтальный взлет, что не требует дополнительного оборудования для его запуска. Дрон имеет небольшие размеры, что позволяет совершать маневры между оборудованием на подстанции либо элементами ЛЭП. Данный вид БПЛА приведен на рис. 1.

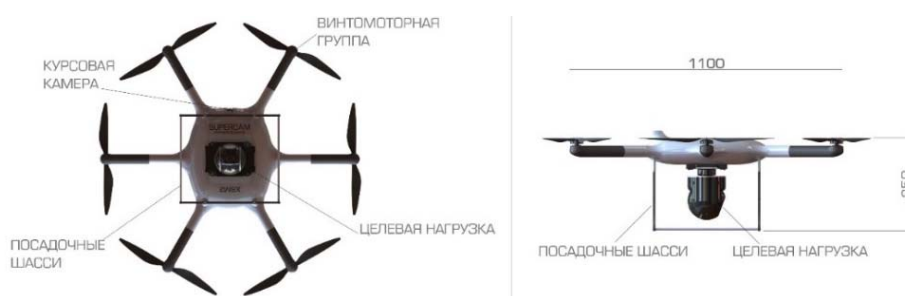


Рис. 1. БПЛА мультироторного типа Суперкам X6M2

Беспилотный летательный аппарат самолетного типа применяется для мониторинга протяженных участков ЛЭП, которые могут достигать сотен километров. Благодаря конструкции, напоминающей самолет, воздушное судно способно набирать высокую скорость полета, которая позволяет проводить фото/видеосъемку оперативно и преодолевать большое расстояние за минимальный промежуток времени. Габариты такого устройства могут достигать двух-трех метров в зависимости от конструктивной особенности, оснащённости и предназначения. Данный вид БПЛА представлен на рис. 2.



Рис. 2. БПЛА самолетного типа Суперкам S350

Основные технические характеристики БПЛА разных видов приведены в табл. 2.

Таблица 2

Технические характеристики БПЛА

Название	Габариты (размах крыла)	Время полета	Скорость	Радиус действия радиолинии	Дальность действия видеоканала	Макс. дальность полета	Макс. взлетный вес	Рабочая высота полета
«Суперкам X6M2»	1010 x 1010 x 300 мм	До 55 мин	0–60 км/ч	До 10 км	До 10 км	До 10 км	До 8 кг	50÷500 м
«Суперкам S350»	3,2 м	До 4,5 ч	65–120 км/ч	70–100 км	До 50–100 км	До 240 км	11,5 кг	150÷5000 м

Одним из основных технических отличий этих двух видов БПЛА является запуск в эксплуатацию. В то время как БПЛА мультироторного типа могут запускаться вертикально, для запуска большинства дронов самолетного типа применяются специальные устройства, позволяющие набрать оптимальную скорость для применяемого типа дрона. Существует два способа запуска беспилотного судна самолетного типа: с помощью пневматической пусковой установки и с помощью пусковой «рогатки».

Условия эксплуатации для двух видов дронов идентичны. Скорость ветра для их оптимальной работы может достигать до 15 м/с. Температура окружающей среды от –40 до +45 °С, что позволяет использовать их как в самые холодные дни зимы, так и при палящем солнце летом. Погодный режим для них довольно умеренный, поэтому их можно использовать при умеренном дожде и снегопаде. Однако необходимо учитывать, что при различных погодных условиях могут снижаться условия эксплуатации дронов – их скорость и время полета. В холодную погоду аккумулятор будет садиться быстрее, что может снизить срок эксплуатации с четырех с половиной часов до трех. Это важно учитывать при проведении работ на ЛЭП.

Оснащенность БПЛА комплектующими приведена в табл. 3.

Таблица 3

Оснащенность БПЛА комплектующими

Название комплектующих	«Суперкам X6M2»	«Суперкам S350»
Фотокамера	+	+
Гиростабилизированный тепловизор и/или видекамера PAL	+	+
Мультиспектральная камера	+	+
Датчик измерения радиационного фона	+	+
Лазерный газоанализатор	+	+
Лазерный сканер	+	+
Возможность установки двух фотокамер одновременно	–	+
Модуль автоматического сопровождения и удержания цели	+	+
Широкополосный защищенный видеоканал до дальности передачи данных	10 км	50–100 км
Система сброса груза/шашек	+	–

Благодаря современным технологиям БПЛА можно оснастить всеми современными устройствами, которые позволяют улучшить работу по диагностике и мониторингу электросетевого оборудования. Фотокамеры высокого разрешения способны производить снимки в разрешении 1920 x 1080 и выше, что дает возможность детальнее рассмотреть интересующие объекты сети. Видеокамеры с оптическим увеличением применяют для приближения удаленных объектов для детальной видеосъемки тех или иных элементов. Мультиспектральная камера позволяет производить пять фотографий одного и того же объекта, но с разными данными. Это позволяет осуществить пять объективов, под которыми находятся пять монохромных матриц, или сенсоров. Электромагнитное излучение (это видимый свет, ультрафиолет и другие участки спектра) проходит через объективы, и, прежде чем зафиксироваться на матрицах, сталкивается со светофильтрами. Для каждого сенсора он свой: красный, зеленый, синий, дальний красный или инфракрасный. Через фильтр, как через face-контроль, проходит только один участок спектра: т. е. из всего электромагнитного пучка до матрицы добывается либо синий, либо красный и т. д. Таким образом, на каждом сенсоре сохраняется цифровая информация только по одному из участков спектра. Воздушный лазерный сканер (LiDAR) совместно с BBC Supercam предназначен для проведения воздушного лазерного сканирования обширных участков земной поверхности на высотах от 80 до 170 м для получения цифровых моделей рельефа, 3D-моделей местности, зданий и сооружений. Модуль автоматического сопровождения и удержания цели позволяет сфокусироваться на определенном объектом и производить фото- и видеосъемку только этого элемента. Широкополосный защищенный видеоканал не дает возможности произвести взлом сигнала для хакерских атак и похищения данных.

В результате сравнения технических характеристик, конструктивных особенностей и области применения двух типов дронов предлагаем к использованию для мониторинга ЛЭП в Гомельских электрических сетях БПЛА самолетного типа.

Л и т е р а т у р а

1. Supercam. ГК Беспилотные системы. – Режим доступа: <https://supercam.aero/>. – Дата доступа: 07.05.2024.

УДК 004.896

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОБОТОТЕХНИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. П. Кучеров

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого, Республика Беларусь»*

Научный руководитель М. И. Михайлов

Предложены стратегии по развитию перспективных направлений в робототехнике в Беларуси.

Ключевые слова: перспективы, развитие, робототехника.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ROBOTICS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

A. P. Kuchеров

Sukhoi Gomel State Technical University Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor M. I. Mikhailov

Strategies for the development of promising areas in robotics in Belarus are proposed.

Keywords: prospects, development, robotics.

Робот – приводной механизм, программируемый по двум и более осям, имеющий некоторую степень автономности, движущийся внутри своей рабочей среды и выполняющий предназначенные ему задачи (согласно Международному стандарту ISO 8373:2012). Это автоматическое устройство, которое благодаря специальной встроенной программе способно выполнять вместо человека определенные умственные и физические задания. Современные модели могут не только понимать окружающий мир при помощи датчиков, но также самостоятельно принимать решения, строить модели поведения.

Как понять, что перед нами именно робот, а не умный гаджет? Первый обязательно соответствует трем характеристикам:

SENSE: восприятие мира с помощью сенсоров – микрофоном, камерами, электромагнитными или электромеханическими датчиками.

THINK: понимание окружающей среды и построение соответствующей модели поведения для выполнения начертанных задач.

ACT: оказание воздействия на внешнюю среду.

Если хотя бы одно условие отсутствует, мы не сможем назвать машину роботом.

Все классификации роботов в робототехнике

Классификация по Международному стандарту ISO 8373:2012:

– *промышленные*. Всевозможные манипуляторы, созданные для автоматизации производства. Базируются в производственном цеху;

– *сервисные*. Замена или дополнение человека в решении типовых и рутинных задач в сфере обслуживания. Базируются за пределами производственных пространств.

International Federation of Robotics (IFR, Международная классификация робототехники) дополнительно разделяет сервисных роботов на несколько подтипов:

– *персональные* (для использования в повседневной жизни): кухонные, роботы-пылесосы, сиделки, питомцы;

– *профессиональные* (извлечение выгоды, дохода при оказании услуг): роботы-консультанты, администраторы, гиды, курьеры, роботы-диагносты.

По истории создания:

– *первое поколение*. Разработанные еще в 1960-х, они действовали согласно определенной программе, не способные адаптироваться к изменяющейся среде;

– *второе поколение*. Встроена гибкая программа, способная выполнять сложные производственные задачи, высокоточную сборку. Робот может самостоятельно выбрать оптимальный алгоритм, исходя из окружающей обстановки;

– *третье поколение*. Самообучающиеся устройства, способные бесконечно адаптироваться и самосовершенствоваться без вмешательства человека.

По управлению роботов делят на три типа:

– *жесткопрограммируемые* (переобучаемые).

Не способны корректировать свои действия под влиянием изменяющихся условий. Программа не меняется в процессе работы, однако сам робот подлежит переналадке;

– *перепрограммируемые* (обучаемые). Обучение происходит в первом рабочем цикле. Сначала робот обучается и проводится по алгоритму человеком-наладчиком. Затем машина способна сама корректировать свои действия относительно заданного плана в зависимости от реальной обстановки;

– *гибкопрограммируемые* (самообучаемые). Могут формировать программу в зависимости от поставленной цели и информации об объектах, условиях внешней среды. Обладают развитой сенсорной и мощной управляющей системой, инновационным программным и алгоритмическим обеспечением. Это передовые машины, способные распознавать образы и ситуации, моделировать окружающую среду, планировать собственное поведение и самообучаться в процессе функционирования.

По свойствам материалов выделяются:

– *жесткие роботы*. Изготавливаются из жесткого сырья, приспособлены для выполнения однотипной задачи, требующей высокой точности и большой физической силы. Это курьеры-роверы и машиноподобные андроиды.

– *мягкие (эластичные) роботы*. Производятся из материала, сходного с тем, что встречается в живой природе. Могут менять форму, приспосабливаться к внешнему миру. Это те же роботы-черви из Университета Глазго;

– *гибридные роботы*. На «теле» устройства есть как жесткие, так и эластичные конструкции, помогающие захватывать объекты и манипулировать ими. Иногда жесткий каркас устройства покрывают эластичной «кожей».

По типу управления:

– *автономные*. При решении поставленной задачи не требуют присутствия человека. Способны обрабатывать, анализировать информацию при помощи ИИ, самостоятельно принимать решения;

– *полуавтономные*. Не требуют постоянного присутствия живого оператора, однако способны действовать исключительно по заложенному алгоритму, не отступая от него ни на шаг;

– *управляемые*. Для использования такой робототехники нужно постоянное присутствие оператора. Человек может управлять устройством как с близкого расстояния, так и удаленно.

По способу передвижения:

– *колесные*. Самое простое решение для перемещения робота. Чем больше колес, тем устойчивее и маневреннее машина;

– *гусеничные*. Чаще всего это боевые роботы, которым требуется передвигаться по пересеченной местности;

– *шагающие*. Имитация ходьбы человека, применяется в отношении антропов. Для большей устойчивости чаще используются не двуногие, а трех- и четырехногие машины;

– *летающие*. В группу относят дронов, беспилотные самолеты и ракеты;

– *плавающие*. Перемещение на воде или под водой с помощью силы ветра или винтов;

– *гексаподы*. Роботы с шестью ногами, передвигающиеся подобно насекомым. Интересно, что они могут выбирать самый оптимальный тип походки и управлять собственной моторикой – вставать в стойку, бежать, ползти.

Виды роботов:

Для того чтобы определить вид робота, специалисты в основном обращаются уже к вышеуказанной классификации ISO 8373:2012. Однако в современном мире есть и другие типы машин, которые мы тоже рассмотрим:

- Промышленные.
- Бытовые (сервисные).
- Исследовательские.
- Ученые.
- Учителя.
- Боевые (военные).
- Медицинские и аптечные.
- Для обеспечения безопасности (МЧС).
- Социальные и телеприсутствие.
- Развлекательные (игрушки).
- Андроиды.
- Другие виды роботов.

Промышленные. Промышленные роботы – стационарные или подвижные автоматические машины, которые состоят из исполнительного устройства в виде манипулятора и перепрограммируемого устройства программного управления для выполнения в производственном процессе двигательных и управляющих функций (ГОСТ 25686–85).

Главная задача промышленного робота – автоматизация разнообразных производственных процессов, повышение их эффективности и качества. Данная группа включает в себя еще несколько подвидов машин:

Бытовые (сервисные): профессиональные и персональные. Сервисные роботы созданы для того, чтобы помогать человеку в повседневной жизни. При этом машины могут быть профессиональными (для бизнеса) и персональными (для частного применения).

Но сегодня можно приобрести следующие умные бытовые машины:

- Интеллектуальная роботизированная система «Умный дом».
- Робот-пылесос.
- Робот для мытья полов и т. д.

Исследовательские. Это очень важные для науки устройства, которые способны заниматься исследовательской деятельностью там, куда из-за своих физиологических особенностей не может попасть человек:

- при крайне высоких/низких температурах;
- в условиях радиации;
- под водой;
- под землей;
- в космосе.

Исходя из этого, выделяются: космические роботы – проведение миссий в космосе (исследовательские спутники); наземные – работа на поверхности как Земли, так и иных небесных тел (планетоходы); подземные – исследования под землей, в толще грунта, в пещерах и гротах; морские – задачи в подводном и надводном пространствах.

Учителя. Первые роботы-преподаватели были представлены в 2016 г. молодой командой российского Томского политехнического университета. Такие устройства способны передавать школьникам не только теоретические, но и практические зна-

ния сразу по нескольким предметам. Роботы из Томска могут заменить учителей по математике, химии, физике и информатике.

Боевые (военные). Это многофункциональные машины, которые можно задействовать в разных боевых операциях. Как и войска, роботов тут разделяют на следующие группы:

- *сухопутные.* Прежде всего, это самоходные танки и бронетранспортеры, роботы-саперы и универсальные роботизированные боевые комплексы;
- *морские.* Как надводные, так и подводные устройства для сопровождения, патрулирования либо обнаружения мин;
- *воздушные.* Роботы-беспилотники для разведки, наблюдения и даже нанесения артиллерийских ударов.

На данный момент большинство боевых роботов — устройства телеприсутствия, которыми дистанционно управляет человек-оператор. Лишь немногие машины способны действовать самостоятельно.

Медицинские и аптечные. Как видно из названия, такие устройства задействуются в сфере здравоохранения. Области применения различные:

- диагностика патологий;
- изготовление лекарств;
- уход за больными;
- обучение людей медицинским навыкам.

Как отдельный подтип, выделяются трансплантаты и роботизированные протезы, заменяющие поврежденные ткани, органы и целые части тела.

Для обеспечения безопасности. Это незаменимые помощники МЧС (аварийно-спасательных отделений) и служб быстрого реагирования — полиции, органов государственной безопасности, сил ведомственной и вневедомственной охраны. Вместе с людьми:

- спасают человеческие жизни;
- разбирают завалы;
- участвуют в разминировании;
- тушат пожары.

Так, сегодня борьбу с огнем все чаще ведут роботизированные установки пожаротушения и беспилотные летательные аппараты. А, например, для поисково-спасательных работ под водой МЧС России использует подводных роботов «Гном».

Социальные. Главное предназначение такой машины — непосредственное взаимодействие с человеком. Например, человекообразный Вакамару от «Мицубиси» способен оказывать помощь престарелым пациентам и людям с ограниченными возможностями. А терапевтический робот Пару выполнен в виде мягкой игрушки-тюленя. Его предназначение — успокаивать больных.

Андроиды. Главная особенность этих роботов — очень реалистичное сходство с человеком. И это касается не только внешнего облика, но и «мозга» устройства. Его учат «мыслить» подобно человеку, совершенствовать процессы восприятия, обработки и применения информации. Андроиды при этом могут быть и медиками, и военными, и исследователями, и другими помощниками.

Топовые производители роботов: примеры использования

Honda: многофункциональный робот-андроид ASIMO.

KUKA: промышленный робот KR QUANTEC PA Arctic, которому не требуется дополнительная защита для работы при экстремальной минусовой температуре.

Promobot V.4: многофункциональный робот, которого можно запрограммировать под выполнение различных задач — администратора, полицейского, экскурсо-

вода. В машину можно внедрить банковский терминал, сканер, принтер и другую технику.

Помимо этого википедия выделяет следующих ведущих мировых производителей роботов: iRobot Corporation, Boston Dynamics, ABB, Honda, Mitsubishi, Sony, MKOIS, AEMTK, RGTU, Nokia Robotics, Gostai, KUKA.

Датчики, применяемые в роботах, играют в робототехнике одну из важнейших ролей. При помощи различных сенсоров робот ощущает окружающую среду и может ориентироваться в ней. По аналогии с живым организмом — это органы чувств. Даже обычный самодельный робот не может полноценно функционировать без простейших датчиков.

Тактильные сенсоры. Тактильные сенсоры наделяют робота возможностью реагировать на контакты (силы), возникающие между ним и другими объектами в рабочей зоне. Обычно этими датчиками оснащают промышленные манипуляторы, а также роботов с медицинским применением.

Оптические датчики. При построении робота просто не обойтись без оптических датчиков. С помощью них аппарат будет «видеть» все вокруг. Эти сенсоры работают с помощью фоторезистора. Датчик отражения (излучатель и приемник) позволяет определять белые или черные участки на поверхности, что позволяет, к примеру, колесному роботу двигаться по нарисованной линии или определить близость препятствия. Источником света часто служит инфракрасный светодиод с линзой, а детектором — фотодиод или фототранзистор.

Отдельного внимания заслуживают видеокамеры. По сути, это глаза робота. Этот тип датчиков на сегодняшний день широко используется благодаря росту технологий в сфере обработки изображений.

Звуковые датчики. Эти датчики служат для безопасного передвижения роботов в пространстве за счет измерения расстояния до препятствия от нескольких сантиметров до нескольких метров. К ним относятся микрофон (позволяет фиксировать звук, голос и шум), дальномеры, которые представляют собой датчики, измеряющие расстояние до ближайших объектов и другие ультразвуковые сенсоры. УЗ особенно широко используются практически во всех отраслях робототехники.

Работа ультразвукового датчика основана на принципе эхолокации. Вот как это работает: динамик прибора издает УЗ импульс на определенной частоте и замеряет время до момента его возвращения на микрофон.

К числу других устройств, альтернативных по отношению к звуковым локаторам, относятся радары, лазеры и лидары.

Датчики положения. Этот вид датчиков используется в основном в беспилотных транспортных средствах, промышленных роботах, а также устройствах, требующих самобалансировки. К датчикам положения относятся GPS (система глобального позиционирования), ориентиры (исполняют роль маяка), гироскопы (определение угла вращения) и акселерометры. GPS — это спутниковая система навигации, обеспечивающая измерение расстояния, времени и определяющая местоположение робота в пространстве. GPS позволяет беспилотным наземным, воздушным и водным транспортным средствам находить свой маршрут и без труда двигаться от одной точки к другой.

Инфракрасные датчики. Самый доступный и простой вид датчиков, которые применяются в роботах для определения приближения. Инфракрасный датчик самостоятельно посылает инфракрасные волны и, поймав отраженный сигнал, определяет наличие препятствия перед собой.

Датчики температуры. Датчик температуры – еще один полезный прибор, который часто используется в современных устройствах. Он служит для автоматического измерения температуры в различных средах. Как и в компьютерах, в роботах прибор используется для контролирования температуры процессора и его своевременного охлаждения.

Мы рассмотрели все самые основные сенсоры, которые используются в робототехнике и позволяют роботу быть более ловким, маневренным и производительным.

Примеры запатентованных мобильных роботов:

1. Изобретение относится к беспилотным, в том числе бронированным, оснащенным вооружением, малогабаритным, преимущественно дистанционно управляемым, наземным транспортным средствам, и предназначено для осуществления военных или полицейских задач.

Благодаря малым габаритам, плоскому корпусу без выступающих частей и конструкции опорно-двигательных устройств мобильный робот способен проникать в помещения через дверные проемы и разломы в стенах, передвигаться по различным препятствиям и ступеням межэтажных лестничных маршей.

2. В патенте «Ползающий мобильный робот» описывается робот для спасательных целей:

Изобретение относится к робототехнике и может найти применение в отраслях деятельности, связанных с риском для здоровья или жизни человека, в агрессивных средах, где необходимо применение многофункциональных, дистанционно управляемых робототехнических мобильных устройств.

В моменты, когда на обмотку электромагнитного привода подается напряжение, внутри него индуцируется магнитный поток, направленный перпендикулярно поверхности движения робота, заставляющий сердечник устремиться вниз, а острие – «вцепиться» в плоскость движения, и таким образом значительно увеличить коэффициент силы трения скольжения.

3. В патенте «Мобильный робот» описывается модель мобильного робота для транспортировки различных грузов.

Полезная модель относится к области транспортировки различных грузов, в частности к подающим, передающим и/или загрузочным устройствам, и может быть использована в качестве мобильного робота, например, для перемещения деталей, узлов и/или их комплектующих между различными технологическими участками производства, а также для организации перевозки товаров со складов в точки их распределения.

В ряде университетов Беларуси проводятся исследования в области робототехники. На кафедре робототехнические системы БНТУ разрабатываются системы автоматизации в приборостроении и радиоэлектронике, включая механику, электропривод и управление промышленными манипуляторами. Кафедра интеллектуальных информационных технологий БрГТУ занимается разработкой систем управления малогабаритными мобильными роботами. В ГГТУ им. П. О. Сухого на кафедре робототехнические системы ведутся работы по исследованию точности позиционирования робототехнических систем.

В лаборатории моделирования самоорганизующихся систем Объединенного института проблем информатики НАН Беларуси также ведется активная работа по развитию робототехнологий. Они занимаются анализом сложных динамических систем и разработкой интеллектуальных систем управления одиночными и коллективными роботами с использованием искусственных нейронных сетей и генетических алгоритмов.

Однако для продвижения перспективных направлений в современной робототехнике необходимо совместное усилие науки, образования и промышленности. Важно внедрить робототехнические конструкторы в школах и центрах технического творчества, чтобы обучающиеся могли изучать механику, программирование, электронику и микропроцессорную технику через создание реальных технических объектов.

Дополнительное погружение в знания и навыки робототехники должно происходить в средне-специальных и высших учебных заведениях, с акцентом на области, где еще не разработаны общие методы и подходы, что открывает широкие перспективы для научно-исследовательской и опытно-конструкторской работы.

Для достижения поставленных целей необходимо объединить усилия академических и высших учебных заведений, школ и центров технического творчества.

К настоящему моменту еще не разработаны всеобъемлющие методы и алгоритмы искусственного интеллекта, которые бы обеспечили создание универсальных роботов, способных функционировать в разнообразной человеческой среде. Поэтому предоставляется возможность в разработке сложных высокотехнологичных устройств, таких как современные неиндустриальные роботы.

На данный момент нами разработан колесный мобильный робот, на базе робота-манипулятора HIWIN RA605, который способен ориентироваться в промышленных условиях.

Л и т е р а т у р а

1. Юревич, Е. И. Опыт и перспективы развития модульных робототехнических систем экстремальной робототехники / Е. И. Юревич, С. Г. Цариченко // Тр. XXI Междунар. науч.-техн. конф. «Экстремальная робототехника». – СПб. : Политехника-сервис, 2010. – С. 21–26.
2. Сайт robotics.by. – Режим доступа: https://www.robotics.by/articles/article_2.html. – Дата доступа: 18.05.2024.

УДК 316.325:316.74

ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО: СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БЕЛОРУССКОЙ МОДЕЛИ

В. В. Клейман

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Рассмотрены тенденции и особенности трансформации гражданского общества в Республике Беларусь за период 2019–2024 гг. Представлены результаты социологических исследований.

Ключевые слова: гражданское общество, гражданственность, патриотизм, политические партии, электоральное поведение.

CIVIL SOCIETY: THE STATE AND FEATURES OF THE FORMATION OF THE BELARUSIAN MODEL

V. V. Kleiman

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

The article discusses the trends and features of the transformation of civil society in the Republic of Belarus for the period 2019–2024, presents the results of sociological research.

Keywords: civil society, citizenship, patriotism, political parties, electoral behavior.

Многочисленные социальные эксперименты общественного обустройства убедительно доказывают необходимость поиска в каждой стране своей национальной модели гражданского общества, адекватной менталитету и балансирующей интересы крупных социально-экономических субъектов [5, 6]. История Республики Беларусь и ряда других государств свидетельствует о тщетности попыток искусственно формировать гражданское общество по образцам и принципам стран, в которых проживают народы с иным менталитетом, системой ценностей и социально-экономической моделью. Слепое копирование чужого опыта приводит к созданию амбивалентных моделей общественной жизнедеятельности, в которых нарушены соотношение свободы и ответственности, баланс социального и экономического.

В Республике Беларусь формируется собственная национальная модель гражданского общества с высоким уровнем интенсивности, который обусловлен ростом опасности внешних угроз. Глобальные вызовы и угрозы XX и XXI вв. сконцентрировались вокруг оси противостояния так называемого «Коллективного запада» во главе с Соединенными штатами Америки (далее – США) и остального мира. Обще-ственно-политическая, идеологическая и экономическая деятельность «Коллективного запада» направлена на обеспечение глобального доминирования в мире за счет эксплуатации остальных стран, которым в этой модели общественного обустройства «назначена» роль колоний.

К концу первой четверти XXI в., как и полвека назад США столкнулись с явной угрозой потери политической и экономической гегемонии в мире. Кризис 1970-х гг. (отмена «золотого стандарта», рост цен на нефть, инфляция и т. п.) пошатнул статус гегемона, что привело к разработке и реализации США политики «второй холодной войны» против Советского Союза, объявленного «империей зла». Цели «второй холодной войны» – нанести стратегическое поражение, уничтожить Советский Союз, раздробить на большое количество территорий и превратить его в сырьевую колонию Запада.

Не являются секретом и методы «Коллективного Запада», которые применялись в период второй холодной войны и которые применяются сейчас. Среди них:

- ввод санкций, направленных на подрыв экономики в странах-конкурентах и обострение в них социальной обстановки;
- создание, внедрение нежизнеспособных идеалов и ценностей на территории «колонизируемых стран»;
- «экспорт демократии» – трансформация общественного устройства «колони-зируемых стран» в сторону ослабления влияния государства на все общественные процессы и, соответственно, создание угроз национальной безопасности;
- организация цветных революций;
- разрушение и подкуп правящих элит;
- политический терроризм;
- военное вторжение.

Попытка государственного переворота в Республике Беларусь, предпринятая под руководством иностранных спецслужб в 2020 г., показала необходимость формирования структурных изменений и определения рамочных условий прогрессивно-го развития гражданского общества Республики Беларусь.

Насколько наше общество было готово к общественным переменам? Данные авторских социологических исследований, проводимых в рамках деятельности социологической лаборатории ГГТУ им. П. О. Сухого в 2021 г., подтвердили рабочую гипотезу о готовности белорусов к трансформации гражданского общества уже за

полгода до проведения референдума и о влиянии на эту готовность понимания респондентами сути предполагаемых изменений (табл. 1).

Объектом исследований Социологической лаборатории ГГТУ им. П. О. Сухого (проводились в 2021, 2022, 2023 и 2024 гг.) являлось население Республики Беларусь в возрасте от 18 лет и старше, входящее в Гомельскую областную репрезентативную выборку, представляющую все необходимые для исследования социальные и территориальные группы (по полу, возрасту, образованию, социально-профессиональному статусу, группам городов и сельской местности). При отборе респондентов использовалась квотно-пропорциональная выборка.

Таблица 1

**Выразите свое отношение к указанным ниже предложениям
по внесению изменений и дополнений в Конституцию Республики Беларусь
(данные 2021 г.)**

Предложения	Согласны	Не согласны	Все равно
1. Закрепление и установление конституционного статуса Всебелорусского народного собрания как высшего представительного органа народовластия	39	22	38
2. Введение единого дня голосования на выборах в Палату представителей и местные Советы депутатов	54	11	35
3. Введение нового правозащитного института – уполномоченного по правам человека	54	12	34
4. Ограничение сроков президентской каденции – одно и то же лицо не сможет быть Президентом более двух сроков	68	14	18
5. Увеличение срока полномочий Парламента и местных Советов депутатов до 5 лет	33	35	32
6. Наряду с гарантией права на охрану здоровья и бесплатное оказание медицинской помощи – введение обязанности граждан принимать меры по сохранению, укреплению и восстановлению собственного здоровья	65	16	20
7. Определение брака как союза мужчины и женщины	69	7	24

Более половины респондентов согласились с достаточно понятными общественно-политическими изменениями: необходимостью введения единого дня голосования, института уполномоченного по правам человека, ограничения сроков президентской каденции.

Уже около двух третьих опрошенных согласились с необходимостью прописать в Конституции такую понятную норму нашей социальной жизни: «брак – это союз мужчины и женщины», а также прописать обязанность граждан принимать меры по сохранению, укреплению и восстановлению собственного здоровья.

Закономерно больше разногласий вызвали предложения, суть и последствия которых респондентам на момент опроса были менее понятны: «закрепление и установление конституционного статуса Всебелорусского народного собрания как высшего представительного органа народовластия», а также «увеличение срока полномочий Парламента и местных Советов депутатов до 5 лет».

Пусть и в разной степени, но все же все социальные страты нашего общества выразили в целом свое согласие с предложением установить конституционный статус Всебелорусского народного собрания (далее – ВНС) как высшего представительного органа народовластия (рис. 1).



Рис. 1. Выразите свое отношение к указанным ниже предложениям по внесению изменений и дополнений в Конституцию Республики Беларусь:

«Закрепление и установление конституционного статуса Всебелорусского народного собрания как высшего представительного органа народовластия» (ответ «согласны» минус ответ «не согласны», данные 2021 г.)

На референдуме 27 февраля 2022 г. за принятие изменений и дополнений Конституции проголосовало 4 440 830 граждан Республики Беларусь, что составило 82,26 % от числа голосующих и 65,16 % от общего числа граждан, внесенных в списки для голосования.

В Республике Беларусь после организации широкого общественного обсуждения были приняты следующие законодательные акты.

– Закон «О Всебелорусском народном собрании» от 7 февраля 2023 г. № 248-З, который определил правовой статус, компетенции, обязанности делегатов ВНС [1];

– Закон «об основах гражданского общества» от 14 февраля 2023 № 250-З, в котором определено понятие гражданского общества, его субъекты, описан механизм взаимодействия государства и субъектов гражданского общества [2];

– Указ Президента Республики Беларусь № 40 от 14 февраля 2023 г. «О кибербезопасности» с описанием национальной системы кибербезопасности, центров кибербезопасности [3];

– Указ Президента Республики Беларусь 28 июня 2023 г. № 196 «О Концепции правовой политики Республики Беларусь» и другие документы [4].

В Концепции правовой политики Республики Беларусь (далее – Концепции) дано однозначное определение (для целей Концепции) важнейших идеологем, влияющих на гражданственность и гражданское общество: свобода, патриотизм, справедливость и ответственность, баланс прав и обязанностей человека и гражданина, благосостояние. Концепция определила тенденции развития правовой системы и направления реализации правовой политики.

Активизировалось партийное строительство. 18 марта 2023 г. была создана партия «Белая Русь», которая активно начала реализовывать различные общественно-политические проекты, среди которых просветительский проект «Время сильных», онлайн-проект «80», проект «Партийная школа».

Данные авторских мониторинговых социологических исследований подтверждают рабочую гипотезу о росте интереса к партийной деятельности у белорусов, в том числе у молодежи и о различающихся типах интересов у активной части различных поколений белорусов (табл. 2).

Таблица 2

**В Республике Беларусь зарегистрированы политические партии,
имеющие право выдвигать своих кандидатов в депутаты.
Определите свою позицию к их кандидатам**

Политическая организация	Буду под- держи- вать	Проголо- вую «против»	Партий- ная при- надлеж- ность не имеет значения
Данные февраля 2024 г.			
1. Белорусская партия «Белая Русь»	49	5	46
2. Либерально-демократическая партия Беларуси	11	19	70
3. Коммунистическая партия Беларуси	20	12	68
4. Республиканская партия труда и справедливости	19	12	69
Данные сентября 2023 г.			
1. Белорусская партия «Белая Русь»	49	2	49
2. Либерально-демократическая партия Беларуси	10	8	82
3. Коммунистическая партия Беларуси	21	6	73
4. Республиканская партия труда и справедливости	18	6	76

Важным этапом трансформации гражданского общества Беларуси стал Единый день голосования 25 февраля 2024 г. Данные авторских социологических исследований подтвердили рабочую гипотезу о росте интереса, уровня знаний и понимания респондентами сути общественно-политических изменений в стране в условиях активной просветительской работы органов власти, субъектов гражданского общества и наличия широкого общественного обсуждения данных изменений (рис. 2).



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, кого будут выбирать в Единый День голосования 25 февраля 2024 г.» (данные сентября 2023 г. и начала февраля 2024 г.):
 ■ – сентябрь 2023 г.; ■ – февраль 2024 г.

В соответствии с принятыми нормативными документами были выдвинуты делегаты и организовано проведение 24–25 апреля 2024 г. заседания VII Всебелорусского народного собрания.

Сегодня гражданское общество нашей страны развивается в новых условиях и в новом режиме. Данные авторских социологических исследований, проводимых в рамках деятельности социологической лаборатории ГГТУ им. П. О. Сухого, подтверждают рабочую гипотезу о том, что за последние четыре года, пережив Covid-19, попытку государственного переворота 2020 г., санкции, белорусы разобрались в ложной сути многих «образцов» западного поведения. Сегодня респонденты в высокой степени удовлетворены Независимостью страны, всеми видами безопасности (военной, энергетической, продуктовой, общественной и т. п.) и большинство не верит в «сказки Коллективного запада» о том, что немцы нам построят хорошие дороги и богатые предприятия, поляки – накормят, а европейцы и американцы уступят каждому из нас свои высокооплачиваемые престижные рабочие места. Уроки последней пятилетки (ковид, Украина, санкции) привели к тому, что белорусы переоценили важнейшие жизненные ценности, стали больше ценить свою семью, родных, близких, стабильную работу, мир, спокойствие. По данным исследований, социальное самочувствие жителей Гомельщины – постоянно растет. Белорусы уверены в завтрашнем дне, гордятся своей страной и надеются на ее и свое счастливое будущее. Значительную роль в укреплении этих позитивных тенденций играет ежедневная, кропотливая, старательная («не для галочки») работа органов государственной власти и субъектов обновленного, активно развивающегося гражданского общества Беларуси.

Литература

1. О Всебелорусском народном собрании : Закон Респ. Беларусь от 7 февр. 2023 г. № 248-З. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12300248>. – Дата доступа: 20.05.2024.

2. Об основах гражданского общества : Закон Респ. Беларусь, 14 февр. 2023, № 250-3. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12300250>. – Дата доступа: 20.05.2024.
3. О кибербезопасности : Указ Президента Респ. Беларусь № 40, 14 февр. 2023 г. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P32300040>. – Дата доступа: 20.05.2024.
4. О Концепции правовой политики Республики Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь от 28 июня 2023 № 196. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32300196>. – Дата доступа: 20.05.2024.
5. Кириенко В. В. Студенческая молодежь: ментальные особенности, идентичность, образ жизни / В. В. Кириенко, В. В. Клейман, А. А. Злотников. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2015. – 281 с.
6. Кириенко В. В., Клейман В. В. Гомельская область на рубеже веков. Ментальные характеристики. Социокультурные процессы. – Гомель : ГГТУ им. П.О. Сухого, 2021. – 204 с.

СЕКЦИЯ I
ЗНАТЬ И ПОМНИТЬ СВОЮ ИСТОРИЮ –
80 ЛЕТ ОСВОБОЖДЕНИЯ БЕЛАРУСИ.
МЕСТО И РОЛЬ БЕЛАРУСИ
В ИСТОРИЧЕСКОМ И ГЕОПОЛИТИЧЕСКОМ
ПРОЦЕССАХ

УДК 316.34(476)

ГЕРОИЧЕСКИЙ ОБРАЗ
АЛЕКСАНДРА ЛАВРЕНТЬЕВИЧА ИСАЧЕНКО
В ИСТОРИИ ПАРТИЗАНСКОГО ДВИЖЕНИЯ ГОМЕЛЬЩИНЫ

Д. К. Ануфриева

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель И. Ю. Уваров

Рассмотрена деятельность партизанского отряда «Большевик» во главе с Александром Лаврентьевичем Исаченко в период Великой Отечественной войны. Комсомольцы активно участвовали в разведке, диверсиях и налетах на вражеские гарнизоны. Александр Исаченко, родившийся в деревне Ховхло, стал выдающимся партизаном и возглавил группу подрывников. Его группа помешала 58 вражеским эшелонам и уничтожила 87 единиц боевой техники. Исаченко погиб в 1942 г. при неудачной диверсии. За героизм и вклад в партизанское движение ему посмертно присвоено звание Героя Советского Союза. В честь Исаченко названы улицы, судно и установлены памятные знаки.

Ключевые слова: Александр Лаврентьевич Исаченко, диверсии, партизанский отряд «Большевик», героизм, минер, уничтожение эшелонов.

HEROIC IMAGE OF ALEXANDER LAVRENTIEVICH ISACHENKO
IN THE HISTORY OF THE GUERRILLA MOVEMENT
OF THE GOMEL REGION

D. K. Anufrieva, I. Y. Uvarov

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor I. Y. Uvarov

The article examines the activities of the Bolshevik partisan detachment led by Alexander Lavrentievich Isachenko during the Great Patriotic War. Komsomol members actively participated in reconnaissance, sabotage and raids on enemy garrisons. Alexander Isachenko, born in the village of Khovkhlo, became an outstanding partisan and led a group of demolitions. His group prevented 58 enemy echelons and destroyed 87 units of military equipment. Isachenko died in 1942 during an unsuccessful sabotage. For his heroism and contribution to the partisan movement, he was posthumously awarded the title of Hero of the Soviet Union. Streets, a ship, and memorial signs were installed in honor of Isachenko.

Keywords: Alexander Lavrentievich Isachenko, sabotage, partisan detachment “Bolshevik”, heroism, miner, destruction of trains.

Диверсии партизан хоть и были эффективны, но не могли в полной мере остановить поток гитлеровских частей. Комсомольцы того времени охотно брались за все: разведка, диверсия, внезапные налет на вражеский гарнизон и многое другое.

Стремясь отрезать центр страны и продвинуться к Волге и Кавказу, командованию вермахта пришлось направить специальные части, задача которых заключалась в ремонте подорванных железнодорожных путей. На помощь Красной Армии пришел партизанский отряд «Большевик». Его деятельность была сосредоточена на уничтожении вражеских эшелонов, что должно было остановить действия врага.

Особым героизмом и смелостью в отряде отличился Александр Лаврентьевич Исаченко. В дальнейшем он стал активно заниматься общественной работой и впоследствии был назначен секретарем подпольного городского комитета Всесоюзного ленинского коммунистического союза молодежи.

История Александра Исаченко началась в деревне Ховхло (ныне располагается в Буда-Кошелевском районе Гомельской области) 14 марта 1919 г. Маленький Саша вырос в небольшой крестьянской семье и с детства отличался любознательностью. Поэтому сразу после школы его выбор пал на обучение в Речицком педагогическом училище. Окончил он его с отличием в 1939 г. В тот же год стал членом Коммунистической партии Советского Союза.

У него была цель и постепенно он шел к ней. Сначала находясь в Уваровичском районе Александр Лаврентьевич Исаченко попытался установить связь с действовавшей тогда подпольной комсомольской организацией. Далее опираясь на ее помощь ему удавалось встречаться с некоторыми подпольщиками, располагавшимися на окраине Гомеля.

15 августа 1941 г. наступает ключевой момент в жизни Александра Лаврентьевича Исаченко. Он принимает решение вступить в отряд «Большевик», в котором впоследствии сыграл не последнюю роль. С того дня Александр Исаченко начал проводить широкую агитационную работу в отряде. В первые месяцы нахождения в «Большевике» он раскрыл свой потенциал в качестве проводника и разведчика. Однако его главным достижением стало другое – он возглавил группу подрывников.

Вместе со своим товарищем Федором Котченко он решил самостоятельно освоить профессию минера. После того как бойцы продемонстрировали свои навыки командиру отряда, было принято решение организовать диверсионную группу, которая должна была включать пятерых человек. Ими и стали Александр Исаченко и Федор Котченко, также работу с ними осуществляли Иван Морозов, Манаф Шапатов, Евгений Щербаков.

Ответственность Александра Лаврентьевича и тонкости подрывного дела, которым тот так охотно занимался, Федор Котченко описал так: *«...подрывное дело – это одна из высших партизанских квалификаций. Нужно уметь обращаться с миной – это раз. Нужно быть отличным разведчиком – это два. Наконец, нужно быть просто очень смелым человеком».*

Всего за три неполных месяца группа разведчиков-подрывников под руководством Александра Лаврентьевича Исаченко помешала 58 вражеским эшелонам, уничтожила 87 единиц боевой техники, в которую входили танки и бронемашины.

За такой короткий срок Александр Исаченко успел многое. Он окружал себя смелыми и отчаянными партизанами и вместе с ними брался за самые рискованные задания, что в конечном счете его и погубило.

Последний выход Александра Исаченко выпал на осень 1942 г. План группы предусматривал остановку у поселка Красный Октябрь, который находился на участке Жлобин – Гомель. Они вместе переправились через Днепр, после чего было принято решение разделиться.

Такое решение было необходимостью, так как в группе была всего лишь одна мина. Это означало, что пока одна часть партизан совершает диверсию (возглавил ее Федор Котченко), остальные пробираются к небольшому складу со снарядами, который ранее был обнаружен и замаскирован ими около деревни Недойки. Вместе с ними была и Тамара Блескина, задачей которой было связаться с оставшимися комсомольцами-железнодорожниками. У группы была договоренность встретиться через двое суток в условленном месте, но вернулись не все.

В результате неудачной выплавки тринитротолуола (тола) из неразорвавшихся снарядов, которые были собраны на местах боев, проходивших на год ранее, погибли Александр Исаченко и Александр Иванов (при жизни он являлся политруком батареи, однако после окружения попал в партизаны).

Указом Президиума Верховного Совета СССР от 1 января 1944 г. за образцовое выполнение заданий командования в борьбе против немецко-фашистских захватчиков в тылу противника, проявленные при этом отвагу, мужество и героизм, а также за героические заслуги и вклад в развитие партизанского движения на территории Беларуси Александру Лаврентьевичу Исаченко посмертно присвоено звание Героя Советского Союза. Помимо всего был награжден орденом Ленина и орденом Красного Знамени.

В настоящее время в честь Александра Исаченко названы улицы в г. Гомеле и г. Буда-Кошелево, судно Министерства речного флота СССР. В его родной деревне Ховхло установлен обелиск, а в Гомеле располагаются мемориальная доска и стела на Аллее Героев. Ранее его именем был назван и кинотеатр города, однако в 1980-х гг. был упразднен в результате постройки областного Дворца творчества детей и молодежи.

Л и т е р а т у р а

1. Исаченко Александр Лаврентьевич. – Режим доступа: <https://gomel.gov.by/ru/content/gomel/alleya-geroev-21/isachenko-aleksandr-lavrentevich/>.
2. Герой Советского Союза Исаченко Александр Лаврентьевич. – Режим доступа: https://www.warmuseum.by/news/lyudi_i_sudby/geroy-sovetskogo-soyuza-isachenko-aleksandr-lavrentevich-k-120-letiyu-so-dnya-rozhdeniya/. – Дата доступа: 13.03.2019.
3. Герои Советского Союза: Краткий биографический словарь / пред. редкол. И. Н. Шкадов. – М. : Воениздат, 1987. – Т. 1. Абаев–Любичев. – 911 с.
4. Беларусь : энцыкл. давед. / рэдкал. Б. І. Сачанка (гал. рэд.) [і інш.] ; маст. М. В. Драко, А. М. Хількевіч. – Мінск : БелЭн, 1995. – 800 с.
5. Исачанка Аляксандр Лаўрэнтэвіч // Беларусь : энцыклапед. давед. / рэдкал. Б. І. Сачанка (гал. рэд.) [і інш.] ; маст. М. В. Драко, А. М. Хількевіч. – Мінск : БелЭн, 1995. – 800 с.

УДК 94(476)“1941–1944”

БОБРУЙСКОЕ ПОДПОЛЬЕ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Д. В. Бокая

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель С. А. Елизаров

Рассмотрены вопросы организации и деятельности антифашистского подполья в г. Бобруйске, формы, средства и методы подпольной борьбы против оккупантов.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, БССР, Бобруйск, подпольная борьба, подпольный партийный комитет, подпольщики.

THE BOBRUISK UNDERGROUND DURING THE GREAT PATRIOTIC WAR

D. V. Bokaya

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor S. A. Elizarov

The issues of the organization and activities of the anti-fascist underground in Bobruisk, forms, means and methods of the underground struggle against the occupiers are considered.

Keywords: Great Patriotic War, BSSR, Bobruisk, underground struggle, underground party committee, underground workers.

После внезапного нападения фашистской Германии на СССР и быстрого продвижения врага вглубь советской территории стало ясно, что война примет затяжной характер. И хотя в первые дни войны по радио и на митингах звучали оптимистические заявления, высшее руководство страны прекрасно осознавало, что до победы над захватчиками еще очень и очень далеко. Исходя из этого, в директиве СНК СССР и ЦК ВКП(б) от 29 июня 1941 г. и Постановлении ЦК ВКП(б) «Об организации борьбы в тылу германских войск» от 18 июля 1941 г. были сформулированы основные положения программы всенародной борьбы в тылу врага. Перед партийными и комсомольскими комитетами всех уровней ставилась задача создания на оккупированной территории широкой сети подпольных организаций. Эта работа активно велась и в городе на Березине [1]. Поэтому одной из крупнейших подпольных организаций не только области, но и республики являлась Бобруйская, действовавшая в городе и районе с июля 1941 г. и до июня 1944 г. [2].

Бобруйск был оккупирован немцами 28 июня 1941 г. Бобруйчане сразу же встали на путь вооруженной борьбы с фашистами. В книге «Память» содержатся сведения, что бобруйское подполье начало действовать с августа 1941-го. Хотя не трудно предположить, что патриотическое сопротивление берет свое начало с самых первых дней оккупации. Организационно же подполье стало формироваться в июле-августе 1941 г. [3, с. 150].

В начале сентября 1941 г. на явочной квартире по Социалистической, 45 был образован подпольный партийный комитет [4]. Комитет направлял деятельность подпольных групп по выводу патриотов в партизанские отряды, проведению разъяснительной работы среди населения, организации диверсионной и подрывной работы на немецких предприятиях. Необходимо было тормозить работу на предприятиях, выпускающих продукцию для захватчиков. В состав комитета вошли В. И. Ливенцев, П. Ф. Масленок, Д. А. Лепешкин, В. М. Васильев, Г. М. Кустов, Е. В. Старков, Н. А. Бовкун, С. З. Кремнев.

В числе первых организаторов подполья в Бобруйске был В. И. Ливенцев. В самом начале Великой Отечественной политрук роты 37-го стрелкового полка В. И. Ливенцов участвовал в боях с гитлеровскими захватчиками на территории Беларуси. В июле попал в окружение. Перейти линию фронта не удалось, и он влился в ряды бобруйских подпольщиков [4].

Широко разведывательное подполье действовало в Бобруйске, оно объединяло 16 групп (260 человек). Подпольные группы были созданы на судоремонтном заводе во главе с И. В. Стомовым, на льнокомбинате во главе с В. И. Буторевым, на заводе

имени Ворошилова во главе с П. Ф. Масленком. В деятельности подполья сложилось три основных направления. Первое – организационная работа применительно к местным условиям. Второе – агитационно-массовая работа, сбор оружия, спасение беженцев, окруженцев, бежавших из плена. Третье – срыв работы предприятий [5].

Подпольщики уничтожали фашистские склады с боеприпасами, переправляли в партизанские отряды оружие и советских военнопленных, засыпали песок в цилиндры станков, топили в речке запчасти. Из-за провокатора Жоржа Фата 5 апреля 1942 г. 14 бобруйских подпольщиков были арестованы и приговорены к смертной казни. Однако ночью с 12 на 13 апреля заключенные выбрались из камеры смертников гестаповской тюрьмы, захватили оружие и ушли в лес. Только жену и дочь Иосифа Стомова в отместку за побег мужчин фашисты расстреляли [5].

В подпольном движении бобруйчане принимали участие целыми семьями. Например, семья Саватеевых. Иван Иванович – отец, сыновья Евгений, Александр, Иван, Петр. Евгений Саватеев работал главврачом ветеринарной больницы. В его распоряжении была санитарная машина и 2 лошади, которые использовались для нужд подпольщиков. В лес отправлялись медикаменты, лечебное оборудование. В феврале 1942 г. был расстрелян Евгений Саватеев, в сентябре 1942 г. – Александр Саватеев, в гестапо замучен Петр Саватеев [5].

Отважным подпольщиком и партизаном был Михаил Игнатьевич Семисалов. Он обеспечивал связь бобруйского подполья с партизанами, неоднократно участвовал в боевых операциях, с 1942 г. был членом подпольного райкома партии и погиб в бою с немецкими карателями 14 апреля 1943 г.

Яркой страницей в истории бобруйского подполья была жизнь и деятельность Андрея Кузьмича Колесникова. Как и многие другие подпольщики он тоже был «окруженцем» и намеревался покинуть Бобруйск, но после встречи с Дмитрием Лемешонком, который пришел в город по заданию ЦК КП(б)Б, принял решение здесь остаться. Он возглавлял подпольную группу, работавшую на бирже труда. Андрею Колесникову удалось устроиться помощником шефа биржи труда. Им были направлены на работу к фашистам надежные люди. Например, директором типографии удалось устроить активного подпольщика Петра Сержанова, а посыльным на бирже труда – подпольщика Василия Голодова. Он изготавливал поддельные пропуска, документы на получение хлеба для партизан. Когда оккупантам стало известно о существовании подпольной организации, А. Колесников переправил многих людей в лес, а сам еще оставался в городе. Арестовали отважного подпольщика в 1942 г. на рабочем месте и зверски замучили [4].

В партийно-комсомольском подполье, организованном В. И. Ливенцевым, было немало участников советско-финляндской и начавшейся Великой Отечественной войн. Среди них можно назвать командиров и политработников майора А. В. Кодача и капитана Н. П. Бовкуна, старших лейтенантов А. И. Плюту, А. Н. Сумбаева, Н. Ф. Дубинина, политруков А. В. Мосина, П. Ф. Масленка, старшину К. П. Митрофанова и др. Многие из них служили в 8-й стрелковой дивизии, дислоцировавшейся до войны в нашем городе.

Не меньшего уважения заслуживает легендарный впоследствии партизанский подрывник Виктор Сикорский. Но прежде чем уйти в лес, он ведь отличился, выполняя задание подпольного руководства. В ноябре 1941-го отважный 23-летний парень не только вывел из строя два немецких самолета на аэродроме, но изловчился еще угнать вражескую автомашину с типографским оборудованием и радиоприемником, которые доставил в партизанский отряд.

Подпольщики вывели из города и окружающих населенных пунктов в партизанские отряды около 4 тыс. человек. По официальным сведениям, в списки под-

польщиков включено 255 человек, но их количество было значительно больше. Некоторые патриоты погибли, не раскрыв из конспиративных соображений свои настоящие фамилии. В. И. Ливенцеву и В. А. Парахневичу присвоено звание Героя Советского Союза. 110 участников Бобруйского подполья награждены орденами и медалями [4].

В 1967 г. в городском парке культуры и отдыха Бобруйска установлен памятник бобруйским подпольщикам и партизанам. Авторы памятника – бывшие партизаны 1-й Бобруйской партизанской бригады – К. П. Дебольский и А. Е. Судьин. Здесь увековечены имена девяти человек – участников Бобруйского коммунистического подполья, которые погибли в 1941–1944 гг. в борьбе против немецко-фашистских оккупантов. Среди них – М. И. Семисалов, В. И. Бутарев, А. К. Колесников, А. И. и Е. И. Саватеевы, А. В. Кодач, А. И. Плюто, А. С. Власов, О. А. Остапова.

Подпольное движение в городе Бобруйске во время Великой Отечественной войны играло значительную роль в организации и проведении борьбы против немецко-фашистских захватчиков. Сформированные подпольные группы выполняли широкий спектр задач, включая диверсионные акции, разведывательную работу, спасение беженцев и срыв работы вражеских предприятий. Участники подполья подвергались жестоким репрессиям со стороны оккупантов, но, несмотря на это, продолжали свою борьбу и рисковали собственными жизнями во имя освобождения своей Родины. Многие из них пали героической смертью, но их подвиг никогда не будет забыт. Памятники и мемориалы, воздвигнутые в их честь, стоят в городе Бобруйске и напоминают нам о славных страницах подпольного движения и его вкладе в победу над фашизмом. Храбрость, самоотверженность и патриотизм участников бобруйского подполья останутся в нашей истории как вечный символ сопротивления и непоколебимой воли нашего народа в трудные времена.

Л и т е р а т у р а

1. Борьба в тылу врага. – Режим доступа: https://histrf.ru/read/articles/borba-v-tylu-vragha-event_ – Дата доступа: 21.04.2024.
2. К 75-й годовщине освобождения Республики Беларусь от немецко-фашистских захватчиков: материал для информационно-пропагандистских групп. – Режим доступа: <https://baa.by/-upload/uvtm/informirovanie/june19.pdf>. – Дата доступа: 12.04.2024.
3. Памяць: Бабруйскі раён: гісторыка-дакументальныя хронікі гарадоў і раёнаў Беларусі. – Мінск : Белорус. энцыкл., 1998. – 604 с.
4. Бобруйское подполье. Их знали немногие... – Режим доступа: <https://www.bobruin.by/bobrujsk/stati/istoriya/122966-bobrujskoe-podpole-ix-znali-nemnogie>. – Дата доступа: 12.04.2024.
5. «Все Сатеевы встали на защиту Родины». – Режим доступа: <https://bobrdeti.by/semyasavatevykh-semya-geroev>. – Дата доступа: 12.04.2024.

УДК [94+343.337.5](476.2)"1941/1943"

ПОЛИТИКА ГЕНОЦИДА В ЛОЕВСКОМ РАЙОНЕ (1941–1943 гг.)

М. Д. Великанов

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель С. А. Елизаров

Рассмотрены основные формы и методы проведения нацистскими оккупантами политики геноцида на территории Лоевского района в годы Великой Отечественной войны.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, оккупация, Лоев, геноцид, холокост, историческая память.

THE POLICY OF GENOCIDE IN THE LOYEVSKY DISTRICT (1941–1943)

M. D. Velikanov

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor S. A. Elizarov

The main forms and methods of carrying out the policy of genocide by the Nazi occupiers on the territory of the Loyevsky district during the Great Patriotic War are considered.

Keywords: Great Patriotic War, occupation, Loev, genocide, Holocaust, historical memory.

В годы Великой Отечественной войны на временно оккупированных белорусских землях нацисты целенаправленно осуществляли заранее разработанный план геноцида, разграбления национального богатства страны, ликвидации государственного строя. В апреле 2021 г. Генеральная прокуратура Республики Беларусь возбудила уголовное дело по факту геноцида населения Беларуси во время Великой Отечественной войны и послевоенный период. 14 декабря 2021 г. Палата представителей Национального Собрания Республики Беларусь приняла Закон Республики Беларусь «О геноциде белорусского народа», которым предусмотрены меры наказания за отрицание геноцида белорусского народа [1].

Лоевский район был оккупирован в ночь с 26 на 27 августа 1941 г. Согласно воспоминаниям очевидцев, в первые дни своего пребывания немецкие войска еще не проводили массовых казней среди населения. Так, житель Лоева, Анатолий Тимофеевич Пинчук вспоминает вход немцев в городской поселок следующими словами: «Сначала немцы нас не тронули. Мы с изумлением смотрели на них – такие сытые, довольные, казалось, совсем-совсем добрые» [2].

Уже на первоначальном этапе немцы начали воплощать в жизнь свой чудовищный план «Ост». Оккупанты не стремились брать на себя ответственность за массовые убийства советских граждан. По этому они начали проводить вербовку предателей Родины для вступления в отряды вспомогательной полиции [3, с. 108–109]. Однако, как показывают источники, жители района не стремились массово вступать в вспомогательную полицию: в разведсводке Лоевского партизанского отряда «За Родину» говорилось, что по состоянию на 8 декабря 1942 г. на весь Лоев насчитывалось 32 полицая. Всего на территории Лоевского района их количество не превышало 52 человек [3, с. 127]. Как свидетельствует Т. Пинчук, сотрудничать с оккупантами местное население не желало. Многие из полицаяев шли служить под угрозой расстрела себя или своих близких родственников. Как удалось установить автору, только один гражданин со всего района, уроженец деревни Крупейки по кличке Бодя, вышел встречать оккупантов с хлебом и солью добровольно [2].

Первыми, кого начали уничтожать захватчики, стали евреи. Согласно данным профессора Л. Смиловицкого, в 1939 г. в Лоеве проживало 539 евреев. К сожалению, мне не удалось выяснить, какой процент евреев эвакуировался из Лоева. Однако, как показывают источники, большинство тех, кто остались, были люди преклонного возраста, дети или больные. Уже в сентябре 1941 г. начали первые убийства евреев. В этом месяце без всякого мотива немцами были арестованы: Лев Кобринский, Мотель Ганкин, Гирш Левин, заведующий аптекой Борис Кантор и Залман Рахлин. По-

сле ареста их запрягли в телегу с бочкой воды, били палками и прикладами винтовок. Затем всех вывели на берег Днепра и расстреляли. В октябре 1941 г. гомельскими полицаями было убито 12 евреев возрастом от 12–80 лет. Однако наиболее тотальное уничтожение евреев было организовано местными полицаями в ноябре 1941 г. под руководством заместителя начальника Лоевской полиции по кличке Ковпенец. Полицаями было расстреляно около 100 человек. По неполным данным за 1941 г. в Лоевском районе было уничтожено не менее 117 евреев или 22 % от всего довоенного еврейского населения Лоевского района 1939 г. [4].

Жителям Лоева запрещалось в ночное время выходить на улицы, собираться по несколько человек. Однако при работе над темой автор не обнаружил факты массовых казней казнях белорусского населения в 1941 г. На взгляд автора это объяснялось еще низкой активностью партизан. Как показало проведенное автором исследование партизанского движения на Лоевщине, лоевский партизанский отряд «За Родину» был образован еще до оккупации 21 августа 1941 г. и на протяжении осени 1941 г. действовал в междуречье р. Днепр и Сож, за пределами района. По этой причине, возможно, оккупанты в 1941 г. еще не проводили массовых казней.

Новый этап в проведении политики геноцида начался весной 1942 г., когда по всей республике активизировалось партизанское движение. В конце 1941 г. партизаны перебазироваться на территорию Уборковского сельсовета Лоевского района. За 1942 г. партизанами отряда уничтожено 4 полицейских участка, сожжено 2 немецких самолета, разбита и сожжена баржа, везущая награбленное у мирных жителей продовольствие. Силами партизанского отряда пущено под откос 9 вражеских эшелонов, повреждено 9 паровозов и большое количество вагонов. Всего было уничтожено 490 оккупантов [5, с. 141–144]. Всяческую помощь им оказывало местное население. По этой причине в начале января 1942 года из Брагина прибыл отряд из 50 палачей. Были арестованы жители Лоева и окрестных сел, вышедшие из партизанского отряда – всего 8 человек. Их доставили в разрушенное бомбежками здание райисполкома и расстреляли. Также в этот день были расстреляны 57 жителей из Страдубского и Уборковского сельсоветов, обвиненных в поддержке партизан [5, с. 115]. Стремясь оправдать смерть немецкого офицера в августе 1942 г., около деревни Козероги Лоевского района оккупантами было расстреляно 16 человек, включая малолетних детей, по подозрению в связи с партизанами [2, с. 115].

В Лоеве оккупанты проводили массовые расстрелы советских военнопленных. По сообщению очевидца этих событий, жительницы Лоева Мельник М. Е., расстрел советских военнопленных нацисты проводили в разных местах: в противотанковом рву, на территории промкомбината, у школы, на лугу у реки Днепр: «Можно безошибочно сказать, что в пос. Лоев фашистами расстреляно военнопленных красноармейцев не менее 400 человек... Фашисты над ними зверски издевались и заставляли сами себе рыть могилы, а когда последние были готовы, гитлеровские убийцы избивали прикладами винтовок и автоматов, выкалывали глаза, резали ножами и штыками...» [6, с. 219].

Однако наиболее трагическим стал 1943 г. Поражение под Сталинградом и на Курской дуге подорвало уверенность нацистов в победе. В результате по району прокатилась волна массовых расстрелов и депортаций в Германию.

Согласно имеющимся на сегодняшний день данным, на территории Лоевского района оккупантами было уничтожено полностью или частично 78 населенных пунктов, уничтожено 4258 жилых домов с надворными постройками. Все дома были разрушены в поселках Борец (46 домов), Виноградовка (22 дома), Кирово (24), Победитель (39), Прогресс (62), деревнях Белый Колодеж (20), Синск (147), Буда

Петрицкая (70), Вазон (50), Восход (70), Вышков-Бурицкая (52), Глушец (102), Казимировка (95), Лесуны (40), Малиновка (22), Райск (17), Рудня Бурицкая (88), Рудня Песочная (17), Рудня Удалевская (22), Старая Лутава (69), Тесны (148), Тучки (32), Удалевка (65), Хатки (47). Всего по несколько домов осталось в крупных населенных пунктах Бывальки (30 из довоенных 360 домов), Колпень (8 из 134), Липняки (1 из 320), Рудня Каменева (5 из 140) и т. д. [6, с. 416–424]. Так, в январе 1943 г. в деревню Уборки прибыл немецкий карательный отряд численностью 125 человек во главе с подполковником Гофманом. Начались аресты жителей, чьи родственники были в партизанах. Фашисты загнали 12 человек в колхозный сарай. Людей били палками, закалывали штыками, а затем тела убитых сожгли в сарае [6, с. 222]. 5 июня 1943 г. 130 жителей деревни Синск были принудительно вывезены в Германию, а сама деревня было сожжена [3, с. 117–119].

Массовые депортации населения Лоевского района начались в 1943 г. Оккупантами активно применялся метод массовых облав. При этом нацисты ориентировались прежде всего на молодых и трудоспособных людей, а старых и калек в период этих облав физически уничтожали, что подтверждается показаниями свидетелей [7, с. 114–115].

Согласно акту Лоевской районной комиссии о преступлениях, совершенных оккупантами на территории Лоевского района от 24 августа 1944 г., за весь период оккупации было убито 1635 человек, 2443 человек немцы угнали в рабство [6, с. 223]. Вероятнее всего, это минимальная цифра жертв нацистского террора. Население Лоевского района за время оккупации уменьшилось с 37 911 человек в 1941 г. до 23 000 человек в мае 1944 г., что составило 60,7 % от довоенного уровня, а в Лоеве – с 4528 до 2691 – 59,4 % человек [3, с. 111–113].

Исходя из приведенной в статье информации, можно с уверенностью утверждать, что в Лоевском районе, как и в целом по республике, немецко-фашистскими оккупантами осуществлялись массовые убийства и депортации жителей в Германию, что позволяет заявлять о проводимой нацистскими оккупантами целенаправленной политики геноцида. Это нельзя забывать, нужно помнить и знать, какую судьбу готовили не только для жителей Беларуси, но и для людей всего мира германский фашизм, высоко ценить подвиг советского народа, разгромившего нацистскую машину смерти.

Литература

1. О геноциде белорусского народа : Закон Респ. Беларусь от 5 янв. 2022 г. № 146-З. – Режим доступа: <https://pravo.by/document>. – Дата доступа: 01.11.2023.
2. А. Т. Пинчук – житель г. п. Лоева. – Дата опроса: 23.05.2005 г.
3. Память: Историко-документальная хроника Лоевского района / редкол. Г. П. Пашков [и др.]. – Минск : БелЭн, 2000. – 592 с.
4. Смиловицкий, Л. Из истории холокоста. Лоев / Л. Смиловицкий. – Режим доступа: <http://aviv.by>. – Дата доступа: 01.03.2022.
5. Память: Историко-документальная хроника Лоевского района / редкол.: Г. П. Пашков [и др.]. – Минск: БелЭн, 2000. – 592 с.
6. Без срока давности. Беларусь: преступления нацистов и их пособников против мирного населения на оккупированной территории БССР в годы Великой Отечественной войны. Гомельская область : сб. архив. док. и материалов / сост.: А. Р. Демянюк [и др.]. – Минск : НАРБ ; М. : Фонд «Историческая память», 2021. – 576 с.
7. Бухавец, П. П. Остарбайтэры Лоеўшчыны / Гомельщина в событиях 1917–1945 гг. : материалы науч.-практ. конф. – Гомель, БелГУТ, 2007. – 304 с.

УДК 94(476)

**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОБЩЕСТВА BUGHOLENDRY e.V.
ПО СОХРАНЕНИЮ ПАМЯТИ О ГОЛЕНДРАХ В БЕЛАРУСИ
(2009 г. – НАШИ ДНИ)**

К. Е. Гавриленко

Республиканский институт высшей школы, Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель А. В. Мартынюк

Представлен анализ деятельности немецкого общества Bug-Hollander e.V. по формированию и сохранению памяти о бужских голендрах в Республике Беларусь в период с 2009 г. по наши дни. Изложены сведения о благотворительной деятельности членов общества в Республике Беларусь. Используется комплекс источников (материалы устной истории, протоколы заседаний общества, отчеты о мероприятии общества, статьи в периодических изданиях, фото- и видеоматериалы), который размещен на официальном сайте общества [1].

Ключевые слова: бужские голендры, формирование и сохранение исторической памяти, общество Bugholendry e.V.

**THE ACTIVITIES OF THE BUGHOLENDRY E.V. SOCIETY
TO PRESERVE THE MEMORY OF THE BUG HOLLÄNDERS
IN BELARUS (2009 – PRESENT DAY)**

K. E. Gavrilenko

National Institute of Higher Education, Minsk, Republic of Belarus

Science supervisor A. V. Martynuk

This paper presents an analysis of the activities of the German society Bug-Hollander E.V. on the formation and preservation of the memory of the Bug golendras in the Republic of Belarus in the period from 2009 to the present days. Information on the charitable activities of the members of the society in the Republic of Belarus are provided. A set of sources is used (oral history materials, minutes of the company's meetings, reports on the company's event, articles in periodicals, photo and video materials), which is posted on the official website of the company [1].

Keywords: bug holländers, cultural memory, commemoration, memorialization, visits of descendants.

Целью данной работы является анализ деятельности общества Bug-Hollander e.V. (ФРГ) по сохранению памяти о голендрах в Беларуси в период с 2009 г. по настоящее время.

Республика Беларусь – государство с богатым историческим прошлым. На протяжении многих веков на территории страны проживали представители многих народов и социокультурных групп. Примером могут служить бужские голендры – полинациональная и поликонфессиональная общность свободных крестьян-чиншевиков, чьи предки были переселенцами из европейских стран. Свое название данная социокультурная группа получила из-за так называемого «голландского права», действие которого на них распространялось.

Голендры впервые появляются в Речи Посполитой (Королевстве Польском и Великом Княжестве Литовском) во второй половине XVI в. На территории государства обоих народов насчитывалось свыше 400 поселений голендров, однако почти

все они находились на территории Королевства Польского. На землях Великого Княжества существовало всего несколько колоний (две материнские (Нейдорф и Нейбров) и ряд дочерних). Все они располагались в долине р. Западный Буг, из-за чего группа голендров Великого Княжества стала именоваться «бужскими» [2].

Во время Второй мировой и Великой Отечественной войн бужские голендры переехали в Германию, а их колонии на р. Западный Буг оказались в пограничной зоне. С течением времени дома и другие примеры деятельности голендров стали «растворяться» в природном ландшафте. В настоящее время лишь незначительные примеры материального наследия голендров сохранились в Беларуси (почти все колонии на белорусских землях находились на территории современного Брестского района Брестской области).

Долгие годы бужские голендры, которые после окончания войны проживали в ГДР и в ФРГ, системно не занимались вопросами сохранения памяти о своих колониях. Память о прошлом бужских колоний передавалась от голендров своим потомкам через рассказы, песни и материалы семейных фондов.

Первые системные попытки сохранить память о прошлом голендров стали предприниматься в 1990-е гг. В 1995 г. впервые за несколько десятилетий бывшие колонисты и их потомки побывали на местах, где ранее располагались поселения голендров [1].

В первом десятилетии нынешнего века происходит значительная консолидация бывших колонистов и их потомков в сети Интернет. Становится очевидным, что равнодушным к прошлому бужских голендров необходимо организовать отдельное общество, в рамках которого будет происходить их взаимодействие для достижения общей цели – сохранить память. 6 ноября 2009 г. в г. Потсдам (ФРГ) было организовано общество Mutterkolonie Neudorf und tochterkolonien (Bugholendry e.V.). Первым председателем общества был избран Зигфрид Людвиг, его заместителями – Торсен Куле и Карл-Хайнц Хюнебург, казначей – Йенс Рыль, секретарь – Элька Блау. В разные годы председателями общества, помимо Зигфрида Людвиг, являлись Карл Хюнебург и Эдуард Бютов. С момента создания общества началась системная работа по сохранению памяти о голендрах [1].

Все направления деятельности общества можно разделить на несколько условных групп: сбор и оцифровка материалов о прошлом голендров из архивных учреждений разных стран и из семейных архивов; организация встреч бужских колонистов и их потомков; организация поездок по историческим местам своих предков; публикация книг, сборников материалов, брошюр; создание и развитие веб-ресурсов, посвященных истории голендров; просветительская деятельность; мемориализация; благотворительная деятельность и др.

На рубеже первого и второго десятилетия нынешнего столетия члены общества создают свой собственный веб-ресурс. На данном сайте представлены исторические сведения о голендрах, исторические источники и отчеты о деятельности общества. Также на сайте размещен итог многолетнего проекта общества, направленного на сбор и оцифровку метрических книг лютеранского прихода в Нейдорф и Нейбров из архивных учреждений Латвии, Польши, Украины и Беларуси. Руководителем проекта является Карл-Хайнц Хюнебург. По состоянию на октябрь 2023 г. на сайте в формате excel-таблиц представлены сведения о рождении (крещении), браках и смерти прихожан кирхи Св. Троицы с 1790 по 1935 г. [1]

Важной составляющей работы общества является издательская деятельность. В ходе кропотливого сбора различных источников из семейных и государственных архивов был собран значительный пласт материалов. За два десятилетия были издано

несколько сборников исторических источников, под авторством члена общества Эдуарда Бютова [1].

В первый год существования общества состоялась поездка на места, где ранее находились колонии в Беларуси. В 2010 г. (с 30 июня по 10 июля) состоялся визит в Иркутскую область России, по итогам которого Элькой Блау был составлен и опубликован иллюстрированный отчет. Визиты потомков стали одной из основных постоянно действующих форм работы общества [1]. Ежегодно члены общества организуют несколько поездок на места, где ранее находились колонии. Официально членами общества за период с 2009 по 2024 г. было совершено 14 поездок в Беларусь. Следует отметить, что во время пандемии COVID-19 поездки прекратились, однако наиболее активные члены общества (Зигфрид Людвиг, Йенс Рыль, Элька Блау и др.) продолжают визиты в Беларусь отдельно от общества (последний визит состоялся в апреле 2024 г.) [1].

В ходе визитов в Беларусь потомки бужских голендров вступают во взаимодействие с местными властями и средней школой в г.п. Домачево. С 2009 г. члены общества сотрудничают со школой и вносят свой вклад в укрепление ее материальной базы и оздоровление детей. На базе школы организована поисково-исследовательская деятельность, одним из направлений которой является изучение прошлого голендров на территории сельского совета. В рамках воспитательной работы учащиеся школы осуществляют шефство над мемориальным знаком, установленным на территории бывшей материнской колонии Нейбров (об установке знака будет написано ниже). Названный мемориальный знак включен в воспитательное пространство школы и активно используется в ходе проведения мероприятий и др.

Благодаря деятельности общества, Домачевский сельский исполнительный комитет смог установить побратимские связи с общиной Лаусинг (Саксония) в ФРГ. До начала пандемии COVID-19 председатель сельского исполнительного комитета Анатолий Иванович Струк принял участие в ряде заседаний белорусско-германских рабочих групп в Минске и в Берлине. Также члены общества работают над формированием позитивного имиджа Республики Беларусь у граждан ФРГ. Организуют поездки для жителей Германии, в ходе которых они узнают о стране, а также о прошлом предков членов общества. Последняя масштабная поездка состоялась в июне 2023 г. [2].

Наиболее знаковым из мероприятий, организованных обществом, является проведение 400-летнего юбилея с момента основания материнских колоний на р. Западный Буг. в 2017 г. Подробно о многодневном праздновании можно узнать благодаря отчетам (дневникам) участников мемориального мероприятия Карла-Ханца Хюнебурга, Альфреда Хюнебурга и др. Всего участниками мероприятия стало более 70 человек. Кульминацией мероприятия стало открытие 4 июня мемориального знака на территории материнской колонии Нейдорф. Мемориальный знак из черного мрамора своим очертанием внешне напоминает здание кирхи [1]. Месторасположение знака было выбрано не случайно: он располагается в непосредственной близости от остатков старого лютеранского кладбища Нейдорф. В настоящее время на территории кладбища насчитывается два десятка надгробных камней и их фрагментов. Окружают памятный знак старинные дубы, которые были посажены бужскими голендрами в годы существования колоний для обозначения границ своих земельных участков. Все это создает определенное смысловое пространство.

Таким образом, члены общества целенаправленно организуют деятельность по сохранению памяти о своих предках на территории Беларуси, а также способствуют установлению контактов между жителями нашей страны и Германии.

Литература

1. Projekte / Reisen / Veranstaltungen / Mutterkolonie Neudorf und Tochterkolonien Bugholendry e.V. – Режим доступа: <https://www.bugholendry.de/>. – Дата доступа: 18.02.2024.
2. Reise nach Neubrow // Landsmannschaft Weichsel-Warthe. – Режим доступа: <https://weichsel-warthe.de/reise-nach-neubrow/>. – Дата доступа: 21.02.2024.

УДК 94(476)

**НАЦИСТСКИЙ ГЕНОЦИД: КАРАТЕЛЬНЫЕ АКЦИИ
НА ТЕРРИТОРИИ ПОЛЕССКОЙ ОБЛАСТИ (1941–1944 гг.)****Н. А. Галицкий***Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель С. А. Елизаров

*Рассмотрены цели, методы и средства проведения нацистскими оккупантами карательных акций как одного из средств геноцида белорусского народа в годы Великой Отечественной войны.***Ключевые слова:** БССР, Полесская область, Великая Отечественная война, геноцид, оккупация, карательные акции.**THE NAZI GENOCIDE: PUNITIVE ACTIONS ON THE TERRITORY
OF THE POLESIE REGION (1941–1944)****N. A. Galitsky***Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus*

Science supervisor S. A. Elizarov

*The purposes, methods and means of carrying out punitive actions by the Nazi occupiers as one of the means of genocide of the Belarusian people during the Great Patriotic War are considered.***Keywords:** BSSR, Polesie region, the Great Patriotic War, genocide, occupation, punitive actions.

В апреле 2021 г. Генеральная прокуратура Республики Беларусь возбудила уголовное дело по факту геноцида населения Беларуси во время Великой Отечественной войны и послевоенный период. 14 декабря 2021 г. Палата представителей Национального Собрания Республики Беларусь приняла Закон Республики Беларусь «О геноциде белорусского народа».

Начатый Генпрокуратурой уголовный процесс направлен на установление конкретных лиц из числа немецких захватчиков и их пособников, которым удалось избежать ответственности за убийства мирных жителей, издевательства и пытки в концлагерях и гетто, массовый угон гражданского населения в немецкое рабство. Первые итоги подведены в изданной в 2022 г. белорусской Генпрокуратурой книге «Геноцид белорусского народа», содержащей справочно-аналитические и документальные материалы о геноциде белорусского народа во время Великой Отечественной войны [1].

В связи с этим становится актуальной тема, посвященная изучению политики геноцида на территории Полесской области. Актуальность ее возрастает в связи с

приближающимся 80-летием освобождения Беларуси от немецко-фашистских захватчиков и победы советского народа над фашизмом.

Цель данной работы – показать цели и методы проведения карательных операций на территории Полесской области.

Нацистская политика геноцида и «выжженной земли» во всей полноте проявилась в период проведения карательных операций, которые представляли совокупность террористических акций военного, политического, экономического характера и имели своей целью подавить партизанское движение, установить безраздельное господство фашистских властей на всей оккупированной советской территории. При их проведении враг стремился захватить рабочую силу для отправления в Германию, скот, зерно, сельскохозяйственную продукцию, личное имущество и ценности местного населения.

Карательные операции против партизан и населения Белоруссии гитлеровцы проводили с первых дней оккупации. Это были не случайные акции, а обдуманные и организованные действия гитлеровских захватчиков. Они планировались командованием фашистского вермахта и проводились в крупных масштабах подчиненными им войсками самостоятельно или во взаимодействии с подразделениями СС и службы безопасности. Активное участие в карательных экспедициях принимали фронтовые войска гитлеровцев. Они широко применяли артиллерию, танки, авиацию. Так, 28 июля 1941 г. рейхсфюрер СС Гиммлер приказал провести карательную операцию, которая получила название «Припятские болота». Он потребовал уничтожить на Полесье авиацией любой населенный пункт, в котором будет сопротивление, расстреливать «неполноценных в расовом, национальном и физическом отношении» людей и всех, кто подозревается в поддержке партизан, угонять в рабство женщин и детей, конфисковать скот и продукты питания. По данным 1-й кавалерийской бригады СС на 13 августа, в результате операции уничтожено 13788 мирных граждан [2, с. 345].

Начиная с весны 1942 г. карательные операции, их организация и проведение стали носить систематический характер. Уничтожение населенных пунктов вместе с жителями стало повседневной практикой немецко-фашистских захватчиков.

В марте–апреле 1942 г. на территории Калинковичского и Петриковского районов Полесской области, а также на территории Бобруйского района Могилевской области 707-я охранная дивизия проводила операцию под названием «Бамберг» против партизанских отрядов Октябрьской партизанской зоны и гражданского населения Глусского, Копаткевичского, Обктябрьского и Паричского районов Полесской области. В ней участвовало три пехотных и один артиллерийский полк, два отдельных полицейских батальона, кавалерийский эскадрон и авиация. Здесь оккупанты впервые применили тактику, которую впоследствии активно использовали – каратели окружили территорию, на которой действовали партизаны. После чего часть гражданского населения уничтожали, часть отправляли в концлагеря или на принудительные работы в Германию. Только за период с 1 по 5 апреля гитлеровцы сожгли и расстреляли около 6,5 тыс. человек и сожгли 13 деревень [3, с. 7, 244].

В феврале–марте 1943 г. на территории Житковичского и Петриковского районов Полесской области, а также на территории Брестской и Минской областей были проведены операции «Русалка» и «Теплый ветер». С 8 по 26 февраля 1943 г. немцы учинили зверскую расправу над населением ряда деревень Житковичского района Полесской области и других областей Белоруссии. В этой операции, проходившей под кодовым названием «Февраль», участвовала три немецких полка и 5 отдельных батальонов, в результате чего на территории района было сожжено 177 дере-

вень, заживо было сожжено 48055 человек, убито 480, угнано на работу в Германию 579. Из 11222 жителей в живых остались только 4963 убежавших в лес [3, с. 29].

Страшные злодеяния гитлеровцы совершали во время карательных операций «Весенний хоровод», «Хубертус I», «Барбара», «Танец», «Хубертус II», «Освещение храма», которые проводились на территории Калинковичского, Хойникского, Ельского районов Полесской области, а также на территории Витебской и Гомельской областей [4, с. 242].

Фашистские агрессоры нарушили международно-правовые положения, рассматривающие партизанское движение как закономерную форму самообороны народа против агрессии. Гитлеровцы объявили партизан вне закона, в официальных документах называли их «бандитами». 16 декабря 1942 г. верховное командование немецкой армии издало специальную директиву в которой категорически требовало от войск вермахта применения к попавшим в плен партизанам и населению, захваченному в период карательных акций, самых жестоких мер [5, с. 139].

Немецкие захватчики рассматривали партизанское движение как удобный повод для планомерного осуществления преступных планов «обезлюдивания» захваченных земель. «Партизанская война – заявил Гитлер на совещании 16 июля 1941 г., – дает нам возможность истреблять все, что восстает против нас» [5, с. 53]. Военно-политические руководители нацистского рейха рассматривали массовое истребление гражданского населения на временно оккупированных территориях с точки зрения государственной политики. «Название «партизан», – говорится в приговоре Международного военного трибунала – служило лишь прикрытием для истребления ни в чем не повинных людей [6, с. 44]. Например, при проведении 1-й бригадой СС карательной акции 5–12 сентября 1941 г. на территории Лельчицкого района 10 пехотный полк докладывал о расстреле 721 еврея и трех партизан [3, с. 18].

По замыслам гитлеровцев, уничтожение населенных пунктов вместе с жителями должно было навести страх и ужас на всей временно оккупированной территории. Они рассчитывали с помощью подобной тактики лишить партизан их резервов, опорных пунктов, продовольственных баз, поддержки со стороны населения и тем самым затормозить организацию и развертывание всенародной борьбы.

В последний период немецкой оккупации в воинских подразделениях создавались специальные команды поджигателей. В их задачу входила при отходе немецких войск проводить полное опустошение оставляемой территории. Население, не успевшее уйти под защиту партизан, уничтожалось или угонялось в Германию.

В ходе карательных операций, проведенных на территории Полесской области было уничтожено 510 населенных пунктов, из них 56 деревень уничтожено вместе с жителями, 454 деревни сожжены вместе с частью населения, убито 40900 человек, в том числе 12748 женщин и 7746 детей [6, с. 126].

Трагедия войны, прежде всего, связана с человеческими жертвами, болью людей, которые потеряли своих близких, тяжелыми демографическими последствиями для страны. Современное общество постепенно должно понять, что величайшей ценностью является сам человек. Необходимо, чтобы в XXI в. расширялась и постепенно стала господствующей мысль о том, что нельзя экономические, политические, национальные, религиозные, территориальные и иные проблемы решать «средствами вооруженного насилия».

Л и т е р а т у р а

1. Геноцид белорусского народа = Genocide of the Belarusian people : информ.-аналит. материалы и док. / Генер. прокуратура Респ. Беларусь ; под общ. ред. А. И. Шведа. – Минск : Беларусь, 2022. – 175 с.

2. Нямецка-фашысцкі генацыд на Беларусі (1941–1944). – Минск : БелНДЦДААС, 1995. – 416 с.
3. Без срока давности: преступления нацистов и их пособников против мирного населения на оккупированной территории БССР в годы Великой Отечественной войны. Беларусь. Гомельская область : сб. архив. док. и материалов. – Минск ; М. : НАРБ Фонд «Историческая память», 2021. – 574 с.
4. Нацистская политика геноцида и «выжженной земли» в Белоруссии (1941–1944 гг.). – Минск : Беларусь, 1984. – 274 с.
5. Фашистского палача – к ответу!: Документы о преступлениях А. Хойзингера против мира, военных преступлениях и преступлениях против человечности. – М. : Госполитиздат, 1962. – 220 с.
6. Преступные цели – преступные средства. Документы об оккупационной политике фашистской Германии на территории СССР (1941–1944 гг.). – М. : Политиздат, 1968. – 383 с.

УДК 94(476)“1941/1945”:355.425.4

ВЕЛИКАЯ ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ВОЙНА В СЕМЕЙНОЙ ПАМЯТИ: СЕМЬЯ МАЛИВУК

В. А. Дайнеко

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель С. А. Елизаров

Автором рассмотрено участие своих прадедов – Р. С. Маливук и А. Е. Маливук (Козлова) – в Великой Отечественной войне, основные вехи их боевого пути, а также их личной жизнь и трудовая деятельность в послевоенный период.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, Беларусь, партизаны, семейная история, Р. С. Маливук и А. Е. Маливук (Козлова) историческая память.

THE GREAT PATRIOTIC WAR IN FAMILY MEMORY: THE MALIVUK FAMILY

V. A. Daineko

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor S. A. Elizarov

The author examines the participation of his great-grandfathers, R.S.Malivuk and A.E. Malivuk (Kozlova) in the Great Patriotic War, the main milestones of their military path, as well as their personal life and work in the post-war period.

Keywords: The Great Patriotic War, Belarus, partisans, family history, R. S. Malivuk and A. E. Malivuk (Kozlova), historical memory.

Вторая мировая война, которая продолжалась с 1939 по 1945 г., оставила огромный след в истории человечества. В течение этих шести лет миллионы людей по всему миру были втянуты в ужасающий конфликт, в том числе и мой прадедушка. В этой статье я хотела бы рассказать о его жизни во время Второй мировой и о том, какие испытания и трудности он пережил, пройдя сквозь опасность и смертельные сражения. Рассказывая об этом важном периоде истории, я стремлюсь сохранить память о мужестве и отваге моего прадедушки и всех других, кто стоял перед угрозой и сражался за мир.

Данная работа написана на основании изучения документов, хранящихся в архиве семьи Маливук, в архиве Давыдовского сельсовета Светлогорского района Гомельской области, электронных ресурсов «Память народа» и «Партизаны Беларуси», а также материалов, содержащихся в книге югославского автора С. Врговича «Партизанскими тропами», в которой рассказывается об участии в советском партизанском движении на временно оккупированных советских территориях югославских патриотов (в том числе и моего прадеда Р. С. Маливук).

Мой прадед Маливук Радомир Степанович родился 19 февраля 1920 г. в деревне Лалич Бачко-Паланской области Югославии. Рос в большой семье, состоявшей из четырех детей. Родители его были обычными людьми: мать была домохозяйкой, отец был простым рабочим на военном заводе», созданным из семи мелких оружейных мастерских еще в 1836 г. [1, 2].

В начале Второй мировой войны Радомир служил в сербской армии (королевской), был охранником королевской казны. 6 апреля 1941 г. фашистская Германия напала на Югославию. Через несколько дней сателлиты гитлеровцев – хортистская Венгрия и монархо-фашистская Болгария – тоже начали войну против Югославии и участвовали в ее территориальном разделе.

Венгрия оккупировала часть югославской территории, включавшую районы Бачки, Барани, Междумурья и Прекомурья. Венгерские войска вступили на эту территорию 11 апреля 1941 г., нарушив тем самым договор о дружбе, заключенный между Югославией и Венгрией за три месяца до начала войны. После захвата немцами Югославии армия сама по себе распалась. Радомир вернулся в родную деревню Лалич Бачко-Паланской области и вступил в подпольную организацию, которая добывала оружие и другое военное снаряжение. Он вместе с товарищами уже готовился переправиться через Дунай, чтобы присоединиться к партизанам на Фрушка-Горе [3].

Но после года работы, когда сеть подпольщиков значительно выросла, начались аресты и поголовная мобилизация в мадьярскую (венгерскую) армию. После шестимесячной учебы в начале 1943 г. Радомира отправили на фронт в действующую немецкую армию. Мадьярский полк охранял железную дорогу Пинск–Брест. Здесь Радомир вел агитацию среди солдат, чтобы перейти на сторону советских войск. Стремление воевать против «своих» было вызвано еще и тем, что отец и брат оказались заточенными в немецком лагере смерти Бухенвальде. К тому же возвращаться домой было опасно из-за реальной угрозы ареста [1].

Оказавшись на станции Иваново, Р. С. Маливук познакомился с двумя железнодорожниками, поддерживавшими связь с партизанами. Одному из них прадед передал связку гранат. Когда же его часть стали переводить в другое место, он и несколько его товарищей решили бежать. Проплутав трое суток по незнакомой местности, они наконец встретили партизан в деревне Турне, недалеко от Кобрина. С 28 марта 1944 г. мой прадед официально числился партизаном отряда им. Чапаева, действовавшего на территории бывшего Антопольского района Брестской области [3, 4].

Потом после объединения партизанских отрядов его перебросили в отряд им. Кирова, в составе которого воевали еще 11 югославов: они взрывали линии электропередач, разбирали железнодорожные пути, вступали в бой с немецкой охраной.

В июне 1944 г. отряд имени Кирова, уже в составе Красной Армии, провел последний бой против фашистских захватчиков. Затем отряд был расформирован. Из двенадцати югославских партизан отряда имени Кирова погиб всего один человек. Радомир Маливук и Иван Междумурац попросили зачислить их в Красную Армию. В составе 28-й армии они дошли до самого Берлина. Остальных югославов в декабре 1944 г. направили в Москву, а оттуда – в Югославию, в Воеводину и Хорватию.

Еще в конце 1944 г. он написал письмо домой и получил ответ, что фашисты дознались, что Радомир состоял в подпольной организации, а затем перешел к бело-русским партизанам. За это гитлеровцы расправились с его родными: отца отправили в концлагерь в Дахау, а брата – в концлагерь Освенцим [2].

Красноармеец Маливук продолжал боевой поход на Запад. Участвовал в штурме Кенигсберга, в Берлинской операции, за пленение важного «языка» был награжден медалью «За отвагу» [2, 3].

Судьбоносной оказалась случайная встреча с девушкой в артиллеристском пункте. Это была моя прабабушка Маливук (Козлова) Александра Евдокимовна (1920–2005 гг.). Она родилась 6 мая 1920 г. в д. Мармовичи, Светлогорского р-на, в многодетной семье. Из 12 детей Александра была самой старшей.

В 1941 г., когда немцы пришли в деревню, семья Александры была изгнана немцами. В 1943 г., когда наши войска освободили деревню, Александра Евдокимовна, вместе с подругой уходит на фронт. Из-за маленького роста, она попадает вольнонаемной в 28-ю действующую Армию, в артиллерийский продовольственный пункт № 33. Разную работу приходилось выполнять ей: доить коров, работать в столовой, стоять на посту. Освобождала Брест, Кенигсберг и дошла до Берлина. Имеет много благодарностей за военный период, награждена: медалью «За победу над Германией», «За освобождение Берлина». «За взятие Берлина», «За освобождение Кенигсберга» В 1944 г., когда действующая Армия освобождала Брестскую область, встретила с будущим мужем – югославом Р. С. Маливук [2].

Вспоминала, как привели к ним троих партизан, чтоб обмыть и обстирать. Один из них взялся все сам стирать. Этим и понравился. Но Александра Евдокимовна уговорила его принять ее помощь. Так завязалась их дружба. Но действующая армия пошла вперед, они расстались и встретились уже в Берлине. Из Берлина в Беларусь возвратились вместе [1].

Осели в деревне Мармовичи Светлогорского района Гомельской области. Радомир был назначен бригадиром, должность ответственная. Было все: и послевоенный голод, когда собирали колоски на полях, и травма жены в разведовательно-геологической экспедиции (осталась без ноги), и рождение пяти детей. Постепенно строгий серб завоевал доверие и уважение сельчан.

Младшая дочь Дайнеко Людмила Радомировна (моя бабушка) вспоминает: «Папа растил нас в ласке и одновременно в строгости. Каждому из нас дал образование, помог определиться в жизни. Каждого свозил к себе на Родину, в Югославию. Он хотел, чтобы знали, где и как он жил, чтобы встретились с его матерью, братом, сестрой, чтобы почувствовали сербский дух. А сербы нас принимали очень тепло и гостеприимно. Такое не забывается» [1].

Сейчас Радомир Степанович уже не с нами – умер он в 2010 г. Жена его умерла раньше 4 мая 2005 г. Последние пять лет своей жизни он жил один. Л. Р. Дайнеко (моя бабушка) приходила управляться по хозяйству каждый день. На выходные приезжали дочери и сын из Светлогорска. У этого умудренного опытом человека не было желания переезжать жить к детям, он и здесь считал себя сильным. 10 внуков и 22 правнука, 1 праправнучка – продолжение рода Радомира Степановича Маливука и Александры Евдокимовны Маливук [1].

Великая Отечественная война оставила незабываемый след в жизни каждого члена моей семьи. Мы глубоко почитаем и чтим память героев, которые защищали нашу Родину и подарили нам свободу. Мы гордимся тем, что в нашей семье были люди, которые смело сражались на фронте и оказывали помощь в тылу.

Я верю, что история Великой Отечественной войны в моей семье будет переда-

ваться из поколения в поколение, чтобы поддерживать горячее сердце патриотизма. Рассказы о подвигах наших родственников стимулируют уважение к нашей истории и укрепляют наше единство и солидарность, ведь мы знаем, что только, объединившись, мы сможем противостоять любым вызовам.

Пусть героическая память о наших предках будет навеки пребывать в сердцах каждого члена нашей семьи и пусть ее свет просвещает наш путь к благополучию и процветанию Родины. Патриотизм – это не только слова, это наше обязательство перед ними и перед всем народом.

Л и т е р а т у р а

1. Личный архив семьи Маливук.
2. Архив Давыдовского сельсовета Светлогорского района Гомельской области, отдел «Великая Отечественная война».
3. Вргович, С. Партизанскими тропами / С. Вргович. – М. : Воениздат, 1977. – 38 с. – Режим доступа: <https://libking.ru/books/prose-/prose-military/242773-stevan-vrgovich-partizanskimi-tropami.html>. – Дата доступа: 05.01.2024.
4. Маливук Радомир Степанович: Партизаны Беларуси. Спецпроект Издательского дома «Беларусь сегодня» и Национального архива Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://partizany.by/partisans/180441/>. – Дата доступа: 10.01.2024.

УДК 94(476)

ЛАГЕРЬ СМЕРТИ ДУЛАГ-121 (1941–1943 гг.)

Р. Д. Малафеев

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель С. А. Елизаров

Рассмотрены вопросы осуществления нацистскими оккупантами целенаправленной политики геноцида белорусского народа в период Великой Отечественной войны, уничтожения советских людей в пересыльном лагере для военнопленных на территории Гомеля – Дулаг-121, уточнены территориальные границы его размещения на карте современного Гомеля.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, геноцид, военнопленные, Гомель, дулаг-121, пересыльные лагеря, историческая память.

THE AGENT OF DEATH ON THE TERRITORY OF GOMEL (DULAG-121) (1941–1943)

R. D. Malafeev

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor S. A. Elizarov

The issues of the Nazi occupiers' purposeful policy of genocide of the Belarusian people during the Great Patriotic War, the extermination of Soviet people in the transit camp for prisoners of war on the territory of Gomel – Dulag-121 are considered, the territorial boundaries of its placement on the map of modern Gomel are clarified.

Keywords: the Great Patriotic War, genocide, prisoners of war, Gomel, dulag-121, transit camps, historical memory.

На оккупированных белорусских землях нацисты целенаправленно осуществляли заранее разработанный план геноцида, разграбления национального богатства страны, ликвидации государственного строя. 14 декабря 2021 г. Палата представителей Национального Собрания Республики Беларусь приняла Закон Республики Беларусь «О геноциде белорусского народа», в котором говорится: «Совершенные нацистскими преступниками и их пособниками, националистическими формированиями в годы Великой Отечественной войны и послевоенный период злодеяния, направленные на планомерное физическое уничтожение белорусского народа путем убийства и иных действий, признаваемых геноцидом в соответствии с законодательными актами и нормами международного права, являются геноцидом белорусского народа» [1].

В качестве одного из способов уничтожения советских людей нацисты применяли лагеря для военнопленных. По разным источникам, в немецком плену оказалось от 4 069 600 (данные Комиссии по реабилитации жертв политических репрессий при Президенте Российской Федерации) до 5 754 000 советских солдат (данные А. Даллина). Из них были замучены и уничтожены 3 912 283 человека [2, с. 5].

Для советских военнопленных предназначались специальные учреждения: дулаги – пересыльные лагеря, шталаги – лагеря для рядовых и сержантов, офлагы – лагеря для офицеров и сеть армейских сборно-пересыльных пунктов, принимавших пленных непосредственно от воинских частей. В армейских сборно-пересыльных пунктах охрана военнопленных осуществлялась обычными солдатами, а в дулагах, шталагах и офлагах – охранными батальонами. В Беларуси за годы оккупации в разное время функционировало 12 армейских сборно-пересыльных пунктов, 23 дулага, 16 шталагов, 2 офлага, 121 лагерь с неустановленными классификационными признаками, 86 вспомогательных лагерей Главной железнодорожной дирекции «Центр» [2, с. 10].

На территории Гомеля было два пересыльных лагеря для советских военнопленных: дулаг-220, который прибыл в Гомель в сентябре 1941 г. из Бобруйска. К середине месяца в нем находилось 85500 человек при допустимой вместительности в лежащем положении 3000, в стоячем – 5000 человек [2, с. 64]. В январе 1942 г. на его место в Гомель из Унечи прибыли подразделения дулаг-121, который размещался в Гомеле до октября 1943 г.

По донесению коменданта лагерей для военнопленных округа «Я» полковника Маршалла на 11 декабря 1941 г. в дулаге-220 содержалось 12857 военнопленных. Ежедневно умирало 400 военнопленных: большинство военнопленных кормили неочищенной гречкой, зерна которой «желудок не переваривает и они застревают в слизистой оболочке кишок, вызывая страшные боли» [2, с. 91].

В каждом лагере порядок дня устанавливался комендантом лагеря. В дулаге-121 спать пленные ложились летом в 22 часа, а зимой – в 21 час. Подъем был летом в 5 часов, зимой – в 6 часов. На обед отводился один час, все остальное время военнопленные должны были работать. Все пленные в дулаге-121 носили на одежде нашивки с буквами, обозначающими белорусов, русских, украинцев [3, с. 111].

Условия в лагерных бараках были ужасными. Баня отсутствовала, повсюду страшная антисанитария, вши, кишечные инфекции. Тех, кто не мог работать, отправляли в «санитарный барак». Больным не только не оказывалась медицинская помощь, их даже не кормили, оставляя умирать на подстилках из гнилой соломы. За малейшую провинность заключенных помещали в карцер, жестоко избивали дубинками, плетками из проволоки, шомполами. За выход на запретную территорию военнопленных расстреливали [4].

Свидетельница М. П. Галимская, проживавшая в годы оккупации рядом с лагерем, показала «Режим, установленный немецким командованием в лагере для русских в/пленных, который находился по ул. Советской, был невыносим для человека. Зимой 1941–1942 гг. часть впленных размещалась в неотапленных бараках, а часть – под открытым небом. Военнопленных кормили один раз в сутки баландой, состоящей из воды и отрубей. Среди пленных было много больных и раненых, но никакой медицинской помощи им не оказывали. Немецкие палачи и полиция над пленными зверски издевались, их избивали безо всякой на то причины прикладами и палками» [2, с. 127]. Выживший в лагере военнопленный Прошин сообщал: «В день выдавался суп «баланда» из отрубей и мерзлой картошки, смешанной с керосином без соли. Хлеба совсем не давали. В результате голодания и нечеловеческих условий существования военнопленные совершенно теряли человеческий облик. Наступало психическое отупение, безразличие ко всему, кроме пищи. Все подавляющий инстинкт голода превращал людей в человекообразных существ» [5].

После освобождения Гомеля от нацистской оккупации Специальная городская комиссия произвела раскопки мест массового захоронения трупов совестских военнопленных – на месте бывшего стрелкового тира; в противотанковом рву у клинкерного завода; в противотанковом рву на 201 км ж. д. Гомель–Жлобин. В результате было установлено, что немецко-фашистскими захватчиками в гомельском лагере № 121 истреблено за время существования лагеря более 100 тыс. советских военнопленных. При этом могилы свыше 90 тыс. военнопленных были обнаружены и подтверждены произведенными раскопками, остальные военнопленные были погребены «в других местах (где раскопок не производилось), большое количество трупов военнопленных оккупантами было сожжено в специальных печах, подробности о которых комиссии установить не удалось» [2, с. 180].

Анализируя немногочисленные публикации в печатных изданиях и материалы, выложенные в сети Интернет, я пришел к выводу о том, что ранее никто не занимался проблемой точного определения местоположения дулага-121 на карте Гомеля. Локализация объектов, находящихся на его территории, в основном имеет словесное описание. Это не позволяет произвести точную локализацию лагеря на современной карте города. Ошибочной является информация о том, что пересыльный лагерь находился на территории современной площади Восстания.

Собирая материалы для написания данной работы, я использовал кадры аэрофотосъемки военно-воздушных сил Германии Люфтваффе. Аэрофотосъемка населенных пунктов Беларуси производилась во время Второй мировой войны. Снимки размещены на сайте с геопривязкой к современной карте и спутниковым снимкам [6].

Вторым важным источником для меня были фотоматериалы из личного архива гомельского коллекционера Александра Веснина. Коллекция насчитывает более 10 тыс. уникальных фотографий. Я использовал кадры советской аэрофотосъемки 1930-х гг. [7].

Опираясь на исторические карты и кадры аэрофотосъемки, мне удалось точно определить место, где в годы Великой Отечественной войны находился лагерь для военнопленных Дулаг-121. Эта территория ограничена современными улицами Советской, Портовой и Тельмана. Сегодня здесь размещены фабрики «Труд», «8-е Марта», стадион «Центральный» и несколько жилых кварталов. К территории бывшего лагеря узников примыкает площадь Восстания. В период нацистской оккупации на месте нынешней площади Восстания находилась одноэтажная жилая застройка, в непосредственной близости от которой была ограда лагеря смерти. На территории бывших бараков теперь располагаются жилые дома, появилось два промышленных объекта – фабрика «8-е Марта» и фабрика «Труд». Разрушенные во

время войны здания снесли, и на их месте обустроили в 1950-х гг. Спортивную площадь. Затем, в 1967 г., она стала площадью Восстания, а уже через год появился знаменитый танк «Т-34-85».

Сегодня облик Гомеля изменился. На месте, где в годы Великой Отечественной войны находился крупнейший в Беларуси лагерь для военнопленных дулаг-121 пока есть лишь скромный памятный знак на здании фабрики «Труд» (автор – Д. А. Попов). Но уже в 2024 г. здесь появится пешеходный сквер с мемориалом жертвам геноцида белорусского народа в годы Великой Отечественной войны.

Л и т е р а т у р а

1. О геноциде белорусского народа : Закон Респ. Беларусь от 5 янв. 2022 г. № 146-З. – Режим доступа: http://ggpk.by/Ideologo_vospit/Files/o_genocide.pdf. – Дата доступа: 10.01.2024.
2. Лагеря советских военнопленных в Беларуси, 1941–1944. Документы и материалы / сост.: В. Д. Селеменев [и др.] ; редкол.: В. И. Адамушко [и др.]. – Минск : Беларусь, 2016. – 327 с.
3. Мох, Е. Н. Пересыльный лагерь для советских военнопленных (Дулаг № 121): режим содержания узников / Гомельщина в контексте истории Великой Отечественной войны: люди, события, время (к 80-летию освобождения от немецко-фашистских захватчиков) : сб. науч. ст. / редкол. : Д. Л. Коваленко (гл. ред.) [и др.]. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2023. – 227 с.
4. Неизвестные страницы жизни Гомеля во время войны. – Режим доступа: <http://bymedia.by/news/1089-neizvestnye-stranicy-zhizni-gomelya-vo-vremya-voyny.html>. – Дата доступа: 07.01.2024.
5. Гомель. История геноцида. База данных «Гомель в печати». – Режим доступа: <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/370.pdf>. – Дата доступа: 04.01.2024.
6. Аэрофотосъемка Люфтваффе. – Режим доступа: <https://luftbild.1871.by>. – Дата доступа: 30.09.2023.
7. Личный архив А. Веснина. – Режим доступа: <https://ok.ru/profile/513728680847/photos>. – Дата доступа: 25.09.2023.

УДК 821.161.1

ДОРОГИ ВОЙНЫ В ТВОРЧЕСТВЕ ЮЛИИ ДРУНИНОЙ

Д. М. Малинина

Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»,
Республика Беларусь

Научный руководитель В. А. Скачкова

Военные события 1941–1945 гг. оставили глубокий след в памяти народа, отразились на творчестве многих поэтов и писателей. Стихи Юлии Друниной о войне отличаются достоверностью и естественностью, они связаны с конкретными событиями и людьми. Эти произведения являются не только свидетельством эпохи, но и выражением глубоких человеческих чувств и переживаний, важными страницами нашей истории, заставляя нас понять, какой дорогой ценой была завоевана победа.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, творчество Юлии Друниной, Беларусь, любовь к родине, трагизм военных событий.

THE ROADS OF WAR IN THE WORKS OF YULIA DRUNINA

D. M. Malinina

Gomel Branch of the International University MITSO, Republic of Belarus

Science supervisor V. A. Skachkova

The military events of 1941–1945 left a deep mark on the memory of the people, reflected on the work of many poets and writers. Yulia Drunina's poems about the war are distinguished by their authenticity and naturalness, they are associated with specific events and people. These works are not only evidence of the era, but also an expression of deep human feelings and experiences, important pages of our history, make us understand at what a high price victory was won.

Keywords: The Great Patriotic War, the work of Yulia Drunina, Belarus, love for the motherland, the tragedy of military events.

Молодость многих талантливых людей пришлось на непростые, трагические годы Великой Отечественной войны. Беда обрушилась неожиданно, и место романтики заняли суровые будни войны, борьба и выживание, скорбь от потерь.

Такая судьба выпала и русской советской поэтессе Юлии Владимировне Друниной. Она родилась в 1924 г. в Москве в учительской семье. В 1941 г. уходит добровольцем на фронт. Юлию Друнину направляют сначала в авиаполк на Дальнем Востоке, после санинструктором на 2-м Белорусском и 3-м Прибалтийском фронтах. После ранения была демобилизована [1].

И те ужасные события, которых Юлия Друнина была невольным свидетелем, не могли не отразиться на ее творчестве. Многие стихи она посвящает фронтовым будням, старается показать войну без прикрас. Основная тема ее произведений – любовь к родине, патриотизм, стойкость, самоотверженность, любовь, дружба, невозвратимость утрат.

Военные дороги привели Юлию Друнину в Беларусь. Многие стихи посвящены именно этому периоду жизни поэтессы («Елка», «Из окружения», «В канун войны»). Но и после войны память о тех событиях не угасала, находя отражение в таких строчках:

Много лет об одном думать,
Много лет не смогу забыть
Белорусский рассвет угрюмый,
Уцелевший угол избы —
Наш привал после ночи похода...
Через трупы бегут ручьи.
На опушке, металлом изглоданной,
Обгоревший танкист кричит [2].

В 1944 г. Юлия написала стихотворение «Зинка». С этим произведением, насыщенным глубокими чувствами и пронзительной лирикой, я познакомилась, будучи ученицей средней школы маленького провинциального городка в глубинке России, – оно затронуло меня до глубины души и оставило неизгладимый след в моем сердце. Тогда я выучила его наизусть и не забуду уже никогда. Думая о событиях Великой Отечественной войны, я вспоминаю это стихотворение и тихонько читаю его про себя, не сдерживая слез, – настолько точно сумела Юлия Друнина передать трагичность того тяжелого времени.

Кажется, будто две лирические героини обращаются друг к другу, делясь своими мыслями и переживаниями. Молодая девушка Зинка, солдат рабоче-крестьянской

красной армии, лежа «на продрогшей, гнилой земле» находит утешение в воспоминаниях о своей родной деревне. Обычно она «против грусти», но не в этот раз. Она рассказывает подруге о своем домике в деревне, о жизни в том доме, о родной матери, и Юлька разделяет с ней тоску. Зинка – не только солдат, но и дочь, она совсем юная девушка, которая скучает по маме. Но время идти в атаку, война не ждет и не жалеет никого. Зинка повела людей за собой, храбрая и сильная. Но судьба поступила с девушкой жестоко, и из вражеского окружения под Оршей она не выбралась. «Я не знаю, как написать ей, чтоб тебя она не ждала?» – Юлия словно обращается к своей погибшей подруге, она в смятении, в ужасе, не знает, как сообщить одинокой старушке, что ее дочь уже не вернется с войны.

Так страшно читать о том, как молодая, хрупкая девушка укрывает окровавленной шинелью тело солдата, тело своей подруги. Страшно, когда мама больше не увидит свою дочь, погибшую в чудовищном бою. Еще страшнее осознавать, что лирические героини этого стихотворения – настоящие люди. Они трудились, любили. Они жили. Юлия Владимировна ушла на войну в 16 лет, прибавив один год к своему настоящему возрасту. Она посвятила этот стих старшему сержанту медицинской службы Зинаиде Самсоновой, с которой они вместе служили в 667-м стрелковом полку. Девушка погибла в боях около деревни Холма Гомельской области, ей было 19 лет. Так Юлия Друнина прощается со своей боевой подругой, которой, к сожалению, не удалось увидеть великую победу советского народа над проклятым фашизмом.

Действительно, лишь тот, кто пережил способен так точно, так пронзительно рассказать людям об ужасах войны, и Юлии Владимировне это удалось. Это заявление нельзя оспорить, ведь она знала о войне все – не понаслышке, а потому что видела ее своими глазами. Вспоминаются строки еще одного ее известного стихотворения: «Кто говорит, что на войне не страшно, тот ничего не знает о войне». Для нас невозможно вообразить все пережитое героями войны, и наша задача, цель всего нашего поколения и всех последующих – сделать все, что в наших силах, чтобы никогда такое не повторилось.

Стихотворение «Зинка» позволяет нам взглянуть на Великую Отечественную войну через призму личных трагедий и жертв, раскрывая горечь потерь и бесконечную мужество тех, кто отдал свои жизни за свободу и независимость. «Зинка» становится символом многих имен, многих лиц, которые стали жертвами той трагической войны. Эта история — одно из многих трагичных событий, которые принесла, словно самый тяжелый груз на плечи и сердца советского народа, Великая Отечественная война. Это произведение помогает нам сохранить память о людях, о которых мир никогда не должен забыть. И мы будем помнить подвиг людей, отдавших жизни за нашу свободу. Будем помнить, какой ценой была одержана победа. Будем помнить.

Л и т е р а т у р а

1. Стихи. ру. Юлия Друнина. – Режим доступа: <https://stihi.ru/avtor/drunin#:~:text=> – Дата доступа: 15.04.2024.
2. Друнина, Ю. Много лет об одном думать. – Режим доступа: <https://primoverso.ru/stihirusskie/stihi-yuliya-v-drunina/stihi10106.shtml#:~:text=> – Дата доступа: 15.04.2024.

УДК 93(476)

ОККУПАЦИОННЫЙ РЕЖИМ НА ТЕРРИТОРИИ ПОЛЕССКОЙ ОБЛАСТИ (1941–1944 гг.)

Г. А. Рудавка

*Мозырский государственный педагогический университет
имени И. П. Шамякина, Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. Е. Барсук

Рассмотрены особенности оккупационного режима, установленного в августе 1941 г. на территории Полесской области, предусматривавшего новое административно-территориальное деление, жесткую эксплуатацию материальных ресурсов, в том числе людских, и реализацию политики геноцида.

Ключевые слова: Полесская область, оккупационный режим, политика геноцида, оstarбайтеры, карательные операции.

THE OCCUPATION REGIME IN THE TERRITORY OF THE POLESIE REGION (1941–1944)

G. A. Rudavka

*Mozyr State Pedagogical University named after I. P. Shamyakin,
Republic of Belarus*

Science supervisor E. E. Barsuk

The article examines the features of the occupation regime established in August 1941 on the territory of the Polesie region, which provided for a new administrative and territorial division, the harsh exploitation of material resources, including human resources, and the implementation of the policy of genocide.

Keywords: Polesie region, occupation regime, policy of genocide, ostarbeiters, punitive operations.

В 1941 г. началась Великая Отечественная война, которая принесла вслед за собой голод, смерти и страдания, вместе с этим наступает и период оккупации, который вносит свои ужасные коррективы в жизни всех людей и устанавливает свои порядки.

Оккупационный режим в Полесской области был установлен в конце августа – начале сентября 1941 г. «Новый порядок» вводил новые правила жизни местного населения, другое административно – территориальное деление оккупированной территории и жесткие требования беспрекословного подчинения новой власти. Накануне Великой Отечественной войны в состав Полесской области, созданной в 1938 г., входило 17 районов: (Брагинский, Василевичский, Глусский, Домановичский, Ельский, Житковичский, Комаринский, Копаткевичский, Лельчицкий, Мозырский, Наровлянский, Паричичский, Туровский, Хойникский, Октябрьский, калинковичский). После оккупации административно – территориальное деление области было изменено следующим образом: города Мозырь, Петриков, Лельчицы, Ельск, Комарин, Брагин вошли в северную часть генерального округа «Житомир» рейхскомиссариата «Украина», другие районы Полесской области были присоединены к так называемой «области армейского тыла» армии «Центр» [1, с. 13].

Основу «нового порядка» составляла политика геноцида, предусматривавшая

особую систему фильтрации населения по национальному признаку, и социальному происхождению. Таким образом выявлялись категории населения, подлежащие полному или частичному уничтожению. Штурмбанфюрер СС Магиль, который принимал участие в карательных операциях на Полесье в августе 1941 г., называл эту политику оккупационных властей «умиротворением». По его словам, «Умиротворение проводилось теми командирами частей или рот, которые находились в контакте с местными бурмистрами и обсуждали с ними все дела, касающиеся местного населения. Такие контакты использовались для проверки численности и состава населения, т. е. количества украинцев, белорусов и т. д. Проверялось так же, остались ли здесь еще коммунисты, укрывавшиеся красноармейцы и прочие лица, бывшие прежде активными большевиками» [1, с. 19].

Политика геноцида в Полесской области осуществлялась также как и на другой оккупированной территории Советского Союза, при проведении карательных операций против мирного населения, при создании лагерей для военнопленных, лагерей смерти и гетто.

Лагеря военнопленных с неустановленными классификационными признаками существовали в Житковичах, в Макаровичах Петриковского района, городах Мозыре и Петрикове, деревне Черные Броды Октябрьского района [1, с. 23].

Самыми печально известными лагерями смерти являются Озаричские, созданные в начале марта 1944 г. Туда под видом эвакуации было свезено свыше 50 тыс. советских граждан. Но ко дню его освобождения 28–29 марта 1944 г. в живых осталось только 33480 узников [2, с. 26]. Концентрационные лагеря служили не только для уничтожения населения, но и для использования бесплатной рабочей силы, как, например, лагерь около деревни Дербин [1, с. 18].

Примером эксплуатации людских ресурсов на оккупированной территории служит массовая принудительная отправка населения на работы в Германию, где также «остарбайтеры» подвергались издевательствам. Так, свидетель этих событий Н. Ф. Змушко рассказывал, что на его глазах «Гросс – немец, начальник лагеря, – железной лопатой разрубил голову одной гражданки из деревни Дудичи». Заключенным в сутки выдавали 200 грамм хлеба и кружку воды. Множество людей там погибло от болезней и издевательств [1, с. 18].

Евреям в соответствии с планом «Ост» не было места на оккупированной территории, они были приговорены немцами на физическое уничтожение. О беспощадной расправе с лицами еврейской национальности свидетельствуют следующие факты. В августе 1941 г. в Лельчицах отряд гестаповцев уничтожил во рву 790 евреев, взрослых расстреливали, детей кидали в ров живыми. Для того чтобы закопать яму оставили 15 человек, которых потом тоже расстреляли [3, с. 204]. Так же в Глуске было убито около 3000 евреев, в Петрикове – 450, в Мозыре по улице Ромашов Ров – 1500 человек и таких примеров можно привести еще много [1, с. 27].

Для лиц, несогласных с оккупационным режимом, создавались тюрьмы, которые по свидетельству жительницы города Калинковичи К. Матвеевой были переполнены и отличались жестоким отношением немецко-фашистских захватчиков к заключенным. Она, арестованная осенью 1943 г., вспоминает о своем первом допросе «следователь немец... начал меня избивать резиновым шлангом, а на третьем допросе порезали мне горло и бросили в сырую, холодную залитую водой камеру» [1, с. 23].

Особой жестокостью отличались и карательные операции, наиболее крупные из них проходили на территории Полесской области. Это были операции № 6 и 20, «Гольфельд» в августе 1942 г., «Горнунг» и «Русалка» – в феврале–марте 1943 г., «Освещение храма», «Барбара» – в октябре 1943 г., «Марабу» – в мае 1944 г. [1, с. 19]. Архивные данные свидетельствуют о том, что за время фашистской оккупации на территории Мозырского района было сожжено 45 населенных пунктов, где было убито 2020 жителей и уничтожено 3436 дворов [1, с. 20].

О преступлениях против человечности и зверствах оккупантов свидетельствуют Акты Чрезвычайной государственной комиссии по выявлению и расследованию злодеяний немецко-фашистских захватчиков и воспоминания уцелевших свидетелей тех трагических событий.

Приведем несколько цитат из архивных документов: «...5 июня 1943 г. карательный отряд захватил 150 человек местного населения из соседних деревень, которые прятались в лесу от немецких оккупантов. Эту группу беззащитных людей пригнали в деревню Спрымачев Осовецкого сельсовета, загнали в один дом. Наглухо заколотили и подожгли. Все люди заживо сгорели в этом доме...»; «...24 июля 1943 г. немецкие войска приехали в деревню Мелешковичи, цепью охватили всю деревню, открыли оружейно-пулеметный огонь зажигательными пулями. Подожгли деревню. Сгорело около 370 домов со всеми холодными постройками. В тот день было поймано на улицах и расстреляно 10 человек, пытавшихся бежать в лес. 58 человек были расстреляны в лесу...»; «в деревне Заболотье Махновичского сельсовета 28 июля 1943 г. карателями было расстреляно 33 человека. В этот же день сюда пригнали 35 человек со Старо-Высоцкого сельсовета, которых заживо бросали в колодец и засыпали...» [1, с. 21].

Приведенные сведения – лишь малая часть преступлений, совершенных гитлеровцами на оккупированных землях, о которых нужно помнить, чтобы подобное не могло повториться. Поэтому сохранение памяти о событиях Великой отечественной войне – основная задача гражданина своей страны. Этой проблеме уделяется особое внимание со стороны государства. Президент Республики Беларусь А. Г. Лукашенко неоднократно подчеркивал необходимость осознания той ответственности, которую мы несем за будущее поколение: «В наших умах и сердцах не должно быть места агрессии и насилию. Нельзя допускать новых кровавых конфликтов. Этого требует как историческая память, так и забота о благополучии будущего мирового сообщества» [4].

Литература

1. Нікіціна, Т. А. Мазыршчына ў гады Вялікай Айчыннай вайны / Т. Н. Нікіціна, А. Р. Бобр, С. А. Напрэнка. – Мозырь : Калор, 2015. – 80 с.
2. Беларусь в Великой Отечественной войне. 1941–1945 : энциклопедия / редкол.: И. П. Шамякин (глав. ред.) [и др.]. – Минск : Белорус. сов. энцикл., 1990 – 679 с.
3. Ботвиник, М. Б. Памятники геноцида евреев Беларуси / М. Б. Ботвинник. – Минск : Беларус. навука, 2000. – 326 с.
4. Об исторической памяти // Офиц. интернет-портал Президента Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://president.gov.by/>. – Дата доступа: 10.05.2024.

УДК 323.31:338.45(476)

РАЗВИТИЕ ДВОРЯНСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В БЕЛАРУСИ В 1861–1914 ГОДЫ

А. Д. Тетеркин

*Белорусский государственный педагогический университет
имени Максима Танка, Минск*

Научный руководитель А. П. Житко

Статья посвящена вопросу развития промышленности на территории Беларуси в период с 1861 по 1914 г. Особое внимание уделено роли дворянства в этом процессе как важнейшей движущей силы индустриализации Российской империи в эпоху второго технологического уклада. Раскрыты основные аспекты становления фабрично-заводского типа

производства. Рассмотрены главные тренды динамики пищевой промышленности, суконного дела, деревообработки, металлообработки и машиностроения, а также производства строительных материалов.

Ключевые слова: промышленность, фабрики и заводы, дворянство, западные губернии.

DEVELOPMENT OF THE NOBLE INDUSTRY IN BELARUS IN 1861–1914

A. D. Tsiatsiorkin

Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank, Minsk

Science supervisor A. P. Zhitko

The article is dedicated to the development of industry in the territory of Belarus during the period from 1861 to 1914. Special attention is paid to the role of the nobility in this process, as the key driving force of the industrialization in the Russian Empire during the second technological order. The main aspects of the establishment of factory production are revealed. The main trends in the dynamics of the food industry, cloth making, woodworking, metalworking and mechanical engineering, as well as the production of construction materials are considered.

Keywords: industry, factories and plants, nobility, western provinces.

Сегодня промышленность является одним из основных двигателей экономического роста Беларуси и обеспечивает более четверти вклада в ВВП. Однако все ее достижения – это результат достаточно долгого пути эволюции, одним из значимых этапов которой были пореформенные годы со второй половины XIX в. до начала Первой мировой войны. В это время белорусские территории входили в состав России, а в самой империи наблюдалась трансформация общественно-политического строя, сопровождаемая отказом от стандартов феодализма и становлением буржуазной идеологии. Именно тогда начали внедряться новые принципы деловых взаимоотношений, укрепляться фабрично-заводской тип производства и формироваться его специализация на наших землях.

Важную роль в развитии промышленности Беларуси в исследуемый период играло дворянство. Преуспевая в основании фабрик и заводов, оно оказало положительное влияние на динамику индустриализации как всей российской державы, так и нашей страны в будущем. Однако необходимо отметить, что этот процесс не был линейным. В первые двадцать лет после отмены крепостного права он сдерживался влиянием ряда негативных факторов, в числе которых потеря бесплатной рабочей силы, недостаток собственных денежных средств, ограничение прав «польской» шляхты и т. д. Но уже в 80-е гг. XIX в. ситуация изменилась. Западные губернии Российской империи, принимая во внимание достижения и недостатки, присущие ремесленническому и мануфактурному формату производства, смогли наметить переход к новому технологическому укладу, базирующемуся на масштабном использовании паровых двигателей. Параллельно наблюдались увеличение численности рабочего класса, расширение путей транспортного сообщения, совершенствование финансово-кредитной системы, снятие сословных ограничений на некоторые виды деятельности и иные капиталистические нововведения, которые стратегически положительно сказались на состоянии промышленности, в том числе дворянской.

А. П. Житко в своих трудах отмечает, что в 60-е гг. XIX в. высшим сословием было основано 28 фабрик и заводов, в 70-е – 43, в 80-е – 87, в 90-е – 210, а всего к

1901 г. – 454 единицы. Причем лидером была Могилевская губерния, где за исследуемый период открылось 160 ценовых предприятий [1, с. 174].

В 1861–1914 гг. на белорусских землях в силу специфики природно-климатических условий была весьма развита переработка сельскохозяйственного сырья. Доминирующие позиции занимала пищевая промышленность. В частности, в 1901 г. в 35 уездах западной России, которые сегодня являются частью современной Беларуси, она была представлена 373 предприятиями с паровыми котлами. Их суммарный выпуск продукции превысил 6,6 млн руб. – это более половины всего объема фабрично-заводского производства дворян на данных территориях. Одновременно необходимо отметить, что многие пищевые предприятия того времени (как и ряда других видов промышленности) имели малую численность работников – до 15 человек, что по современным меркам позволило бы их отнести к микроорганизациям. Такая ситуация была характерна для винокурения, мукомольной, крупяной и крахмально-паточной отраслей [1, с. 176]. Относительно крупными были сахародельческие производства. Известны четыре завода, функционировавших в пореформенный период на территории Беларуси, в том числе завод Александра Скирмунта в Поречье (Минская губерния). В 1879 г. на нем работали более 160 человек и производилось 8 тыс. пудов рафинада на сумму 48 тыс. руб. Однако уже к 80-м гг. он прекратил свое существование, причиной чему послужил пожар [2].

В дополнение следует констатировать, что в Беларуси на основе переработки сельскохозяйственного сырья развивалась и легкая промышленность, а именно суконное дело, которым также известен род Скирмунтов. К началу 80-х гг. на их фабрике трудилось более 400 человек, которые выпускали продукцию на сумму 300 тыс. руб. В целом же к 1901 г. дворянам принадлежало 5 предприятий с паровыми двигателями по переработке шерсти. Кроме того, помещики владели многочисленными мастерскими, где механизмы приводились в действие с помощью силы воды. Только в Могилевской губернии в 1881 г. их насчитывалось 200 единиц. Одновременно суконное мастерство было широко распространено и в Гродненской губернии. В 1891 г. здесь функционировало 114 фабрик, а в 1895 г. – уже 423 [1, с. 177; 3, с. 10].

Наличие обширных лесных массивов обусловило распространение в Беларуси деревообработки. В конце XIX в. насчитывалось 90 деревообрабатывающих заводов с численностью рабочих более 3 тыс. человек и объемом выпуска продукции на сумму 3,6 млн руб. [4]. Значимую роль играли дворянские лесопилы. Хотя еще в первые пореформенные годы помещики предпочитали продавать лес на корню. Под влиянием промышленного переворота они пересмотрели свои ориентиры. В 1901 г. на территории пяти западных губерний действовали уже 25 лесопильных предприятий с паровыми двигателями. На них работало 552 человека, а объем производства превысил 818 тыс. руб. За период 1900–1913 гг. возникло еще 139 аналогичных предприятий. Среди них одним из крупнейших был завод князя Радзивилла с численностью около 150 человек [1, с. 178].

Переход к новому технологическому укладу способствовал на определенном этапе развитию в Беларуси металлообработки и машиностроения. Однако их результаты были неоднозначны. В частности, металлургическое производство со временем стало ощущать недостаток местного сырья (болотной руды). Ситуацию усугубила отмена крепостного права. Заводы этой отрасли стали экономически невыгодными. Они не выдерживали конкуренции с производителями Польши и России и в 70-е гг. стали закрываться. Демонстрацией сказанного может служить пример Старинского Владимирского чугунолитейного завода Александра Бенкендорфа в Чериковском уезде Могилевской губернии. Его работа была сопряжена с выполнением крупных

государственных заказов. В 1859 г. на нем трудились 500 рабочих и 30 учеников, изготавливавших для Морского артиллерийского ведомства корабельные цепи, проводочные канаты, паровые машины и т. д. Но в 60-е гг. завод приходит в упадок и в 1872 г. закрывается [5]. Вместе с тем к 1901 г. в пяти западных губерниях насчитывалось 9 дворянских предприятий фабрично-заводского типа по металлообработке и машиностроению, среди которых было в том числе судостроительное производство [1, с. 173, 179].

Вместе с тем в 1901 г. в Беларуси 9,1 % объемов дворянской фабрично-заводской промышленности приходилось на производство неметаллических минеральных продуктов для нужд строительства (кирпича, стекла, цемента, кафеля). Всего насчитывалось 23 таких предприятия с численностью 1,7 тыс. рабочих. Так, известны три кирпичных завода, возведенных в 70–80-х гг. князем Александром Друцким-Любецким. В начале XX в. на них работало 83 человека, а годовой объем производства составлял 5,5 млн шт. кирпичей на сумму 44 тыс. руб. Для сравнения, в Могилевской губернии двадцатью годами ранее действовали 16 кирпичных предприятий, принадлежавших высшему сословию, с общей численностью занятых немногим более 60 человек и доходом в 9,8 тыс. руб. [1, с. 180].

В целом необходимо отметить, что построение капитализма несколько ослабило позиции дворян. Не у всех получилось адаптироваться к новым условиям хозяйствования. Одновременно другие сословия, наоборот, смогли укрепить свое положение. В результате, если в 60-е гг. в среднем на 52 дворянина – владельца фабрик и заводов приходилось только 10 купцов – собственников промышленных предприятий, то в 90-е гг. это соотношение стало составлять уже 12 к 10. К началу Первой мировой войны на территории Беларуси насчитывалось 615 цензовых предприятий, принадлежавших привилегированным слоям общества. Однако их удельный вес за 50 пореформенных лет снизился с 83 до 48 % [1, с. 174–175].

Л и т е р а т у р а

1. Жытко, А. П. Дваранства Беларусі перыяду капіталізму. 1861–1914 гг. / А. П. Жытко. – Мінск : БДПУ, 2003. – 233 с.
2. Династия Скирмунтов // История Пинска. – Режим доступа: <https://www.pinskhistory.ru/-katalog/история-пинска/item/216-династия-скирмунтов?ysclid=lt8myejcg426044841>. – Дата доступа: 29.02.2024.
3. Памятная книжка Гродненской губернии на 1897 год / Гродненский губернский статистический комитет. – Гродно : Губерн. тип., 1896. – 593 с. – Режим доступа: https://archive.org/details/ostha_grodno/1897%20-%20Памятная%20книжка%20Гродненской%20губернии/page/n411/mode/2up?view=theater. – Дата доступа: 20.02.2024.
4. Промышленность и сельское хозяйство в конце 19 – начале 20 вв. в Беларуси // Экономика и управление на предприятиях. – Режим доступа: <https://kazedu.com/referat/34572>. – Дата доступа: 05.03.2024.
5. Старинка – важный промышленный центр Могилевской губернии // Виртуальный музей «Наследие». – Режим доступа: https://slavgorod-museum.com/history.files/starinka_savod.html. – Дата доступа: 06.03.2024.

УДК 172.15

**ИВАН АНДРЕЕВИЧ ФЛЕРОВ –
ВОИН-ГЕРОЙ, ЗАЩИТНИК РОДИНЫ**

Д. С. Шушкевич

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель В. В. Кириенко

Исследование посвящено защитнику Отечества, пожертвовавшему свою жизнь за Родину. Анализируя исторические факты, культурные аспекты и символическую значимость подвига павшего защитника, автор раскрывает его влияние на общественное сознание, формирование национальной идентичности и патриотизма.

Ключевые слова: герой, артиллерист, капитан, Флеров, Катюша.

**IVAN ANDREEVICH FLEEROV –
HERO WARRIOR, DEFENDER OF THE MOTHERLAND**

D. S. Shushkevich

*Gomel State Technical University named after P.O. Sukhoi,
Republic of Belarus*

Science supervisor V. V. Kiriienko

The study is devoted to the socio-cultural significance of the defender of the Fatherland, who sacrificed his life for the Motherland. Analyzing historical facts, cultural aspects and the symbolic significance of the feat of the fallen defender, the author reveals its influence on public consciousness, the formation of national identity and patriotism.

Keywords: hero, gunner, captain, Fleur, Katyusha.

Моя малая родина – город Орша. В Орше на берегу Днепра возвышается мемориальный комплекс «Катюша», возведенный в честь первого залпа легендарных артиллерийских реактивных установок под командованием капитана Ивана Андреевича Флерова. Оршанцы чтут память героического артиллериста Ивана Флерова. Мой родной дом находится на улице Ивана Флерова, а 11 лет моим вторым домом была средняя школа № 20 имени Ивана Андреевича Флерова.

Среди Героев Советского Союза, чьи подвиги и боевые достижения запечатлены в истории национальной героической славы, имеется один человек, который отличается выдающимся мужеством и уникальным мастерством в бою. Этот человек – Иван Андреевич Флеров, бесстрашный артиллерист, чей вклад в победу великой Отечественной войны оставил неизгладимый след в истории. Иван Флеров родился в маленьком провинциальном городке на юге России. Еще с раннего детства ему присуще было любопытство и стремление к познанию, что в сочетании с его харизматичной личностью предвещало великие свершения. Перед войной, Иван проходил срочную службу в Красной Армии в артиллерийской части и отличился, что в будущем был зачислен слушателем Военной артиллерийской академии имени Ф. Э. Дзержинского.

Не закончив еще академию, а пройдя только курсы офицеров запаса, его Родина призвала участвовать в советско-финской компании, где он отличился в бою по прорыву линии Маннергейма. Лейтенант Флеров и его героическая команда сделали все возможное, чтобы подавить сопротивление противника и обеспечить продвижение союзных войск. Смело вступая в огонь, они решительно преследовали финнов, несмотря на трудности и опасности. Благодаря их умению управлять артиллерией, силы противника были значительно ослаблены, что позволило нашим войскам успешно продвигаться вглубь вражеской территории. Лейтенант и его команда стали настоящими символами отваги и преданности своей службе. Они без оглядки не наличие смертельной опасности, неустанно сражались до последней капли крови, доказывая, что они настоящие герои и защитники своей Родины.

После окончания боевых действий Иван Андреевич Флеров вернулся к учебе в Академии, где в последующем по предложению начальника Академии генерал-майора Говорова был назначен командиром первой в Красной Армии, отдельной Первой экспериментальной батареи реактивной артиллерии. Быстро зарекомендовав себя выдающимся специалистом и лидером в своем отряде, Флеров был назначен командиром артиллерийского дивизиона. Неустанное стремление к совершенству и безупречное владение огневой мощью артиллерийских орудий сделали Ивана стратегом в битвах и решительным тактиком во время оборонительных действий.

Напутствуя комбата, Аборенков сказал: «Вам, капитан Флеров, доверается величайшая военная и государственная тайна. Ваша часть станет родоначальницей нового рода войск, которому принадлежит большое будущее. В любых условиях, в любой обстановке враг не должен получить никаких данных об этом оружии. В безвыходном положении установки и боеприпасы следует взорвать».

14 июля 1941 г. были нанесены удары по железнодорожной станции и переправе немецко-фашистских войск через реку Оршица. Грозные залпы «Катюши» прозвучали в огненном июле 1941 г. и стали предшественниками будущих героических побед над фашистскими захватчиками. Лейтенант артиллерийской батареи во главе смелой и отважной командой совершил героический прорыв линии Маннергейма, став настоящим воплощением мужества и силы. В упорном сражении с превосходящими силами врага, они не только нанесли значительные урон вражеским позициям, но и отразили все нападения, несмотря на опасные и сложные условия боя. Эти неутомимые бойцы проявили высокий профессионализм и сноровку, оперативно и точно контролируя огонь артиллерийских систем и умело маневрируя в бою. Они преодолевали препятствия, осваивали позиции и обеспечивали непрерывную поддержку своим соседним подразделениям.

Вторым залпом батарея разрушила понтонный мост через реку Оршица на дороге Минск-Москва наведенный немецкими саперами на месте взорванного Загранотрядом Западного фронта. Под удар попала 17-я танковая дивизия Вермахта. В течение трех дней танковая дивизия не могла принимать участие в боевых действиях. 15 июля тремя залпами помогла сломить сопротивление немецких войск, занявших г. Рудню.

2 октября батарея Флерова оказалась в окружении в Вяземском котле. Батарейцы прошли по вражеским тылам более 150 километров. Капитан сделал все возможное для того, чтобы спасти батарею и прорваться к своим. Когда подошло к концу горючее, он приказал зарядить установки, а оставшиеся ракеты и большинство транспортных машин взорвать.

В ночь на 7 октября колонна машин батареи попала в засаду недалеко от деревни Богатыри Знаменского района Смоленской области. Оказавшись в безвыходном

положении, личный состав батареи принял бой. Под шквальным огнем они взорвали машины. Многие из них погибли. Будучи тяжело раненым, командир взорвал себя вместе с головной пусковой установкой. Похоронен в д. Богатырь Смоленской области. Последние его слова были «Будем держаться до конца. Выхода нет. Готовимся к самовзрыву. Прощайте товарищи». Эту информацию до нас донес бывший гвардии сержант этой батареи И. Н. Конов.

Иван Флеров остается незыблемой фигурой в истории Советского Союза и ярким примером негибаемости, отваги и патриотизма. Жизненный путь Ивана Флерова, его боевые подвиги и вклад в развитие артиллерийской отрасли остаются важными источниками вдохновения для молодого поколения. 14 ноября 1963 г. указом президиума Верховного Совета СССР Иван Андреевич Флеров посмертно был награжден орденом Отечественной войны 1-й степени. 21 июня 1995 г. указом президента Российской Федерации (№ 619) за мужество и героизм, проявленные в борьбе с немецко-фашистскими захватчиками в Великой Отечественной войне капитану Флерову Ивану Андреевичу присвоено звание Героя Российской Федерации посмертно. 5 марта 1998 г. приказом Министра обороны Российской Федерации № 111 Герой Российской Федерации капитан Флеров Иван Андреевич навечно зачислен в списки командного факультета Военной академии Ракетных войск стратегического назначения (РВСН) имени Петра Великого.

Л и т е р а т у р а

1. Память Вечного огня. – Режим доступа: <http://war.lib48.ru/personalii/fljorov-ivan-andreevich>.
2. Афанасьев, Н. М. Первые залпы / Н. М. Афанасьев. – М. : Воениздат, 1982. – С. 41.
3. Афанасьев, Н. М. Они были первыми / Н. М. Афанасьев // Воен. знания. – 1962. – № 8. – С. 17.
4. Оршанское эхо «Катюш»/ ракетная техника. – Режим доступа: <https://missilery.info/article/orshanskoe-eho-katyush/>
5. О. Яблокова в «Грязинских известиях». – 1995. – 25 окт. – № 86 (9168).

СЕКЦИЯ II СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА: МИРОВОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

УДК 330.35(476)

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

К. О. Астапенко

*Учреждение образования «Гомельский государственный университет
имени Франциска Скорины», Республика Беларусь*

Научный руководитель И. В. Бабына

Рассмотрены основные аспекты экономического роста как макроэкономического явления в социально ориентированной рыночной экономике. Проведен анализ наиболее значимых факторов, оказывающих влияние на рост валового внутреннего продукта, изложены тенденции изменения данного показателя.

Ключевые слова: экономический рост, валовой внутренний продукт, реальная заработная плата, индекс-дефлятор валового внутреннего продукта, численность занятого населения.

ECONOMIC GROWTH IN A SOCIALLY-ORIENTED MARKET ECONOMY: CURRENT STATE, PROBLEMS AND PROVISION IN THE REPUBLIC OF BELARUS

K. O. Astapenko

Francisk Skorina Gomel State University, Republic of Belarus

Science supervisor I. V. Babyna

The article considers the main aspects of economic growth as a macroeconomic phenomenon in a socially-oriented market economy. The most significant factors influencing the growth of gross domestic product (GDP) are analyzed, and the trends in the change of this indicator are considered.

Keywords: economic growth, gross domestic product (GDP), real wages, GDP deflator index, number of employed people.

На сегодняшний день обеспечение экономического роста является задачей первоочередной важности для каждого государства.

Итак, экономический рост – это процесс улучшения производства, в результате которого увеличивается количество и качество товаров и услуг, которое способна производить экономика. Иными словами, экономический рост показывает, насколько развивается экономика отдельно взятой страны [1].

Одной из важных составляющих экономического роста является объем валового внутреннего продукта (ВВП). В рамках данного понятия выделяют номинальный и реальный ВВП. Итак, номинальный ВВП – показатель в текущих ценах, т. е. сложившихся на момент его расчета. Реальный ВВП – это ВВП в неизменных ценах, т. е. скорректированный с учетом инфляции. Рассмотрим реальный и номинальный ВВП и их динамику в Республике Беларусь.

Таблица 1

Реальный и номинальный ВВП и их динамика в Республике Беларусь [2]

Показатели	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Валовой внутренний продукт в текущих ценах, млн руб.	105748,2	122320	134732	149721	176879	191374
Валовой внутренний продукт на душу населения, руб.	11179,7	12959	14303	15962	19014	20738
Занятое население, тыс. человек	4353,6	4337,9	4334,2	4319,6	4284,5	4214,3
Валовой внутренний продукт на одного занятого, руб.	24289,8	28197,9	31085,8	34660,8	41283,5	45410,6
Индекс-дефлятор ВВП, в процентах к предыдущему году	108,6	112,1	108,6	111,9	115,3	113,6
Реальный ВВП на одного занятого, руб.	22366,3	25154,2	28624,1	30974,8	35805,3	39974,1
Реальный ВВП, млн руб.	97 374,0	109116,6	124062,7	133798,7	153407,6	168463,0

По данным табл. 1 видно, что на протяжении последних шести лет наблюдается рост номинального ВВП. Согласно результатам расчета реального ВВП с помощью индекса-дефлятора, в исследуемом периоде происходил стабильный рост реального ВВП несмотря на трудности, с которыми столкнулась Республика Беларусь в последние 4 года: пандемия коронавируса в 2020 г. и введение санкций недружественными странами после начала специальной военной операции (СВО) на территории Украины в 2022 г.

Важным фактором, влияющим на объем ВВП, является численность занятого населения. Наблюдается постепенное снижение данного показателя; особенно видна данная тенденция в 2021–2022 гг.: к 2022 г. численность занятого населения снизилась на 70,2 тыс. человек по сравнению с предыдущим годом.

Важным условием обеспечения экономического роста в стране является опережающий рост производительности труда по сравнению с ростом реальной заработной платы, так как в случае обратного соотношения возникает инфляция, так как слишком высокие темпы роста заработной платы вызывают нарушение связи между затратами труда и его оплатой, что приводит к снижению его производительности. В табл. 2 показаны индексы реального ВВП на одного занятого и индексы реальной заработной платы (в % к предыдущему году).

Таблица 2

**Соотношение темпов роста реального ВВП на одного занятого
и реальной заработной платы [2]**

Показатели	2018	2019	2020	2021	2022
Индекс реального ВВП на одного занятого в процентах к предыдущему году	112,5	113,8	108,2	115,6	111,6
Индекс реальной заработной платы в процентах к предыдущему году	111,6	107,3	108,2	104,4	98,2
Коэффициент опережения темпов роста производительности над темпами роста реальной заработной платы	1,008	1,061	1,000	1,107	1,137

В рассматриваемом периоде коэффициент опережения темпов роста производительности над темпами роста реальной заработной платы всегда превышает единицу, что говорит о соблюдении одного из главных условий обеспечения экономического роста. Однако наблюдается снижение реальной заработной платы в 2022 г. по сравнению с 2021 г. Данная тенденция может быть объяснена значительным ростом инфляции по сравнению с предыдущим годом (в 2021 г. инфляция составила 9,97 %, в 2022 г. – 12,8 %), что повлияло на индекс потребительских цен. Следовательно, можно констатировать снижение уровня жизни населения.

Таблица 3

Структура использования ВВП в текущих ценах, в процентах к итогу [2]

Показатели	2018	2019	2020	2021	2022
Валовый внутренний продукт	100	100	100	100	100
В том числе:					
расходы на конечное потребление	70,1	71,3	69,4	69,3	71,9
домашних хозяйств	53,3	53,5	51,6	51,4	53,9
Валовое накопление	28,4	29,4	27,5	24,9	22,2
Чистый экспорт товаров и услуг	1,5	–0,7	3,1	5,8	5,9

В рамках государства важна структура использования ВВП. Согласно данным табл. 3, значительная часть ВВП страны направляется на расходы на конечное потребление домашних хозяйств (более 50 %). Данная тенденция подтверждает социальную направленность экономики Республики Беларусь.

При анализе ВВП страны важным этапом является определение ключевых факторов, влияющих на ВВП в наибольшей степени. Детерминирующими факторами являются численность занятого населения, реальный ВВП на одного занятого и индекс-дефлятор ВВП. Выдвигаемая гипотеза – оказание наибольшего влияния реального ВВП на одного занятого на объем номинального ВВП. Для расчета влияния на ВВП выделенных факторов использовался способ цепной подстановки, в рамках которого происходила последовательная замена соответствующего показателя прошлого года на показатель отчетного года. Для проведения расчетов были использованы достоверные данные, опубликованные на официальном сайте Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Таблица 4

Влияние выделенных факторов на ВВП в текущих ценах, тыс. руб.

Изменение ВВП за счет фактора	2018	2019	2020	2021	2022
Занятое население, тыс. человек	–381,35	–104,33	–453,85	–1216,59	–2898,1
Реальный ВВП на одного занятого, тыс. руб.	13133,8	16858,9	11027,2	23158,9	20257,0
Индекс-дефлятор ВВП	3 819,1	–4342,2	4 415,4	5215,9	–2863,9

В табл. 4 показаны результаты проведения факторного анализа. Выборка показателей свидетельствует о влиянии каждого из них на ВВП страны. В течение исследуемого периода зафиксировано наибольшее влияние объема реального ВВП на одного занятого на ВВП Республики Беларусь, что подтверждает выдвинутую гипотезу. Важно отметить, что полученные результаты говорят об обеспечении экономического роста за счет интенсивности труда.

На сегодняшний день первостепенная задача – обеспечение более высокого уровня ВВП для повышения уровня жизни населения. С учетом этого выделим пути для совершенствования механизма стимулирования экономического роста:

- развитие внутреннего рынка: поддержка малых и средних предприятий, создание рабочих мест и увеличение потребительского спроса, что может быть достигнуто через снижение налогового бремени и предоставление доступного кредитования;
- сотрудничество с другими странами: Беларуси стоит развивать дипломатические отношения и экономическое сотрудничество с другими странами и региональными блоками для создания новых возможностей для торговли и инвестиций. На сегодняшний день основное внимание уделяется азиатскому и африканскому регионам;
- создание новых рабочих мест за счет развития высокотехнологичных отраслей и повышения инвестиционной привлекательности;
- развитие туризма, что может стать дополнительным источником дохода для страны;
- уменьшение импортозависимости страны от зарубежных энергоресурсов путем энергосбережения и развития возобновляемых источников энергии.

Л и т е р а т у р а

1. Что такое экономический рост. – Режим доступа: <https://gazprombank.investments/blog/economics/economic-progress/>. – Дата доступа: 14.05.2024.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Республика Беларусь в цифрах. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 14.05.2024.

УДК 338.1

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ВЫБОР СПОСОБА ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

В. В. Василевский, Ю. С. Коваленко

*Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»,
Республика Беларусь*

Научный руководитель И. Н. Новикова

Инвестиционная активность субъектов предпринимательской деятельности является необходимым условием их экономического развития. При этом организация сталкивается

ся с проблемой выбора способа финансирования с учетом всех достоинств и недостатков каждого из них.

Ключевые слова: самофинансирование, акционирование, кредитное финансирование, лизинг, смешанное финансирование.

ASSESSMENT OF FACTORS DETERMINING THE CHOICE OF METHOD FOR FINANCING INVESTMENT PROJECTS

V. V. Vasilevskiy, J. S. Kovalenko

Gomel Branch of the International University MITSO, Republic of Belarus

Science supervisor I. N. Novikova

Investment activity of business entities is a necessary condition for their economic development. At the same time, the organization is faced with the problem of choosing a financing method, taking into account all the advantages and disadvantages of each of them.

Keywords: self-financing, corporatization, credit financing, leasing, mixed financing.

Развитие науки и внедрение результатов исследований в производство требует поиска источников финансирования. Успех и перспективы экономического развития стран, в современных экономических условиях, определяются степенью их активного участия в этом процессе. Поэтому исследование факторов, определяющих выбор способа финансирования инвестиционных проектов, актуально.

Субъекты предпринимательской деятельности Республики Беларусь проводят активную инвестиционную политику. Структура источников финансирования инвестиций в основной капитал представлена на рисунке.

Самофинансирование предусматривает осуществление инвестирования за счет собственных средств. Разрешенные в настоящее время к применению методы начисления и использования амортизации в сочетании с изменениями законодательства в части использования прибыли для развития производства превращают самофинансирование в заметный источник финансирования инвестиционных проектов по обновлению и техническому перевооружению действующего производства. Для придания самофинансированию весомого значения в экономике, на наш взгляд, следовало бы изменить периодичность переоценки основных средств, включив решение данного вопроса в компетенцию организаций. Следует иметь в виду, что в условиях высоких темпов инфляции при сложившейся системе переоценки основных средств происходит обесценение этого источника.

Акционерное финансирование представляет собой способ получения дополнительных инвестиционных ресурсов путем эмиссии акций. Такое привлечение капитала используется, обычно, для реализации крупномасштабных проектов. Привлечение средств при первичных публичных размещениях акций – процедура IPO – широко применяется в мировой практике.

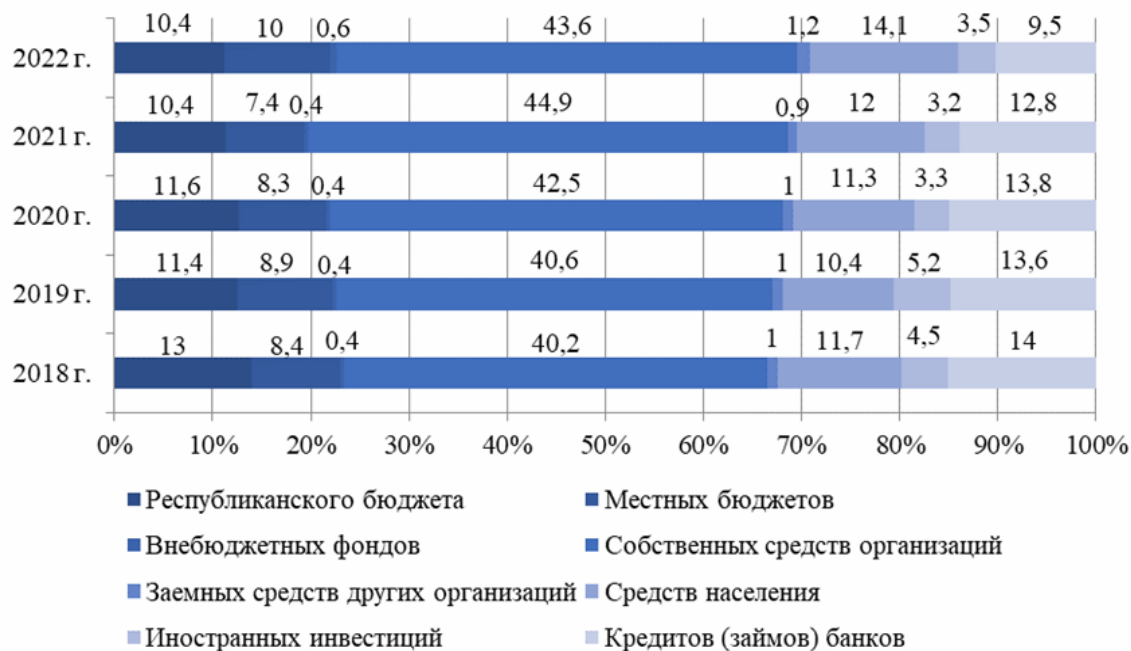


Рис. 1. Структура источников финансирования инвестиций в основной капитал субъектов хозяйствования Республики Беларусь
 Источник. Собственная разработка на основе [3].

В Республике Беларусь использование IPO позволяет привлечь иностранные инвестиции в рамках реализации стратегии развития Республики Беларусь, что в свою очередь, позволяет создать новые рабочие места в экономике, повысить производительность труда и внедрить современные технологии, увеличить налоговую базу за счет расширения или создания новых производств. Эта форма предусматривает замену инвестиционного кредита рыночными долевыми инструментами, что сказывается на структуре и цене капитала, инвестируемого в проект, в сторону их оптимизации. В структуре капитала снижается доля долгосрочных кредитов банков.

Также привлечение капитала на рынке ценных бумаг происходит путем эмиссии облигаций. Облигации являются одним из привлекательных инструментов получения заемных средств организациями. Эмиссия облигаций считается очень гибкой формой финансирования, поскольку эмитент определяет параметры предложения (процентная ставка, срок погашения, обеспечение).

Среди преимуществ привлечения капитала на рынке ценных бумаг следует выделить:

- привлечение значительных финансовых ресурсов на длительный срок (более года);
- отсутствие строгих требований к целевому использованию привлеченного капитала;
- минимальная зависимость проекта от одного кредитора и снижение рисков;
- привлечение дешевых финансовых ресурсов от множества частных и институциональных инвесторов на публичном рынке;
- минимизация расходов на обслуживание долга за счет гибких условий эмиссии;
- формирование положительной кредитной истории и биржевой репутации эмитента;
- повышение инвестиционной привлекательности эмитента и конкретного проекта благодаря раскрытию финансовой информации.

К недостаткам такого типа финансирования инвестиционных проектов следует отнести:

- значительные расходы, связанные с организацией эмиссии и раскрытием информации;
- высокие расходы на организацию первого размещения корпоративных облигаций;
- регулярные расходы эмитента, связанные с оплатой услуг депозитария, андеррайтеров, рейтинговых агентств, аудиторов и др.;
- риск безвозвратной потери средств в случае неудачного размещения ценных бумаг;
- увеличение стоимости привлеченного капитала в случае снижения процентной ставки на рынке;
- сложная и длительная формальная процедура привлечения финансовых ресурсов.

Кредитное финансирование применяется, как правило, при инвестировании в быстро реализуемые и высокоэффективные проекты. Его разновидностью является финансовый (инвестиционный) лизинг. В отечественных условиях его распространяют лишь на движимое имущество. Объектом лизинга может быть любое имущество (долгосрочная аренда машин, транспортных средств, а также сооружений производственного характера).

Преимуществами использования лизинга следует назвать следующие факты:

- лизингополучатель в рамках законодательства значительно минимизирует налогообложение, так как лизинговые платежи в полной сумме учитываются в составе расходов, учитываемых при налогообложении прибыли;
- защита от инфляции и девальвации, так как лизинговая сделка позволяет уберечь собственные денежные средства от процессов инфляционных и девальвационных процессов;
- гибкая система формирования графика лизинговых платежей позволяет планировать и адаптировать платежи под реально формирующиеся денежные потоки;
- срок действия договора лизинга существенно выше практикуемого срока предоставления банковских кредитов.

Государственное финансирование как способ финансирования широко используется в Республике Беларусь. Государство принимает на себя большую часть финансирования инвестиционных проектов развития производственной и социальной инфраструктуры. Прямое участие государства в инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, осуществляется путем: разработки, утверждения и финансирования инвестиционных проектов, осуществляемых Республикой Беларусь совместно с иностранными государствами, а также инвестиционных проектов, финансируемых за счет средств республиканского бюджета и местных бюджетов (областных, городских, районных). Основным недостатком такого типа финансирования инвестиционного проекта является то, что государственная поддержка осуществляется в основном путем направления финансовых ресурсов на выполнение государственных программ и на другие государственные нужды, определяемые в порядке, устанавливаемом законодательством Республики Беларусь.

Смешанное финансирование основывается на различных комбинациях вышеперечисленных типов и может быть использовано для всех форм инвестирования.

Таким образом, для обоснования целесообразности применения каждого способа финансирования в конкретных экономических условиях, сложившихся на микро- и макроуровне, необходим специфический методический инструментарий. Для са-

мофинансирования это методы расчета амортизации, в том числе методы нелинейной амортизации, методические предпосылки сокращения инфляционного обесценения амортизации; для кредитного финансирования – методы оценки (обоснования) верхнего предела цены кредита, методы построения кредитных линий и схем возврата долга и процентов; для смешанного финансирования – методы оптимизации источников финансирования.

Л и т е р а т у р а

1. Инвестиции и строительство в Республике Беларусь : стат. буклет. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/492/a3810c25a20tnicqfew8jx9bp6tca3qr.pdf>. – Дата доступа: 02.05.2024.
2. Руденя, В. О. Совершенствование системы налогового стимулирования инвестиционной и инновационной активности хозяйствующих субъектов в Республике Беларусь / В. О. Руденя, Г. А. Якубенко // Актуальные проблемы мировой экономики и менеджмента : материалы междунар. интернет-конф. студентов и магистрантов, посвящ. 55-летию ун-та, 20 дек. 2019 г. / Белкоопсоюз, Белорус. торгово-экон. ун-т потреб. кооперации ; под науч. ред. М. В. Тимошенко. – Гомель, 2019. – С. 228–230.

УДК 005.96:001.895

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СОТРУДНИКОВ

Ю. Ю. Глушак

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Г. В. Митрофанова

В настоящее время инновационный менеджмент является одним из самых востребованных способов управления. В статье изложены главные методы, способствующие продуктивной работе персонала именно в сфере инновационного менеджмента.

Ключевые слова: инновации, менеджмент, персонал, инновационный менеджмент, творческий потенциал.

INNOVATIVE MANAGEMENT: METHODS AND TOOLS FOR DEVELOPING THE CREATIVE POTENTIAL OF EMPLOYEES

Y. Y. Glushak

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Scientific supervisor G. V. Mitrofanova

At the present time, innovative management is one of the most popular management methods. In this work, we will identify the main methods that contribute to the productive work of personnel specifically in the field of innovation management.

Keywords: innovation, management, personnel, innovative management, creativity.

Современный мир характеризуется быстрыми темпами изменений, высокой степенью неопределенности и конкуренции, постоянным появлением новых технологий и рынков. В этих условиях организации, которые хотят сохранить свои пози-

ции и развиваться, должны быть способны адаптироваться к новым вызовам, создавать и внедрять инновации, удовлетворять потребности и ожидания клиентов. Для этого необходимо иметь эффективную систему управления инновациями, которая включает в себя различные методы и инструменты, способствующие развитию творческого потенциала сотрудников.

Перейдем к определению творческого потенциала. Он представляет собой способность человека или группы людей к созданию новых идей, продуктов, технологий, бизнес-процессов, которые способствуют развитию организации и общества. Творческий потенциал является одним из основных факторов инновационной деятельности и конкурентоспособности организации. Однако творческий потенциал не может быть постоянным и не зависит только от индивидуальных качеств человека. Он может быть развит, стимулирован, поддержан или подавлен в зависимости от ряда факторов и условий, в которых работают сотрудники.

Для того чтобы не достичь такой ситуации, когда творческий потенциал или, другими словами, креативность и желание работать у человека сводится к нулю, нужно уметь направить себя или сотрудников в нужную сторону, расставлять приоритеты и грамотно справляться с управлением. В данной работе мы рассмотрим такое понятие, как инновационный менеджмент. Он является ведущим направлением стратегического управления, которое нацелено на формирование и достижение инновационных целей организации с помощью рационального использования ресурсов и творческого потенциала сотрудников. Инновационный менеджмент включает в себя планирование, организацию, координацию, контроль и мотивацию инновационных процессов в организации [1].

Методы и инструменты инновационного менеджмента – это совокупность приемов, техник, моделей, программ, технологий, которые используются для поддержки и улучшения инновационной деятельности в организации. Они могут быть разделены на несколько групп в зависимости от их целей, функций, уровня применения, степени формализации и т. д. Например, можно выделить методы и инструменты для поиска идей, для анализа проблем и потребностей, для оценки и выбора идей, для разработки и тестирования инноваций, для внедрения и распространения инноваций и т. д.

Данная работа рассматривает методы и инструменты инновационного менеджмента для развития творческого потенциала сотрудников, что является одной из ключевых задач инновационного менеджмента, так как от него зависит конкурентоспособность, эффективность и устойчивость организации в меняющейся среде. Большое внимание также стоит уделить анализу различных методов и инструментов, которые способствуют формированию творческого мышления, развитию творческих способностей, повышению творческой мотивации, управлению творческими командами и т. д.

Перейдем к рассмотрению ряда принципов, которые присущи инновационному менеджменту. На данный момент можно перечислить около семи из них, вот их краткая характеристика:

- *Лидерство* в инновациях является одним из важнейших пунктов, так лидерство в данной сфере позволяет определить будущее предназначение компании, а также помогает добиться всех поставленных целей, связанных с инновационной деятельностью. Для лидеров открыто больше явных возможностей на рынке.

- *Партнерское взаимоотношение с сотрудниками.* Работа в такой сфере, как инновации, требует от людей наличия креативного мышления и желания работать. Следовательно, работникам с нестандартным мышлением следует предоставлять

возможность для совершения каких-либо нестандартных действий и решений, конечно, в пределах разумного.

- *Непрерывные инновации* очень важны для того, чтобы компания всегда оставалась на плаву. Необходимость в непрерывных улучшениях служит некой подушкой безопасности для будущего развития проекта или компании.

- *Стратегическое партнерство*. Наличие компании-партнера зачастую является достаточно обоснованным решением. При решении каких-либо сложных задач или осуществлении проектов иметь поддержку и опору со стороны – необходимый вариант решения такой проблемы, как нехватка кадров или средств.

- *Поиск нереализованных возможностей*. В инновационной деятельности огромную роль играют прогнозы, гипотезы и предположения. Все это достаточно неточные утверждения, но они имеют место быть. Так как для появления принципиально новых продуктов и услуг, нужно находить нереализованные и забытые идеи и возможности [2].

Если опираться на вышеперечисленные принципы инновационного менеджмента, то можно сделать следующий вывод. Развитие творческого потенциала у сотрудников, а вместе с ним желание и мотивация работать является одним из наиважнейших пунктов, которые следует всегда поддерживать на высоком уровне.

Итак, рассмотрим, какие методы и инструменты для развития творческого потенциала у сотрудников могут быть эффективными в различных ситуациях и формах управления:

1. Мозговой штурм, или как его еще называют при переводе на английский язык брейншторминг. Данный процесс получил такое название благодаря тому, что он характеризует некое интенсивное обсуждение в команде или поиск решения определенных вопросов или задач. Главная цель мозгового штурма – это, безусловно, выход за рамки привычного мышления и поиск той идеи, которая не посетила бы разум при любом другом способе (например, путем стандартного процесса принятия решения). Для компании данный способ является достаточно эффективным, так как коллективный брейншторминг – один из лучших способов генерации идей, получения мотивации и стимула в коллективе [3].

2. Обратная связь и признание (коммуникация). В данном случае говорится не об обратной связи производителей и потребителей. Этот пункт описывает важность доверительных отношений руководства и подчиненных. Правильно налаженная система обмена замечаниями, мнениями и поощрениями между руководителем и сотрудником чаще всего ведет за собой повышение мотивации, удовлетворенности и развития коллектива.

3. Вопреки мнению о том, что такое новшество, как искусственный интеллект (ИИ) в каких-то сферах может притупить развитие общества, есть и другие методы использования этой инновации. На высоком уровне, то есть на уровне организаций, фирм искусственный интеллект может в разы упростить работу. Не всегда какие-то проекты оправдывают затраченных сил и времени, именно в таких ситуациях ИИ может помочь не утратить желание сотрудников продолжать работать над последующими проектами. В организационных моментах искусственный интеллект также может проявить себя. Например, построение каких-либо алгоритмов для прогнозирования результатов производительности на основе предыдущих данных, позволяющих управлять талантами и проводить своевременные корректирующие действия.

4. Одним из более или менее новых методов в современном менеджменте является геймификация. Такой способ поможет разрядить обстановку и не так углубляться в проблемы, допустим, со сложной задачей или проектом. Суть данного ме-

тода заключается в том, что игровые правила переносятся в реальную жизнь, и помогают достичь каких-либо целей. Другими словами, сотрудники за счет игры могут сделать скучные задания интересными, избегаемое – желанным, а сложное – простым. Для данного способа есть много разных форм «игры», в которые мы не будем углубляться [4].

5. Не следует забывать и о проведении различных мероприятий. Например, на практике применяется обратное наставничество. Это хороший шанс для обмена опытом и знаниями между сотрудниками разных поколений или тех же отделов.

Подводя итоги, можно подчеркнуть, что данная тема является вполне актуальной для рассмотрения, так как развитие инновационного менеджмента может помочь преодолеть ряд задач. Необходимо отметить и то, что рассмотренные выше методы не могут подойти каждой организации, так как всегда компании имеют свои отличительные черты (специфика организации, поставленные ими цели и задачи). Поэтому подбирая инструменты и методы для развития творческого потенциала в коллективе, менеджеры или руководство не должны прогадать.

Л и т е р а т у р а

1. Что такое инновационный менеджмент и как его использовать. – Режим доступа: <https://uprav.ru/blog/innovatsionnyy-menedzhment/>. – Дата обращения: 12.03.2024.
2. Технологии и методы инновационного менеджмента. – Режим доступа: <https://izron.ru/articles/tendentsii-razvitiya-ekonomiki-i-menedzhmenta-sbornik-nauchnykh-trudov-poitogam-mezhdunarodnoy-nauch/seksiya-8-innovatsionnye-podkhody-v-sovremennom-mened-zhmente/-tehnologii-i-metody-innovatsionnogo-menedzhmenta/>. – Дата обращения: 12.03.2024.
3. Инструкция по созданию лучших идей: метод мозгового штурма. – Режим доступа: <https://hurma.work/rf/blog/instrukciya-po-sozdaniyu-luchshih-idej-metod-mozgovogo-shturma-2/>. – Дата обращения: 16.03.2024
4. Что такое геймификация и зачем она нужна. – Режим доступа: <https://blog.icon-textgroup.ru/articles/gejmifikatsiya-kak-instrument-vovlecheniya-i-motivacii-per-sonala>. – Дата обращения: 13.03.2024.

УДК 339.92:338.46

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ И ЕГО РАЗВИТИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. А. Григорян

Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель И. В. Ермнина

Рассмотрена тема импортозамещения как стратегии развития экономики страны. Импортозамещение представляет собой процесс замещения импортных товаров и услуг отечественными аналогами с целью укрепления экономической независимости, создания рабочих мест, стимулирования экономического роста и снижения внешнеторгового дефицита. Описаны мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности и эффективности реального сектора экономики через максимальное использование местных ресурсов, вовлечение неиспользуемых производственных объектов, сотрудничество с малым и средним бизнесом, а также стимулирование производства импортозамещающих и экспортно-ориентированных товаров. Также отмечается роль законодательных актов в стимулировании производственной деятельности в этом направлении.

Ключевые слова: импортозамещение, народное хозяйство, экономика, эффективность, экспортоориентированность, отечественная продукция, импорт

IMPORT SUBSTITUTION AND ITS DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

A. A. Grigoryan

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Scientific supervisor I. V. Ermonina

The article discusses the topic of import substitution as a strategy for the development of the country's economy. Import substitution is the process of replacing imported goods and services with domestic analogues in order to strengthen economic independence, create jobs, stimulate economic growth and reduce the foreign trade deficit. The text describes measures aimed at increasing the competitiveness and efficiency of the real sector of the economy through the maximum use of local resources, the involvement of unused production facilities, cooperation with small and medium-sized businesses, as well as stimulating the production of import-substituting and export-oriented goods. The role of legislative acts in stimulating production activities in this direction is also noted.

Keywords: Import substitution, national economy, economics, efficiency, export orientation, domestic products, imports.

Импортозамещение – это возникающая трансформация народного хозяйства страны, являющаяся следствием реализации стратегии экономических субъектов и предполагающая замещение импортных товаров и услуг отечественными аналогами [1]. Это может включать в себя создание или расширение отечественного производства товаров и услуг, которые ранее приобретались за рубежом. Целью такой стратегии является укрепление экономической независимости страны, создание рабочих мест, стимулирование экономического роста и снижение внешнеторгового дефицита. В Беларуси импортоемкость экономики, согласно оценке Нацбанка, превышает 65 % ВВП. Санкции вынуждают субъекты хозяйствования отказываться от импорта товаров и заниматься выпуском отечественных аналогов. По этому пути уже пошли и малые, и средние, и крупные предприятия страны [2]. Для повышения конкурентоспособности и эффективности работы реального сектора экономики политика импортозамещения реализуется за счет внедрения следующих мероприятий:

- максимальное использование при освоении, развитии новых производств местных видов сырья, создание кооперационных и вспомогательных производств по увеличению уровня локализации производимой продукции, как основные резервы сокращения импортоемкости производимой продукции;

- вовлечение в хозяйственный оборот неиспользуемых или неэффективно используемых производственных объектов и земельных участков;

- максимальное привлечение и использование возможностей организаций малого и среднего бизнеса в создании и производстве конкурентоспособных импортозамещающих товаров с одновременной их экспортной направленностью (в связи с ограниченной емкостью внутреннего рынка);

- вхождение в кооперационное сотрудничество с действующими на территории стран ЕАЭС и иных государств транснациональными корпорациями по освоению и производству высокотехнологической наукоемкой продукции, в том числе в рамках деятельности свободной экономической зоны «Могилев»; предоставление и расширение инструментов стимулирования производства импортозамещающей продукции; приоритетное использование в производственном секторе иностранного капитала.

Одной из важных составляющих в данном направлении является стимулирование производственной деятельности по организации импортозамещающих и экспортноориентированных производств. Этому способствует ряд законодательных актов Республики Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь от 8 июня 2015 г. № 235 «О социально-экономическом развитии юго-восточного региона Могилевской области», Декрет Президента Республики Беларусь от 6 августа 2009 г. № 10 «О создании дополнительных условий для осуществления инвестиций в Республике Беларусь» и др. [3].

Белорусскими производителями активно осваиваются новые высокотехнологичные методы и технологии для выпуска расширенного спектра инновационных импортозамещающих продуктов по приоритетным направлениям внешнеэкономического развития экономики Республики Беларусь, в частности, в области биотехнологий, нанотехнологий, микроэлектроники, технологий тонкой химии, информационных, лазерно-оптических технологий, коммуникационных технологий, альтернативной энергетики, геномной инженерии и др. Однако существуют и факторы, препятствующие разработке и внедрению в производство инновационной импортозамещающей продукции: недостаточность собственных денежных средств; финансовой поддержки со стороны государства; высокая стоимость нововведений; рассредоточенность средств финансирования инновационных импортозамещающих проектов. Ежегодно Министерство торговли Республики Беларусь, изучив потребности внутреннего рынка, представляет субъектам хозяйствования перечень и объемы производства импортозамещающих потребительских товаров на будущий год. Существует ряд примеров по успешной реализации политики импортозамещения, в частности среди субъектов хозяйствования Гомельской области, одним из них является деятельность Туровского молочного комбината по производству традиционных итальянских сыров для реализации на национальном белорусском рынке. Следует отметить, что успех освоения новых технологий во многом зависит и от интенсивности международного сотрудничества, поскольку обмен опытом позволяет ускорить процесс внедрения научных разработок в собственное производство. Таким инструментом может послужить международный трансфер технологий. Практика показывает, что отдельные страны добились впечатляющих экономических успехов благодаря международному трансферу технологий. Для привлечения зарубежных технологий в страну необходимо активное участие зарубежного капитала, интенсифицировать которое возможно только благодаря созданию в стране мер благоприятного инвестиционного климата и наращиванию инвестиционного потенциала. Инвестиционный потенциал как экономическая категория характеризует совокупность инвестиционных возможностей в стране, структуру и динамику инвестиций, позволяя также оценивать инвестиционную привлекательность страны.

Витебским облисполкомом ежегодно разрабатывается и реализуется План мероприятий по импортозамещению, основными целями которого являются снижение зависимости от импорта товаров для удовлетворения внутреннего спроса высококачественной продукцией собственного производства, снижение импортоемкости выпускаемой продукции, улучшение внешнеторгового сальдо. За 2022 г. произведено импортозамещающей продукции на сумму 944,6 млн долл. США (105,5 % к заданию на 2022 г. – 895,5 млн долл. США), темп 111,7 % к 2021 г., поставлено на экспорт – 585,8 млн долл. США (удельный вес экспорта в объеме производства составил 62 %), темп 102,5 %. Условная экономия валютных средств за счет поставки продукции на внутренний рынок составила 222,7 млн долл. США. Малым и средним бизнесом произведено импортозамещающей продукции на сумму 250,6 млн долл. США, по-

ставлено на экспорт – 170,3 млн долл. США. Доля субъектов малого и среднего бизнеса в объеме производства импортозамещающей продукции по сравнению с 2021 г. увеличилась на 1,3 процентных пункта и составила 26,5 %. В 2023 г. запланирован объем производства импортозамещающей продукции на сумму около 950 млн долл. На экспорт прогнозируется направить товаров на 626,8 млн долл. или 66,1 % от объема производства. В План мероприятий включены 76 предприятий по 181 товарной позиции, в том числе 44 относятся к малому и среднему бизнесу, за которыми закреплены 85 товарных позиций. Субъектами малого и среднего бизнеса будет выпущено продукции на 172,8 млн долл.

По словам Главы государства, рассмотрение комплекса вопросов выявило причины негативных тенденций. *Во-первых*, это недостаточная проработка импортозамещающих проектов на стадии их планирования и подготовки с точки зрения окупаемости затрат и конкурентоспособности осваиваемой продукции. *Во-вторых*, значительные расходы на инвестиционный импорт, а также высокие затраты на производство. *В-третьих*, отсутствие должной координации между органами госуправления при реализации импортозамещающей продукции. Из-за этого произведенная продукция оказывается невостребованной на внутреннем рынке, и предпочтение отдается импортным аналогам.

Недостаточная развитость инфраструктуры белорусского экспорта, в целом невысокая эффективность работы товаропроводящих сетей белорусских предприятий также среди причин негативных тенденций. Президент констатировал, что такие элементы продаж, как маркетинг, реклама и логистика в Беларуси еще отстают от мировых стандартов. Негативное влияние на развитие страны оказывают внешне-экономические диспропорции. Особенно если они проявляются в течение длительного периода. Это касается валютного рынка, стабильности национальной валюты, финансовой системы и в целом платежеспособности страны.

Самый выгодный вариант для экономики Беларуси – это развитие производств на местных ресурсах, главный резерв импортозамещения, роста производительности труда, увеличения глубины переработки местного сырья. Были названы три стратегических направления в этом плане: деревообработка, добыча и переработка калийного сырья, а также производство строительных материалов. «Развитие экономики и более 35 % всего прироста экспорта за пятилетку будет обеспечено отраслями на местных ресурсах с минимальной импортоемкостью, включая сельское хозяйство. Именно под таким углом зрения рассматривалась программа социально-экономического развития страны на пятилетку», – отметил Премьер-министр Республики Беларусь М. Мясникович.

В стране действует единая схема работы по импортозамещению, в соответствии с которой выделено три группы товаров.

Первая группа – это товары, аналоги которых производятся в Беларуси, но по качеству проигрывают импортным, либо востребованы, но производятся в недостаточных объемах. Задача министерств и регионов – повышать их конкурентоспособность, расширять действующие мощности. *Вторая группа* – товары, которые не производятся в стране, не осваиваются в рамках госпрограмм и мероприятий. Под их производства создаются новые мощности. Это классический пример прямого импортозамещения. *Третья группа* – товары, которые импортируются, так как их производство в Беларуси было признано нецелесообразным, а это 16 % всего импорта. Такие товары относятся к так называемому «критическому импорту».

Таким образом, импортозамещение в экономике Республики Беларусь является важной стратегией для укрепления национальной экономики и снижения зависимости от импорта. Последние годы в стране активно развиваются отечественные про-

изводители, что способствует увеличению доли отечественной продукции на рынке. Это позволяет снизить зависимость от импорта, обеспечить рабочие места и стимулировать экономический рост. Однако для успешного импортозамещения необходимо развивать технологические процессы, повышать качество продукции и конкурентоспособность отечественных производителей. В 2022 г. в Беларуси было произведено импортозамещающей продукции на \$27 млрд, при этом более половины таких товаров – на \$14 млрд – поставлено на внешние рынки.

Л и т е р а т у р а

1. Белорусский фонд социальной поддержки предпринимателей. – Режим доступа: <https://www.belarp.by/ru/subcontractation/infomat>. – Дата доступа: 07.05.2024.
2. Экономическая газета. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/importozameshchenie-v-belarusi/>. – Дата доступа: 07.05.2024.
3. Мстиславский районный исполнительный комитет. – Режим доступа: <http://mstislavl.gov.by/ru/importozam/>. – Дата доступа: 07.05.2024.
4. Витебский областной исполнительный комитет. – Режим доступа: <https://vitebsk-region.gov.by/ru/importozameshchenie1>. – Дата доступа: 13.05.2024.

УДК 316.34(476)

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА «УМНЫЙ ГОРОД» В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. А. Губченко, Д. А. Соколов

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. В. Трейтъякова

Представлены исследования реализации проекта «Умный город» в Республике Беларусь. Рассмотрены правовая база и перспективы проектов внедрения новейших технологических трендов в различные сектора экономики, социальную сферу и систему государственного управления на основе сотрудничества с Российской Федерацией.

Ключевые слова: цифровизация, развитие, доступность, инфраструктура, региональное развитие, проект.

IMPLEMENTATION OF THE SMART CITY PROJECT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

V. A. Gubchenko, D. A. Sokolov

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor E. V. Tretyakova

The article presents research on the implementation of the Smart City project in the Republic of Belarus. The legal framework and prospects of projects for the introduction of the latest technological trends in various sectors of the economy, the social sphere and the public administration system based on cooperation with the Russian Federation are considered.

Keywords: digitalization, development, accessibility, infrastructure, regional development, project.

Цифровизация – это современный тренд в развитии и последовательном совершенствовании всех экономических процессов, а также социальных сфер. Он основан

на расширении обмена информацией, доступности и безопасности, а также на растущей роли автоматизации в качестве основы для цифровизации.

Цифровизация имеет поэтапный процесс. Для начала проводится опрос населения на тему необходимых преобразований и готовности к их осуществлению. Далее адаптируется стандартная концепция конкретного города. Концепция дополняется дорожной картой, в которой определены конкретные проекты в выбранных приоритетных областях. В ней также отражены сроки реализации, ответственные подрядчики и ожидаемые результаты. После этого данная концепция города и дорожная карта представляются общественности, экспертам и государственным органам для рассмотрения, оценки и утверждения, а затем для утверждения документа мэром. После этого к работе привлекаются структурные подразделения местных исполнительных и распорядительных органов. Их задача – планировать выделение средств для финансирования проектов Плана действий. При необходимости они включаются в государственные программы и другие виды деятельности. Параллельно с реализацией проекта планируется создание условий для его внедрения в жизнь города.

Масштаб задач на текущую пятилетку, определенных Государственной программой «Цифровое развитие Республики Беларусь» на 2021–2025 гг., достаточно широк. Одной из задач программы является цифровое развитие регионов.

С точки зрения цифрового развития регионов, это реализация белорусского проекта «Умные города» национального значения. В настоящее время можно с уверенностью сказать, что в Республике Беларусь начался качественно новый этап ее реализации, а именно: всесторонний и системный переход в практическую плоскость, и отправной точкой является утверждение постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 2 февраля № 66, 2021 г. Государственной программы «Цифровое развитие Республики Беларусь». С целью обеспечения внедрения информационно-коммуникационных и передовых производственных технологий в национальную экономику и общество в качестве ответственного заказчика государственной программы определено Министерство связи и информатизации, администрация президента Республики Беларусь – в качестве заказчика.

Основой практической реализации проекта является серьезный инфраструктурный задел, созданный в Республике Беларусь за последние годы для развития национальной информационно-коммуникационной инфраструктуры, который создает множество новых возможностей для всестороннего и устойчивого развития, включая преодоление цифрового разрыва между городом и регионом. За последние несколько лет в стране уже сформировалась устойчивая теоретическая база для развития технологий «умного города». Фактически, с 2019 г. Министерством связи и информатизации запущена и ведется при поддержке Национальной академии наук Беларуси, а также при участии местных органов власти работа по комплексной системной цифровой трансформации регионов.

Перед началом реализации проекта в районных территориальных единицах были проведены исследования с целью изучения потребностей местных жителей и возможностей внедрения цифровых информационных технологий. Результаты показали, что 81 % респондентов считают, что целью внедрения «умного города» является улучшение качества жизни горожан с помощью современных технологий. Респонденты считают развитие технологий в сфере здравоохранения своим приоритетом.

Министерство связи в рамках научных исследований провело предварительное исследование городов с населением более 80 тыс. (Баранович, Пинск, Борисов, Орша, Полоцк, Жлобин, Речица, Лида, Слуцк, Солигорск, Молодечно), изучило их потенциал, выявило потребности населения. Горожане разрабатывали концепции раз-

вития «Умных городов», создавали «дорожные карты» для их реализации. В настоящее время реализуются пробные и экспериментальные проекты, где ведутся работы по созданию центров быстрого реагирования, подготовительные работы к внедрению проекта «Умный квартал», запущено мобильное приложение «Мой город». Реализация проекта «Мой город» и в настоящее время «Белтелеком» реализует проект в девяти городах Республики Беларусь.

В рамках форума Международного форума по информационно-коммуникационным технологиям (ТИБО – 2023) были подписаны соглашения о стратегическом сотрудничестве, которые помогут Беларуси и России совместно развивать проекты в области умных городов и телекоммуникаций. «Умный город» – это технологии, и образование и использование этих технологий.

Л и т е р а т у р а

1. О проекте умные города Беларуси. – Режим доступа: <https://rudensk-pukhovichi-asveta.gov.by/%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%8B/%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B5%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D0%B0%D1%80%D1%83%D1%81%D0%B8>. – Дата доступа: 18.04.2024
2. Цифровое развитие Беларуси. – Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by/ru/o-proekte-umnye-goroda-belarusi>. – Дата доступа: 12.05.2024.
3. Smart city walks the country. – Режим доступа: <https://newland.by/en/news/single/smart-city-shagayut-po-strane>. – Дата доступа: 20.04.2024.
4. Где и как в стране будут реализовывать концепцию умных городов. – Режим доступа: <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2020/mart/48257/>. – Дата доступа: 10.05.2024.

УДК 349.2

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО ИНТЕРЕСОВ РАБОТНИКОВ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

А. М. Давыдова, А. С. Пупкова

*Учреждение образования «Гомельский государственный университет
имени Франциска Скорины», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. А. Ковалева

Проанализирован субъектный состав социального партнерства. Приведен анализ моделей представительства интересов работников в сфере социального партнерства. На основе сравнительного правового анализа выявлена наиболее эффективная из них.

Ключевые слова: социальное партнерство, представительство, профсоюз, работник, наниматель, модель социального партнерства.

REPRESENTATION OF THE INTERESTS OF EMPLOYEES IN THE FIELD OF SOCIAL PARTNERSHIP

A. M. Davydova, A. S. Pupkova

Francisk Skorina Gomel State University, Republik of Belarus

Science supervisor E. A. Kovaleva

In this article, the subject composition of social partnership is analyzed. The analysis of models of representation of the interests of employees in the field of social partnership is given. Based on a comparative legal analysis, the most effective of them is clarified.

Keywords: social partnership, representation, trade union, employee, employer, social partnership model.

Сторонами социального партнерства являются работники и наниматель, в лице их представителей. Также такой стороной может являться и орган государственного управления, если он – наниматель. Работник – наиболее слабая сторона трудового договора. Поэтому с целью защиты прав и свобод работника, а также с целью представительства создаются профсоюзы. На данный момент профсоюз – основной представитель интересов работников. Также стоит отметить, что могут существовать и иные представительные органы, созданные работниками для представительства их интересов. Существует 4 уровня социального партнерства: республиканский, отраслевой, региональный, локальный.

В Беларуси механизм социального партнерства стал формироваться в 1990 г. Впервые понятие социального партнерства было закреплено в Кодексе законов о труде в 1992 г. Процесс становления социального партнерства в Республике Беларусь проходил в сложных условиях, так как произошел распад Советского Союза. В связи с этим профсоюзы нашей страны стали инициаторами создания механизмов социального партнерства и создания правовой базы для этого. Так, 24 ноября 1992 г. был принят Закон Республики Беларусь «О коллективных договорах и соглашениях», а 18 января 1994 г. – Закон Республики Беларусь «О порядке разрешения коллективных трудовых споров (конфликтов)». Данные нормативные правовые акты положили начало для развития социального партнерства в Республике Беларусь.

Постепенно законодательство совершенствовалось и принимались новые законодательные акты, к числу которых можно отнести Указы Президента Республики Беларусь «О Национальном совете по трудовым и социальным вопросам» от 5 мая 1999 г. № 259, «О развитии социального партнерства в Республике Беларусь» от 15 июня 1995 г. № 278.

Беларусь одна из первых в СНГ приняла разработанную на трехсторонней основе Концепцию развития системы социального партнерства. Несмотря на достаточно широкую законодательную базу, регламентирующую институт социального партнерства в Республике Беларусь, на данном этапе в законодательстве не содержится понятие «представительства», хотя ст. 354 Трудового кодекса Республики Беларусь (далее – ТК) предусматривает возможность представительства работников не только профсоюзами, но и иными представительными органами работников. Отметим, что возможности иных представительств работников предусмотрены в таких развитых странах как Япония и США, и такой опыт может быть также реализован и в Республике Беларусь.

Основной традиционной и наиболее изученной формой представительства работников является профсоюзное представительство. Основание для такого представительства закреплено в международных документах, а также в ст. 14 Конституции Республики Беларусь. В соответствии с этой нормой отношения в социально-трудовой сфере между органами государственного управления, организациями нанимателей и профсоюзами осуществляются на принципах социального партнерства и взаимодействия сторон.

Статья 354 ТК предусматривает, что интересы работников могут представлять соответствующие профсоюзы и другие представительные органы работников, действующие на основании законодательных актов. Исходя из этого положения, можно констатировать, что существует профсоюзное и альтернативное (внесоюзное) представительство интересов работников в социальном партнерстве.

Кроме того, норма ТК о возможности иного представительства работников также закреплена на уровне Международной организации труда в Конвенции № 135 от 2 июня 1971 г. «О защите прав представителей работников на предприятии и предоставляемых им возможностях». Конвенция предусматривает, что представители работников включают представителей, назначенных или избранных профсоюзами или членами таких союзов, или выборные представители, свободно выбранные работниками предприятия в соответствии с положениями национального законодательства или коллективных договоров, в обязанности которых не входит деятельность, признанная исключительной прерогативой профсоюзов в конкретной стране.

В мире существует несколько моделей представительства. Модель профсоюзного представительства характеризуется тем, что профсоюзы по закону являются представителями работников, при том часто и той части работников, которые не являются членами профсоюзов. Эта модель представлена в США, Канаде, Японии, Великобритании, Ирландии и других странах. Следует отметить, что в зависимости от особенностей профсоюзов и их поведения эта модель может рассматриваться в виде подмоделей, когда: а) профсоюзы ориентированы на сотрудничество с властью; б) профсоюзы нацелены на конфликтность с государственной властью [1].

Модель чистого представительства работников отличается тем, что трудовой коллектив выбирает своих собственных представителей в совет предприятия, которые и ведут переговорный процесс с работодателем. В основном такой совет имеет полномочия консультативно-информационного характера. Степень обязательности учета мнений совета работодателем должна быть специально определена в коллективном соглашении. Данная модель используется в Испании, Греции, Португалии и других странах [1].

Модель смешанного представительства выделяется тем, что в советы, избираемые трудовым коллективом, включаются также представители работодателя. Здесь полномочия совета более широкие, так как совет может участвовать в принятии решений на основе консенсуса. Круг вопросов, по которым могут приниматься решения (трудовой распорядок, охрана труда, условия труда, продолжительность рабочего времени), должен специально оговариваться законодательством либо соглашением. Например, во Франции глава предприятия по закону обязан ежегодно представлять комитету (совету) доклад о хозяйственном обороте, заработной плате, штатах и их изменениях, об условиях труда [1].

На данный момент вопрос представительства работников в системе социального партнерства все еще не в полной мере разрешен. Наиболее эффективной формой регулирования трудовых отношений, обеспечивающих непосредственное участие трудящихся в производственных процессах, являются коллективные договоры. Коллективные договоры стали основной формой проявления реальных партнерских отношений на Западе. Кроме коллективных договоров известны еще три формы непосредственного участия работников в производственных процессах среди западных стран, а именно институционализированное участие работников в управлении не через профсоюзные органы рабочего представительства и соучастие трудящихся в советах директоров компаний; «прямое» участие трудящихся в делах предприятия на уровне рабочего места; участие трудящихся в прибылях, доходах и в акционерной собственности предприятий и компаний. Форма участия наемных работников в управлении через не профсоюзные органы рабочего представительства получила довольно широкое распространение только в промышленно развитых западноевропейских странах. В США и Канаде проблема демократизации трудовых отношений решается преимущественно через механизм коллективных договоров [2].

В системе социального партнерства представительство работников юридически закреплено за профсоюзами. Принимая во внимание общепризнанный принцип свободы объединений, развитие малого и среднего бизнеса, нестандартные формы занятости, повышенную гибкость рабочей силы и информатизацию общества, работники должны иметь возможность представлять свои интересы, которые должны быть направлены на другое альтернативное или не профсоюзное направление.

Л и т е р а т у р а

1. Лутохина, Э. А. Социальное партнерство и его модели в зарубежных странах (опыт и уроки) / Э. А. Лутохина. – Режим доступа: <https://evolutio.info/ru/journal-menu/2003-1/2003-1-lutohina>. – Дата доступа: 27. 01. 2024.
2. Маркова, С. М., Петровский, А. М. Историко-правовые предпосылки развития социально-партнерских отношений в вузе / С. М. Маркова, А. М. Петровский. – Режим доступа: <https://cyber-leninka.ru/article/n/tehnologicheskaya-podgotovka-buduschih-pedagogov-professional-nogoobuc-heniya-kak-sotsialno-pedagogicheskaya-problema-1>. – Дата доступа: 27.01.2024.

УДК 338.24.01

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

П. А. Дайнеко

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Г. В. Митрофанова

Денежные потоки играют ключевую роль в финансовом управлении предприятий, влияя на их финансовую устойчивость и успешность. В данной статье рассмотрены актуальные проблемы, связанные с управлением денежными потоками на предприятии и перспективные решения для их совершенствования. Основные аспекты, такие как оптимизация денежных потоков, управление рабочим капиталом и управление рисками, рассматриваются с использованием современных теоретических и практических подходов. Предложенные решения позволят предприятиям повысить эффективность управления денежными потоками, что в итоге приведет к улучшению финансовой устойчивости и увеличению прибыльности.

Ключевые слова: денежные потоки, управление денежными потоками, оптимизация денежных потоков, рабочий капитал, управление рисками.

IMPROVEMENT OF CASH FLOW MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

P. A. Daineko

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor G. V. Mitrofanova

Cash flows play a key role in the financial management of enterprises, affecting their financial stability and success. This article considers actual problems related to cash flow management at the enterprise and perspective solutions for their improvement. The main aspects such as: cash flow optimization, working capital management and risk management are considered using modern theoretical and practical approaches. The proposed solutions will allow enterprises to improve the efficiency of cash flow management, which will ultimately lead to improved financial stability and increased profitability.

Keywords: cash flows, cash flow management, cash flow optimization, working capital, risk management.

Управление денежными потоками является одной из основных функций финансового управления предприятий. Денежные потоки представлены движением денежных средств внутри предприятия, включая поступления от продажи товаров и услуг, платежи по счетам поставщиков, зарплаты и другие расходы. Оптимальное управление денежными потоками позволяет предприятию поддерживать необходимые денежные средства для оперативного ведения бизнеса, минимизировать затраты на финансирование и снизить финансовые риски.

Для оптимизации денежных потоков предприятие должно разработать эффективную стратегию управления денежными средствами. Это включает в себя анализ и прогнозирование денежных потоков, определение оптимального уровня ликвидности и использование инструментов управления денежными средствами, таких как учетные системы и методы планирования. Кроме того, предприятию следует устанавливать эффективные политики кредитования и дебиторской задолженности, чтобы улучшить взаимодействие с клиентами и снизить задолженность.

Рабочий капитал представляет собой совокупность оборотных активов и краткосрочных обязательств предприятия. Управление рабочим капиталом включает в себя оптимизацию запасов, управление сроками платежей поставщикам и взаимоотношениями с клиентами. Рациональное управление рабочим капиталом позволяет предприятию максимизировать использование своих ресурсов, снизить финансовые затраты и повысить эффективность операционной деятельности.

Управление рисками связано с идентификацией и оценкой финансовых рисков, которые могут повлиять на денежные потоки предприятия. Это включает в себя анализ экономической среды, оценку кредитного риска, управление валютными рисками и другие аспекты. Предприятию следует разработать эффективные стратегии управления рисками, включающие регулярный мониторинг и контроль, чтобы минимизировать потери и обеспечить стабильность денежных потоков.

Совершенствования управления денежными потоками на предприятии является важным фактором для достижения финансовой устойчивости и успешности. В данной статье рассмотрены актуальные проблемы и предложены перспективные решения для улучшения управления денежными потоками, включая оптимизацию денежных потоков, управление рабочим капиталом и управление рисками. Предприятия, применяющие эти методы, смогут улучшить свою финансовую производительность и снизить финансовые риски, что приведет к повышению конкурентоспособности и устойчивости на рынке.

Л и т е р а т у р а

1. Пинский, В. Управление денежными потоками и ликвидностью предприятия / В. Пинский. – М. : Экономика, 2019.
2. Шарп, У. Ассет-лиабилити менеджмент в управлении денежными потоками компании / У. Шарп. – М. : Междунар. отношения, 2016.
3. Щедрин, В. Оптимизация управления денежными потоками на предприятии / В. Щедрин // Финансовый директор. – 2018.

УДК 658.14/.17:334.012.64(476)

FINANCING METHODS FOR SMALL BUSINESSES IN A MARKET ECONOMY

Y. S. Dalimaeva

Vitebsk State Technological University, Republic of Belarus

Science supervisor O. D. Dem

The article examines the options for financing small businesses in a market economy, compares domestic and foreign lending programs and the methods used to reduce credit risk. The possibilities of the Development Bank and the Belarusian Fund for Financial Support of Entrepreneurs for financing small businesses were analyzed.

Keywords: credit risk, small businesses, forms of financing, banks, Belarusian Fund for Financial Support of Entrepreneurs, financial activity, market economy.

МЕТОДЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Ю. С. Далимаева

*Учреждение образования «Витебский государственный
технологический университет», Республика Беларусь*

Научный руководитель О. Д. Дем

Рассмотрены варианты финансирования малого бизнеса в условиях рыночной экономики, сравнены отечественные и зарубежные программы кредитования, а также методы, используемые для снижения кредитного риска. Проанализированы возможности Банка развития и Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей по финансированию малого бизнеса.

Ключевые слова: кредитный риск, малый бизнес, формы финансирования, банки, Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей, финансовая деятельность, рыночная экономика.

Over the past decades, the role of small business in the economy has been increasing. This growth is due to a number of objective trends in the development of social production – for example, the transition to flexible non-mass production that meets the specialized needs of consumers, the development of small markets, shifts in the structure of consumer demand, etc. In modern market systems, preference is given to efficiency, which is achieved through rapid adaptation to changes in the external environment. At the same time, small organizations are distinguished by a more flexible response to changes in market conditions, the ability to use proximity to local markets, good knowledge of the clientele, relative cheapness of goods and services due to narrow specialization, the use of cheaper means of production, speed and flexibility in making managerial decisions. The success of small business development is closely related to the lending activities of commercial banks, since these business entities need external loans at all stages of economic activity.

Credit risk is equally inherent in both banks and entrepreneurs, and may be and may be related to the likelihood of a decline in production or demand for products of a certain industry, non-fulfillment of contractual relations for some reason, transformation of types of resources (most often by time) and force majeure. As a result, financial institutions tend

to give loans to small businesses at an inflated interest rate and require additional guarantees, which further complicates lending to MSEs (micro and small enterprises – approx. the author) by banks.

In order to support MSEs and determine the development of this sector, international governmental organizations in the EU (the European Parliament, the European Commission, etc.) have long taken measures, the main among which is the creation and support of banks, which primary function is to finance MSEs [4].

Banks, in terms of interaction with the MSE sector, can be divided into two categories: banks independently implement a lending policy, and banks that implement government, foreign and international credit lines [5].

Banks of the first category have several subcategories. In the Netherlands, credit resources for the MSE sector are available in all banks, in Romania – in the CES Bank, in Bulgaria – in the Development Bank, etc. So, in the UK, Barclay's Bank has developed two programs for business creation and expansion. According to the first one, the loan amount ranges from 5 to 100 thousand pounds, provided for a period of 5 years. Interest (15–17 %) is charged on the annual turnover of the company, not on the loan amount. According to the second program, the loan amount ranges from 5 to 500 thousand. The loan is issued for a period of 2 to 20 years for the purchase of equipment, etc. The interest on the loan is set in accordance with the current rate of the central bank or determined by the bank itself.

The Hungarian Development Bank, which is owned by the state, provides preferential loans to SMEs for a period of 10 years, interest-free loans and refinancing loans for a period of 7 years, concessional financing of capital investments and working capital with a long circulation cycle for a period of 5 years.

The Export-Import Bank of the United States (EXIM) is the official export credit agency of the United States. EXIM's credit schemes are universal and apply regardless of the country. The procedure for obtaining an export loan provides for payment of the competition fee and submission of an application to the competition commission. The minimum loan term is 1 year, the loan amount cannot exceed 85 % of the cost of goods. The amount of insurance premiums is determined by EXIM independently, considering the risk of a particular country, the amount of self-risk assumed by the policyholder, as well as EXIM's own business policy. In EXIM practice, insurance premiums for non-market (political) risks range from 2.5–5 % [4].

To solve the problem of credit risk in the Republic of Belarus, such methods as credit scoring and the formation of a reliable composition of customers are currently used, but they are no longer sufficient [1]. The existing system needs to be reformed by introducing new methods of reducing credit risk.

One of these methods may be the institution of a "syndicated loan" with equity participation, like the American CDC/SBA 504 program. The 504 loan program provides long-term, fixed rate financing for major fixed assets, such as equipment or real estate. 504 loans are available through Certified Development Companies (CDCs), Small Business Administration's (SBA) community-based partners who regulate nonprofits and promote economic development within their communities. This program implies that the bank, which is also the agent, subsequently provides 50 % of the requested amount to the borrower, 40 % is provided by a third-party organization, such as the Development Bank, the remaining 10 % is the funds of the borrower himself [4].

Consideration of problematic issues in syndicated lending between commercial banks in the Republic of Belarus allows us to conclude that, against the background of all the advantages of this credit instrument, joint work of commercial banks is currently practically

impossible. However, it is quite realistic for an individual bank to work, especially in a crisis period, on the principle of "syndication" (co-financing) with an organization providing financial support to MSEs (for example, the Development Bank [3] or the Belarusian Fund for Financial Support to Entrepreneurs (BFFSE)).

In practice, this mechanism can be implemented in several ways. The most likely of them is the following: a commercial bank as an agent plus a Development Bank as a lender. Considering the fact that the Development Bank will not risk its financial resources by providing support to SMEs, it is most likely that an additional entity should be included in this scheme, which will partially provide collateral to the agent bank instead of the borrower and fully provide funds allocated by the Development Bank up to 60 % of the loan amount [2].

In Belarus the closest approach to this practice is a guarantee mechanism based on the Belarusian Fund for Financial Support of Entrepreneurs. This project not only reduces the cost of borrowed funds for MSEs, but also provides targeted support by allocating funds in favor of the most effective entities and promising projects.

The second option of the co-financing mechanism implies that, in addition to the bank, the analysis of the application will be carried out by both the Development Bank and the BFFSE. When applying for a loan from the MSE under the co-financing program, the bank evaluates its creditworthiness and analyzes a number of the following factors: the macroeconomic situation, the financial condition of the borrower, the quality of management of the borrower company, credit history, the quality of the collateral provided, etc.

At the stage of approval of the MSE application, the bank applies to the Development Bank to confirm participation in the transaction. In case of confirmation of participation, the Development Bank sends a package of documents to the BFFSE, which within two days decides on the issuance of a guarantee (the maximum amount of the guarantee cannot exceed 60% of the loan amount). Then the client pays the BFFSE commission to the bank, which, having a power of attorney to sign a guarantee agreement from the BFFSE, concludes a deal with the client.

In its final form, this transaction represents the following:

1) sources of financing – commercial bank (from 50 % of the amount of the main obligation), Development Bank (up to 40 % of the amount of the main obligation), client (10 % of the amount of the main obligation);

2) the organization that provided the loan is a bank (from 50 % of the total amount of the project);

3) collateral – from 40 % of the main obligation is assumed by the client, up to 60 % of the main obligation is assumed by the BFFSE.

Thus, in the case of credit interaction between a commercial bank and a small business, it is necessary to reduce the level of credit risk for both. Small businesses need to come out of the shadows, earn a decent credit history, be a conscientious borrower, and then all credit markets (both short money and investment) will be open to entrepreneurs. Commercial banks, in turn, should not be afraid to work with small businesses, since this sector of the economy has a future and huge development prospects. Banks should develop civilized small business lending programs and consider various methods of minimizing credit risk in these programs.

References

1. Analysis of the financial stability of the real sector of the economy based on microdata and expert criteria for default risk. – Access mode: <https://www.nbrb.by/bv/pdf/supplements/94.pdf>. – Access date: 12/21/2023.

2. Veraksa, S. A. On the creation and functioning of the institution of guarantee (surety) in the Republic of Belarus / S. A. Veraxa // Banking Spring. – 2017. – no. 9 (650). – pp. 42–46.
3. National partnership of microfinance market participants. – Access mode: <http://www.rmcenter.ru/naumir>. – Access date: 12/14/2023.
4. SBA Small Business Investment Company // Congressional Research Service, 2019. – Mode of access: <https://fas.org/sgp/crs/misc/R41456.pdf>. – Date of access: 23.12.2023.
5. World Bank. – 2018. – Mode of access: <http://www.worldbank.org>. – Date of access: 20.12.2023.

УДК 336.1

ЗНАЧИМОСТЬ ПРИНЦИПОВ И ИНСТРУМЕНТОВ ИСЛАМСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А. А. Дарякин, А. А. Ахмадуллина

*Институт экономики, управления и права Московского городского
педагогического университета, Российская Федерация*

В контексте вызовов современного мира или современной экономики значимость принципов и инструментов исламской экономики и финансов является актуальной темой для исследования. В данной статье рассмотрены основные принципы исламской экономики, такие как запрет на проценты (реба), запрет на азартные операции (майсир), принцип равенства и справедливости в распределении богатства, а также использование договоров участия (мудароба и мурабаха). Показано, как эти принципы могут быть применены для решения вызовов современного мира, таких как финансовая устойчивость, социальная справедливость, устойчивое развитие и борьба с финансовыми кризисами. Кроме этого затронуты вопросы стратегии исламского финансирования, что укрепит доверие клиентов и инвесторов, обеспечивая защиту их интересов от рисков несоблюдения принципов Шариата.

Ключевые слова: исламская экономика, реба, майсир, такафул, сукук, мурабаха, ижара и мудариб.

THE IMPORTANCE OF THE PRINCIPLES AND INSTRUMENTS OF ISLAMIC ECONOMY AND FINANCE IN THE CONTEXT OF MODERN CHALLENGES OF THE WORLD ECONOMY

A. A. Daryakin, A. A. Akhmadullina

*Institute of Economics, Management and Law, Moscow City Pedagogical
University, Russian Federation*

In the latest challenges of the modern world or modern economy, innovation and tools of Islamic financial economics are a hot topic for research. This article examines the basic principles of Islamic economics, such as the prohibition of interest (reba), the prohibition of risky transactions (maysir), the principle of equality and fairness in the distribution of wealth, and the use of participation agreements (mudaraba and murabaha). In addition, we will consider how these principles can be applied to solve problems of the modern world, such as financial stability, social justice, sustainable development and the fight against crisis phenomena. In addition, the article discusses the issues of Islamic finance strategy, which will strengthen the trust of clients and slow down their work, ensuring the protection of their interests from the risk of non-compliance with Shariah norms.

Keywords: Islamic economics, reba, maysir, takaful, sukuk, murabaha, izhara and mudarib.

Исламская экономика и финансы представляют собой уникальную систему финансовых отношений, основанную на принципах шариата – законов ислама. Эти принципы отличаются от традиционных методов финансирования и инвестирования, что делает исламские финансы одной из самых динамично развивающихся областей в мировой экономике.

Одним из ключевых принципов исламских финансов является запрет на процентные операции (реба). Этот принцип основан на исламском учении о том, что получение или уплата процентов считается недопустимым, так как это может привести к несправедливому обогащению за счет других людей. Вместо процентных операций в исламском банковском секторе используются альтернативные механизмы финансирования, такие как мурабаха (продажа товаров с наценкой), ижара (аренда), мудариб (партнерство) и другие. Также популярны исламские страховые продукты (такафул), где участники взаимно помогают друг другу в случае беды.

Другим важным принципом исламских финансов является запрет на азартные операции (майсир). Это означает, что все финансовые сделки должны быть основаны на реальных активах и рисках, а не на случайности или азарте. Таким образом, исламские финансы способствуют стабильности и устойчивости финансовой системы, предотвращая спекулятивные операции и риски.

Еще одним важным принципом исламских финансов является требование обеспечения социальной справедливости и солидарности. Исламские финансовые институты обязаны учитывать интересы общества в целом и стремиться к равноправию и справедливому распределению доходов. Это способствует уменьшению социальных неравенств и повышению благосостояния населения.

Исламские финансы также поддерживают прозрачность и честность во всех финансовых операциях. Информация о сделках должна быть доступна для всех участников рынка, чтобы обеспечить доверие и стабильность финансовой системы.

Многие страны активно развивают этот сектор, создавая специализированные финансовые институты, эмитируя исламские облигации (сукук) и привлекая инвестиции из стран Ближнего Востока и других регионов. Исламская экономика и финансы способствуют развитию малого и среднего бизнеса, предоставляя доступ к финансированию для предпринимателей. Поэтому влияние исламских финансов на современную экономику становится все более заметным.

Одним из главных приоритетов стратегии исламского финансирования FSDP является укрепление шариатской системы управления в Королевстве Саудовская Аравия. В настоящее время исламские финансовые институты в стране децентрализованы, но внедрение всесторонней шариатской системы управления будет способствовать увеличению доверия и большей независимости в принятии шариатских решений в соответствии с лучшими международными практиками. В рамках стратегии определены два обязательства, которые должны быть выполнены к 2025 г. (см. таблицу).

КРІ	2018 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
Число отдельных ученых шариата, всего институтов исламского финансирования	0,5	0,71	0,85	1,0	1,2	1,4	1,6
Процент саудовских ученых на местах в международных организациях и финансовых учреждениях	16,07 %	17,83 %	18,78 %	19,79 %	20,84 %	21,96 %	23,13 %

Для усиления шариатского управления в финансовых учреждениях Королевства Саудовская Аравия, стратегия исламских финансов описывает несколько стратегических инициатив, которые будут реализованы SAMA и CMA к 2030 г. Эти инициативы включают:

1. Регулирование работы Шариатских комитетов в финансовых учреждениях: разработка правил и положений, определяющих руководящие принципы, требования к членству, обязанности и разрешения Шариатских комитетов.

2. Определение функций подразделений по соблюдению шариата в финансовых учреждениях: определение роли этих подразделений в разработке шариатских продуктов, их проверке перед представлением клиентам, а также передаче решений Шариатского комитета руководству.

3. Определение функций надзора и внутреннего шариатского аудита в финансовых учреждениях: определение задач шариатского надзора и внутреннего аудита, включая контроль за соблюдением решений Шариатского комитета и регулярную отчетность перед ним.

После внедрения этих инициатив ожидается, что финансовая стабильность и доступность финансовых услуг в Саудовской Аравии улучшатся, что способствует развитию исламской финансовой индустрии на местном уровне. Это также укрепит доверие клиентов и инвесторов, обеспечивая защиту их интересов от рисков несоблюдения принципов Шариата. Наличие надзорных функций, таких как соблюдение шариата и внутренний шариатский аудит, обеспечит прозрачность и уверенность в системе финансового управления.

Таким образом, исламские финансы играют значительную роль в современной экономике, способствуя устойчивому развитию, социальной справедливости и прозрачности в финансовой системе. Их уникальные принципы открывают новые возможности для инвесторов и предпринимателей, а также способствуют созданию более этичной и устойчивой финансовой системы.

Л и т е р а т у р а

1. Ишемгулов, М. Н. Особенности исламской экономики и банковской системы / М. Н. Ишемгулов, И. Н. Ишемгулов // Молодой ученый. – 2016. – № 17. – С. 403–406.
2. Клочко, Е. Н. Экономический фактор в межэтнических отношениях: региональный аспект / Е. Н. Клочко, В. Н. Муха, А. А. Кулик // Вестн. акад. знаний. – 2018. – № 27 (4). – С. 120–124.
3. Борлакова, Т. М. Исламская экономическая модель: особенности, современное состояние и перспективы дальнейшего развития / Т. М. Борлакова // Вестн. акад. знаний. – 2020. – № 36 (1). – С. 35–40.
4. Беккин, Р. И. Исламская экономическая модель и современность / Р. И. Беккин. – М. : Изд. дом Марджани, 2010. – 352 с.

УДК 658.512.23

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: НОВЫЙ ПОДХОД К РЕШЕНИЮ ПРОБЛЕМ

У. Г. Доминиковская

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Г. В. Митрофанова

Рассмотрена концепция дизайн-менеджмента как нового подхода к управлению и решению проблем в условиях усиленной конкуренции и сложных потребностей клиентов. Опи-

сана роль дизайн-менеджмента в создании конкурентного преимущества, его связь с дизайн-мышлением, технологией, бренд-менеджментом, маркетингом и корпоративным управлением. Подчеркнута важность дизайна не только для внешнего вида продукта, но и для его функциональности и влияния на культуру компании.

Ключевые слова: дизайн-менеджмент, управление, конкуренция, дизайн-мышление, продукт.

DESIGN THINKING IN MANAGEMENT: A NEW APPROACH TO PROBLEM SOLVING

U. G. Dominikovskaya

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor G. V. Mitrofanova

The paper discusses the concept of design management as a new approach to management and problem solving in conditions of intensified competition and complex customer needs. The role of design management in creating a competitive advantage, its connection with design thinking, technology, brand management, marketing, and corporate governance is described. The importance of design not only for the appearance of the product, but also for its functionality and influence on the company's culture is emphasized.

Keywords: design management, management, competition, design thinking, product.

В современном мире бизнеса, где конкуренция усиливается, а потребности клиентов становятся все более сложными и разнообразными, компании ищут новые подходы к управлению и решению проблем. Один из таких подходов – это дизайн-менеджмент.

Дизайн-менеджмент – это не просто о рисовании, это о менеджменте. Это ключевой элемент, который стабильные компании должны развивать для роста. Известные люди в области дизайна и бизнеса имеют свое мнение на этот счет.

Стив Джобс, основатель Apple, говорил: «Дизайн – это не то, как предмет выглядит, а то, как он работает». Это подчеркивает, что дизайн важен не только для внешнего вида продукта, но и для его функциональности.

Когда речь идет о дизайне, важно понимать, что он не ограничивается только внешним видом продукта. Марк Кавано, бывший дизайнер Apple, подчеркнул, что дизайн играет ключевую роль в культуре компании. Он сказал: «...самое большое заблуждение – это вера в то, что у продуктов Apple лучше дизайн... потому, что у них лучшая команда дизайнеров в мире. На самом деле, все дело в инженерной культуре и том, как все структурировано и организовано, все вертится вокруг ценности дизайна. Здесь все думают о дизайне, не только дизайнеры» [1].

Однако Джеффри Вин подчеркивает, что хороший дизайн не может спасти разрушающуюся бедную бизнес-модель. Дизайн должен быть не просто украшением, а частью успешной бизнес-стратегии. Он должен служить целям компании, а не заменять их.

Хотелось бы отметить, что дизайн-менеджмент – это такой инструмент бизнеса, ориентированный на рынок и конечного потребителя, который помогает организациям принимать решения по вопросам дизайна, как вовне, так и внутри бизнес-процесса. Он упорядочивает деятельность на всех уровнях создания конкурентного преимущества, начиная с момента полной неопределенности перед стартом проекта и заканчивая исполнением конкретных дизайнерских решений.

Дизайн-менеджмент выполняет роль связующего звена между дизайном, технологией, бренд-менеджментом, маркетингом и корпоративным управлением на внутреннем и внешнем уровне деятельности компании [2].

Дизайнер, в отличие от бизнесмена, находит мотивацию в искусстве. Однако это искусство служит бизнесу, повышая качество жизни и продукции. Более того, дизайнер должен уметь создавать предметы, о желании обладать которыми люди даже не догадываются, пока не видят их.

Менеджмент в дизайн-бизнесе – это сложная область. Он включает в себя взаимодействие с дизайнерами, клиентами и внутри компании. Хороший продукт может быть финансово успешным, но не всегда он будет нравиться людям или приносить пользу. Именно поэтому управление важно. Полезный продукт – это фундамент успеха, но не его гарантия.

Задачи дизайн-менеджмента могут быть объединены в несколько групп для описания профиля работы сотрудников. Рейчел Купер и Майк Пресс (2005) в своей модели менеджмента выделили пять различных категорий, которые охватывают дизайн и определяют его задачи на стратегическом, тактическом и операционном уровне:

- видение, миссия;
- стратегия, определение политики компании;
- цели, задачи, результаты;
- планирование, распределение ресурсов;
- деятельность, контроль, оценка.

Авторитет и роль дизайн-менеджера в компании непосредственно влияют на его ежедневные обязанности. Давайте рассмотрим различные типы дизайн-менеджмента, выделенные Гертом Коотстрой (2006):

1. Линейная функция дизайн-менеджмента:

- Эта функция напрямую связана с выполнением «первичных» задач в организационном процессе.
- Применяется на всех уровнях иерархии дизайн-менеджмента.
- Основной признак – широкая прямая ответственность за результат.
- Распределенная функция дизайн-менеджмента:
- В этом случае функционал дизайн-менеджера может быть делегирован одному из сотрудников компании.

• Дизайн-менеджер также может выполнять роль консультанта для других отделов или сотрудников по вопросам дизайн-менеджмента.

3. Вспомогательная функция дизайн-менеджмента:

- Когда дизайн-процесс определен как «вторичный» организационный процесс.
- Дизайн-менеджер в этом случае выступает как творческий специалист, управляющий производством, бренд-менеджментом, маркетингом, PR и коммуникациями [3].

Важно понимать, что хороший дизайн-менеджер должен уметь адаптироваться к разным ролям в зависимости от контекста и потребностей компании.

Успех делового предприятия тесно связан с его способностью разрабатывать новые товары или услуги, особенно те, которые требуют высокой степени креативности. Для достижения успеха в этой области следует учитывать следующие аспекты, а именно, что креативность:

- это опытный взгляд и богатая фантазия, насмотренность;
- предполагает отсутствие гарантий, готовность действовать вопреки устоявшейся системе ценностей

– это умение генерировать новые идеи путем анализа ситуации с разных точек зрения [2].

Таким образом, дизайн-менеджмент является важным инструментом стратегии, который помогает компаниям создавать и поддерживать эффективную деловую среду, в которой реализуются их миссия и цели с помощью дизайна. Дизайн-менеджмент охватывает все уровни и фазы бизнес-процесса, от стратегического до оперативного, от обнаружения до исполнения. Он также способствует развитию творческой культуры и инновационного мышления в организации, а также улучшению качества продукции и удовлетворенности потребителей. Для успешного применения дизайн-менеджмента необходимо владеть как языком бизнеса, так и языком дизайна, а также уметь сотрудничать с различными заинтересованными сторонами. Дизайн-менеджмент является междисциплинарной и динамичной областью управленческой деятельности, которая требует постоянного обучения и адаптации к меняющимся условиям рынка и потребностей клиентов.

Литература

1. Джобс, С. Искусство для масс: как Apple превратил дизайн в конкурентное преимущество / С. Джобс // Гарвард Бизнес Ревью. – 2000. – № 6. – С. 72–84.
2. Венгерова, А. А. Дизайн-менеджмент как инструмент стратегии / А. А. Венгерова // Электр. наука. – 2022. – № 1. – С. 191–195.
3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учеб. для вузов / Т. В. Литвина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2019. – 18 с.

УДК 657.471.1(476)

ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ И УЧЕТ ЗАТРАТ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ ПРОИЗВОДСТВ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д. В. Досанова

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Н. К. Ландова

В современных условиях все коммерческие организации формируют организацию внутрипроизводственного учета. Совершенные финансово-хозяйственные операции должны отражаться в учете, соответствовать всем законодательствам Республики Беларусь, иметь грамотное оформление и достоверную информацию.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, вспомогательное производство, аудит затрат, счет, себестоимость, аналитический учет, документальное оформление, учетная политика.

DOCUMENTATION AND ACCOUNTING OF SUPPORTING COSTS PRODUCTION IN AN INDUSTRIAL PLANT REPUBLIC OF BELARUS

D. V. Dosanova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor N. K. Landova

In modern conditions, all commercial organizations form an organization of internal production accounting. Completed financial and economic transactions must be reflected in accounting,

comply with all legislation of the Republic of Belarus, have proper registration and reliable information.

Keywords: accounting, auxiliary production, cost audit, account, cost, analytical accounting, documentation, accounting policy.

Коммерческие организации, формируя свою учетно-аналитическую систему, самостоятельно разрабатывают подходы к организации внутрипроизводственного учета. Практически на всех крупных предприятиях имеются вспомогательные производства, и перед ними встает задача определения издержек, которые приходятся на единицу продукции, работ, услуг во вспомогательных производствах. Вспомогательные производства – это подразделения организации, которые обеспечивают необходимые условия для функционирования основного производства. Эти подразделения выполняют различные функции, которые не являются основными производственными операциями, но необходимы для обеспечения бесперебойной работы предприятия. К основным видам вспомогательных производств на промышленном предприятии относятся:

1. Энергетическое производство: обеспечивает предприятие электроэнергией, теплом и другими видами энергии.
2. Складское хозяйство: занимается приемом, хранением и отгрузкой материальных запасов и готовой продукции.
3. Транспортное производство: осуществляет транспортировку сырья, материалов и готовой продукции на предприятии.
4. Служба безопасности и охраны труда: обеспечивает безопасность труда сотрудников и сохранность имущества предприятия.
5. Служба по техническому обслуживанию и ремонту оборудования: занимается техническим обслуживанием и ремонтом производственного оборудования.
6. Лаборатория контроля качества продукции: осуществляет контроль качества сырья, материалов и готовой продукции.
7. Служба по закупкам и снабжению: занимается закупкой необходимых материалов, комплектующих и оборудования для производства.
8. Служба по управлению персоналом: занимается управлением кадровыми ресурсами предприятия.

Вспомогательные производства на промышленном предприятии способствуют оптимизации производственных процессов, повышению эффективности работы предприятия и обеспечению качественной продукции. Важно правильно организовать учет и управление этими подразделениями для достижения поставленных целей и задач предприятия. Для документального оформления и учета затрат вспомогательных производств на промышленном предприятии в Республике Беларусь следует руководствоваться законодательством и нормативными актами Республики Беларусь, а также внутренними документами предприятия.

Значение аудита затрат вспомогательных производств заключается в выражении мнения о достоверности и соответствии совершенных финансово-хозяйственных операций действующему законодательству Республики Беларусь и остается актуальным, так как сумма затрат вспомогательных производств оказывает существенное влияние себестоимость продукции и как следствие на финансовый результат деятельности организации. В связи с этим, необходимо рассмотреть основные нормативные правовые акты, регулирующие вопросы учета и аудита затрат вспомогательных производств в Республике Беларусь.

Для учета затрат вспомогательных производств применяется счет 23 «Вспомогательные производства». Данная норма установлена постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50 «Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета». Инструкцией по применению типового плана счетов установлены единые требования к применению типового плана счетов бухгалтерского учета и отражению хозяйственных операций на счетах бухгалтерского учета для организаций. При использовании счета 23 для учета затрат вспомогательных производств, важно правильно классифицировать затраты и вести детальный учет всех расходов, чтобы иметь возможность анализировать эффективность работы подразделений и принимать управленческие решения на основе финансовой информации. Учет затрат вспомогательных производств осуществляется поэтапно.

На первом этапе учитываются прямые производственные затраты по каждому виду вспомогательных производств. К прямым производственным затратам относятся: заработная плата, начисленная основным рабочим, потребленные материальные ресурсы. На втором этапе в затраты включается сумма распределенных общепроизводственных затрат, приходящихся на вспомогательные производства, а также окончательные потери от брака продукции основного производства. На третьем этапе после завершения отчетного месяца рассчитывается фактическая производственная себестоимость. На четвертом этапе фактическая себестоимость услуг и работ вспомогательных производств распределяется между оказанными услугами и выполненными работами для сторонних организаций и для собственного производства. Себестоимость выполненных работ и оказанных услуг для собственного производства также распределяется и списывается на затраты по видам производимой продукции. Аналитический учет затрат вспомогательных производств ведется по местам их возникновения, по видам производимой продукции, а также по статьям затрат внутри каждого объекта калькуляции себестоимости.

При формировании на 23 счете могут использоваться такие типовые проводки:

- Д23 – К10 при отражении затрат на материалы для изготовления продукции.
- Д23 – К60 при отражении стоимости выполненных работ сторонним организациям для вспомогательных производств.
- Д23 – К69 начисление страховых взносов в ФСЗН от заработной платы рабочих вспомогательных производств.
- Д23 – К 76 начислены обязательные страховые взносы в Белгосстрах, начисленные от заработной платы рабочих вспомогательного производства.
- Д23 – К70 начисление заработной платы рабочим вспомогательных производств.
- Д23 – К25 списаны общепроизводственные затраты цехов вспомогательного производства.
- Д23 – К26 применяется для учета общехозяйственных затрат.
- Д23 – Д28 списаны окончательные потери от производственного брака по продукции вспомогательных производств;
- Д10 – К23 при отражении факта поступления в основное производство полуфабрикатов, изготовленных вспомогательными подразделениями.
- Д20 – К23 – списание фактической себестоимости, понесенные вспомогательными производствами для основного производства.

Методику бухгалтерского учета затрат вспомогательных производств организации должны прописать в учетной политике. Учетная политика организации – принятая ею совокупность способов ведения бухгалтерского учета: первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности.

Таким образом, в Республике Беларусь учет затрат вспомогательных производств ведется, согласно нормативно-правовым актам и установленным общепринятым документам. Учет затрат вспомогательных производств ведется на счете 23 и корреспондирующими с ним счетами. При использовании данного счета для учета затрат вспомогательных производств, важно правильно классифицировать затраты и вести детальный учет всех расходов, чтобы достоверно анализировать и принимать правильные решения.

Л и т е р а т у р а

1. Бухгалтерский и управленческий учет : учеб. пособие : в 2 ч. / Н. Н. Киреенко, С. К. Матальцкая. – Минск : БГАТУ, 2022. – Ч. 1. – 368 с.
2. Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденная постановлением Минфина РБ от 29.06.2011 № 50 (ред. от 08.02.2013) / Консультант Плюс: Беларусь // ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информации Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

УДК 330.34

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

М. С. Захаревич

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель О. В. Малиновская

Инновационная деятельность санаторно-курортных учреждений является основным инструментом обеспечения конкурентоспособности санаторно-курортного турпродукта и санаторно-курортных организаций на национальном и международном рынках лечебно-оздоровительного туризма.

Ключевые слова: инновации, технологии, санаторно-курортные учреждения, конкурентоориентированность, хозяйственная деятельность, медицинские услуги, продукты питания.

ECONOMIC AND INNOVATION TECHNOLOGIES IN SANATORIUM AND RESORT INSTITUTIONS

M. S. Zakharevich

Belarusian State Economic University, Minsk

Science supervisor O. V. Malinovskaya

Innovative activities of sanatorium and resort institutions are the main tool for ensuring the competitiveness of sanatorium and resort tourism products and sanatorium and resort organizations in the national and international health tourism market.

Keywords: innovation, technology, health resort institutions, competitive orientation, economic activity, medical services, food products.

Актуальность выбранной темы состоит в том, что в 21 в. огромное место в жизни людей занимают информационные технологии. Ни одно учреждение санаторного типа не обходится без инновационных технологий в своей хозяйственной деятельности.

Активная деятельность в санаторно-курортном сегменте существует благодаря разработке и внедрению инноваций процессов, связанных с использованием лечебного рекреационно-ресурсного потенциала страны. В Национальной академии наук Республике Беларусь был реализован крупный научно-исследовательский проект с целью организации разведки и использования ресурсов минеральных вод и лечебных грязей Беларуси. В ходе работы над проектом были не только разведаны основные месторождения лечебного сырья в Беларуси, но и предложены инновационные (в мировом масштабе) методы их обработки и применения (технологии обработки торфяных и сапропелевых грязей) [2, 5].

В функциональной структуре санаторно-курортного хозяйства ключевую роль в приеме иностранных посетителей играют именно санатории, которые обладают наиболее широкими возможностями для организации качественного комплексного санаторно-курортного обслуживания по сравнению с другими типами здравниц, а также проводят более активную рекламно-информационную деятельность на рынках соседних стран.

Ориентация ведущих санаториев на экспорт услуг объясняется более высокой рентабельностью обслуживания иностранных граждан с учетом действующего повышающего ценового коэффициента для иностранных туристов, а также более высоким платежеспособным спросом на дополнительные услуги по сравнению с отечественными отдыхающими.

Около 95 % потока иностранных отдыхающих приходится на граждан стран СНГ и, прежде всего, туристов из Российской Федерации. Из стран, не входящих в СНГ, наибольший спрос на отдых в белорусских санаториях проявляется на рынках стран Прибалтики. Иностранных отдыхающих 221 привлекают довольно высокий уровень качества медицинского обслуживания в ведущих белорусских здравницах, профессионализм и заботливое отношение персонала, отсутствие языкового барьера для русскоговорящих туристов, относительно доступная стоимость основных и дополнительных услуг. Несмотря на значительную емкость российского рынка, обеспечивающего в настоящее время основную часть потока иностранных посетителей белорусских здравниц, сложившаяся географическая моноспециализация экспорта санаторно-курортных услуг может привести к односторонней зависимости санаторно-курортного хозяйства от конъюнктуры доминирующего целевого рынка. Основными причинами недостаточного спроса на турпродукт белорусских здравниц на рынках развитых стран являются сложные визовые формальности, языковой барьер, недостаточно активная рекламно-маркетинговая деятельность.

Санаторное оздоровление предполагает широкий спектр медицинских услуг для всех возрастных и социальных категорий граждан: детей, пенсионеров, инвалидов. Используя природные ресурсы (минеральные воды, грязи) и новейшие методы медицинского воздействия санатории Беларуси, согласно отзывам отдыхающих, остаются привлекательными не только для граждан Республики Беларусь, но и для иностранцев.

Главными задачами инновационного развития при этом являются:

– обеспечение подходящих финансовых и экономических обстоятельств для внедрения инновационной деятельности и применения новых технологий, определенных международным стандартам и гарантирующих выпуск конкурентоспособной продукции;

– представление высокого качества образования, концепции подготовки и переподготовки кадров с целью результативного ведения инновационной деятельности;

– применения, а также привлечения нового товара на рынок, который способен привлечь новых покупателей и увеличил бы доход организации, а так зарекомендовать свой продукт так, чтобы завоевать лидирующее место на курортном рынке.

С экономической точки зрения учреждения санаторного типа должны максимально привлечь все окружающие источники своей территории для того, чтобы минимизировать свои затраты. Все природные условия могут, наоборот, оказать положительное значение при организации курортного лечения. Основой хорошего отдыха является питание и медицинские услуги. Но не во всех санаторно-курортных учреждениях правильно организовано питание. Следует учесть особенности каждого пациента, например, принцип кормления «шведский стол», это может быть определенный соблазн вседозволенности на фоне длительных ограничений, и который в итоге может сказаться негативно на здоровье человека. И тут как решения подходят инновационные технологии, а именно создание трекер-часов. Их пациент будет получать, приезжая, а санаторий, они будут оповещать человека о приеме пищи, а также давать советы по рациону питания и вся эта информация будет исходя из особенностей болезни и организма человека.

Учреждение санаторного типа может создать свое приложение, на основании которого, приезжая в учреждение и пройдя врача туда заносились рекомендации лечения и необходимые замечания, которыми пациент в любой момент может воспользоваться, просто включив приложение. Оно также может оповещать его о ходе лечения и дальнейших его действиях в учреждении. Это будет как личная карточка пациента, она будет синхронизирована с лечащим врачом и в дальнейшем будет нести рекомендательных характер.

Также стоит отметить, что основные проблемы развития санаторно-курортного обслуживания в Беларуси связаны с неравномерным характером развития инфраструктуры санаторно-курортных учреждений в регионах страны, существенными диспропорциями в качестве турпродукта, недостаточной обеспеченностью коечным фондом санаторно-курортного обслуживания. Информационные системы для санаториев находят свое применение в области управления предприятием санаторно-курортного профиля, планирования и учета занятости номерного фонда, лечебной деятельности, учета затрат на лечение и питание, подготовки статистической отчетности. Эти системы обеспечивают работу главного и лечащего врача, процедурной сестры, сотрудников регистратуры и других сотрудников предприятия в едином информационном пространстве и создают предприятию его конкурентные преимущества, позволяют получать максимальную отдачу от затрачиваемых сил и ресурсов.

Этому стоит уделить внимание при организации санаторного лечения, а именно, его специализации, так как на рынке санаторно-курортных услуг успех санатория решают инновационные проекты, основанные на современных оздоровительных технологиях, которые обеспечивают высокую прибыль благодаря их оздоровительной и/или лечебной эффективности и минимизации затрат.

Таким образом, в настоящее время в санаторно-курортном сегменте в основе стоят процессы оздоровления и восстановительного лечения перенесенных болезней. В связи с этим необходимо отметить основные отличительные характеристики:

- определение медицинского профиля организации отрасли (болезни опорно-двигательного аппарата, пищеварения, дыхательной, сердечно-сосудистой системы и т. п.);
- реабилитационные медицинские процедуры при относительно небольшом разнообразии оздоровительных и косметологических услуг;
- подготовка квалифицированных специалистов, специализирующихся на лечении конкретных заболеваний;
- качество медицинской инфраструктуры.

Также немаловажным является значение правильно организованного питания в условиях интенсивного развития индустрии туризма в Беларуси растет и требует особого внимания. В современных условиях, характеризующихся ростом заболеваемости населения страны, санаторно-курортные учреждения остаются звеном здравоохранения, где может быть уделено достаточное внимание проведению комплексной реабилитационной терапии с включением лечебно-профилактического питания. Рациональное, сбалансированное, адекватное питание создает условия для оптимального физического и умственного развития, поддерживает высокую работоспособность, повышает способность организма противостоять воздействию неблагоприятных факторов внешней среды.

Санаторно-курортное и экскурсионное обслуживание имеет значительный потенциал для активного развития в сфере туризма с применением инновационных подходов. Индустрия туризма имеет дело с большими массами населения и представляет сложные комплексы различных предприятий, служб, объединенных в едином созидающем процессе. Эффективность таких комплексов определяется не отдельной инновацией, примененной в конкретных звеньях комплексов, а целым разнообразием технологий, их гармоничностью и эффективностью использования во всем процессе.

Л и т е р а т у р а

1. Титкова, Н. Д. Экскурсионно-рекреационный потенциал Республики Беларусь. Инновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / редкол.: М. Е. Кобринский (гл. ред). – Минск. – С. 140–142.
2. Организация туризма : учеб. пособие / А. П. Дурович [и др.] ; под общ. ред. А. П. Дуровича. – 2-е изд. – Минск : Новое знание. – 640 с.
3. Наглядно о туризме в Республике Беларусь / Нац. стат. ком. Респуб. Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sektorekonomiki/turizm/>. – Дата доступа: 29.04.2024.

УДК 004.8:346.26

УПРАВЛЕНИЕ В ЭПОХУ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА: ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В БИЗНЕСЕ

А. В. Коноваленко

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Г. В. Митрофанова

В настоящее время искусственный интеллект значительно влияет на современные бизнес-процессы. В рамках данной темы рассмотрены основные аспекты использования искусственного интеллекта в управлении, включая автоматизацию рутинных задач, анализ больших данных и прогнозирования бизнес-тенденций.

Ключевые слова: искусственный интеллект, бизнес, менеджмент, управление предприятием.

MANAGEMENT IN THE ERA OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: THE IMPACT OF AI ON BUSINESS DECISION-MAKING

A. V. Konovalenko

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor G. V. Mitrofanova

Currently, artificial intelligence has a significant impact on modern business processes. Within the framework of this topic, the main aspects of the use of artificial intelligence in management are considered, including automation of routine tasks, analysis of big data and forecasting of business trends.

Keywords: artificial intelligence, business, management, enterprise management.

Искусственный интеллект (ИИ) – это область компьютерных наук, которая занимается созданием систем, способных выполнять задачи, которые обычно требуют человеческого интеллекта. Это включает в себя обучение, понимание естественного языка, распознавание речи и изображений, а также стратегическое мышление.

Искусственный интеллект становится все более важным для менеджеров. Он может анализировать большие объемы данных быстрее и точнее, чем человек, что позволяет принимать обоснованные решения быстрее, автоматизировать рутинные задачи, освобождая время менеджеров для более сложных задач, использоваться для прогнозирования трендов и поведения клиентов, что может помочь в планировании и стратегии, помочь в создании персонализированных продуктов и услуг, улучшая отношения с клиентами и увеличивая продажи.

Важно максимально взвешенно подходить к внедрению этих технологий. Например, следует учесть в ИИ-стратегии, провести пилотные испытания, оценить эффективность проекта, запустить полноценный проект, адаптировать бизнес под искусственный интеллект и регулярно дообучать и переобучать ИИ-модель.

Искусственный интеллект играет важную роль в стратегическом управлении, поскольку он может революционизировать процессы планирования, принятия решений и управления ресурсами. Использование ИИ позволяет организациям обрабатывать огромные объемы данных для принятия обоснованных решений.

В сфере государственного управления ИИ может выступать в качестве стратегического инструмента для улучшения управления и экономического развития в условиях цифровой экономики. Например, на основе анализа зарубежного опыта предлагаются рекомендации по применению отдельных компонентов ИИ в государственном управлении.

Искусственный интеллект может быть полезен в управлении предприятием. Он помогает повысить эффективность, производительность и конкурентоспособность предприятий. Искусственный интеллект помогает автоматизировать производство и организовать работу предприятий, способствуя их развитию и повышению конкурентоспособности [1].

Искусственный интеллект активно используется в операционном управлении для оптимизации процессов и повышения эффективности:

1. *Производство:* искусственный интеллект помогает производственным компаниям обгонять конкурентов по показателям. Основные элементы IoT, включающие в себя

оборудование центрального управления, множество подключенных устройств, облако данных и интерфейс пользователей, играют важную роль в этом процессе.

2. *Управление данными*: надежный алгоритм ИИ требует данных высокого качества. Отсутствие качественных данных может стоить компании значительных средств.

3. *«Холодный старт» и вовлечение сотрудников*: автоматизация с помощью ИИ отлично подходит для оптимизации существующих процессов, но «холодный старт», когда процесс начинается без исторических данных, может стать проблемой.

4. *Применение в планово-предупредительном техобслуживании*: компания Schneider Electric минимизирует затраты и риски для работников с помощью планово-предупредительного техобслуживания на основе сервиса Azure Machine Learning [2].

Искусственный интеллект уже активно меняет правила игры в менеджменте, и эти изменения станут еще более заметными в будущем. Искусственный интеллект меняет способы работы с социальными сетями для компаний, создателей контента и даже обычных пользователей. Например, LinkedIn использует ИИ для создания тем для статей пользователей, а Meta работает над ИИ-персонажами для Whatsapp и Messenger. Эти технологии позволят предоставлять сверхперсонализированные советы, сочетая понимание данных и человеческое суждение. Внедрение новых технологий меняет правила игры в страховании, делая эту отрасль еще более динамичной. ИИ является технологией, которая повлияет на всю нашу жизнь и определит будущее [3].

Примеры внедрения ИИ на предприятиях Беларуси:

1. РУП «Научно-производственный центр многофункциональных беспилотных комплексов» НАН Беларуси представил беспилотные летательные аппараты «Бусел МКР» и «Гексакоптер-1», оснащенные новейшим аппаратно-программным комплексом отечественной разработки, сочетающим в себе технологии ИИ.

2. Система регионального геомеханического мониторинга представляет собой цифровой двойник этих процессов для горнодобывающего предприятия. Программно-технические комплексы широко используются в ОАО «Беларуськалий», ОАО «Белгорхимпром», ИООО «Славкалий» и других. Тут присутствуют виртуальные шахты, промплощадки, которые помогают моделировать процессы горных работ. Программа, анализируя ситуацию, выдает практические рекомендации и решения.

3. ОАО «Керамин» с помощью ИИ создает керамическую плитку «Нейро».

Таким образом, эти примеры показывают, как ИИ может быть использован для автоматизации рутинных задач, ускорения процессов, снижения вероятности человеческой ошибки и повышения производительности.

Однако использование ИИ в управлении связаны с некоторыми этическими проблемами: внедрение ИИ может вызвать опасения у сотрудников, особенно если оно затрагивает их трудовые функции или организацию работы; внедрение новых программных продуктов или роботов может потребовать переобучения и переаттестации сотрудников; автоматизация производственных и бизнес-процессов может привести к сокращению персонала. Использование искусственного персонала для обработки персональных данных работников, включая оценки их психологического и физического состояния, личностных качеств и характеристик, ценностей и убеждений: использование специализированных устройств и технологий слежения в робототехнике и современных программных продуктах может привести к этическим конфликтам [4].

Л и т е р а т у р а

1. Кузнецова, А. Искусственный интеллект управляет авто, распознает лица, читает книги и даже учится шутить / А. Кузнецова. – linDEAL, 2021.
2. Самарина, А. 15 лучших книг по управлению бизнесом, которые достойны вашего внимания / А. Самарина. – timeweb.com, 2022.
3. Маркофф, Д. Homo Roboticus? Люди и машины в поисках взаимопонимания / Д. Маркофф. – Альпина Диджитал, 2011.
4. Курцвейл, Р. Как создать разум: секрет человеческого мышления раскрыт / Р. Курцвейл. – linDEAL, 2021.

УДК 330.322.21

**ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ОСНОВНОЙ
КАПИТАЛ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ****Д. А. Коноваленко***Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. П. Пономаренко

*Исследованы основные результаты инвестиционной деятельности в Республике Беларусь, определены основные проблемы привлечения инвестиций на современном этапе и обозначены мероприятия, способствующие активизации инвестиционной активности.***Ключевые слова:** инвестиции, основной капитал, основные средства, инвестиционная деятельность.**PROBLEMS OF ATTRACTING INVESTMENTS IN FIXED CAPITAL
AND WAYS TO SOLUTION THEM****D. A. Konovalenko***Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus*

Science supervisor E. P. Ponomarenko

*The author examined the main results of investment activity in the Republic of Belarus, identified the main problems of attracting investments at the present stage and identified measures that contribute to the activation of investment activity.***Keywords:** investments, fixed capital, fixed assets, investment activity.

Инвестиции в основной капитал – это затраты на приобретение, воспроизводство и создание новых основных средств [1]. Не является инвестициями в основной капитал и не отражается в статистической отчетности приобретение основных средств, числившихся на балансе других организаций на территории Республики Беларусь. В случае приобретения готового здания или объекта незавершенного строительства инвестициями будут являться не стоимость купленных объектов, а затраты организации по их дальнейшей модернизации, реконструкции и доведению до готовности.

Необходимость привлечения инвестиций в экономику Республики Беларусь связана с тем, что в настоящее время наблюдается острая нехватка инвестиционных ресурсов, которые необходимы для модернизации промышленности и развития экономики страны в целом. В связи с дефицитом внутренних источников финансиру-

ния наращивание объемов иностранных инвестиций может рассматриваться как один из важнейших факторов ускоренного развития экономики. Также актуальность исследования инвестиций в основной капитал обусловлена тем, что от процесса инвестирования зависят строительство новых предприятий, возведение жилых домов, прокладка дорог, а также создание новых рабочих мест.

На рис. 1 представлена динамика основных показателей инвестиционной деятельности в Республики Беларусь.

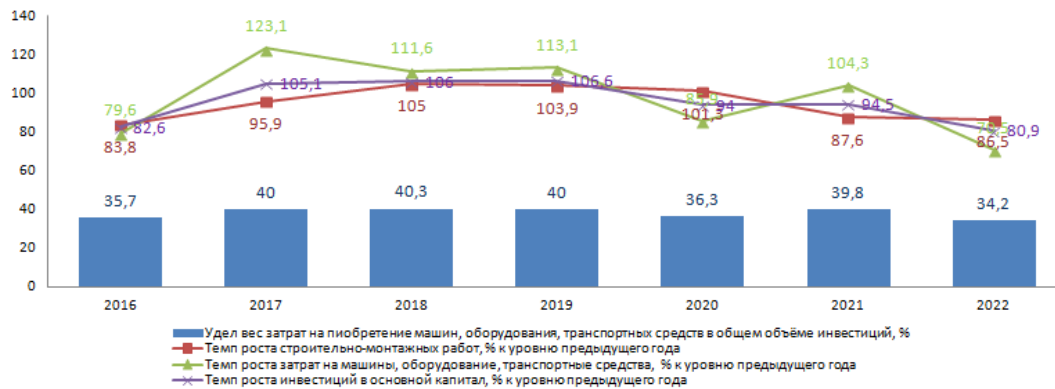


Рис. 1. Динамика показателей инвестиционной деятельности в Республики Беларусь в период с 2016 по 2022 г.

На графике можно заметить, что инвестиции в основной капитал к 2022 г. снижаются во всех сферах инвестиционной деятельности. Это связано с дефицитом средств на счетах у предприятий, а также сокращением белорусскими банками объемов предоставления долгосрочных кредитов из-за возросших кредитных и валютных рисков. Снизился поток инвестиций и от основного инвестора Беларуси – Российской Федерации.

На рис. 2 представлена информация о структуре инвестиций в основной капитал по формам собственности за 2020–2022 гг.

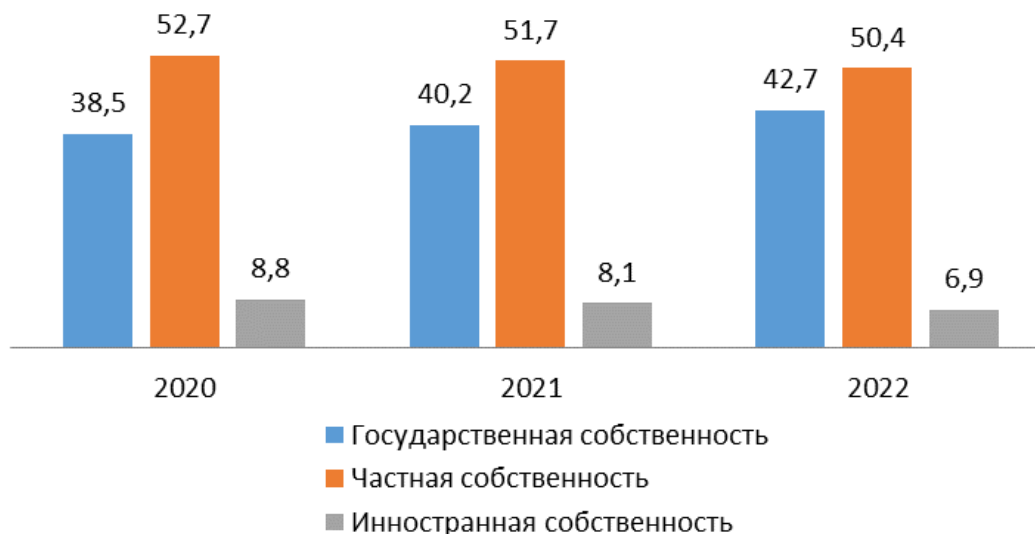


Рис. 2. Структура инвестиций в основной капитал по формам собственности

за 2020–2022 гг., %

Из графика видно, что наибольший вес инвестиций в основной капитал по видам собственности занимает частная собственность. С 2020 г. удельный вес частных инвестиций постепенно начинает снижаться. В 2022 г. по сравнению с 2020 г. он снизился на 2,3 %. Удельный вес государственных инвестиций к 2022 г. наоборот увеличился на 4,2 %. Наименьший вес инвестиций в основной капитал по видам собственности занимает иностранная собственность. К 2022 г. она снизилась на 1,9 % и составила 6,9 %.

Проведенный анализ позволил выявить две основные проблемы: снижение к 2022 г. объема инвестиций в основной капитал, а также снижение удельного веса иностранного капитала. Это связано с тем, что нестабильный курс валют, проведение жесткой денежно-кредитной политики негативно повлияли на интерес инвесторов, так как консервативные инвесторы предпочитают стабильную экономическую ситуацию с минимальными рисками. Можно отметить, что инвесторов также отталкивают отсутствие наукоемких и инновационных отраслей, так как именно наличие высоких технологий является главным фактором, привлекающим инвестиции. Нестабильная экономическая ситуация, неразвитость законодательства, а также дефицит технологий повлияли и на доходность многих компаний привлекающих прямые иностранные инвестиции, что привело к их сокращению.

Таким образом, следует отметить несколько проблем, которые влияют на привлечение инвестиций:

- 1) пробелы в законодательстве страны в области инвестиций и налоговых сборов;
- 2) высокие экономические риски в связи с нестабильной экономической ситуацией в мире;
- 3) внешняя политическая напряженность, введение санкций.

Для решения проблем в Республике Беларусь были приняты следующие меры:

1. Принят Закон Республики Беларусь 18 июля 2022 г. № 194-З «Об изменении Закона Республики Беларусь «О государственно-частном партнерстве».

2. Принят Закон Республики Беларусь от 18 июля 2022 г. № 195-З «Об изменении кодекса», предусматривающий корректировку Кодекса Республики Беларусь о земле.

3. Министерством экономики внесен в Правительство проект Закона Республики Беларусь «О содействии и стимулировании реализации инвестиционных проектов в Республике Беларусь». Данный законопроект разрабатывается в целях актуализации условий реализации инвестиционных проектов и поддержки лиц, их реализующих, стимулирования вложения инвестиций в экономику регионов.

4. В рамках повышения привлекательности инвестиционных площадок на территориях административно-территориальных единиц с населением 80 тыс. человек и более совместно ГУ «Национальное агентство инвестиций и приватизации» с заинтересованными лицами определены 40 перспективных инвестиционных площадок. Для каждой перспективной площадки был разработан паспорт с оценкой затрат по доведению площадки до состояния правовой и инженерной готовности, рассчитан потенциальный социально-экономический эффект от освоения площадки. Завершается работа по их размещению на портале «Дорожная карта инвестора». Также продолжается работа по созданию промышленных (промышленных) парков в городах Пинск и Барановичи.

В целях создания благоприятных условий для привлечения инвестиций и повышения доверия инвесторов к государству необходимо предпринять меры по совершенствованию инвестиционного климата по следующим основным направлениям:

- обеспечение стабильности законодательства и его согласованности на всех уровнях, простых и понятных условий ведения бизнеса;
- поддержание благоприятной налоговой среды и ее совершенствование;
- создание и поддержание положительного инвестиционного имиджа Беларуси;
- усиление присутствия информационных технологий;
- облегчение доступа к финансовым ресурсам;
- создание благоприятной административной среды для осуществления инвестиций и развития предпринимательской деятельности.

Подводя итог, можно отметить, что, несмотря на негативную ситуацию в инвестиционном климате, Беларусь путем совершенствования законодательства и сглаживания мировых политических конфликтов может добиться стабильности в инвестициях. Приоритетом инвестиционной политики Республики Беларусь является качество инвестиций, их ценность для повышения конкурентоспособности, экономической безопасности и стабильности отечественной экономики. Привлечение прямых иностранных инвестиций должно быть ориентировано в первую очередь на создание высокотехнологических, энергоэффективных, наукоемких, экспортоориентированных, импортозамещающих производств с высокой добавленной стоимостью, привлечение стратегических инвесторов, в том числе многонациональных компаний с долгосрочными намерениями развития бизнеса на территории Беларуси, и внедрение новых технологий в существующие производства.

Л и т е р а т у р а

1. Главное статистическое управление города Минска / Инвестиции в основной капитал: общие положения. – Режим доступа: belstat.gov.by. – Дата доступа: 01.03.2024.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2023 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; под ред. И. В. Медведевой. – Минск, 2021. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/d8c/yr1d8w95a75bhnumml7vbg6jqxyih369.pdf>. – Дата доступа: 01.03.2024.
3. Министерство экономики Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://economy.gov.by>. – Дата доступа: 01.03.2024.

УДК 620.9(476)

СУЩНОСТЬ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

П. С. Колмачева

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель И. Н. Ридецкая

Раскрыта структура модели белорусской экономики, которая сочетает в себе социальную ориентацию и рыночные принципы. Важные черты этой модели – экологическая ответственность, уделяемое внимание гуманизации и смешанный характер, основанный на разнообразии форм собственности. Это способствует усилению конкуренции, модернизации производства и обеспечению надежной системы социальной защиты граждан.

Ключевые слова: экономика, рынок, рыночная экономика.

THE ESSENCE OF A SOCIALLY ORIENTED MARKET ECONOMY

P. S. Kolmachova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor I. N. Rydetskaya

The paper reveals the structure of the model of the Belarusian economy, which combines social orientation and market principles. Important features of this model are environmental responsibility, attention to humanization, and a mixed nature based on a variety of forms of ownership. This contributes to increased competition, modernization of production and provision of a reliable system of social protection for citizens.

Keywords: economy, market, market economy.

Обычно люди ассоциируют термин «социальный» с такими понятиями, как «социальное положение», «социальное расслоение» и «социальное неравенство». Социальное неравенство сопровождает человеческое общество на протяжении всей истории его развития, приводя к различным социальным конфликтам.

Исследуя эту проблему внимательно, можно отметить, что вопрос неравенства всегда был одним из наиболее обсуждаемых в экономической теории. Его важность сохраняется и в современной экономике. Экономика всегда связана с обществом, так как без него она не может существовать. Человек является целью и источником общественного производства. Одной из основных задач экономической системы является обеспечение социализации, предоставление необходимых условий для жизнедеятельности людей. Социализация – это более широкое понятие, чем просто материальное обеспечение, и проявляется по-разному на различных этапах развития экономических систем.

Социализация (от лат. *socialis* – общественный) – процесс усвоения человеческим индивидом определенной системы знаний, норм и ценностей, позволяющих ему функционировать в качестве полноправного члена общества. Социализация – это процесс, во время которого человек учится определенным знаниям, нормам и ценностям, необходимым для полноценного участия в обществе. Она способствует формированию личности и более успешна, когда человек активно участвует в социальной деятельности, способствующей изменениям в обществе и преодолению устаревших норм и привычек [1].

Социализация с течением времени стала основой для появления научного направления, названного «социализмом».

Социализм стремится к справедливости и равенству, а идеалы связаны с отменой частной собственности и введением общественной собственности, где каждый работник имеет право на распоряжение результатами своего труда и участие в управлении предприятием. Государство предоставляет социальные гарантии, такие как право на труд, образование и здравоохранение. Однако при реализации социалистических идей были выявлены недостатки, которые помешали достижению целей этой системы.

В XX в., в период перехода от индустриальной к постиндустриальной стадии экономического развития, возникают новые концепции социализации экономики в рамках рыночной системы. Индустриализация, которая происходила активно во второй половине XIX – начале XX в., привела к усугублению противоречий рыночной экономики, особенно ярко проявившихся во время Великой депрессии 1929 г. Было явно, что рынок не способен к саморегуляции, обеспечению стабильности и устой-

чивого развития. Для дальнейшего прогрессивного социально-экономического развития необходимо было создание нового хозяйственного порядка и изменение роли государства в экономике. С развитием централизованно организованной плановой экономики на Востоке заинтересованные в западной экономической науке ученые начали изучать новые достижения и опыт. Возникла необходимость в разработке новых подходов к хозяйственному порядку, критика капиталистической системы стала более явной. Это привело к написанию ряда научных работ, таких как «Социализм против капитализма» (А. Пигу, 1937 г.), «Плановая экономика» (Р. Моссе, 1944 г.), «Контролируемая экономика» (А. Лернер, 1944 г.) [2].

В 50-е гг. прошлого века А. Мюллер-Армак впервые ввел в оборот термин «социальное рыночное хозяйство», представляющий собой концепцию объединения конкурентного общества и социального прогресса, поддерживаемого рыночной экономикой.

На основе рыночного экономического порядка предлагается «создать многообразную и всеобъемлющую систему социальной защиты» [3].

В некоторых скандинавских странах появляется новый тип социальной рыночной экономики, известный как «экономика согласований». Он заключается в проведении в начале хозяйственного года консультаций между государством, компаниями, фирмами, общественными организациями и профсоюзами для обсуждения ключевых вопросов хозяйственной политики, таких как уровень доходов, цен и поставок ресурсов. В результате достигаются соглашения, которые строго соблюдаются всеми сторонами.

В мире появились различные модели рыночной экономики с разной степенью социализации. Среди них можно выделить государства общего блага, англосаксонскую, рейнскую, средиземноморскую и скандинавскую модели. Проведенный сравнительный анализ показывает, что каждая из этих моделей учитывает конкретные условия и имеет свои особенности в парораспределительных отношениях, приоритетности социальной политики, целях и направлениях развития.

Такие страны, где достаточно высокий уровень благополучия и ограниченный уровень государственного социального регулирования, не могут быть отнесены к государствам с социальной рыночной экономикой, даже при значительных неравенствах в доходах. В них отпадает необходимость усиливать государственное социальное вмешательство, так как даже люди с низкими доходами имеют более высокий уровень жизни, чем в других развитых странах с социальной рыночной экономикой. Эти страны принадлежат к англосаксонской модели рыночной экономики, где «экономические цели имеют приоритет перед социальными», что позволяет им достигать стабильного и высокого экономического роста при минимальном вмешательстве государства в социальную политику.

Отличие между рейнской и скандинавской моделями социальной рыночной экономики заключается главным образом в сочетании темпов экономического роста и социальных регулирующих мер, принимаемых государством. Рейнская модель (Германия, Австрия, Бельгия, Нидерланды, Швейцария, Франция) сосредоточена на антициклической, антиинфляционной политике, обеспечении полной занятости и стимулировании предпринимательства, что, по мнению авторов, создает более устойчивую основу для экономического роста. С другой стороны, скандинавская модель (Швеция, Дания, Норвегия, Финляндия) характеризуется поддержанием благополучия через укрепление перераспределительных мер, направленных на социальную справедливость. Средиземноморская модель (Греция, Испания, Италия) отличается тем, что экономические цели занимают приоритетное положение, а соци-

альная политика в первую очередь адресована уязвимым группам населения и имеет менее всеобъемлющий характер. Кроме того, различия существуют и в объеме средств, перераспределяемых через бюджет от общего внутреннего продукта: в англосаксонской модели это около 40 %, в рейнской, средиземноморской и скандинавской соответственно составляет около 50 %, 40–60 % и 50–60 %.

Необходимо отметить, что приоритет социальных целей перед экономическими может привести к снижению темпов экономического роста и эффективности национальной экономики. Высокие налоги и законы о труде, обеспечивающие широкие гарантии работникам, могут вызвать отток капитала за рубеж. Отсюда возникают серьезные проблемы для государств с социальной рыночной экономикой в 80–90-е гг. XX в. Развал социалистической экономической системы и переход бывших социалистических стран к рыночной ориентации с целью повышения экономической эффективности привели к появлению идеи создания новой модели экономики в Республике Беларусь, известной как социально ориентированная рыночная экономика.

Профессор К. Цинн кратко объяснил основные принципы социального рыночного хозяйства: это взаимодействие между рыночным механизмом и социально ответственным или заботливым государством [4]. Одной из особенностей рыночной экономики являются свободное формирование цен и конкуренция. Свободное формирование цен и конкуренция являются двигателями рынка, способствующими научно-техническому прогрессу, нововведениям, и стремлению к высоким темпам экономического роста.

Чем отличается социально ориентированная рыночная модель, которая разрабатывается в Республике Беларусь? Ее уникальность заключается в том, что она направлена на создание организационных основ экономики, способствующих достижению социального благополучия всего населения страны.

Основой данной модели является механизм, который обеспечивает гибкое сочетание конкуренции между различными экономическими субъектами на основе разнообразных форм собственности. Этот механизм также создает надежную систему социальной защиты, направленную на поддержку социально уязвимых групп населения, борьбу с безработицей, помощь инвалидам, а также обеспечение высоких стандартов экологической безопасности для граждан и укрепление гуманистических ценностей.

По мере развития системы социализации будет охватывать широкий спектр показателей, начиная с удовлетворения основных потребностей и заканчивая более высокими, отражающими качество жизни людей, и будет распространяться на всех членов общества. Улучшение качества жизни будет происходить по мере достижения высокого уровня общественной организации, демократизации (с обеспечением гарантий), улучшения качества образования, медицинского обслуживания, экологической безопасности, системы благоустройства, условий жилья, взаимоотношений в коллективе, условий труда, безопасности на рабочем месте, семейных отношений, наличия свободного времени. Одной из основ любой экономической системы является собственность, поэтому характер изменения отношений собственности, особенности приватизации, разграничение функциональных прав между экономическими субъектами в процессе формирования социально ориентированной рыночной модели имеет критическое значение, в первую очередь как ключевой фактор ее социализации.

В экономической литературе часто упоминается понятие «справедливого социального неравенства». Это означает, что различия в способностях и усилиях людей

должны отражаться на их доходах и социальном статусе. Если слишком равнять доходы, то у людей может пропасть мотивация развивать свои способности и повышать свою эффективность в общественной жизни.

Таким образом, модель рыночной экономики с социальной направленностью в Республике Беларусь основана на демократических принципах государственного строя, инновационных идеях, экологически чистых технологиях, интенсивном экономическом росте, развитии творческого потенциала населения, поддержке предпринимательства и обеспечении высокого уровня социальной защиты всех граждан.

Л и т е р а т у р а

1. БСЭ. – 3-е изд. – М. : Сов. энцикл., 1976. – С. 651.
2. История экономических учений / под ред. А. Г. Худокормова. – М. : МГУ, 1994. – С. 169.
3. Ламперт, Х. Социальная рыночная экономика: Германский путь. – М. : Дело, 1993. – С. 67.
4. Цинн, К. Социальное рыночное хозяйство : пер. с нем. / К. Цинн. – Минск, 1994. – С. 31.

УДК 336.748.12

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ

К. А. Копачева

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель И. В. Ерманина

Дан анализ влияния государственного долга на национальную экономику. Рассмотрены источники формирования внешнего и внутреннего долга, основные цели государственных займов, а также предложены мероприятия по эффективному управлению государственным долгом. Особое внимание уделено ситуации с государственным долгом Республики Беларусь, его динамике и структуре.

Ключевые слова: государственный долг, национальная экономика, внешний долг, внутренний долг, государственные займы, дефицит бюджета.

IMPACT OF PUBLIC DEBT ON THE NATIONAL ECONOMY

K. A. Kopacheva

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Scientific supervisor department I. V. Ermonina

This work is devoted to the analysis of the impact of public debt on the national economy. The sources of formation of external and internal debt, the main goals of government loans are considered, and measures for the effective management of public debt are proposed. Particular attention is paid to the situation with the public debt of the Republic of Belarus, its dynamics and structure.

Keywords: public debt, national economy, external debt, internal debt, government loans, budget deficit.

Проблема государственной задолженности является одним из сложных вопросов экономического развития стран. Одним из наиболее значимых элементов, позволяющих государству реализовывать социальное и экономическое регулирование, является финансовый механизм – финансовая система общества, основным звеном

которой является государственный бюджет. Собственно, через финансовую систему государство создает централизованные фонды и влияет на формирование децентрализованных фондов денежных средств, обеспечивая возможность исполнения возложенных на государственные органы функций.

Государственный долг Республики Беларусь – совокупность внешнего государственного долга и внутреннего государственного долга на определенный момент времени, где под внешним государственным долгом понимают сумму основного долга Республики Беларусь по внешним государственным займам и подлежащие исполнению обязательства по выданным гарантиям Правительства Республики Беларусь по внешним займам на определенный момент времени, а под внутренним – сумму основного долга Республики Беларусь по внутренним государственным займам и подлежащие исполнению обязательства по выданным гарантиям Правительства Республики Беларусь по внутренним займам на определенный момент времени [1].

Внешний государственный долг формируется за счет следующих источников:

1. Кредиты в иностранной валюте, предоставленные Беларуси или ее резидентам со стороны других государств, зарубежных субъектов хозяйствования или международных организаций.

2. Займы, полученные в результате размещения на международных финансовых рынках ценных бумаг.

Основными целями государственных займов являются:

- 1) покрытие дефицита госбюджета, поддержка платежного баланса;
- 2) пополнение золотовалютных резервов;
- 3) импорт энергоресурсов, сырья;
- 4) реализация инвестиционных проектов;
- 5) проведение реформ.

Для решения проблемы государственного долга необходима реализация ряда мероприятий:

1. Эффективное использование заемных средств. Это можно представить, как финансирование за счет заемных средств расходов, которые затем приведут либо к снижению затрат, либо к увеличению доходов, за счет которых можно будет покрыть как сам долг, так и проценты по нему.

2. Привлечение в страну иностранных инвестиций. Данное мероприятие позволит сократить расходы бюджета, создать рабочие места, привлечь новые технологии в страну, увеличить налоговые поступления в бюджет.

3. Использование зарубежного опыта.

4. Совершенствование бюджетного планирования.

Государственный долг Беларуси на 1 января 2020 г. составил 44,8 млрд руб., уменьшившись с начала года на 1,3 % (0,6 млрд руб.), или 33,7 % к ВВП при пороговом значении – не более 45 % к ВВП: внешний госдолг – 27,1 % к ВВП, внутренний госдолг – 6,6 % к ВВП.

Государственный долг Беларуси на 1 ноября 2021 г. составил 55,3 млрд руб. При этом внешний госдолг за месяц вырос на \$100 млн, поднявшись до \$18,3 млрд, а внутренний госдолг уменьшился на 300 млн руб., достигнув 11,0 млрд руб.

Государственный долг Республики Беларусь на 1 января 2022 г. составил 58,3 млрд руб. и увеличился по сравнению с началом 2021 г. на 0,5 млрд.

Валовой внешний долг Беларуси за 2023 г. сократился на \$2,9 млрд до \$36,9 млрд на 1 января 2024 г., сообщает БЕЛТА. По отношению к ВВП валовой внешний долг сократился с 53,7 % на 1 января 2023 г. до 51,4 % на 1 января 2024 г.

Таким образом, с 2020 г. наблюдается тенденция к росту государственного долга Беларуси. С 44,8 млрд руб. в 2020 г. он увеличился до 58,3 млрд руб. к началу 2022 г. Основной вклад в рост государственного долга вносит внешний долг, который с 2020 по 2021 г. увеличился с 27,1 % до \$18,3 млрд. По приведенным данным видно, что внутренний госдолг демонстрирует тенденцию к снижению, например, с 6,6 % ВВП в 2020 г. до 11,0 млрд руб. к ноябрю 2021 г. Несмотря на предыдущие тенденции, в 2023 году валовой внешний долг сократился на \$2,9 млрд, достигнув \$36,9 млрд к началу 2024 г. Это снизило его долю в ВВП с 53,7 до 51,4 %.

На обслуживание государственного долга в абсолютном выражении в 2024 году необходимо направить 5,3 млрд руб. Прирост к текущему году – 1,2 млрд. Источником финансирования данных платежей являются текущие доходы бюджета [2].

Беларусь планирует в 2024 г. привлечь несвязанные заимствования на цели рефинансирования долга в сумме 1,3 млрд долл., в том числе внешние заимствования – около 580 млн и внутренние – около 700 млн. Также продолжится работа по привлечению российских кредитных ресурсов для финансирования интеграционных проектов в рамках соглашения с правительством Российской Федерации [2].

С учетом вышеизложенных подходов дефицит республиканского бюджета–2024 составит 4,8 млрд руб., или 1,9 % к ВВП, из которых 2,4 млрд планируется профинансировать за счет остатков бюджета, а также внешних займов, привлекаемых для финансирования отдельных расходов [2].

Чрезмерный внешний долг ведет к увеличению процентных ставок и может отрицательно сказаться на реальном секторе экономики. Повышенная зависимость от долга в иностранной валюте оказывает давление на обменный курс, вызывая напряженность в денежно-кредитной сфере, если возникают трудности с рефинансированием.

Таким образом, приведенные данные показывают, что у Республики Беларусь высокий показатель государственного долга и для того, чтобы решить эту проблему необходима реализация приведенных мероприятий. Наша страна не обладает природными богатствами, но в сравнении с другими странами, Беларусь является одной из стабильных.

Л и т е р а т у р а

1. Бюджетный Кодекс Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://kodeksy-bel.com>. – Дата доступа: 18.02.2024.
2. Sputnik. – Режим доступа: <https://sputnik.by>. – Дата доступа: 19.02.2024.

УДК 338

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д. И. Корнеев

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Г. В. Митрофанова

Потребность в безопасности – это базовая, основополагающая потребность, как жизни отдельного человека, семьи, так и различных объединений людей, включая общество и государство. Экономическая безопасность – система, тесно связанная с категориями экономической независимости и зависимости, стабильности и уязвимости, экономического

давления, экономического суверенитета и т. п. Актуальность темы заключается в том, что в современных условиях экономическая безопасность является одним из элементов национальной безопасности государства.

Ключевые слова: безопасность, баланс внешней торговли, внешнеэкономические риски.

PROBLEMS OF ENSURING FOREIGN ECONOMIC SECURITY OF THE REPUBLIC OF BELARUS

D. I. Korneenko

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor G. V. Mitrofanova

The need for security is a basic, fundamental need for the life of an individual, a family, and various associations of people, including society and the state. Economic security is a system closely related to the categories of economic independence and dependence, stability and vulnerability, economic pressure, economic sovereignty, etc. The relevance of the topic lies in the fact that in modern conditions economic security is one of the elements of the national security of the state.

Keywords: security, balance of foreign trade, foreign economic risks.

В сфере внешнеэкономической безопасности предстоит решить главную задачу – выровнять баланс внешней торговли товарами и услугами, качественный рост экспорта. В связи с этим разработана проактивная внешнеэкономическая политика, которая включает формирование перспективной экспортной корзины на основе конкурентных преимуществ Беларуси. Повышение конкурентоспособности товаров, создаваемых белорусскими предприятиями, будет способствовать формированию положительного сальдо внешней торговли.

Динамика сальдо внешней торговли представлена на рис. 1.

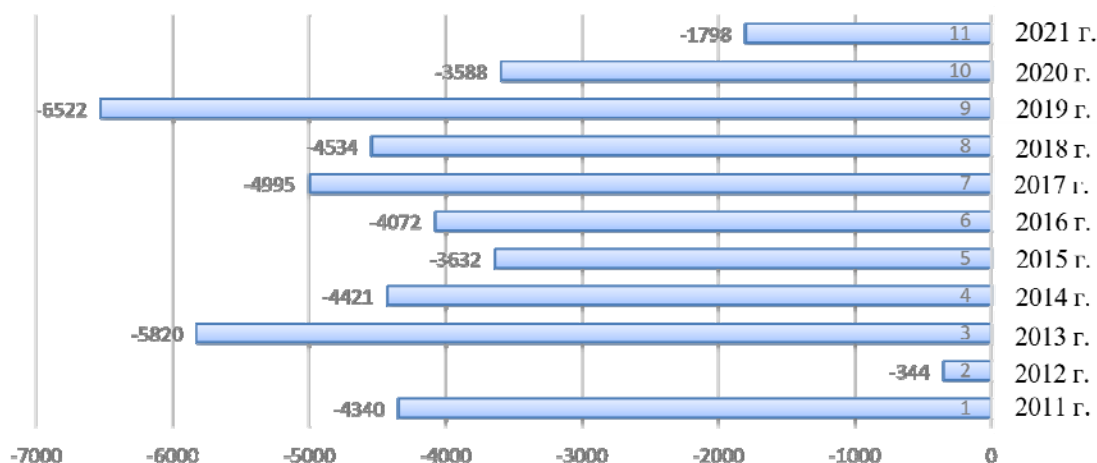


Рис. 1. Динамика сальдо внешней торговли Республики Беларусь за 2011–2021 гг., млн долл. США

Для этого необходимо, чтобы темп роста экспорта превышал темп роста ВВП. Ситуация в настоящий момент проиллюстрирована на рис. 2.

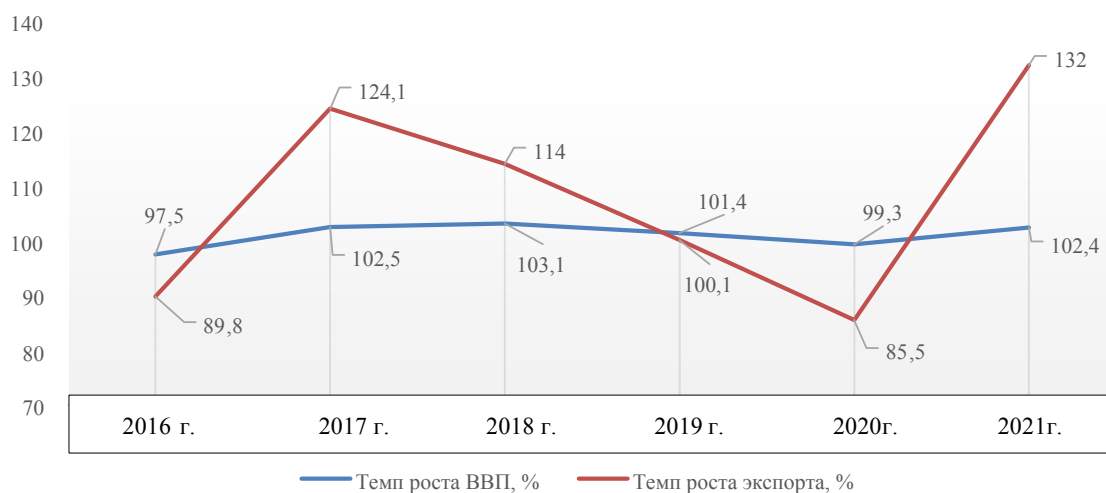


Рис. 2. Динамика соотношения темпов роста экспорта и ВВП в Республике Беларусь за 2016–2021 гг.

Для наращивания объемов экспорта необходимо осуществление страновой и отраслевой диверсификации внешнеторговых отношений, расширение участия Республики Беларусь в интеграционных процессах и активизация сотрудничества с международными экономическими организациями, наращивание объемов экспорта товаров и услуг, импортозамещение и повышение в экспорте доли товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью, развитие инфраструктуры внешней торговли. Для повышения финансовой безопасности необходимо повысить рентабельность продаж и эффективность использования средств государственного бюджета.

В целях ослабления влияния на экономическую безопасность государственных платежей по внешнему долгу страны будут осуществляться следующие меры: погашение и обслуживание внешнего долга путем его рефинансирования, т. е. привлечения новых заимствований, что обеспечит возможность непревышения порогового значения бюджетных средств, направляемых на обслуживание внешнего государственного долга, привлечение прямых иностранных инвестиций (в первую очередь в валютоокупаемые проекты).

Рассматривая внешнеэкономические риски стоит обратить внимание на реальные и потенциальные угрозы Республики Беларусь в экономической сфере.

Угрозы экономической безопасности Республики Беларусь – реальные и потенциальные негативные воздействия, порождаемые определенными действиями, явлениями или процессами (условиями и факторами), либо их совокупностью, препятствующие реализации экономических интересов Республики Беларусь.

Внутренними угрозами экономической безопасности могут быть как объективные процессы в сфере экономики, так и целенаправленная деятельность разнообразных социальных субъектов (международных политических и экономических сообществ, организованных структур и отдельных граждан внутри страны), преследующих собственные интересы, как экономические (извлечение наибольшей прибыли), так и политические (получение власти).

Внутренними угрозами, применительно к Республике Беларусь, могут быть как процессы, состояния, так и деятельность субъектов хозяйствования. В частности, в той или иной степени на экономическую безопасность республики, на условия и возможности реализации экономических интересов могут оказывать негативное влияние:

- высокий уровень монополизации экономики, выражающийся в росте цен, от-

сутствии побудительных мотивов для совершенствования производства, совершенствования качества продукции и снижения издержек производства;

- изношенность коммуникационных систем и аварийная опасность;
- недостаточная развитость и устойчивость объектов инфраструктуры;
- потеря позиций на отдельных направлениях научно-технического развития, в том числе в результате «утечки мозгов» за рубеж и в другие сферы деятельности, утрата престижности интеллектуального труда;

- неэффективность экономических институтов регулирования отношений, приводящая вместе с несовершенством законодательной базы к низкой правовой, финансовой, договорной дисциплине, массовому сокрытию доходов и уклонению от уплаты налогов;

- неадекватность механизмов формирования экономической политики целям и интересам (несогласованность действий экономических ведомств), которое может приводить к нарушению финансовой сбалансированности, порождать угрозу социальных конфликтов, искусственно ослаблять конкурентоспособность отечественных производителей;

- несовершенство системы управления.

Таким образом, существуют различные проблемы обеспечения внешнеэкономической безопасности и предприятия сами выбирают, каким методом они будут решать вопросы безопасности.

Л и т е р а т у р а

1. Крутиков, В. К. Экономическая безопасность : учеб.-метод. пособие / В. К. Крутиков. – Калуга : Эйдос, 2017. – 196 с.
2. Сайт Национального статистического комитета. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 08.03.2024.

УДК 339.138.01

ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОСТАВЩИКОВ И СЕТЕВОГО РИТЕЙЛА

А. М. Котов

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», Минск*

Научный руководитель В. С. Голик

Изложены основные трудности, возникающие у поставщиков в работе с торговыми сетями. Показана важность использования инструментов для эффективного взаимодействия участников рынка. Рассмотрены меры, позволяющие повысить общий уровень эффективности ведения бизнеса.

Ключевые слова: переговоры, маркетинговое соглашение, сетевой ритейл, производитель, конечный потребитель, дистрибьютер, розничная сеть.

TOOLS FOR EFFECTIVE INTERACTION BETWEEN SUPPLIERS AND NETWORK RETAIL

A. M. Kotov

Belarusian State Economic University, Minsk, Belarus

Science supervisor V. S. Golik

The article discusses the main difficulties that suppliers encounter when working with retail chains. The importance of using tools for effective interaction between market participants is shown. Measures are considered to improve the overall level of business efficiency.

Keywords: negotiations, marketing agreement, chain retail, manufacturer, end consumer, distributor, retail chain.

Благодаря возможностям и перспективам, которые открываются перед поставщиком, подписавшим контракт с розничной сетью, сотрудничество с сетевой компанией становится главной стратегической целью для многих компаний-поставщиков.

Однако не все поставщики ознакомлены с принципами и законами функционирования розничных торговых сетей. В результате желание достигнуть поставленной задачи любой ценой, при непонимании целей, планов и потребностей розничных сетей, приводят к возникновению барьеров и сложностей при построении взаимоотношений с ними.

Трудности, возникающие при взаимодействии с сетевыми компаниями, объясняются наличием у последних специфических особенностей [1].

По результатам опроса более 100 производителей и дистрибьютеров выявлены особенности при взаимодействии поставщика с розничной торговой сетью:

- подписание договорного соглашения осуществляется, как правило, на условиях розничной сети, зачастую с игнорированием потребностей поставщиков;
- после подписания договорного соглашения с торговой сетью дальнейшая корректировка его пунктов требует четкой аргументации, больших затрат времени и сил;
- при проведении переговоров и последующем сотрудничестве с поставщиками розничные сети занимают доминирующую позицию.

Когда крупный производитель или компания-поставщик сотрудничает с частными магазинами или мелкими локальными сетями, договорные соглашения, как правило, разрабатываются юристами самого поставщика или производителя с учетом, в первую очередь, личных интересов. Однако, когда данный поставщик предлагает сотрудничество сетевой компании, имеющей развитую сеть магазинов в городе или регионе, не говоря о национальных сетях, то контракт должен быть безоговорочно подписан на условиях сетевой компании. В противном случае торговая сеть не соглашается на сотрудничество. В результате поставщик при наличии собственной нужды идет на соглашение, которое во многом ущемляет его интересы.

Несмотря на жесткую позицию розничной сети, поставщик вправе отстаивать собственные интересы, тем более, что после принятия Федерального закона многие пункты договоров оказываются дискриминирующими и могут быть оспорены в арбитражном суде. По результатам преддоговорных споров составляется дополнительное соглашение между поставщиком и розничной сетью, где фиксируются соглашения сторон.

Следовательно, приступая к взаимодействию с сетевым ритейлом, необходимо тщательно проработать предлагаемые документы, изучить все положения, статьи и

подпункты, которые определяют условия взаимоотношений. Более детально и внимательно следует изучить:

- условия и сроки поставки товаров;
- порядок и сроки оплаты заказов;
- порядок и условия начисления бонусов и премий;
- условия оплаты дополнительных услуг;
- условия и порядок оплаты штрафных санкций;
- соглашение о цене ассортиментных позиций;
- маркетинговое соглашение.

В договоре, составленном розничной сетью, присутствуют специфические моменты, которые в стандартных договорах между поставщиком и посредником практически не упоминаются.

Одной из главных является часть договора, в которой прописаны условия начисления штрафных санкций поставщику при невыполнении им своих обязательств. Сотрудничая с несетевыми магазинами или мелкими оптовиками, при отсутствии какого-то товара или при невыполнении своих обязательств по поставкам, качеству или уровню обслуживания, компания-поставщик, как правило, не несет существенной ответственности перед своими партнерами [2].

Соглашение о цене ассортиментных позиций также является ключевым пунктом договора и требует внимательного изучения. Когда компания-поставщик взаимодействует с частыми магазинами, поднятие цены требует минимума согласований и осуществляется в короткий срок. При работе с розничными сетями поменять ценовые условия поставки проблематично, так как требуется четкое обоснование корректировки цены и продолжительное время. Например, в алкогольной отрасли цены, согласно договорам, можно изменять один раз в квартал или реже.

Наряду с этим у поставщика также отсутствуют возможности оперативной замены тех позиций, которые были утверждены в основной торговый ассортимент магазинов.

При появлении непродавшихся товаров поставщик вправе предложить замену, однако в большинстве случаев он получит отказ и встречное предложение о выводе данных позиций из ассортимента сетевых магазинов. Корректировка ассортимента торговой сети также требует объективного обоснования, что возможно только после детального изучения конъюнктуры и тенденций рынка.

Еще одной характерной особенностью взаимодействия с сетями является их главенствующая роль во взаимоотношениях.

При взаимодействии крупного производителя или поставщика продукции с мелкими розничными магазинами происходит диктат собственных условий. В такой ситуации крупный поставщик находится в ролевой позиции «сильный–слабый», занимая место «сильного» участника переговоров, потому что любой магазин нуждается в продукции с раскрученным брендом таких производителей, как «Савушкин Продукт», «Лейз», «Брестский мясокомбинат», «Кристалл» и др.

Суммируя все особенности работы с сетями, можно отметить, что причины специфики отчасти заложены именно в действиях самого поставщика – в его внутренней неэффективности, в неумении грамотно и гибко работать со своими клиентами. При взаимодействии с сетевой компанией важен только уровень технологий и ответственности поставщика, качество работы, использование инноваций, а также ориентация на рынок и на клиента.

Учитывая требования и условия сотрудничества с сетевой компанией, руководство поставщика должно максимально объективно и корректно оценить собственные возможности в соответствии с вменяемыми обязательствами.

Рассмотренные выше особенности взаимодействия с торговыми сетями предполагают кардинальный пересмотр поставщиком своего отношения к ведению бизнеса. Любая торговая сеть требует особого отношения к позиционированию товара на полке и установлению розничной цены, отличающейся на 10–15 % от среднерыночной.

В результате компании-поставщику для успешного, а главное, прибыльного сотрудничества необходимо предпринять меры, позволяющие повысить общий уровень эффективности ведения бизнеса. По нашему мнению, для оптимизации бизнес-процессов внутри компании-поставщика следует предпринять следующие меры [2]:

- Оптимизировать структуру затрат компании, относящуюся прямым или косвенным образом к товарам или услугам, предоставляемым торговой сети, что включает в себя:

- а) оптимизацию закупочной цены от поставщика сырья или производственной себестоимости с целью сохранения прибыли от реализации продукции, с учетом неизбежного столкновения с дополнительными бонусами с оборота или премиями за работу с сетью [3];

- б) оптимизацию логистических и складских издержек, а также эффективное проведение инвестиционной политики за счет кредитных ресурсов.

- Оптимизировать организационные процессы компании, которые отвечают за весь цикл работы с товаром или услугами, предоставляемыми торговой сети. Как правило, это следующие мероприятия:

- а) определение наиболее значимых оперативных вопросов, возникающих при работе с подразделениями сети, и расстановка приоритетов: заказы, претензии, контроль наличия товара на складе, отслеживание поставок в магазин и на распределительный центр, ежедневная работа с магазинами (контроль продаж, контроль работы промоутеров);

- б) определение стратегических вопросов при работе с сетью (прогнозирование спроса, отслеживание активности конкурентов на рынке, работа с ассортиментом, оценка доходности и оборачиваемости товаров, планирование промо-акций и плановые изменения розничных цен с целью стимулирования спроса на товар);

- в) автоматизированная система управления продажами (контроль заявок и их выполнение, товарные запасы на складе) как инструмент для эффективного функционирования всех подразделений компании в рамках одного процесса;

- г) контроль исполнения решений;

- д) введение системы обучения, мотивации и оценки эффективности деятельности персонала.

- Проводить регулярный анализ рынка по сегментам, анализ активности конкурентов, осуществлять разработку инновационных методов продаж как в самих точках продаж, так и за их пределами.

- Оптимизировать издержки на местах реализации товара, что подразумевает:

- а) максимально эффективное управление персоналом, работу в команде;

- б) поиск путей снижения затрат на процесс продажи товара в самой торговой точке (оформление торговой точки, максимально эффективное использование промоутера);

- в) формирование эффективной системы отбора, обучения и контроля работы промоутеров.

- Диверсифицировать структуру бизнеса компании для снижения рисков (в случае отказа сети от дальнейшего сотрудничества) [4]. Одна сеть не должна занимать более 10–20 % оборота компании.

Как только компания начинает оптимизировать технологии и организацию всех внутренних бизнес-процессов, ориентируясь на максимальную их эффективность с целью удовлетворения потребностей клиента, так постепенно специфические особенности работы с розничными сетями начинают исчезать.

Л и т е р а т у р а

1. Офицеров, П. Поставщик: организация эффективной работы с сетевыми магазинами / П. Офицеров, 2008. – 125 с.
2. Randall, G. [Trade Marketing Strategies] – The Partnership between Manufacturers, Brands, and Retailers / G. Randall ; 2nd ed., Oxford : Butterworth – Heinemann, 1994. – 183 p.
3. Никишкин, В. В. [Retail Marketing: Theory and Methodology] / В. В. Никишкин. – М. : Экономика, 2003. – 209 с.
4. Офицеров, П. Поставщик – розничные сети / П. Офицеров, 2008. – 196 с.

УДК 338.46

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Я. А. Кривоносова, М. Г. Светлякова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель О. Г. Винник

Географические информационные системы (ГИС) в сельском хозяйстве играют важную роль в современном управлении сельскохозяйственными угодиями. Они позволяют сельскохозяйственным предприятиям эффективно управлять и оптимизировать процессы производства, увеличивать урожайность, улучшить качество почвы, контролировать вредителей и болезни растений, а также рационально использовать ресурсы. С помощью ГИС аграрии могут анализировать различные данные, такие как данные о почвенных свойствах, рельефе местности, климатических условиях, распределении урожайных культур и т. д., и принимать обоснованные решения на основе полученной информации. Благодаря ГИС можно проводить планирование землепользования, оптимизировать севообороты, планировать полив и удобрение, а также проводить мониторинг состояния посевов в реальном времени.

Ключевые слова: ГИС, сельское хозяйство, картография, земледелие, пространственный анализ, технологии, агротехника, цифровые данные, урожайность, ресурсы, мониторинг, аграрные науки, геоданные, обработка информации.

GEOGRAPHIC INFORMATION SYSTEMS IN AGRICULTURE

Y. A. Krivonosova, M. G. Svetlyakova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor O. G. Vinnik

Geographic information systems (GIS) in agriculture play an important role in modern agricultural land management. They allow agricultural enterprises to effectively manage and optimize production processes, increase yields, improve soil quality, control pests and plant diseases, and use resources efficiently. With the help of GIS, farmers can analyze various data, such as data on soil properties, terrain, climatic conditions, crop distribution, etc., and make informed decisions based on the information received. Thanks to GIS, it is possible to carry out land-use planning, optimize crop rotations, plan irrigation and fertilization, as well as monitor the condition of crops in real time.

Keywords: GIS, agriculture, cartography, agriculture, spatial analysis, technologies, agricultural engineering, digital data, productivity, resources, monitoring, agricultural sciences, geodata, information processing.

Географические информационные системы (ГИС) – это инструмент для создания многослойных интерактивных карт, которые необходимы для визуализации сложной информации и пространственного анализа. Они подходят для сбора, систематизации и анализа полевых данных, а также удаленного мониторинга состояния культур. Для эффективного использования ГИС в сельском хозяйстве требуются современные технологии и средства: GPS, робототехника, дроны и спутники.

Аграрные корпорации могут поддерживать высокую продуктивность, используя ГИС для удаленного мониторинга больших площадей и оперативного реагирования на возникающие проблемы.

Геоинформационные системы применяются в различных сферах человеческой деятельности: в коммунальном хозяйстве, в здравоохранении, в охране окружающей среды, в транспортной среде, в сельском хозяйстве и т. д.

Области применения в Республике Беларусь геоинформационных технологий в сельском хозяйстве разнообразны и включают в себя поисковые задачи, а также задачи, связанные с хранением и обработкой картографической, атрибутивной, графической и текстовой информации. Для хранения, поиска и выдачи информации по запросам конечных пользователей (сотрудников предприятия), используются системы управления базами данных. Они могут содержать разнообразную информацию такую как данные агрохимического анализа почвы, анализ потребности в технике и оборудовании, мониторинг работы сотрудников и анализ их эффективности.

Данные с сельскохозяйственной техники или точное земледелие – это комплексная высокотехнологичная система сельскохозяйственного менеджмента, которая включает в себя технологии глобального позиционирования (GPS), географические информационные системы (GIS), технологии оценки урожайности (Yield Monitor Technologies), технологию переменного нормирования (Variable Rate Technology) и технологии дистанционного зондирования земли.

Точное земледелие содержит в своей основе точку зрения о том, что земля на одном участке поля является неоднородной и, следовательно, растения могут созревать неравномерно, что в результате приводит к убыткам предприятия в виде повторных процедур (внесение пестицидов и удобрений, обработка от вредителей и т. д.) для какого-либо участка поля.

Координатная привязка данных или создание электронной карты

Описание неоднородностей:

– информация об изменении участка земли. Измерение электропроводности почвы, которое совмещенно с анализом механического и химического состава почвы, позволяют создать точную карту агроэкологических условий [1].

Фермеры Беларуси используют точное земледелие, потому что оно помогает растениям равномерно расти и созревать, повышает количество и качество урожая, позволяет экономить на агрохимикатах.

Данные со спутников и беспилотников в Республике Беларусь

Спутниковые технологии собирают информацию с земельных участков в реальном времени. Эта информация может включать в себя микроволновую энергию с поверхности Земли, с помощью которой можно контролировать производство сельскохозяйственных культур прогнозировать засуху и наводнения [3]. Также это могут быть вегетационные индексы для анализа растительности на данном участке.

С помощью квадрокоптеров можно получать данные об оценке роста растений и их количестве, данные о наличии болезней у растений, данные о сорняках и их ко-

личестве, а также данные о вредителях.

Картографическое приложение

Для устранения данных устаревших технологий с их минусами и начинают повсеместно внедряться новые для предприятий географические информационные системы.

В целом такие системы включают в себя:

- цифровую модель местности, на которой осуществляются агротехнические операции;
- сведения о дистанционном зондировании;
- информацию о свойствах и характеристиках почв;
- карты посевов по годам;
- специфические данные, необходимые предприятию;
- историю обработки полей и т. д. [4].

В настоящее время существует большой выбор многоинструментальных программных продуктов ГИС в Беларуси. Самые известные из них:

- ГеоГраф ГИС;
- Панорама и т. д.

К данным геоинформационным системам можно подключать узконаправленные тематические модули, которые несут разные цели: от обработки растровых и векторных изображений, до построения цифровых моделей и инструментов для выполнения различных расчетов.

С помощью таких картографических систем фермеры видят, что произрастает на земельном участке, когда выполнен посев, когда проводился последний полив и обработка от вредителей, когда данный земельный участок был обработан агрохимикатами и т. д.

Мониторинг сельскохозяйственной техники

Сбор информации в Беларуси для функционирования мониторинга осуществляется с помощью аппаратных средств, которые принимают GPS сигнал. Для передачи данных используется GSM модем и SIM карта. Передача осуществляется с использованием GPRS канала по сети Internet. Кроме данных собираемых в автоматическом режиме система позволяет осуществлять импорт информации с внешних носителей данных, или ручной ввод из журналов учета и регистрации [5].

Агропромышленное предприятие в своем составе имеет большое количество сельхозтехники: культиваторы, комбайны, тракторы, плуги, жатки, сеялки, катки.

Чтобы избежать большого количества утомительной работы, предприятие вводит спутниковый мониторинг.

Мониторинг осуществляется слежением за положением сельхозтехники на карте, контролем движения и получая статистику (расходы на топливо, все возможные простои, реальный пробег), а также приучит водителей к дисциплине, что в совокупности приведет к более эффективному использованию ресурсов предприятия.

Применяя GPS/ГЛОНАСС мониторинг, имеется возможность более наглядно осуществлять слежение за сельхозтехникой, где бы она не находилась. В системе мониторинга также присутствуют фотографии карты со спутника, что зачастую более наглядно.

В результате внедрения в Республики Беларусь системы мониторинга и контроля сельхозтехники предприятие получает возможность составлять отчеты за любой интересующий период.

Географические информационные системы могут предложить множество перспектив в сельском хозяйстве, включая:

1. Оптимизацию производственных процессов: с помощью ГИС можно анализировать данные о почве, климате, топографии и других факторах, что позволяет оптимизировать производственные процессы и увеличить урожайность.

2. Планирование участков земли: ГИС помогает сельхозпроизводителям лучше планировать использование участков земли, учитывая особенности их местоположения и характеристики.

3. Мониторинг и контроль: ГИС позволяет проводить мониторинг состояния урожаев, земельных участков, погодных условий и других параметров, что позволяет оперативно реагировать на изменения и принимать эффективные решения.

4. Прогнозирование рисков: с помощью ГИС можно проводить анализ рисков, связанных с погодными условиями, заболеваниями растений, изменениями климата и другими факторами, что помогает сельхозпроизводителям принимать меры по их снижению.

5. Управление ресурсами: ГИС позволяет эффективно управлять ресурсами, такими как вода, удобрения, семена и другие, что способствует повышению производительности и уменьшению затрат.

Таким образом, ГИС открывают широкие возможности для повышения эффективности и устойчивости сельскохозяйственного производства.

Л и т е р а т у р а

1. Точное земледелие, 2023. – Режим доступа: [https://by.wikipedia.org/wiki/Точное земледелие](https://by.wikipedia.org/wiki/Точное_земледелие). – Дата доступа: 18.02.2024.
2. Википедия, 2022. – Режим доступа. – Дата доступа: 18.02.2024.
3. Применение ГИС технологий в сельском хозяйстве, 2023 г. – Режим доступа. – Дата доступа: 18.02.2024.
4. Применение ГИС для осуществления технологии «точного земледелия» – Дата доступа: 19.02.2024.
5. Мониторинг, 2023. – Режим доступа: <http://bashmonitor.by/monitoring.html/>. – Дата доступа: 19.02.2024.

УДК 330.14

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

А. В. Лавриненко

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель А. А. Бажина

Рассмотрена роль интеллектуального капитала в экономике знаний. Изложены показатели развития интеллектуального капитала на мировом уровне, а также в Республике Беларусь.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, экономика знаний, зарубежный опыт, инновационная активность.

INTELLECTUAL CAPITAL IN THE KNOWLEDGE ECONOMY

A. V. Lavrinenko

Belarusian State University of Economics, Minsk

Scientific supervisor Candidate of Economics A. A. Bazhina

This article examines the role of intellectual capital in the knowledge economy. The indicators of intellectual capital development at the global level, as well as in the Republic of Belarus, are considered.

Keywords: intellectual capital, knowledge economy, foreign experience, innovative activity.

Современная интеллектуальная экономика, базирующаяся на использовании знаний в качестве основного нематериального актива, характеризуется способностью использовать интеллектуальные ресурсы для удовлетворения человеческих потребностей и создавать прорывные решения в целях своего развития.

Теория интеллектуального капитала разрабатывалась в трудах К. Свейби, Л. Эдвинссона [4], П. Друкера. Ее главный постулат состоит в том, что интеллектуальный капитал в постиндустриальной экономике (экономике знаний и инноваций) опирается на высокую добавленную стоимость человеческого интеллекта и на него приходится основная доля в прибыли от производства и реализации интеллектуальных продуктов и услуг. Отсюда следует вывод о том, что для обеспечения конкурентоспособного развития страны в условиях непрерывных инновационных изменений необходимы значительные инвестиции в человеческий капитал, прежде всего в его образование и развитие [4].

На международном уровне интеллектуальный капитал измеряется с помощью индекса уровня образования, который выступает одним из показателей индекса человеческого развития, рассчитываемого ПРООН в ежегодных докладах о человеческом развитии. В индексе представлены два компонента: ожидаемая продолжительность обучения, т. е. количество лет обучения, на которое может рассчитывать ребенок, достигший официально установленного возраста поступления в школу, при условии, что сохранятся преобладающие показатели зачисления по возрасту сохранятся на протяжении всей жизни ребенка, и средняя продолжительность обучения, т. е. среднее количество лет образования, полученного людьми в возрасте 25 лет и старше в течение жизни, основанное на показателе образовательного уровня населения, пересчитанном в количество лет обучения на основе теоретической продолжительности каждого уровня полученного образования. Лидерами по данным показателям образования чаще всего выступают развитые страны [2].

Таблица 1

**Сравнение стран мировой экономики по индексу человеческого развития,
количеству лет обучения, уровню государственных расходов
на образование и науку, 2021 г.**

№ п/п	Страна	ИЧР	Ожидаемая продолжительность обучения, лет	Средняя продолжительность обучения, лет	Доля расходов на образование от ВВП, %	Доля расходов на НИОКР от ВВП, %
1	Швейцария	0,962	16,5	13,9	4,9	3,15
2	Норвегия	0,961	18,2	13,0	7,6	2,28
3	Исландия	0,959	19,2	13,8	7,6	2,47
4	Гонконг (КНР)	0,952	17,3	12,2	4,4	0,99
5	Австралия	0,951	21,1	12,7	5,1	1,83
21	США	0,921	16,3	13,7	4,9	3,45
52	Россия	0,822	15,8	12,8	4,7	1,1
56	Казахстан	0,811	15,8	12,3	2,9	0,13
60	Беларусь	0,823	15,4	12,3	5,0	0,55
79	Китай	0,768	14,2	7,6	3,6	2,4
	Мир	0,732	12,8	8,6	3,7	2,63

Источник: [3, с. 134].

По данным Всемирного банка, больше всего на образование тратят небольшие развивающиеся страны, такие как Маршалловы острова (15,8 %), Самоа (14,7 %), Куба (12,8 %). Среди развитых стран лидируют: Норвегия (7,6 %), Швеция (7,6 %), Исландия (7,6 %), Дания (6,8 %), Финляндия (6,3 %). Крупнейшие экономики мира имеют более низкие показатели: Великобритания (5,2 %), Германия (5 %), США (4,9 %), Индия (4,5 %), Китай (3,6 %). Беларусь по данному показателю находится в середине рейтинга и на образование тратит 5 % от ВВП [3, с. 135].

Республика Беларусь в рейтинге государств по индексу человеческого развития по показателям в сфере образования относится к государствам с очень высоким уровнем человеческого развития. Об этом свидетельствуют такие макропоказатели, как уровень грамотности взрослого населения (99,7 %), охват базовым, общим средним и профессиональным образованием занятого населения (98 %). По показателям поступления детей в начальную и среднюю школу, количеству студентов высших учебных заведений Беларусь находится на уровне развитых стран Европы и мира. Каждый третий житель республики учится.

Проследим динамику места Республики Беларусь в рейтинге ИЧР (табл. 2).

Таблица 2

Анализ динамики ИЧР на примере Беларуси

Страна	Место в рейтинге ИЧР						
	отчет 2015 г.	отчет 2016 г.	отчет 2017 г.	отчет 2018 г.	отчет 2019 г.	отчет 2020 г.	отчет 2021–2022 гг.
Республика Беларусь	51	50	52	53	50	53	60

Источник. Собственная разработка на основании [1].

Однако наукоемкость в Беларуси невысока, необходимо отметить также кадровые проблемы в научной сфере Беларуси, которые связаны со снижением численности работников с учеными степенями и званиями, которые заняты научными работами и исследованиями.

Также необходимо отметить такие препятствия к развитию инноваций, как неразвитость специальных финансовых механизмов поддержки отдельных элементов инновационной инфраструктуры, самостоятельных инновационных проектов: венчурных фондов, страхования инновационных инвестиций, лизинга высокотехнологичного оборудования, фондового рынка для наукоемких компаний и низкий уровень развития малого инновационного предпринимательства.

Беларусь имеет довольно низкий показатель высокотехнологичного экспорта в сравнении как с развитыми странами, так и с республиками бывшего СССР. Вместе с тем необходимо отметить, что если Швейцария, Франция, Германия, Великобритания, США, Япония и Южная Корея производят и экспортируют огромные объемы промышленной продукции в целом, а также инновационной продукции, то часть государств СНГ (Казахстан, Кыргызстан, Украина) демонстрируют высокое значение показателя только в связи с низкими объемами общего промышленного экспорта. Для Беларуси целесообразно в качестве ориентира использовать индикаторы, характерные для России и стран Центральной и Восточной Европы (10–15 %). Пока можно констатировать, что предприятия нашей страны недостаточно инновационно-активны.

Итак, для улучшения показателей развития интеллектуального капитала предлагается увеличение финансирования образования и науки, то есть повышение инвестиций в образование и научные исследования способствует развитию человеческого капитала и инновационной активности, создание благоприятного бизнес-климата, то есть улучшение условий для предпринимательства и инноваций может привлечь больше инвестиций и способствовать развитию инновационных проектов, поддержка инновационной деятельности предприятий, то есть реализация программ поддержки инноваций на уровне государства может стимулировать компании к активному внедрению новых технологий, развитие финансовых механизмов и кредитных ресурсов, то есть создание специализированных финансовых инструментов для инновационных проектов может помочь предпринимателям получить доступ к необходимым ресурсам, поддержка малого инновационного предпринимательства, то есть содействие развитию малых инновационных компаний способствует увеличению инновационной активности в стране.

Л и т е р а т у р а

1. Международные рейтинги. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/human-development-index/human-development-index-info>. – Дата доступа: 10.04.2024.
2. Оценка интеллектуального капитала в зарубежных странах. – Режим доступа: <https://fdbi.ru/biblioteka/stati/ocenka-ip>. – Дата доступа: 07.05.2024.
3. Юрова, Н. В. Инновационное развитие мировой экономики в человеческом измерении / Н. В. Юрова // Экон. наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2023. – Вып. 17. – С. 131–140.
4. Edvinsson, L. Accounting, Empirical Measurements and Intellectual Capital. – Режим доступа: www.emerald-library.com. – Дата доступа: 10.04.2024.

УДК 338.012

СТРОИТЕЛЬСТВО ЛЬГОТНОГО ЖИЛЬЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

М. И. Лисовская, А. Д. Красько

Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», Минск

Научный руководитель С. О. Лебедева

В Республике Беларусь социально-экономическое развитие характеризуется как стабильное и устойчивое. Страна фокусируется на обеспечении стабильности в обществе и росте благосостояния граждан через модернизацию экономики, наращивание социального капитала и создание комфортных условий для жизни. Одним из приоритетов развития является создание «Счастливой семьи», что включает в себя популяризацию традиционных семейных ценностей и обеспечение жильем многодетных семей. Государственная политика направлена на создание условий для рождения двух, трех и более детей в семьях, обеспечивая материальную поддержку, решая жилищные вопросы и развивая инфраструктуру детских учреждений.

Ключевые слова: семья, развитие, государство, льготное жилье, строительство.

CONSTRUCTION OF PREFERENTIAL HOUSING IN THE REPUBLIC OF BELARUS AS A FACTOR OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

M. I. Lisovskaya, A. D. Krasko

Belarusian State Economic University, Minsk

Science supervisor S. O. Lebedeva

Socio-economic development in the Republic of Belarus is characterised as stable and sustainable. The country focuses on ensuring stability in society and increasing the well-being of citizens through modernising the economy, building up social capital and creating comfortable living conditions. One of the development priorities is the creation of a "Happy Family", which includes popularising traditional family values and providing housing for families with many children. State policy is aimed at creating conditions for the birth of two, three or more children in families by providing material support, resolving housing issues and developing the infrastructure of children's institutions.

Keywords: family, development, state, preferential housing, building.

Социально-экономическое развитие в Республике Беларусь охарактеризовано как стабильное и устойчивое. Страна имеет развитую инфраструктуру и высокий уровень образования населения. Беларусь является одной из лидирующих по индексу человеческого развития среди стран СНГ.

Обеспечение стабильности в обществе и рост благосостояния граждан за счет модернизации экономики, наращивания социального капитала, создания комфортных условий для жизни, работы и самореализации человека – это главная цель страны, закреплённая в пятилетней программе на 2021–2025 гг.

Для достижения цели определены актуальные приоритеты развития, на реализацию которых сконцентрированы внутренние и внешние ресурсы и направлена работа каждого в построении будущего страны:

«Счастливая семья» – направление обеспечивает популяризацию традиционных семейных ценностей. Семья с детьми должна стать в нашем обществе не просто социальной нормой, а идеалом семейных отношений.

«Сильные регионы» – направление предусматривает эффективную занятость, достойные доходы, высокую мобильность, комфорт и безопасность людей в любом месте Беларуси.

«Интеллектуальная страна» – это страна умных, образованных, творческих людей, способных совершать инновационные прорывы и двигаться вперед.

«Государство-партнер» – подразумевает выстраивание прозрачных, открытых, доверительных отношений государства, общества и бизнеса [1].

В данной статье рассмотрим приоритет «счастливая семья».

Обеспечение жильем многодетных семей является приоритетной задачей. Еще в 2019 г. главой государства поставлена задача по направлению многодетных семей на строительство жилья в течение одного года со дня постановки на учет нуждающихся в улучшении жилищных условий. В 2023 г. построено 8425 квартир для многодетных семей, что составило 125 % от годового задания.

В 2024 г. для многодетных семей в Беларуси планируется построить свыше 5 тыс. квартир. На улучшение жилищных условий будут направлены почти 6,5 тыс. многодетных семей [2].

Что касается выполнения заданий, то, согласно постановлению, за первый квартал 2024 г. должно было быть построено и введено в эксплуатацию не менее 15 % от запланированного общего ввода, в первом полугодии – не менее 35 %, за 9 месяцев – 65 %.

Помимо этого за этот период белорусские строители должны приступить к «созданию задела под программу жилищного строительства на 2025 год».

В 2024 г. для 6461 многодетных белорусских семей планируется улучшить жилищные условия. Больше всего таких семей – 1,3 тыс. – из Брестской области.

Для 5204 многодетных семей квартирный вопрос уже будет решен в этом году.

В Минской области 1093 семей обеспечат жильем, а в Минске – 900 семей [3].

По данным Национального статистического комитета, в январе–феврале 2024 г. возведено 3,6 тыс. новых квартир. В целом введено в эксплуатацию 417,1 тыс. м² жилья.

Что касается жилья, построенного с господдержкой, за два месяца текущего года введено в строй почти 117 тыс. м².

Основная задача государственной политики – создавать условия для того, чтобы в семьях рождалось двое, трое и более детей. Для этого в стране обеспечивается материальная поддержка при рождении детей, помогают решать жилищные вопросы многодетным и молодым семьям с двумя детьми, развивают инфраструктуру детских образовательных и медицинских учреждений, расширяют возможности для совмещения трудовой деятельности и семейных обязанностей, для культурного развития и семейного отдыха [4].

Социально-экономическое развитие в Республике Беларусь характеризуется как стабильное и устойчивое, что обеспечивает высокий уровень жизни населения и развитую инфраструктуру. Страна придерживается приоритетов развития, среди которых особое внимание уделяется созданию условий для счастливой семьи. Обеспечение жильем многодетных семей является одной из ключевых задач, на решение которой направлены значительные ресурсы. В 2024 г. планируется построить более 5 тыс. квартир для таких семей, что свидетельствует о серьезном подходе к решению этого вопроса. Кроме того, государство обеспечивает материальную поддержку при рождении детей, развивает инфраструктуру детских учреждений и создает условия для совмещения трудовой деятельности и семейных обязанностей. Все эти меры направлены на укрепление традиционных семейных ценностей и создание комфортных условий для жизни и самореализации граждан.

Л и т е р а т у р а

1. Приоритеты развития в Республике Беларусь. – Режим доступа: https://president.gov.by/ru/belarus/economics?TSPD_101_R0=08eaf62760ab20007a57f966254889a93f7867cd3fac88358825d88bf090c79b501068f0153b98a30878b6a9b51430005314426417034df0639b6a73906242b92dfe2a39921d600f6bc2a421d913b792537edda50afcd131aecd2d53270f9c2b#:~:text=Приоритеты%20развития,программе%20на%202021%2D2025%20годы.
2. Строительство квартир для многодетных семей в Республике Беларусь. – Режим доступа: http://mas.gov.by/ru/news_ru/printv/nv-2024-godundlja-mnogodetnyx-semej-v-belarusi-planiruet-sja-postroit-svyshe-5-tysjach-kvartir-2015/.
3. Третью жилья в 2024 будет построена для нуждающихся. – Режим доступа: <https://sputnik.by/amp/20240207/tret-zhilya-v-2024-godu-budet-postroena-v-belarusi-dlya-nuzhdajuschikhsya-1083425663.html>.
4. Приоритет – счастливая семья. – Режим доступа: <https://zviazda.by/be/news/20231102/1698905967-prioritet-schastlivaya-semya>.

УДК 331

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ПУТЕМ СОВМЕЩЕНИЯ ПРОФЕССИЙ
ОАО «РЕЧИЦКИЙ МЕТИЗНЫЙ ЗАВОД»**

А. В. Медведева

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. П. Пономаренко

Рассмотрена сущность термина «совмещение профессий», а также предлагается совмещение профессий кладовщика и водителя погрузчика на предприятии ОАО «Речицкий метизный завод».

Ключевые слова: совмещение профессий, производительность труда, заработная плата, фонд заработной платы, среднесписочная численность.

**IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE USE
OF HUMAN RESOURCES BY COMBINING PROFESSIONS
RECHITSKY HARDWARE PLANT OJSC**

A. V. Medvedeva

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor E. P. Ponomarenko

The article examines the essence of the term "combining professions", and also suggests combining the professions of a storekeeper and a loader driver at the enterprise of Rechitsky Hardware Plant.

Keywords: combining professions, labor productivity, wages, salary fund, average number of employees.

Важнейшими направлениями совершенствования разделения и кооперации труда являются совмещение профессий, расширение зон обслуживания, многостаночная работа.

Совмещение профессий – это выполнение в течение нормальной продолжительности рабочего дня, наряду с работами по основной профессии, работ по второй или несколькими профессиям. Совмещение профессий целесообразно применять на тех работах, где имеются продолжительные технологические перерывы при выполнении работ по основной специальности, а также там, где при работе имеется свободное время, т. е. время, в течение которого рабочий свободен от основного вида деятельности.

Основные условия, при которых, возможно, и экономически оправдано совмещение профессий:

- неполная занятость рабочего по основной профессии, обусловленная технологией производства или применяемым оборудованием;
- общность содержательности труда работников, которые должны совмещать профессии, их технологическая и функциональная взаимосвязь;
- разновременность выполнения совмещаемых функций;
- отсутствие отрицательного влияния совмещения работ на точность, качество и производительность труда;

– достаточный для овладения второй профессией квалификационный уровень рабочего.

Согласно ст. 67 ТК РФ, работнику, выполняющему у одного и того же нанимателя наряду со своей основной работой, обусловленной трудовым договором, дополнительную работу по другой профессии без освобождения от своей основной работы в течение установленной законодательством продолжительности рабочего дня, производится доплата за совмещение профессий. Размер такой доплаты устанавливается нанимателем по соглашению с работником [1].

На предприятии ОАО «Речицкий метизный завод» водитель погрузчика 3-го разряда выходит на пенсию, соответственно перед руководством предприятия появляется задача найти замену сотруднику. В ходе данного мероприятия, предлагается совместить две профессии: кладовщик и водитель погрузчика.

В зону ответственности кладовщика входит:

- принимать на склад, взвешивать, хранить и выдавать материальные ценности, которые могут быть сырьем, полуфабрикатами, деталями, продукцией, материалами и т. д.;
- проверять соответствие поступаемых на склад товарно-материальных ценностей продукции, указанной в сопроводительной документации;
- размещать товарно-материальные ценности на местах хранения, проводя сортировку по виду, качеству и прочим признакам;
- организовывать хранение таким образом, чтобы устранить возможность потери или порчи хранимых ценностей;
- комплектовать партии товарно-материальных ценностей в зависимости от поступивших заказов;
- составлять документацию, свидетельствующую о неисправности, порче, недостатке инструментов, приборов и т. п.;
- вести учет хранящихся на складе товарно-материальных ценностей и вести соответствующую документацию;
- участвовать в процессе инвентаризации;
- обеспечивать сохранность товарно-материальных ценностей, поступивших на хранение.

С учетом совмещения двух профессий зона ответственности кладовщика – водителя погрузчика расширится, но при этом некоторые показатели совместятся. Рассмотрим затраты времени отдельного сотрудника, предприятия на функции, которые необходимо выполнять кладовщику, с учетом 8-часового рабочего дня (табл. 1).

Таблица 1

Время, затрачиваемое на работу кладовщика

Показатель	Затраты времени
А	1
Принимать на склад, а также проверять соответствие поступаемых на склад продукции, мин.	60
Размещать продукцию на места хранения, мин.	40
Комплектовать партии продукции в зависимости от поступивших заказов, мин.	40
Учет хранящейся на складе продукции, мин.	40
Инвентаризация, мин.	120
Всего, мин.	290

Как видно из табл. 1, время, затрачиваемое на работу кладовщика, составляет 290 минут. Соответственно из 8-часового рабочего дня, 190 минут остаются свободными. Так как время работы ушедшего на пенсию сотрудника составляет 120 мин., профессии кладовщика и водителя погрузчика можно совместить.

Кладовщик-водитель погрузчика – это специалист, который управляет погрузчиком и всеми механизмами, приспособленными для погрузочно-разгрузочных и грузозахватных работ, обеспечивающий контроль качества продукции. Для того чтобы получить двойную профессию, кладовщику необходимо пройти профессиональное обучение профессии водитель погрузчика 3 разряда, стоимость которого составит 186 руб. При обучении сотрудник сможет:

- управлять автопогрузчиком грузоподъемностью до 1,5 тонн, аккумуляторными погрузчиками и всеми специальными грузозахватными механизмами, и приспособлениями при выполнении погрузо-разгрузочных работ;
- производить ремонт и техническое обслуживание погрузчика и всех его механизмов;
- выполнять мероприятия по планово-предупредительному ремонту техники.

При уходе работника на пенсию, возникает годовая экономия фонда заработной платы, а у работника, получившего вторую профессию уровень средней заработной платы, возрастет, что представлено в табл. 2.

Таблица 2

Расчет годовой экономии фонда заработной платы

Показатель	Значение
А	1
Уровень отчислений из фонда заработной платы, %	34,6
Средняя заработная плата сокращенного работника, руб. в месяц	1838
Годовой фонд заработной платы, руб.	29687,38
Из них:	
– годовая доплата за совмещение профессий (30 %), руб.	5824,66
– начисленная заработная плата за год, руб.	27880,66
Годовая экономия фонда заработной платы, руб.	1806,72

Как видно из табл. 2, средняя заработная плата ушедшего на пенсию работника равна 1838 руб., из которых 30 % идет на доплату сотруднику за совмещение профессий кладовщика и водителя погрузчика, равная 485,39 руб. в месяц. Годовой фонд заработной платы ушедшего работника равен 29687,38 руб., из которых без учета отчислений годовая доплата составит 5824,66, за счет чего начисленная заработная плата за год составит 27880,66 руб. Учитывая изменения показателей, годовая экономия фонда заработной платы составит 1806,72 руб.

Исходя из полученных данных, составим сравнительную характеристику, представленную в табл. 3.

Сравнительная характеристика до и после мероприятия

Показатель	До мероприятия	После мероприятия	Абсолютное изменение
Количество работников на складе, человек	5	4	–1
Средняя заработная плата кладовщика-водителя, руб.	1838	2323,39	485,39
Годовая экономия фонда заработной платы, руб.	–	1806,72	1806,72
Затраты на обучение водителя погрузчика 3-го разряда	–	186	186
Годовая выработка, тыс. руб.	155,7	155,8	0,1

Таким образом, при внедрении системы совмещения профессий кладовщика и водителя погрузчика, средняя заработная плата вырастет на 485,39 руб., за счет чего кладовщик-водитель погрузчика сможет получать 2323,39 руб. При этом годовая экономия фонда заработной платы составит 1806,72 руб. Прослеживается увеличение годовой выработки на 0,1.

Л и т е р а т у р а

- 1 Трудовой кодекс Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://surl.li/rqrqf>. – Дата доступа: 01.03.2024.
2. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности / Г. В. Савицкая. – Минск : РИПО, 2024. – 374 с.

УДК 338.001.36

СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПРОЧИХ ГОТОВЫХ МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. В. Медведева

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель И. В. Ермонина

Рассмотрен анализ состояния и тенденций развития обрабатывающей промышленности, металлургического производства, производство прочих металлических изделий.

Ключевые слова: обрабатывающая промышленность, металлургия, структура, прочие готовые металлические изделия.

STATE AND DEVELOPMENT TRENDS OF PRODUCTION OF OTHER FILLED METAL PRODUCTS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

A. V. Medvedeva

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor I. V. Ermonina

The article discusses an analysis of the state and development trends of the manufacturing industry, metallurgical production, and the production of other metal products.

Keywords: manufacturing industry, metallurgy, structure, other fabricated metal products.

В Республике Беларусь промышленное производство составляет 28,3 % от валового внутреннего продукта, при этом охватывает такие сферы деятельности, как «Горнодобывающая промышленность», «Обрабатывающая промышленность» и «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды». Что обусловлено Общегосударственным классификатором видов экономической деятельности Республики Беларусь (ОКЭД).

ОАО «Речицкий метизный завод», согласно классификатору, относится к «Обрабатывающей промышленности», а именно к металлургическому производству, производству прочих металлических изделий [1]. Предприятие производит гвозди, шурупы, винты, болты, гайки, заклепки, шпильки, оси специальные, проволока, для крупных организаций, а также для народного потребления.

Обрабатывающая промышленность Республики Беларуси состоит из множества индустриальных направлений. Это и металлургическое производство, и выпуск химических изделий, продуктов нефтепереработки, питания, минеральных продуктов и т. д. В структуре промышленного производства обрабатывающая промышленность занимает большой объем, что продемонстрировано на рис. 1.

- Горнодобывающая промышленность
- Обрабатывающая промышленность
- Снабжение электроэнергией
- Водоснабжение

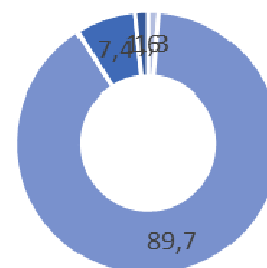


Рис. 1. Структура объема промышленного производства в 2022 г.

Как видно на рис. 1, обрабатывающая промышленность составляет 89,7 % от всего объема промышленного производства. Обрабатывающая промышленность включает в себя большое количество подразделов, например: производство продуктов питания, производство текстильных изделий, производство изделий из дерева, металлургическое производство и производство прочих металлических изделий и др.

В таблице рассмотрим индексы промышленного производства по отдельным видам экономической деятельности в период 2018–2021 гг. [2].

Индексы промышленного производства по отдельным видам экономической деятельности в 2018–2021 гг.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Промышленность	105,7	101,0	99,3	106,5
Обрабатывающая промышленность	105,8	101,3	99,8	105,9
Металлургическое производство.				
Производство прочих готовых металлических изделий	101,5	109,8	90,9	102,8

Как видно в таблице, индексы промышленного производства возрастали до 2019 г., что говорит о росте объема производства, но к 2020 г. показатели снизились, после чего к 2021 г. снова начали возрастать. Так, показатель металлургическое производ-

ство, включая производство прочих готовых металлических изделий в 2019 г. вырос на 9,8 % в сравнении с прошлым периодом, но к 2020 г. сократился на 9,1 %, но с ростом объема производства к 2021 г. вырос на 102,8 %.

Металлургическое производство, включая производство прочих готовых металлических изделий, играет важную роль в экономике Республики Беларусь. С одной стороны, продуктом его производства являются металлы, с другой стороны, данный вид экономической деятельности выпускает широкую номенклатуру товаров народного потребления, а также изделий, служащих полуфабрикатами для последующего передела и изготовления продукции промышленным сектором [3].

На 2020 г. в металлургическом производстве и производстве прочих металлических изделий функционирует 1777 организаций с численностью, работающих 60,7 тыс. человек, при этом, среди работников отрасли 74,2 % составляют мужчины [4]. На экспорт поставляется такая продукция как: прокат черных металлов, проволока из железа и стали, металлоконструкции из черных металлов и другие виды готовых металлических изделий (рис. 2).

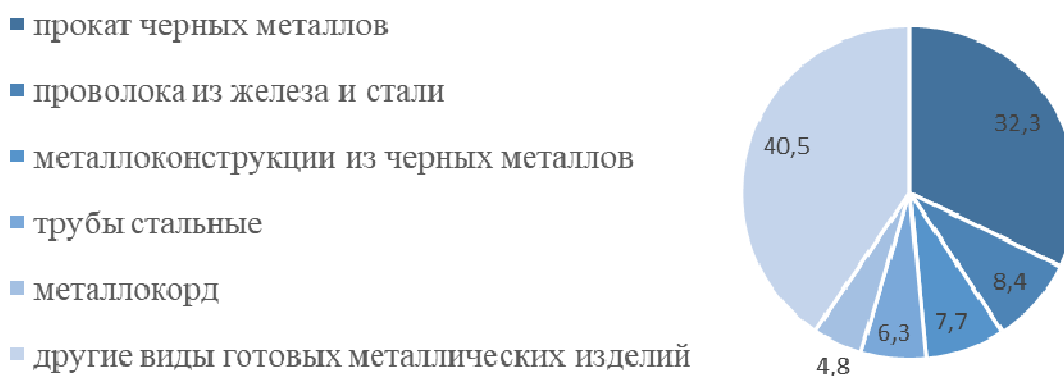


Рис. 2. Экспорт отдельных видов металлургической продукции в 2020 г.

Исходя из данных рис. 2, видно, что лидерами экспорта металлургической продукции в Республике Беларусь являются прочие виды готовых металлических изделий, процент которых составил 40,5 %, вторым по объему экспорта составил показатель проката черных металлов – 32,3 % и третьим видом продукции является проволока из железа и стали – 8,4 %. Продукция металлургического производства, включая прочие готовые металлические изделия экспортируется в 116 стран мира, что составляет 7,9 % от общего объема экспорта продукции промышленности в 2020 г., в свою очередь, в 2021 г. количество стран сократилось до 108, но процент от объема экспорта всей промышленности возрос на 0,4 % и составил 8,3 %, что говорит о сокращении количества продукции, экспортируемого из Республики Беларусь.

В 2022 г. металлургическое производство и производство готовых металлических изделий осуществляли 1779 организаций, при этом в отрасли работают 57,8 тыс. человек, большую часть из которых, также составляют мужчины – 81,5 % [5]. Рассмотрим структуру объема металлургического производства на рис. 3.



Рис. 3. Структура объема производства в 2022 г.

В 2022 г. наибольший процент производства, равный 48,9 %, охватывает металлы и литье, производство строительных металлоконструкций и прочих металлических изделий составляет практически одинаковый процент соответственно 25,7 и 25,4 %, что говорит о востребованности в металлургическом производстве производство металлов и литья.

Проанализировав все предоставленные данные, можно сделать вывод о том, что данная отрасль является экономически эффективной и развивающейся, при этом занимающая достаточно большой процент в промышленности Республики Беларусь.

Л и т е р а т у р а

1. ОАО «Речицкий метизный завод». – Режим доступа: <https://rmz.by/about-the-company/financial-statements/>. – Дата доступа: 01.02.2024.
2. Медведева, И. В. Беларусь в цифрах / И. В. Медведева. – Минск : belstat.gov.by, 2022. – 69 с.
3. Мясникович, М. В. Эволюционные трансформации экономики Беларуси / М. В. Мясникович. – Минск : Беларусь наука, 2021. – 321 с.
4. Статистический обзор ко Дню металлурга Беларуси. – Режим доступа: <https://inlnk.ru/goVpw7>. – Дата доступа: 21.02.2024.
5. Металлургическое производство в Беларуси. – Режим доступа: <https://inlnk.ru/YAzelp>. – Дата доступа: 20.02.2024.

УДК 338.222

РОЛЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ БЕЛАРУСИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А. Н. Медведь, С. Л. Белявская

Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск

Проанализирован вклад малого и среднего бизнеса в развитии национальной экономики Республики Беларусь, приведены основные проблемы развития исследуемого сектора, исследована система его поддержки в нашей стране. Приведен опыт поддержки малого и среднего бизнеса в развитых странах, который Беларусь может адаптировать и внедрить в свою экономику.

Ключевые слова: малый бизнес, средний бизнес, законодательство, поддержка, ВВП, постановление, зарубежный опыт.

THE ROLE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE NATIONAL ECONOMY OF BELARUS: PROBLEMS AND PROSPECTS

A. N. Medved, S. L. Belyavskaya

Belarusian State Economic University, Minsk

The article analyzes the contribution of small and medium-sized businesses to the development of the national economy of the Republic of Belarus, presents the main problems of the development of the studied sector, and examines the system of its support in our country. The article also presents the experience of supporting small and medium-sized businesses in developed countries, which Belarus can adapt and implement into its economy.

Keywords: small business, medium business, legislation, support, GDP, resolution, foreign experience.

На сегодняшний день можно с уверенностью сказать, что малый и средний бизнес (далее – МСБ) является движущей силой экономического развития. В наиболее развитых странах его доля в ВВП составляет от 50 до 70 % [1]. На фоне данных показателей вклад МСБ в ВВП Беларуси находится на невысоком уровне (25,7 % ВВП по наиболее актуальным данным) [2].

Данное исследование посвящено роли МСБ в экономике Беларуси на основании его экономического состояния, выявления причин сложившегося положения, выработки рекомендаций по возможным направлениям развития МСБ в нашей стране. В качестве методов исследования были использованы системный подход к изучению инфраструктуры поддержки МСБ, анализ состояния МСБ в Беларуси, метод сравнения показателей МСБ в Беларуси и наиболее развитых стран, наблюдение за динамикой деятельности МСБ. Также на основе изученных данных был составлен график, отражающий динамику количества субъектов МСБ в Республике Беларусь.

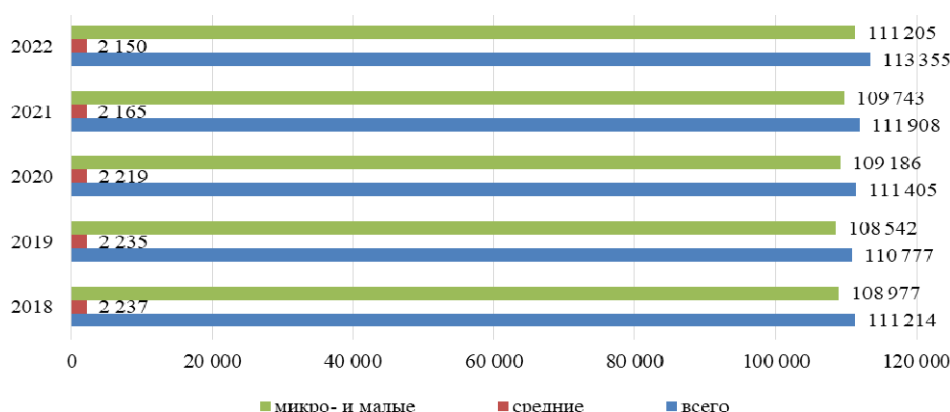


Рис. 1. Динамика количества субъектов МСБ в Беларуси за 2018–2022 гг.

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы. Основными причинами сложившегося положения МСБ в Беларуси являются: отсутствие исторической традиции, изменчивость институциональной среды, ограниченный платежеспособный спрос на товары и услуги, жесткая конкуренция и отсутствие кооперации с крупными предприятиями, санкционное давление со стороны США и стран ЕС, субъективные причины [3]: отсутствие цели роста у предпринима-

теля, недостаток знаний об экономических процессах и системе финансирования, боязнь принимать на себя дополнительные риски. Также была проанализирована система поддержки МСБ в Беларуси. Она представлена актуальной законодательной господдержкой: указы Президента Республики Беларусь № 159 «О пересчете стоимости активов и обязательств» и № 93 «О дополнительных мерах по обеспечению стабильного функционирования экономики», закон Республики Беларусь № 241-3 «Об ограничении исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности», постановления Совета Министров Республики Беларусь № 713 и 180, изменения в налогообложении от 1 января 2023 г., закон Республики Беларусь от 22 апреля 2024 г. № 365-3 «Об изменении законов по вопросам предпринимательской деятельности». На основе проведенного анализа были выработаны предложения по заимствованию иностранного опыта в сфере поддержки МСБ: субсидии на трудоустройство безработных в России, программное обеспечение для МСБ с компенсацией в 50 % в России, кредитные каникулы для МСБ в России, субсидирование МСБ при размещении бумаг на бирже в России, создание городских торгово-промышленных палат в Германии, программа «Молодежь – ученики и ученицы создают предприятие» в Австрии.

Таким образом, Беларусь имеет широкие перспективы для развития сектора МСБ, что может стать важным направлением развития национальной экономики. Для субъектов МСБ и регуляторов очень важно воспользоваться сложившимися условиями для разработки новых стратегий развития и внедрения зарубежного опыта.

Л и т е р а т у р а

1. Абдулла, А. Роль малых и средних предприятий в развитии мировой экономики / А. Абдулла // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сб. науч. тр. / под общ. ред. И. Л. Акулича. – Минск : А. Н. Вараксин, 2020. – С. 10–14.
2. Вклад малого и среднего бизнеса в ВВП Беларуси за 2022 год составил 25,7 %, Новостное агентство Белта. – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/vklad-malogo-i-srednego-biznesa-v-vvp-belarusi-za-2022-god-sostavil-257-567518>. – Дата доступа: 05.05.2024.
3. Короткевич, А. И. Малый и средний бизнес Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития / А. И. Короткевич, А. И. Стефанович // Экономическая наука сегодня : сборник научных статей / редкол.: С. Ю. Солодовников (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БНТУ, 2022. – Вып. 15. – С. 57–72.

УДК 334.021+338.242

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ПОДДЕРЖКЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (МИРОВОЙ ОПЫТ)

В. В. Мирончик, Е. В. Ванкевич

*Учреждение образования «Витебский государственный
технологический университет», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. В. Ванкевич

Исследована тема поддержки молодежного предпринимательства благодаря анализу опыта разных стран и его значимости. В центре внимания – механизмы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, реализуемые в различных государствах. Рассмотрен зарубежный опыт в этой области, включая такие страны, как Франция, Великобритания и Польша.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, зарубежный опыт, государственная поддержка, малое и среднее предпринимательство.

THE ROLE OF THE STATE IN SUPPORTING YOUTH ENTREPRENEURSHIP (WORLD EXPERIENCE)

V. V. Mironchik, E. V. Vankevich

Vitebsk State Technological University, Republic of Belarus

Science supervisor E. V. Vankevich

The article investigates the important topic of youth entrepreneurship support, analyzing the experience of different countries and emphasizing its importance. In the center of attention are the mechanisms of state support of small and medium entrepreneurship realized in different countries. The article considers foreign experience in this area, including such countries as France, Great Britain and Poland.

Keywords: youth entrepreneurship, foreign experience, state support, small and medium entrepreneurship.

Для активного развития молодежное предпринимательство нуждается в поддержке. Для выбора наиболее результативных форм поддержки целесообразно рассмотреть зарубежный опыт, который демонстрирует высокоэффективные механизмы и институты, зарекомендовавшие себя в развитии молодежного предпринимательства.

Первостепенную и самую главную поддержку молодые предприниматели получают от государства, которое в свою очередь выпускает ряд законов, постановлений, открывает специализированные органы.

Государственная стратегия развития молодежного предпринимательства Франции направлена на повышение гибкости, устойчивости и конкурентоспособности организаций в условиях глобализации экономики. Для поддержки молодежного предпринимательства создана Международная молодежная палата (англ. Junior Chamber International (JCI)) – это некоммерческая организация, объединяющая свыше двухсот тысяч людей в возрасте от 18 до 40 лет более чем в ста странах мира. Результатом реализации государственно-частного партнерства во Франции стало создание специального Национального агентства для помощи в открытии бизнеса, а также предотвращении банкротства. Помощь оказывают и другие субъекты: органы местного самоуправления, торгово-промышленные палаты, фонды, созданные крупными корпорациями (взамен получающими налоговые льготы).

В современной Франции широко распространена практика предоставления бесплатных консультаций различных специалистов в области юриспруденции, учета и аудита, менеджмента, маркетинга и т. д. Государство реализует ряд программ, включающих помощь в финансовом планировании, предоставление государственных гарантий «молодым» компаниям и различные меры по предотвращению банкротства предприятий [1].

Правительством Великобритании было принято решение об учреждении специального правительственного органа, ответственного за поддержку малых компаний, – службы малого бизнеса (The Small Business Service SBS), так как эта сфера является одной из лидирующих в стране.

В поддержку талантливой молодежи были созданы такие программы поддержки, как:

1. Программа «Plan for Jobs», нацеленная на поддержку новых бизнес-проектов, сохранение имеющихся рабочих мест и стабилизацию ситуации в стране в целом.

2. В рамках программ Kickstart, Apprenticeships, Traineeships и T Levels предприятия получают доступ к таким возможностям, как поддержка в поиске талантливой молодежи, инвестирование в развитие способностей молодых специалистов и интег-

рирование будущих поколений в работу.

Основной целью данных программ является приобретение британской молодежью навыков и знаний, необходимых для гарантированного трудоустройства, а также возможность для предприятий поддерживать существующие рабочие места и создавать новые. Программа повышения уровня профессионального образования направлена на создание общества, в котором каждый человек, вне зависимости от места жительства, пола, расы, этнической принадлежности, образования и возраста, сможет добиться успеха.

Во многих странах правительства обеспечивают достаточно простой доступ малого бизнеса к финансированию. Финансовые и инвестиционные компании, банки, а также венчурные и гарантийные фонды – главные источники кредитования малых компаний.

В Великобритании малые молодежные предприятия не обязаны проходить государственную регистрацию, а уплата налогов осуществляется на основании декларирования индивидуальных доходов членов компании.

Концептуальные основы государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Польше изложены в государственной программе «Предпринимательство, прежде всего». Весомую часть этой поддержки представляют специальные экономические зоны, которых в Польше насчитывается четырнадцать. Еще одно преимущество – льготы по уплате налога на имущество. Важными инструментами содействия развитию малых и средних предприятий в Польше являются гранты Европейского Союза.

Также в Польше существует ряд программ, поддерживающих предпринимательскую деятельность:

1. Оперативная программа «Инновационная экономика». Инициирование инновационной деятельности.
2. Оперативная программа «Инновационная экономика». Поддержка экономической деятельности в области электронной коммерции.
3. Оперативная программа «Трудовые Ресурсы». Поддержка и развитие предпринимательства и самозанятости до 40 тысяч злотых.
4. Региональные оперативные программы. Раздел сориентирован на предпринимателей существующие компании. Дотации предоставляются на основе возмещения понесенных расходов.
5. Программа развития сельских районов.

Академический «бизнес-инкубатор» (АБИ) – это фонд, созданный в сотрудничестве с крупными университетами, специально для студентов и выпускников высших учебных заведений Польши. АБИ дают возможность молодым предпринимателям быстро выйти со своей идеей на рынок при самых низких затратах. «Инкубаторы» предоставляют эту помощь в форме юридических, бухгалтерских, профессиональных консультаций, не говоря уже о продвижении «бизнес-инкубаторов» на веб-сайтах медиа-партнеров и на презентациях АБИ [2].

Таким образом, зарубежный опыт в области формирования и поддержки молодежного предпринимательства представляет собой комплексный подход, в котором государство играет ключевую роль в создании благоприятных условий для самореализации молодых людей в бизнесе. Этот подход основан на системе приоритетов и мер, направленных на стимулирование предпринимательского духа среди молодежи и обеспечение их успеха. Страны по всему миру признают важность поддержки молодежного предпринимательства для социально-экономического развития. Они внедряют различные инициативы и стратегии, направленные на создание возможностей для молодых людей реализовать свои бизнес-идеи. Эти усилия приносят пользу как самим молодым предпринимателям, так и обществу в целом.

Литература

1. Усенков, И. А. Правовое регулирование и государственная поддержка малого бизнеса во Франции // Концепт. – 2018. – № 7. – С. 155–159.
2. Куренцов, П. Дотации и поддержка на ведение бизнеса в Польше. – Режим доступа: <https://assistpoint.ru/biznes/dotaczii-i-podderzhka-biznesa/?ysclid=lutkvt4ris690816892#close>.
3. Семенова, Ю. А. Зарубежный опыт поддержки молодежного предпринимательства / Ю. А. Семенова // Тенденции развития науки и образования. – 2020. – № 66-4. – С. 139–142.
4. Хаустов, М. Ю. Механизм формирования предпринимательского потенциала: опыт Евросоюза и США. Российское предпринимательство. – 2015. – 16 (16). – С. 2573–2586.

УДК 005.912

**КЛАССИФИКАЦИЯ ДОКУМЕНТОВ. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ
СЛУЖЕБНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ****А. А. Можейко***Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь**Рассмотрена классификация документов, правила оформления служебной документации. Раскрыта важность документооборота организации.***Ключевые слова:** документы, устав, положения, инструкции, приказ.**CLASSIFICATION OF DOCUMENTS. RULES FOR
REGISTRATION OF OFFICIAL DOCUMENTATION****A. A. Mazheika***Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus*

Science supervisor I. V. Ermonina

*The article considers the classification of documents, pays attention to the rule of registration of official documentation. The importance of the organization's workflow is revealed.***Keywords:** documents, articles of association, regulations, instructions, orders.

Организационные документы реализуют нормы административного и гражданского права, являются правовой основой деятельности учреждения и строго обязательны для исполнения. Эти документы проходят обязательно процедуру утверждения непосредственно руководителем с проставлением грифа утверждения или распорядительным документом (постановлением, решением, приказом или распоряжением) или заседанием коллегиального органа и действуют до утверждения новых. В случае реорганизации деятельности учреждения разрабатываются новые организационные документы.

Устав – правовой акт, определяющий порядок образования, компетенцию организации, ее функции, задачи, порядок работы (например, устав Гомельского государственного технического университета имени П. О. Сухого).

Положения – правовые акты, определяющие порядок образования, правовое положение, права, обязанности, организацию работы учреждения, структурного подразделения (служб). Положения могут быть типовыми и индивидуальными. (Например: положение гуманитарно-экономического факультета, кафедры социально-гуманитарных и правовых дисциплин).

Инструкция – правовой акт, содержащий правила, регулирующий организационные, научно-технические, технологические, финансовые и иные стороны деятельности учреждений, организаций, предприятий (их структурных подразделений), должностных лиц. Инструкции издаются в целях разъяснения применения законодательных актов, распорядительных документов по запоминанию и ведению документов (например, бухгалтерских, отчетных и др.). Инструкции бывают, например, должностные; по безопасности труда и др. Должностные инструкции определяют функции, права и обязанности сотрудников организации и разрабатываются на все должности, предусмотренные штатным расписанием [1].

Распорядительные документы – постановления, решения, приказы, распоряжения и др. Все распорядительные документы должны строго соответствовать положениям действующего законодательства. Подготовленные проекты документов представляются на подпись. Приказы и распоряжения подписываются руководителем или его заместителем. Распорядительные документы вступают в силу с момента их подписания или доведения до сведения исполнителя.

Распоряжение – распорядительный документ, издаваемый руководителем коллегиального органа в рамках присвоенной должностному лицу, государственному органу компетенции. Распоряжения делятся на две группы: распоряжения общего, длительного действия и распоряжения, касающиеся конкретного вопроса. Распоряжения издают министерства, государственные комитеты, органы местного управления, администрации предприятий (учреждений) в пределах прав, предоставленных им законами Республики Беларусь. Подготовка и оформление распоряжения аналогично остальным видам распорядительных документов.

Приказ – распорядительный документ, издаваемый руководителем организации, предприятия, учреждения, действующим на основе принципа единоначалия. Приказ издается для решения основных задач, стоящих перед данной организацией. Оформляется приказ на бланке, где указаны наименование организации, наименование вида документа – ПРИКАЗ, место издания, регистрационный номер, дата, заголовки к тексту, подпись.

Поручение – распорядительный документ, издаваемый должностным лицом, для выполнения конкретного задания. Секретарем кафедры социально-гуманитарных и правовых дисциплин в университете согласовываются и печатаются приказы о составе комиссии, о приеме кандидатского экзамена по философии и методологии науки и т. д.

Докладная записка – документ, адресованный руководителю данного или вышестоящего учреждения и информирующий его о сложившейся ситуации, имевшем место явлении или факте, о выполненной работе. Докладные записки могут быть внутренними, т. е. направляемыми руководителю структурного подразделения или учреждения, и внешними – адресуемыми в вышестоящие инстанции, а также быть инициативными и составленными по указанию руководства. Внутренние докладные записки содержат следующие реквизиты: наименование структурного подразделения, вид документа (докладная записка), дата, заголовок, текст, адресат, подпись составителя (с указанием должности). Внешняя докладная записка оформляется на общем бланке и подписывается руководителем учреждения [2].

Объяснительная записка – документ, поясняющий содержание отдельных положений основного документа (плана, отчета, проекта) или объясняющий причины какого-либо события, факта, поступка (например, нарушение трудовой дисциплины, невыполнение поручений). По содержанию объяснительные записки делятся на две группы:

- 1) записки, являющиеся приложением к основному документу;
- 2) объяснительные записки, составляемые отдельными работниками, оформляются на листе формата А4 и подписываются исполнителем.

Акт – документ, составленный несколькими лицами для подтверждения установленного факта, действия или события. Разновидности акта в зависимости от их назначения: акт ликвидации (учреждения, организации, предприятия), акт проверки, акт приема-передачи (материальных ценностей и т. п.), акт инвентаризации, акт проведения испытаний, акт приема законченных объектов, акт уничтожения (например, дел) и многие др. Акт, как правило, составляется комиссией (временной или постоянной) и оформляется на общем бланке. Текст акта состоит из двух частей. Вводная часть для всех актов одинакова.

Доверенность – документ о предоставлении права доверенному лицу на совершение каких-либо действий от лица доверителя. Определение доверенности содержится в Гражданском кодексе – доверенностью признается письменное уполномочие, выдаваемое одним лицом другому для представительства перед третьим лицом. Можно выделить несколько видов доверенностей: генеральная или полная, специальная, разовая и др. Официальные доверенности, выдаются представителям предприятия на получение денег, товарно-материальных ценностей, совершение сделок или других действий от имени предприятия. Если в доверенности срок действия не указан, то доверенность сохраняет силу в течение года со дня ее выдачи. Доверенность не будет считаться действительной, если в ней не указана дата выдачи [3].

Служебные письма организации составляются по самым различным вопросам деятельности. Текст служебного письма должен быть простым, т. е. освещать, по возможности, один вопрос, чтобы их легче было систематизировать и осуществлять контроль за исполнением. Письма могут состоять из одной основной части, без пояснений. Служебные письма оформляются на специальном бланке для письма организации, имеют реквизиты – адресат, заголовок к тексту, текст, отметку о наличии предложений. Подписываются должностным лицом в рамках его компетенции. Разновидности писем: сопроводительное, информационное, рекламное, письма-приглашения, письмо-извещение, письмо-подтверждение, письмо-напоминание, гарантийное и др. [4].

Протокол – документ, фиксирующий ход обсуждения вопросов и принятия решений на собраниях, совещаниях, конференциях и заседаниях. Например, протоколируются собрания акционеров, заседания советов директоров. Документируется также деятельность различных советов (методических, ученых и др.) Ведет протокол специально назначенное лицо или секретарь. Решения по нескольким вопросам подразделяются на пункты и подпункты. При выборах должностных лиц в протоколе указываются результаты голосования по каждой кандидатуре. Протоколы делятся на полные и краткие. Кратко протоколируются оперативные совещания, а также такой протокол допустим при наличии стенограмм. Полностью подготовленный протокол подписывается председателем и секретарем.

Основным нормативным документом, регламентирующим порядок оформления деловых документов, является Инструкция по делопроизводству в государственных органах и организациях Республики Беларусь, утвержденная Постановлением Министерства юстиции Республики Беларусь от 19.01.2009 № 4 (в редакции Постановления Министерства юстиции Республики Беларусь от 10.01.2024 № 2).

Документы должны оформляться на бланках, разработанных в организации, и иметь установленный комплекс обязательных реквизитов и стабильный порядок их

расположения. Отдельные документы могут печататься не на бланках, но с обязательным соблюдением требований к воспроизведению и расположению реквизитов и порядку оформления. При оформлении писем, справок и других информационно-справочных документов допускается использовать угловой штамп организации [4].

Литература

1. Басаков, М. И. Документы и документооборот коммерческой организации / М. И. Басаков. – М. : Феникс, 2016. – 416 с.
2. Быкова, Т. А. Документационное обеспечение управления. Делопроизводство / Т. А. Быкова, Т. В. Кузнецова, Л. В. Санкина. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 304 с.
3. Бойкачева, Е. В. Делопроизводство и документооборот : учеб.-метод. пособие / Е. В. Бойкачева / Белорус. гос. ун-т транспорта, каф. «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». – Гомель, 2017. – 40 с.
4. Рогожин, М. Ю. Настольная книга ответственного за делопроизводство / М. Ю. Рогожин. – М. : Проспект, 2019. – 128 с.

УДК 657.1

СРАВНЕНИЕ ОЦЕНКИ ЗАПАСОВ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ

Д. А. Мотняк

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», Минск*

Научный руководитель Г. Г. Виногоров

Адаптация МСФО к национальным стандартам предполагает постепенное совершенствование белорусских правил учета и отчетности для формирования финансовой информации высокого качества, наиболее приближенной к международным стандартам. Постепенно белорусские стандарты становятся все ближе к МСФО.

Ключевые слова: МСФО, запасы, оценка запасов, национальный стандарт, бухгалтерский учет, материальные ресурсы, переоценка, себестоимость.

COMPARISON OF STOCK ESTIMATES IN DOMESTIC AND FOREIGN PRACTICE

D. A. Motnyak

Belarusian State University of Economics, Minsk

Science supervisor G. G. Vinogorov

The adaptation of IFRS to national standards involves the gradual improvement of the Belarusian accounting and reporting rules for the formation of high-quality financial information that is closest to international standards. Gradually, Belarusian standards are getting closer to IFRS.

Keywords: IFRS, inventories, inventory valuation, national standard, accounting, material resources, revaluation, cost.

Актуальным вопросом на сегодняшний день является внедрение Международных стандартов финансовой отчетности (далее МСФО). Применение МСФО обеспечивает выход организации на мировые фондовые рынки, получение валютных кредитов в зарубежных странах, дает возможность сопоставить финансовую отчетность

белорусских организаций с отчетностью иностранных компаний для развития профессиональных коммуникаций.

Вопросы признания запасов регулируются положениями международного стандарта финансовой отчетности (МСФО) (IAS) 2 «Запасы». В соответствии с данным стандартом запасами признаются следующие активы:

- предназначенные для продажи в ходе обычной деятельности;
- находящиеся в процессе производства для такой продажи;
- находящиеся в виде сырья или материалов, которые будут потребляться в процессе производства или предоставления услуг.

Основные различия между национальной системой учета поступления материалов и в соответствии с МСФО 2 «Запасы» приведены в таблице.

**Сравнительная характеристика международного и белорусского стандартов
по учету запасов**

Элемент сравнения	Национальный стандарт «Запасы» № 64	МСФО 2(IAS) – Запасы
1. Оценка запасов при поступлении	а) по фактической себестоимости (по сумме фактических затрат)	а) по себестоимости (по сумме фактических затрат, по нормативным затратам или по розничным ценам); б) по чистой цене продажи
2. Текущая оценка запасов	Не предусматривает изменение фактической себестоимости	а) по себестоимости; б) по чистой цене продажи
3. Оценка запасов при отпуске в производство и ином выбытии	а) по себестоимости каждой единицы; б) по средней себестоимости; в) по себестоимости первых по времени приобретения (ФИФО)	а) по специфической идентификации конкретных затрат; б) по средневзвешенной себестоимости; в) по себестоимости первых по времени приобретения

Источник. Собственная разработка.

Одним из основных отличий является возможность оценки запасов при поступлении и текущей оценке по чистой цене продажи, что способствует более объективной информации о запасах. Бухгалтерский учет материальных ресурсов играет важную роль в обеспечении эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций. Таким образом, оценка запасов является актуальной проблемой, связанной с обеспечением эффективности хозяйственной деятельности организаций.

Л и т е р а т у р а

1. Понятие, классификация и оценка материалов. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/1477554/page:13/>. – Дата доступа: 12.02.2024.
2. Учет материалов. – Режим доступа: https://studref.com/383153/buhgalterskiy_uchet_i_audit/uchet_materialov. – Дата доступа: 12.02.2024.

УДК 330.522.2

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПУТЕМ ЗАМЕНЫ САМОСВАЛА
(НА ПРИМЕРЕ ДСУ № 17 ОАО «ДСТ № 2, г. ГОМЕЛЬ»)**

А. К. Полойкина

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. П. Пономаренко

*Представлено краткое описание основных средств и предложен вариант повышения
эффективности использования основных средств путем замены самосвала меньшей грузо-
подъемности на самосвал большей грузоподъемности.*

Ключевые слова: основные средства, экономия, самосвал, затраты, эффективность.

**IMPROVE ASSET UTILIZATION BY REPLACING
THE TRUCK (ON THE EXAMPLE OF DSU № 17
OF OJSC “DST № 2, GOMEL”)**

A. K. Poloykina

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor E. P. Ponomarenko

*The article provides a brief description of fixed assets and offers an option to improve the ef-
ficiency of the use of fixed assets by replacing a dump truck of lower carrying capacity with a dump
truck of higher carrying capacity.*

Keywords: fixed assets, savings, dump truck, costs, efficiency.

Основные средства являются одним из важнейших факторов любого производ-ства. Их состояние и эффективное использование прямо влияет на конечные резуль-таты хозяйственной деятельности предприятий. Формирование рыночных отноше-ний предполагает конкурентную борьбу между различными товаропроизводителями, победить в которой смогут те из них, которые наиболее эффективно используют все виды имеющихся ресурсов.

Более полное и рациональное использование основных средств и производст-венных мощностей предприятия способствует улучшению его технико-экономи-ческих показателей: увеличению выпуска продукции, росту фондоотдачи, произво-дительности труда, снижению себестоимости продукции, росту прибыли, улучше-нию технических условий производства и социальных условий работников [1, с. 18].

На исследуемом предприятии основные средства играют важную роль. Там имеется парк автотранспортных средств для перевозки сыпучих грузов (песок, гра-вий, щебень). Исходя из того, что предприятие занимается строительством, реконст-рукцией и ремонтом дорог, мостов и путепроводов по всей стране, то часто нужно перевозить груз из одного города в другой. Возникает проблема нехватки самосва-лов для перевозки грузов 20 и более тонн. Из-за этого необходимо совершать не-сколько рейсов, чтобы перевезти, например, 30 тонн. Исходя из этого рекомендуется обменять самосвал МАЗ-555025 грузоподъемностью 10,3 тонн на самосвал КАМАЗ-

65201-43 грузоподъемностью 27 тонн. Обмен произойдет с индивидуальным предпринимателем с последующей доплатой в 40000 руб.

Рассчитаем затраты на доставку 25 тонн щебня самосвалом МАЗ. При грузоподъемности 10,3 тонны для перевозки 25 тонн понадобится три рейса. Необходимо учитывать тот факт, что расход топлива груженой машины на 25 % больше не груженой. В табл. 1 рассчитаем затраты на топливо.

Таблица 1

Затраты на топливо для самосвала МАЗ

Показатель	Расчет
Расстояние из А до Б	324
Расход топлива л/100 км	21,5
Цена 1 литра	2,36
Из точки А до точки Б	
Всего топлива, л	$21,5 / 100 \cdot 324 + 25 \% = 87,08$

Окончание табл. 1

Показатель	Расчет
Стоимость топлива	$87,08 \cdot 2,36 = 205,51$
Из точки Б до точки А	
Всего топлива, л	$21,5 / 100 \cdot 324 = 69,66$
Стоимость топлива, руб.	$69,66 \cdot 2,36 = 164,4$

Источник. Разработано на основе данных [2].

Таким образом, для одного рейса затраты на топливо составляют: $87,08 + 69,66 = 156,74$ л. топлива или $205,51 + 164,4 = 369,91$ руб. Для трех рейсов затраты на топливо составляют: $156,74 \cdot 3 = 470,2$ л топлива или $369,91 \cdot 3 = 1109,73$ руб.

В табл. 2 показан расчет затрат на оплату рейсов водителю.

Таблица 2

Расчет оплаты труда водителю за рейсы

Показатель	Расчет
Время, за которое водитель доедет из пункта А в Пункт Б, ч	4
Время, за которое водитель доедет из пункта Б в Пункт А, ч	4
Количество рейсов, шт.	3
Оплата за 1 час рейса, руб.	11
Командировочные за 1 день, руб.	9
Количество дней для рейсов, дней	3
Оплата за 1 рейс, руб.	$(4 + 4)11 = 88$
Оплата за 3 рейса, руб.	$88 \cdot 3 = 264$
Командировочные за 3 рейса, руб.	$3 \cdot 9 = 27$
Всего затраты на оплату рейсов, руб.	$264 + 27 = 291$

Источник. Разработано на основе данных [2].

Таким образом, всего затраты на перевозку 25 тонн щебня самосвалом грузоподъемностью 10,3 тонны составят: $291 + 1109,73 = 1400,73$ руб.

Рассчитаем затраты на доставку 20 тонн щебня из точки А в точку Б самосвалом КАМАЗ (табл. 3).

Таблица 3

Затраты на топливо для самосвала КАМАЗ

Показатель	Расчет
Расстояние из точки А до точки Б, км	324
Расход топлива л/100 км	30
Цена 1 л	2,36
Из точки А до точки Б	
Всего топлива, л	$30 / 100 \cdot 324 + 25 \% = 121,5$

Окончание табл. 3

Показатель	Расчет
Стоимость топлива	$121,5 \cdot 2,36 = 286,74$
Из точки Б до точки А	
Всего топлива, л	$30 / 100 \cdot 324 = 97,2$
Стоимость топлива, руб.	$97,2 \cdot 2,36 = 229,4$

Источник. Разработано на основе данных [2].

Исходя из того, что грузоподъемность КАМАЗа 27 тонн, то 25 тонн щебня можно доставить за 1 рейс. Таким образом, для рейса необходимо $121,5 + 97,2 = 218,7$ л или $286,74 + 229,4 = 516,14$ руб.

В табл. 4 показан расчет затрат на оплату рейсов водителю.

Таблица 4

Расчет оплаты труда водителю за рейсы

Показатель	Расчет
Время, за которое водитель доедет из пункта А в Пункт Б, ч	4
Время, за которое водитель доедет из пункта Б в Пункт А, ч	4
Количество рейсов, шт.	1
Оплата за 1 ч рейса, руб.	11
Командировочные за 1 день, руб.	9
Количество дней для рейсов, дней	1
Оплата за 1 рейс, руб.	$(4 + 4)11 = 88$
Командировочные за один рейс, руб.	$1 \cdot 9 = 9$
Всего затраты на оплату рейсов, руб.	$88 + 9 = 97$

Источник. Разработано на основе данных [2].

Всего затраты на перевозку 20 тонн груза самосвалом грузоподъемностью 27 т составят: $516,14 + 97 = 613,14$ руб.

Эффект от замены трех рейсов на МАЗе одним рейсом на КАМАЗе составит: $1400,73 - 613,14 = 787,59$ руб.

Таким образом, если в месяц планировалось четыре перевозки сыпучего груза по три рейса, то при замене самосвала грузоподъемностью 10,3 тонны на самосвал грузоподъемностью 27 тонн можно сэкономить $787,59 \cdot 4 = 3150,36$ руб. в месяц. В год экономия составит: $3150,36 \cdot 12 = 37804,32$ руб.

Срок окупаемости составит 1,85 года.

Таким образом, повышение эффективности использования основных средств путем замены самосвала приведет к экономии на топливе и оплате водителю.

Л и т е р а т у р а

1. Торхова, А. Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие / А. Н. Торхова. – Изд. 3-е, стер. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 105 с.
2. ОАО «ДСТ № 2, г. Гомель». – Режим доступа: <http://dst2.gomel.by/>. – Дата доступа: 04.04.2024.

УДК 330.101

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГЗЛИН»

Е. В. Пугачева

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель М. Н. Андриянчикова

Для обеспечения финансовой устойчивости предприятие должно обладать гибкой структурой капитала, уметь организовывать его движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий самовоспроизводства.

Ключевые слова: платежеспособность, ликвидность, краткосрочные активы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, денежные потоки, банкротство.

THE ENTERPRISE'S SOLVENCY MANAGEMENT SYSTEM AND THE MAIN DIRECTIONS OF ITS IMPROVEMENT ON THE EXAMPLE OF JSC «GZLIN»

E. V. Pugacheva

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor M. N. Andrianchikova

To ensure financial stability, an enterprise must have a flexible capital structure, be able to organize its movement in such a way as to ensure a constant excess of income over expenses in order to preserve payment capacity and create conditions for self-reproduction.

Keywords: solvency, liquidity, short-term assets, financial condition, financial stability, cash flows, bankruptcy.

Одним из показателей, характеризующих финансовую устойчивость предприятия, является платежеспособность, т. е. возможность наличными денежными ресур-

сами своевременно погашать свои платежные обязательства. Платежеспособность является внешним проявлением финансового состояния предприятия, его устойчивости [3, с. 636]. Однако существуют различные мнения относительно общего определения понятия платежеспособности, а также его тождественности с понятием ликвидности. И. А. Бланк полагает, что платежеспособность – это возможность экономического субъекта своевременно рассчитываться по своим текущим обязательствам за счет оборотных активов различного уровня ликвидности [1, с. 242].

«Платежеспособность определяется наличием собственных оборотных средств и способностью покрывать убытки» – это теоретические взгляды западных ученых И. Ворст и П. Ревенлоу [2, с. 137]. Данные авторы подразумевают помимо погашения обязательств организации еще и существование потенциала и резерва, который позволил бы покрывать убытки даже в кризисном периоде. Можно отметить, что основная деятельность предприятия должна быть направлена на удовлетворение требований контрагентов, а не убытки и их погашение.

Однако нужно учитывать, что помимо краткосрочных обязательств предприятию необходимо оплачивать и долгосрочные кредиты и займы, срок погашения которых может войти в ближайший период.

Итак, платежеспособность касается не только краткосрочных обязательств, ведь срок уплаты долгосрочных обязательств может войти в краткосрочный период.

Таким образом, под платежеспособностью можно понимать способность своевременно погашать краткосрочные и долгосрочные обязательства в полном объеме и в обусловленные договорные сроки за счет имеющихся активов различного уровня ликвидности.

Сегодня в экономической практике существует огромное количество методов, приемов прогнозирования финансовой устойчивости, платежеспособности предприятия, которые являются базой для широкого круга методик. Важной составляющей финансового состояния предприятия является сама финансовая устойчивость. По результатам анализа и прогнозирования финансовой устойчивости предприятия можно определить уровень эффективности деятельности и оценить перспективы текущих действий, развития в области финансов.

Главной целью проведения оценки платежеспособности предприятия является своевременное установление и ликвидация недостатков и изъянов в финансовой работе предприятия.

При внутреннем анализе платежеспособность прогнозируется на основе изучения денежных потоков. Внешний анализ платежеспособности осуществляется, как правило, на основе изучения показателей ликвидности [4, с. 539].

Был проведен внутренний анализ платежеспособности на основе изучения денежных потоков ОАО «ГЗЛиН», результаты которого отражены на рис. 1.

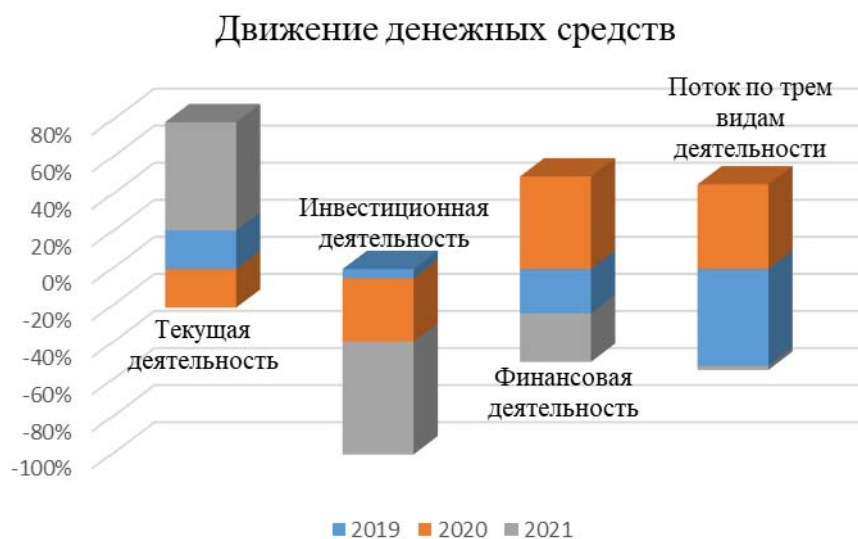


Рис. 1. Движение денежных средств предприятия ОАО «ГЗЛиН»

Из рис. 1 видно, что результат движения денежных средств по трем видам деятельности на 2021 уменьшился на 1190 тыс. руб. На это значительно повлияло движение денежных средств по инвестиционной и финансовой деятельности, оттоки денежных средств которых преобладают над притоками, тем самым движение денежных средств по инвестиционной деятельности снизилось на 7378 тыс. руб. к 2021 г., а по финансовой – на 31049 тыс. руб.

Помимо внутреннего анализа, был проведен и внешний анализ, данные продемонстрированы на рис. 2.

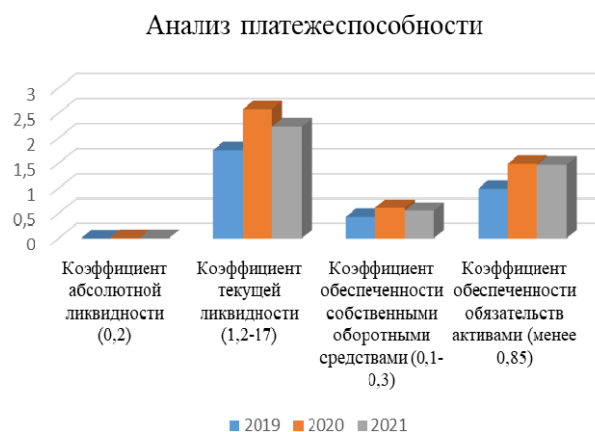


Рис. 2. Анализ платежеспособности предприятия ОАО «ГЗЛиН» 2019–2021 гг.

Было выявлено, что на протяжении всего анализируемого периода коэффициент абсолютной ликвидности не достигает нормативного значения 0,2, что говорит о недостаточном количестве денежных средств предприятия на погашение краткосрочных обязательств. Коэффициент текущей ликвидности незначительно снизился на 0,35 в 2021 г. Данный показатель находится в пределах нормы. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами также увеличился к 2020 г. составив 0,61. К 2021 г. замечено снижение до 0,55.

Коэффициент обеспеченности обязательств активами за три года превышает

нормативное значение 0,85, к 2021 г. показатель достиг 1,47. Это говорит о значительной доле обязательств.

Таким образом, анализ платежеспособности показал, что предприятие нуждается в привлечении дополнительных денежных средств для погашения кредиторских задолженностей.

На основе вышепроведенного анализа для повышения платежеспособности предприятия ОАО «ГЗЛиН» предлагаются следующие мероприятия:

- повышение движения денежных средств по инвестиционной деятельности путем получения процентов по депозиту;
- сокращение расходов по текущей деятельности;
- привлечение долгосрочных кредитов для погашения краткосрочных обязательств;
- получения налоговых льгот;
- применение автоматизированной системы планирования, которая будет прогнозировать поступления и расходы, учитывая различные факторы;
- использование модели Миллера-Орра.

Таким образом, платежеспособность является одним из индикаторов финансовой устойчивости. Своевременное погашение краткосрочных и долгосрочных обязательств за счет собственных активов благоприятно влияет на деятельность предприятия. В современных условиях организациям требуется оптимальная система анализа и оценки платежеспособности, которая позволит определить, насколько эффективно осуществляется управление финансовыми ресурсами, как используется имущество.

Л и т е р а т у р а

1. Бланк, И. А. Словарь справочник финансового менеджера / И. А. Бланк. – К., 1998. – 480 с.
2. Ворст, И. Экономика фирмы / И. Ворст – М., 1994. – 272 с.
3. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – 4-е изд., перераб. и доп. – Минск : Новое издание, 2000. – 688 с.
4. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. – 15-е изд., испр. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 587 С. – (Высшее образование: Бакалавриат).

УДК 338.46

ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА, МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ И ОБРАБОТКИ ДАННЫХ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

К. А. Русакова

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель О. Г. Винник

В наше время технологии искусственного интеллекта, машинного обучения и обработки данных захватывают даже самые консервативные отрасли. Однако сфера сельского хозяйства неохотно использует новейшие технологии и это свидетельствует о том, что создание своего цифрового продукта в области сельского хозяйства является перспективной идеей.

Ключевые слова: искусственный интеллект, машинное обучение, обработка данных, сельское хозяйство, Беларусь.

TECHNOLOGIES OF AI, MACHINE LEARNING AND DATA PROCESSING IN AGRICULTURE

K. A. Rusakova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor O. G. Vinnik

Nowadays, AI, machine learning and data science technologies are taking over even the most conservative industries. However, the agricultural sector is reluctant to use the latest technologies. This indicates that creating your own digital product in the field of agriculture is a promising idea.

Keywords: artificial intelligence, machine learning, data processing, agriculture, Belarus.

В настоящее время большинство процессов в отрасли сельского хозяйства автоматизируется, ведь развитие искусственного интеллекта (ИИ) помогает людям делать свою работу эффективнее. Происходит это за счет повышения урожайности и снижения затрат на расходные материалы. Датчики влажности, метеостанции, спутники, предоставляющие снимки местности и многие другие технологии помогают аграрию принять решение по выполнению каких-либо работ на ферме. Число новых устройств растет, ведь с каждым днем появляются новые разработки в этой области. Появились системы, которые способны к самообучению и используются для обработки, проведения анализа, а также обобщения данных с устройств мониторинга [1].

Искусственный интеллект можно описать как процесс, имитирующий деятельность человеческого сознания. Используется он в различных технических системах, программах и приложениях для того, чтобы расширить их возможности. Одним из методов развития систем с ИИ является машинное обучение, которое представляет собой набор алгоритмов и технологий, позволяющий программе учиться на собственном опыте, обрабатывая огромный массив данных и находить в них закономерности. Цель машинного обучения – предоставить машине данные и статистику о результате деятельности, чтобы она могла выполнять поставленную перед ней задачу для решения конкретной проблемы.

В сельском хозяйстве используется множество приложений, которые включают в себя анализ данных об урожайности, распознавание сорняков и вредителей сельскохозяйственных культур, прогноз состояния почвы, диагностику болезней животных и прочее. Благодаря машинному обучению область больших данных и науки о данных развиваются значительными темпами.

Спутниковые системы позволяют создавать электронные карты полей. С их помощью фермеры отслеживают рост сельскохозяйственных культур, состояние почвы и ее плодородие, а также экологическую обстановку. Управлять системами можно с помощью мобильного приложения. Это очень удобно, ведь доступ к данным происходит оперативно. Работая с неоднородными полями, фермер разделяет их на участки. Чаще всего это происходит с помощью индекса NDVI. Он показывает, насколько растения в выбранной локации зеленые и помогает разработать карты для точной обработки участков поля (обработка от паразитов, подкормка), что позволяет экономить ресурсы на удобрении и топливе.

Также применяется интеллектуальное орошение, опрыскивание от сорняков и определение оптимального времени для посевов. Компания Trimble разработала систему точечного опрыскивания сорняков WeedSeeker. Система позволяет сэкономить до 80 % активного вещества на площадях с периодической встречаемостью сорняков. Кроме системы внесения гербицидов, компания разработала систему внесения

удобрений GreenSeeker RT 200. Система с помощью сенсорных датчиков определяет количество азота в почве и производит точечный впрыск удобрений в тех местах, где его недостаточно [2].

Прогнозирование появления болезней и вредителей на полях тоже входит в возможности ИИ. Фермерам предлагают использовать различные камеры, дроны, а также датчики с высоким разрешением. Если таких приборов не оказалось, то помогут метеоданные. Анализ данных выявляет заболевания на ранних стадиях, распознает вредителей до момента их распространения по всему полю. ИИ также упрощает оценку возможного урожая в будущем. На протяжении всего сезона данная информация используется для того, чтобы составлять первоначальные планы и вносить корректировки при необходимости. Одним из сервисов по диагностике заболеваний растений является приложение Plantix от компании Peat, которое позволяет диагностировать более 60 заболеваний.

Сбор, хранение, а также анализ больших объемов данных позволяют делать прогнозы, выявлять закономерности и тенденции. Для определения оптимальных условий выращивания и планирования урожая может использоваться анализ данных. Например, программа «Агроаналитика» позволяет собирать и обрабатывать большие массивы данных с техники, дистанционного зондирования почвы и урожая. Благодаря модели машинного обучения можно спрогнозировать рост и созревание растений, их урожайность, эффективность подкормок и их влияние на качество готовой продукции. Такое решение уже используют «Русская аграрная группа», ГК «Мираторг» и другие крупные компании.

Таким образом, ИИ и машинное обучение – это тесно взаимосвязанные понятия, играющие ключевую роль в развитии современных цифровых технологий. Эти понятия относятся к области компьютерных наук и связаны с созданием систем и программ, которые способны выполнять задачи, традиционно требующие человеческого интеллекта [4].

Рассмотренные выше цифровые технологии во многом определяют уровень цифровизации агропромышленного комплекса в нашей стране. Искусственный интеллект и машинное обучение как основные технологии развития цифровых систем являются базой развития систем управления в аграрном производстве, а также основой обеспечения технологического суверенитета. Они позволяют нарастить объем цифровых инструментов в сфере управления аграрной сферой экономики. Спрос на продукцию сельского хозяйства с каждым годом только растет, а человеческий труд, с экономической точки зрения, для данной отрасли невыгоден. На наш взгляд, в будущем должно наблюдаться увеличение разработок различных роботизированных систем и систем искусственного интеллекта в сфере сельского хозяйства.

К сожалению, фермеры часто боятся внедрять ИИ, потому что они не знают, что это такое. Это говорит о том, что нам нужно увеличивать меры по популяризации ИИ и рассказывать широким массам, что ничего страшного в нем нет. В нашей стране крупнейшие центры компетенций в области ИИ – Национальная академия наук, Белорусский государственный университет, Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники. Важным драйвером развития технологий ИИ в Беларуси выступают индустриальные парки, которые предлагают особые экономические условия для высокотехнологичных компаний [3].

Литература

1. Применение искусственного интеллекта в сельском хозяйстве // Polymya. – Режим доступа: <https://polymya-agro.by/news/primenenie-iskusstvennogo-intellekta-v-selskom-khozyaystve/>. – Дата доступа: 17.02.2024.

2. Использование технологии искусственного интеллекта в растениеводстве и сценарии его внедрения без рисков // Agrobeltarus.by. – Режим доступа: https://agrobeltarusby/news/tema_dnya/ispolzovanie-tekhnologii-iskusstvennogo-intellekta-v-rastenievodstve-i-stsenarii-ego-vnedreniya-bez/. – Дата доступа: 17.02.2024.
3. Искусственный интеллект проник в сельское хозяйство // Сколково. – Режим доступа: <https://sk.ru/news/iskusstvennyj-intellekt-pronik-v-selskoe-hozyajstvo/>. – Дата доступа: 17.02.2024.
4. Сущность искусственного интеллекта и машинного обучения при решении управленческих проблем сельскохозяйственного производства // Изд. центр РИОР. – Режим доступа: <https://riorpub.com/ru/nauka/article/69609/view>. – Дата доступа: 17.02.2024.

СЕКЦИЯ III СЛАВЯНСКІЯ МОВЫ І КУЛЬТУРА Ў ПРАСТОРЫ І ЧАСЕ

УДК 821.161.3-14*А.Вярцінскі

«ДЗІВАК-ЧАЛАВЕК» ЯК АЎТАПСІХАЛАГІЧНЫ ЛІРЫЧНЫ ГЕРОЙ А. ВЯРЦІНСКАГА

К. С. Афанасенка

*Установа адукацыі «Гомельскі дзяржаўны ўніверсітэт
імя Францыска Скарыны», Рэспубліка Беларусь*

Навуковы кіраўнік А. В. Брадзіхіна

У артыкуле на матэрыяле паэзіі А. Вярцінскага асэнсоўваюцца адметнасці ўвасаблення вобраза «дзівака-чалавека». Асабліва ўвага надаецца раскрыццю каштоўнай сістэмы лірычнага героя. Адзначаецца, што вершы з такім суб'ектам маюць высокі стыль, адсылкі да хрысціянска-рэлігійнай традыцыі, пераважна прыродную вобразнасць.

Ключавыя словы: аўтапсіхалагічны герой, гуманізм, ода, дзівак, прыродная вобразнасць.

“THE ECCENTRIC MAN” AS THE AUTOPSYCHOLOGICAL LYRICAL HERO OF A. VERTINSKY

K. S. Afanasenka

Francisk Skorina Gomel State University, Republic of Belarus

Science supervisor A. V. Bradzikhina

In the article, the features of the embodiment of the image of the "weird-man" are considered based on the material of A. Vertinsky's poetry. Special attention is paid to revealing the value system of the lyrical hero. It is noted that poems with such a subject have a high style, references to the Christian-religious tradition, mostly natural imagery.

Keywords: autopsychological hero, humanism, ode, eccentric, natural imagery.

Як пісьменніку-гуманісту А. Вярцінскаму ўласціва адычнасць ва ўвасабленні высокіх ідэй. Менавіта такім гучаннем надзяляюцца творы пра вайну, рух часу, чалавека як асобу. І. Гоўзіч так ахарактызавала творчасць паэта: «Паэтаў гуманізм як асаблівае светапогляд прывёў да заканамернага ўзнікнення ў лірыцы одаў чалавеку, які ў пагранічных сітуацыях застаецца перш за ўсё асобай, чулай да болю і перажыванняў іншых, нясе і не губляе свой «чалавечы знак», праходзіць выпрабаванне часам на дабрыню («Ода добрым людзям», «Мы напачатку зазналі страху...», «Навагодні тост», «Дзівак-чалавек», «Ода магчымасцям мірнага жыцця, або Штрых да партрэта Васіля Быкава»))» [1, с. 55].

Лірычны герой А. Вярцінскага мае багаты духоўны свет. Гэта трохі дзівак, трохі паэт: захапляецца паэзіяй жыцця, радасці і прыгажосці. Менавіта такімі

паўстаюць героі вершаў «Дзівак-чалавек», «Вось-вось растаюць ледзяшы...», «З’яўленне», «Давайце ўражліва глянем...», «Хто ў лес, а хто па дровы» і інш. «Дзівак-чалавек» не можа змірыцца з няпраўдай, хоча годна прайсці свой нялёгкі шлях і не скарыцца перад выпрабаваннямі лёсу. Нягледзячы на няўдачы і расчараванні, гэты герой паўтарае, «Што ёсць дабро на свеце, // што будзе дабро, // што пераможа дабро...» [2, с. 56].

Адзін з ключавых для разумення мастацкай канцэпцыі паэта верш “Дзівак-чалавек” адлюстроўвае свядомасць асобы, здольнай надаць звычайным рэчам асаблівы сэнс:

Дзівак чалавек...
Глядзіць на расінку макавую,
і цэлае сонца бачыць перад сабой.
Дзівак чалавек...
Бярэ звычайную ракавіну
і чуе ў ёй
акіяніскі прыбой... [2, с. 56]

Лірычны герой верша адстойвае духоўныя каштоўнасці, якія не залежаць ад штодзённых матэрыяльных патрэб. Вера ў пераможнае свята дабра і справядлівасці працінае ўсю вобразную структуру тэксту, набываючы ў апошніх радках характар маральнага афарызму, сентэнцыі, своеасаблівага запавету нашчадкам: «Дзівак чалавек... // І гэта яго дзівацтва – // ратунак яго, // яго чалавечы знак...» [2, с. 56]. Нягледзячы на дыдактычны характар, твор належыць хутчэй да філасофска-медытатыўнай лірыкі. Лейтматывам верша «Дзівак-чалавек» з’яўляецца пошук прызначэння чалавека і яго месца ў сучасным жыцці, імкненне да ідэалу.

Лірычнага героя верша «З’яўленне» таксама можна аднесці да катэгорыі «дзівакоў». Твор поўніцца вясновым настроем і прадчуваннем кахання, якое абуджаецца разам з усім навакольным светам. Пісьменнік надае гэтай з’яве амаль касмічнае, агульнапланетнае значэнне і тым самым засяроджвае ўвагу на незвычайнасці, «дзіўнасці» і выключнасці самага моцнага чалавечага пачуцця:

З’яўленне зор і сонца ў вышыні.
З’яўленне сокаў з глыбіні карэння.
З’яўленне траў у веснавыя дні...
І вось маё, і вось тваё з’яўленне [3].

Адначасова прыродная вобразнасць дазваляе падкрэсліць зямную прыналежнасць кахання, яго жыццесвярджальны характар і ў той жа час незвычайнасць і магутнасць гэтага пачуцця. Паэт сцвярджае ідэю пра духоўную аснову любові, яе цудадзейнасць і хараство:

Як быццам бы дамовіліся ўсе –
глыбіні цёмныя і залатыя высі, –
як быццам бы казалі ўсе: “З’явіся!”
І ты з’явілася ва ўсёй красе [3].

Вобразу каханай А. Вярцінскі надае сакральны сэнс, і гэта ў нечым нагадвае рэлігійнае пакланенне. Высокая лексіка верша падобная на тую, якой карыстаўся адзін з самых значных паэтаў эпохі Адраджэння Франчэска Петрарка, спалучаючы ў адным вобразе рысы каханай Лауры і боскай Мадонны. Асобнай увагі заслугоўвае апошняя страфа, у якой тройчы (што з’яўляецца адсылкай на сімвалічную лічбу ў хрысціянскай традыцыі) паўтараецца слова «благаслаўленне». Гэта дазваляе паэту звязаць зямную прыроду з касмічнай і астральнай: «...благаслаўляў тваё з’яўленне свет, // сусвет благаслаўляў тваё з’яўленне» [3]. Заўважым, што Ф. Петрарка таксама ўжывае такую метафару ў сваіх санетах.

Такім чынам, «дзівак-чалавек» як аўтапсіхалагічны лірычны герой А. Вярцінскага сустракаецца ў даволі вялікай колькасці вершаў, як правіла, адычнага характару. Менавіта «дзівак-чалавек» надае звычайным рэчам асаблівы сэнс. Гэты вобраз рэалізуецца як у філасофскіх, так і ў інтымных вершах паэта. Такія лірычныя тэксты маюць высокі стыль, адсылкі да хрысціянска-рэлігійнай традыцыі, пераважна прыродную вобразнасць.

Літаратура

1. Гоўзіч, І. М Жанравыя пошукі Анатоля Вярцінскага: тэарэтычны аспект / І. М. Гоўзіч // Русская и белорусская литературы на рубеже XX–XXI вв. : сб. науч. ст. : в 2 ч. Ч. 2 / редкол.: С. Я. Гончарова-Грабовская (отв. ред.) [и др.]. – Мінск : РИВШ, 2007. – С. 56–61.
2. Вярцінскі, А. Выбраныя творы / А. Вярцінскі. – Мінск : Беларус. кнігазбор, 2009. – 528 с.
3. Вярцінскі, А. Святло зямное: выбр. вершы, паэмы. / А. Вярцінскі. – Рэжым доступу: <https://coollib.net/b/340629-anatol-vyartsinski-svyatlo-zyamnoe/read>. – Дата доступу: 29.03.2024.

УДК 821.161.3'06-313.3

МАТЫЎ ПАДАРОЖЖА Ў ЧАСЕ ЯК СРОДАК АСЭНСАВАННЯ ЧАЛАВЕЧАГА ЛЁСУ Ў СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ ПРОЗЕ

М. С. Язерская

*Установа адукацыі «Гомельскі дзяржаўны ўніверсітэт
імя Францыска Скарыны», Рэспубліка Беларусь*

Навуковы кіраўнік А. В. Браздзіхіна

У артыкуле на матэрыяле сучаснай беларускай тэмпаральнай фантастыкі разглядаюцца спосабы ўвасаблення матыву чалавечага лёсу. Аўтар прыходзіць да высновы тры асноўныя канцэпцыі яго разумення пісьменнікамі, якія зводзяцца да фаталізму, «Парадоксу забітага дзядулі», закальцаванасці чалавечага лёсу.

Ключавыя словы: час, хронафантастыка, тэмпаральная фантастыка, матыў чалавечага лёсу, матыў падарожжа ў часе.

THE MOTIVE OF TIME TRAVEL AS A MEANS OF UNDERSTANDING HUMAN DESTINY IN MODERN BELARUSIAN PROSE

M. S. Yazerskaya

Francisk Skorina Gomel State University, Republic of Belarus

Science supervisor A. V. Bradzikhina

The article, based on the material of modern Belarusian temporal fiction, examines ways of embodying the motif of human destiny. The author comes to the conclusion of three main concepts of his understanding by writers, which come down to fatalism, "Paradox of the murdered grandpa", the entanglement of human destiny.

Keywords: time, chronofiction, temporal fiction, motive of human destiny, motive of time travel.

У сучаснай літаратуры прадстаўлена мноства твораў, сюжэт якіх засяроджаны вакол трансцэндэнтальнага падарожжа, што дазваляе адкрыць новыя далягляды, атрымаць веды, дакрануцца да загадкавага і недасягальнага. Калі гэта вандроўка ў часе, то такія тэксты адносяць да хронафантастыкі (ці тэмпаральнай фантастыкі).

Пад гэтым тэрмінам разумеюць «адзін з жанраў фантастыкі, які распавядае пра падарожжа ў часе» [1], – зазначае Б. Неўскі. У такіх вандроўках ёсць некалькі адпраўных пунктаў:

1) героі падарожнічаюць у часе з уласнай волі;

2) героі выпадкова трапляюць у іншы час;

3) адбываецца перадача прадметаў ці інфармацыі з адной эпохі ў другую, пры гэтым у кожным часе героі могуць быць розныя.

Даволі цікава ў сучаснай беларускай хронафантастыцы рэалізуецца матыў чалавечага лёсу. Героі або спрабуюць яго перайначыць, умяшаўшыся ў падзеі мінулага, або, наадварот, разумеюць бясплённасць такіх намаганняў. Вера ў немагчымасць змяніць лёс называецца фаталізмам. Паводле такога разумення рэчаіснасці, любая падзея (добрая ці дрэнная) – гэта не проста збег абставінаў, а план вышэйшых сіл, роля чалавека – яго выкананне.

Галоўны герой твора Барыса Пятровіча «Карчмапрыдарозе» вандруе ў часе і прадае антыкварныя рэчы і манеты, якія забірае з сабой з мінулага ў сучаснасць. Ён, будучы гісторыкам па адукацыі, разумее, што, апынуўшыся ў мінулым, нельга мяняць ход гісторыі, каб не выклікаць так званы «эфект матылька». Упершыню гэты тэрмін быў уведзены ў 1972 г. амерыканскім метэаролагам Эдвардам Лорэнцам, які выступіў з лекцыяй на тэму: «Ці можа ўзмах крыл матылька ў Бразіліі вызваць тарнада ў Тэхасе?». Ідэя тэорыі Лорэнца была ў тым, што нават нязначныя здарэнні могуць прывесці да вялікіх наступстваў. Патрапіўшы ў масавую культуру, выраз «эфект матылька» ператварыўся ў метафару нязначнага моманту, здольнага змяніць гісторыю і сфарміраваць лёс чалавека ці чалавецтва. Спачатку такія «нязначныя» падзеі складана распазнаць, але пасля яны фарміруюць цэлую нізку прычын і вынікаў, і ўжо ў рэтраспектыве становяцца відавочнымі.

Таму герой-збіральнік з апавядання «Карчмапрыдарозе» толькі назірае за падзеямі, не дапамагаючы людзям з мінулых эпох, бо ведае, што яго высакародныя памкненні могуць скончыцца катастрофай. Аднак, апынуўшыся ў 1790 годзе, герой трапляе ў сітуацыю выбару: абараніць ад згвалтавання прыгожую дзяўчыну, у якой ён пазнае сваю прабабулю, і памерці ад шабляў казакоў, або дазволіць ім зламаць ёй лёс, а ў выніку – не нарадзіцца самому. Бяззбройны і засмучаны герой пакорліва прымае свой лёс і той факт, што ён мог бы дапамагчы, але не адважыўся. Ён чуе, як дзяўчына не хоча ісці з ваярамі, аднак прымае і гэта, хаця прычыць сабе ў думках: «Калі мы, беларусы, не будзем абараняцца, дык хутка нас зусім не стане. Знікнем пакрысе. Знікнем...» [2, с. 49]. У выніку здараецца трагедыя, а герой апынаецца ў бяспечасці, бо яго варыяцыя рэальнасці знікае, ператвараецца ў суцэльнае цемрыва, ён пазбаўлены лёсу як такога. Такім чынам, у творы рэалізуецца «Парадокс забітага дзядулі», згодна з якім падарожнік у часе мяняе мінулае такім чынам, што існаванне ў цяперашнім становіцца немагчымым. Напрыклад, адправіўшыся ў мінулае, ён можа знішчыць свайго продка, што робіць яго існаванне лагічна немагчымым.

У апавяданні «Ля берагоў Аўстраліі» Р. Баравіковай прадстаўлена адваротная сітуацыя. Галоўны герой Ігар намагаецца вярнуць сваю былую каханую Вікторыю. Халаднёвіч з будучыні адпраўляецца ў мінулае, каб прадухіліць яе смерць. Аднак у падарожжа з мэтай змяніць ход падзей могуць быць непрадказальныя наступствы, а ў самога дзеяння не будзе пачатку, паколькі тое, што створыць Халаднёвіч у сучаснасці, не будзе вынайздзена ім самім, і Віка будзе паміраць кожнага разу, бо гэта яе лёс. Такім чынам, атрымліваецца замкнёнае кола, якое немагчыма перарваць. Згодна з кругавой мадэллю, усё вяртаецца да сваіх вытокаў. А. Нікалаеў адзначае, што «прастора і час там ёсць, але яны ўмоўныя, асабліва час, паколькі герой усё

роўна прыйдзе туды, адкуль сышоў, і нічога не зменіцца» [3]. Так і адбываецца: лёс галоўнага героя змяніўся пасля вандровак. Ён стаў паспяховым і вядомым чалавекам, але ненадоўга.

Не менш цікавае з пазіцый тэмпаральнай фантастыкі апавяданне «Крама згубленых рэчаў» В. Гапеева. Галоўны герой твора вяртаецца дадому і па дарозе бачыць незвычайную краму з надпісам «Магазін згубленых рэчаў» [4, с. 156]. Ён пісьменнік, а таму адразу ўзгадвае пра згубленую дзесяць гадоў таму асадку: «Яна была цяжкая, металічная, але зручная. <...> Той асадкай я пісаў познімі вечарамі на маленькай кухні, калі ўсе клаліся спаць» [4, с. 156]. Хлопец-кансультант нейкім неверагодным чынам дапамагае знайсці асадку. Пачынаючы з гэтага моманту цалкам рэалістычнае апавяданне трансфармуецца ў фантастычнае. Герой без хістанняў вырашае выкупіць сваю асадку, але выходзіць на вуліцу і адчувае дэжавю. Падыходзячы да ўласнага дома, ён бачыць, што ў ім запалена святло: «Нешта не так... І хоць прыцемкі былі, надворак выглядаў... не, не чужым, не незнаёмым. Проста не такім, якім быў учора і заўчора. Іншым. І ў той самы час я ведаў, што такім свой надворак я бачыў. Раней?» [4, с. 158]. Зайшоўшы ў хату, герой адчувае, што трапіў у сваё мінулае, на дзесяць гадоў таму: «І – тым хатнім духам, хатняй утульнасцю, якая была заўсёды ў нас па вечарах, калі... калі жонка была ў адпачынку, даглядаючы малую Жэньку» [4, с. 159]. Спраба вярнуцца да «Магазіна...» не ўдаецца: будынка няма на месцы. Разгублены і расчараваны, герой не ведае, што рабіць, і вырашае напісаць сабе ў будучыню паведамленне: «Ні ў якім разе не трэба купляць згубленую атрамантавую асадку ў крамцы» [4, с. 161]. Шукаючы надзейнае месца, дзе паперка не згубіцца, ён вырашае пакласці яе ў вокладку ад пашпарта, але... заўважае, што там ўжо ляжыць нейкая паперка. Разгарнуўшы яе, ён бачыць цыдулку з такім жа самым пасланнем сабе ў будучыню. Іншымі словамі, герой у чарговы раз пражывае момант свайго закальцаванага лёсу.

Галоўны герой-пісьменнік аповесці «Краявід з менталавым пахам» У. Арлова пасля разводу пераязджае на новую кватэру побач са зруйнаванымі лютэранскімі могілкамі. У кватэры адбываюцца незвычайныя рэчы. Так, у адну з раніц, калі герой на самоце пісаў рукапіс пад улюбёную прэлюдыю № 15 Шапэна, ён пачуў пах менталавых цыгарэт. Потым з'явіліся іншыя загадкавыя факты і таямнічыя здарэнні: вяртаючыся дадому, герой пачуў з кватэры гукі прайгравальніка. Імкнучыся знайсці вытлумачэнне містычным з'явам, герой пачынае ўласнае расследаванне.

Урэшце ён пачынае бачыць нейкую загадкавую жанчыну, якая з'яўляецца ніадкуль. У яе няма ні імя, ні канкрэтнага цялеснага ўвасаблення, яна не прывязана да пэўнага часу і соцыуму; на яе не ўплывае час. Гэтая жанчына становіцца не проста каханай героя, яна падаравала яму адчуванне Вечнасці. Аднак герой ніяк не можа ні намаляваць яе партрэт, не здольны ўспомніць тыя дзіўныя сумесныя прасторавыя і тэмпаральныя падарожжы, вярнуўшыся з іх. Гэтыя рамантычныя экспедыцыі з каханай адбываюцца ў анейрычнай рэальнасці. У снах яны разам наведваюць Рым і Талін, Альпы і Ла-манш, эпоху Гуса, XVI і XVII стагоддзі. Пасля такіх фантастычных вандровак у яго кватэры, тым не менш, застаюцца рэчавыя доказы: часцінка сухога букета з бясмертнікаў і макавых галолак, ложак, гадзіннік і інш. Герой нібы звяр'яецца ад кахання, апантаны Яе характам, што прыводзіць яго да трагічнага фіналу, яго рэальнае жыццё цалкам паглынула прыгожая ілюзія.

Такім чынам, у беларускай тэмпаральнай фантастыцы прадстаўлены розныя канцэпцыі чалавечага лёсу: фаталізм (як у творы «Ля берагоў Аўстраліі» Р. Баравіковай), «Парадокс забітага дзядулі», узмоцнены маральнымі пакутамі героя (як у «Карчме пры дарозе» Барыса Пятровіча), закальцаванасці чалавечага лёсу (як у «Краме згубленых рэчаў» В. Гапеева). Сумяшчэнне матываў трансцэндэнтальнага

падарожжа і кахання («Краявід з ментолавым пахам» У. Арлова, «Ля берагоў Аўстраліі» Р. Баравіковай) дазваляе пісьменнікам глыбока раскрыць праблему наканаванасці, нязменнасці, зададзенасці чалавечага лёсу.

Літаратура

1. Невский, Б. Хроноопера. Фантастика о путешествии во времени / Б. Невский // Мир фантастики. – 2005. – 24 авг. – Режим доступа: <http://old.mirf.ru/Articles/print856.htm>. – Дата доступа: 27.04.2024 г.
2. Пятровіч, Б. Жыць не страшна: фрэскі – 1, 2, 3, 4 / Б. Пятровіч. – Мінск : Медисонт, 2008. – 256 с.
3. Николаев, А. И. Основы литературоведения : учеб. пособие для студентов филол. специальностей / А. И. Николаев. – Режим доступа: <http://www.listos.biz/филология/николаев-а-и-основы-литературоведения/анализ-художественного-пространства-и-времени>. – Дата доступа: 01.05.2024.
4. Гапееў, В. М. Я размалюю для цябе неба: аповесць, п'еса, апавяданні / В. Гапееў. – Мінск : Маст. літ., 2013. – 222 с.

УДК 811.161.3'373.46:004.9

ЛОГИКО-ПОНЯТИЙНАЯ СХЕМА КАК ОСНОВА ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО ГЛОССАРИЯ

Е. С. Зубарева, В. А. Дайнеко, З. А. Короткий

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель М. В. Буракова

Терминология атомной энергетики является языком профессиональной коммуникации и представляет сложную многоуровневую систему с различными парадигматическими отношениями. Создание логико-понятийных схем (ЛПС) дает возможность провести инвентаризацию более 850 терминов атомной энергетики. Созданные ЛПС будут служить базой для дальнейшего оформления терминосистемы в виде нормативного терминологического двуязычного глоссария по атомной энергетике.

Ключевые слова: терминология, атомная энергетика, термин, логико-понятийная схема, глоссарий.

LOGICAL-CONCEPTUAL SCHEME AS THE BASIS OF A TERMINOLOGICAL GLOSSARY

E. S. Zubareva, V. A. Daineko, Z. A. Korotkiy

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor M. V. Burakova

Nuclear energy terminology is the language of professional communication and represents a complex multi-level system with various paradigmatic relationships. The creation of logical-conceptual diagrams (LCDs) makes it possible to conduct an inventory of more than 850 nuclear energy terms. The created LPS will serve as the basis for the further design of the terminological system in the form of a normative terminological bilingual glossary for nuclear energy.

Keywords: terminology, nuclear energy, term, logical-conceptual scheme, glossary.

Взаимопроникновение языков для общих и специальных целей образует область пересечения, которая содержит терминологическую лексику. Функционирование в языке общелитературных и терминологических лексических единиц формирует язык профессиональной коммуникации. С ускорением темпа современной жизни и влияния научно-технического прогресса на все сферы жизни нашего общества все больше стал проявляться интерес к языку профессиональной коммуникации (языку для специальных целей).

Описание технической терминологии, в частности атомной энергетики, как языка профессиональной коммуникации, сопровождается решением ряда задач, которые связаны с соотношением общелитературного языка и языка для специальных целей, анализом терминов из научно-технической литературы и построением логико-понятийной схемы в области атомной энергетики.

Логико-понятийные схемы представляют основу тематической структуры терминологического глоссария, опираясь на которую, можно наполнить словарь терминами и выделить их родовидовые отношения. А построение таких схем является основным этапом создания терминологического глоссария.

Цель исследования нашей работы – создание логико-понятийных схем (ЛПС) и последующее моделирование двуязычного терминологического глоссария по атомной энергетике.

Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих задач:

- провести лексикографический анализ специальной лексики на основе исследования текстов англоязычных оригинальных статей, содержащих термины атомной энергетики;

- разработать логико-понятийную схему сформированной терминологической базы как основу для терминологического глоссария по атомной энергетике.

Изучение современных терминов энергетики не может ограничиваться выявлением их собственных особенностей, поскольку термины необходимо сопоставлять, с одной стороны, с единицами неспециальной лексики, а с другой стороны, с иными лексическими элементами.

В настоящее время существует большое количество определений понятия термина, но, тем не менее, содержание термина до конца не выяснено. Мы предлагаем рассматривать термин атомной энергетики как лексическую единицу определенного языка для специальных целей, которая «соответствует родовому понятию, имеет дефиницию из терминологических единиц одной системы, характеризуется разными уровнями терминологичности в зависимости от типа речи, входит в словарный фонд языка» [1, с. 6].

Для создания логико-понятийных схем было собрано 120 текстов по атомной энергетике, из которых методом сплошной выборки выделено более 850 терминологических единиц. Материалом исследования послужили авторитетные журнальные издания, научно-технические статьи на тему атомной энергетики.

Основной кодифицированной и стандартизированной лексической единицей языка атомной энергетики является термин. Это могут быть однословные термины (*конструкция* – *Design* ‘описание радиоактивного материала особого вида, радиоактивного материала с низкой способностью к рассеянию, упаковки или упаковочного комплекта, которое позволяет полностью идентифицировать их. Это описание может включать спецификации, инженерно-техническую документацию (чертежи), отчеты, подтверждающие соблюдение регламентирующих требований, а также другую соответствующую документацию’; *предел* – *limit* ‘значение величины, используемой при осуществлении указанной определенной деятельности или в определенных указан-

ных обстоятельствах, которое не должно быть превышено'; *совпадение* – *coincidence* 'особенность конструкции системы защиты, которая заключается в том, что для выработки логической схемой сигнала защитного действия требуются два или более накладывающихся друг на друга или одновременно поступающих выходных сигнала из нескольких каналов') и термины-словосочетания (*оценка площадки* – *site evaluation* 'анализ таких факторов на площадке, которые могут влиять на безопасность установки или деятельности на этой площадке. Сюда входят характеристика площадки, рассмотрение факторов, которые могут воздействовать на средства обеспечения безопасности установки или деятельности, приводя к выбросу радиоактивного материала, и/или могут влиять на рассеивание такого материала в окружающей среде, а также на связанные с населением и доступом вопросы, которые имеют отношение к обеспечению безопасности'; *компоненты активной зоны* – *core components* 'элементы активной зоны реактора, исключая топливные сборки, которые используются для обеспечения опоры для конструкции активной зоны, или инструменты, устройства или другие приспособления, которые вводятся в активную зону реактора для мониторинга активной зоны, контроля расхода или других технологических целей и рассматриваются в качестве элементов активной зоны'; *пассивный элемент* – *passive component* 'элемент, функционирование которого не зависит от поступления извне такого воздействия, как команда на включение, от механического перемещения или подвода энергии'; *поглощенная фракция* – *absorbed fraction* 'фракция энергии, испускаемой в качестве излучения определенного типа в определенной области расположения источника, которая поглощается определенной тканью-мишенью'.

Терминология атомной энергетики имеет системную организацию, которая соответствует системным понятиям данной технической области. К системным терминам атомной энергетики относятся все единицы языка, закрепленные в специализированных словарях. Они служат целям фиксации терминологических единиц и упорядочению терминосистемы. Терминология атомной энергетики представляет сложную многоуровневую систему, в которой некоторые единицы могут вступать в различные парадигматические отношения.

Создание ЛПС дала возможность провести инвентаризацию терминов атомной энергетики. При этом совокупность специальных терминов была описана как система взаимосвязанных понятий. Из всех парадигматических отношений были выделены и описаны следующие родовидовые отношения.

Понятийные границы ЛПС «атомная энергетика»:

- обеспечение ядерной и радиационной безопасности;
- добыча урана;
- атомные станции;
- обращение с отработавшим топливом;
- обогащение топлива.

Понятийные границы ЛПС «эксплуатация (производство энергии)»:

- эксплуатация документации;
- персонал;
- техническое обслуживание и ремонт.

Данные логико-понятийные схемы атомной энергетики являются базой для создания терминологического глоссария.

Таким образом, созданные ЛПС будут служить базой для дальнейшего оформления терминосистемы в виде нормативного терминологического двуязычного глоссария по атомной энергетике.

Формирование языка атомной энергетики обусловлено его прикладным характером и высокими требованиями к лексическому составу, точности и адекватности использования терминологии.

Литература

1. Буракова, М. У. Беларуская мова. Тэхнічная тэрміналогія : вучэб. дапаможнік / М. У. Буракова. – Мінск : РІВШ, 2016. – 264 с.
2. Фролов, И. О. Англо-русский и русско-английский терминологический словарь по атомной энергетике / И. О. Фролов, И. Н. Абросимова. – Иваново : ИГЭУ, 2014. – 364 с.
3. Англо-русский словарь по атомной энергетике / под ред. В. А. Тищенко. – М. : Энергоатомиздат, 2000. – 528 с.

УДК 81'23

ОБРАЗ МИНСКА В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА

П. В. Соболев

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск

Научный руководитель Н. И. Курганова

Обсуждены результаты исследования, проведенного на базе ассоциативных экспериментов с целью изучения особенностей образа Минска в языковом сознании жителей города. Моделирование образа Минска включало: обработку анкет и структурирование ассоциативного поля, полученного на слово-стимул Минск, выделение ядра и периферии. Стереотипное ядро образа Минска репрезентировано с помощью 10 самых частотных ассоциатов поля. Классификация всех ассоциатов поля позволила сформировать когнитивные слои, отражающие основные направления идентификации Минска. Исследование показало, что образ Минска в языковом сознании жителей города характеризуется многослойностью и положительной коннотацией.

Ключевые слова: образ города, языковое сознание, ассоциативный эксперимент, стереотипное ядро, когнитивная структура.

THE IMAGE OF MINSK IN THE LINGUISTIC CONSCIOUSNESS OF ITS CITIZENS

P. V. Sobol

Belarusian State Economic University, Minsk

Science supervisor N. I. Kurganova

The article discusses the results of a study conducted on the basis of associative experiments in order to study the peculiarities of the image of Minsk in the linguistic consciousness of the city's residents. Modelling the image of Minsk included: processing questionnaires and structuring the associative field obtained by the Minsk stimulus word, highlighting the core and periphery. The stereotypical core of the image of Minsk is represented using the 10 most frequent associates of the field. The classification of all field associates made it possible to form cognitive layers reflecting the main directions of Minsk identification. The study showed that the image of Minsk in the linguistic consciousness of the city's residents is characterized by multi-layering and positive connotation.

Keywords: image of the city, linguistic consciousness, association experiment, stereotypical core, cognitive structure.

Город Минск является столицей и крупнейшим городом Республики Беларусь. У Минска богатая история, которая уходит на многие века в прошлое. При этом город уверенно и динамично развивается: сейчас на улицах можно увидеть рядом исторические здания и новые постройки. Наряду с этим Минск — политический, экономический, научный и культурный центр страны, в который стремятся приехать на работу или учебу жители других районов и областей Беларуси.

В нашем пилотном исследовании мы сделали первую попытку ответить на вопрос, как жители Минска воспринимают и оценивают свой родной город. Актуальность исследования обусловлена акцентом современной лингвистики на изучении содержания языкового сознания и выявлении специфики ментального образа города. Актуальной является также тенденция проводить мониторинг общественного мнения жителей столицы, их восприятия и оценки города, чтобы учитывать это в ходе формирования имиджа Минска как благоприятного для жизни, работы и учебы города.

Цель исследования – выявить особенности образа Минска в языковом сознании жителей города.

В качестве главного метода исследования был выбран продолженный ассоциативный эксперимент [1, с. 27], который был проведен в форме письменного онлайн-опроса в ноябре 2023 г. В эксперименте приняло участие 57 жителей столицы. Следует отметить, что большую их часть составила молодежь в возрасте от 18 до 24 лет (70 % респондентов). Испытуемым было предложено дать пять ассоциатов на слово-стимул *Минск*. В результате ассоциативного эксперимента была получена 281 ассоциация.

Моделирование образа Минска проводилось по методике Н. И. Кургановой [1, с. 29]. На первом этапе мы структурировали ассоциативное поле, полученное на слово-стимул *Минск*, выделили его ядро и периферию. Стереотипное ядро в составе 10 самых частотных компонентов включает в себя следующие ассоциаты (табл. 1): *столица, метро, возможности, университет, большой, Национальная библиотека, чистота, дом, многолюдный, работа*.

Таблица 1

Стереотипное ядро ассоциативного поля, полученного на слово-стимул *Минск*

№ п/п	Ассоциативные реакции (вербальные ассоциаты)	Кол-во
1	Столица	17
2	Метро	12
3–5	Возможности	11
3–5	Университет	11
3–5	Большой	11
6	Национальная библиотека	10
7	Чистота	9
8–10	Дом	8
8–10	Многолюдный	8
	<i>Всего</i>	105

Далее была проведена интерпретация стереотипного ядра. Как следует из табл. 1, наиболее частотный ассоциат – *столица*, что закономерно, так как город Минск – столица нашей страны. *Метро* служит отличительным признаком столицы, поскольку

Минск – единственный город в Беларуси, где есть метрополитен. Минск в восприятии испытуемых – это крупный город, где чаще, чем в других городах, появляются различные *возможности*, например, учиться в *университете*, что характерно для студентов, которые составили значительную часть участников эксперимента. Ассоциат *Национальная библиотека*, в свою очередь, выступает одной из главных достопримечательностей не только Минска, но и Беларуси. В стереотипном ядре также присутствуют ассоциаты, указывающие на свойства и качества города – *большой, чистота, многолюдный*. Минск также ассоциируется у минчан с *домом и работой*.

На следующем этапе была проведена семантическая классификация всех ассоциатов, полученных на слово-стимул *Минск*, что позволило нам сформировать следующие когнитивные слои: *Свойства, качества города, Объекты внутреннего пространства города, Достопримечательности Минска, Блага, предоставляемые городом, Образные ситуации, Дефиниции города, Субъекты города*. Ранжирование данных когнитивных слоев с учетом их наполняемости позволило смоделировать когнитивную структуру образа Минска (табл. 2).

Таблица 2

Когнитивная структура образа Минска

Когнитивный слой	Примеры	Количество
Свойства, качества города	<i>большой (11), чистота (9), многолюдный (8), шум (5)</i>	89
Объекты внутреннего пространства города	<i>метро (12), университет (11), дом (8)</i>	60
Достопримечательности Минска	<i>Национальная библиотека (10), Немига (7), Зыбицкая улица (3)</i>	38
Блага, предоставляемые городом	<i>возможности (11), развлечения (6), деньги (3)</i>	30
Образные ситуации	<i>суета (4), свет (3), ветер (2)</i>	27
Дефиниции города	<i>столица (17), мегаполис (2), город-герой (2)</i>	23
Субъекты города	<i>люди (4), молодежь (3), друзья (3)</i>	14

Когнитивная структура свидетельствует о том, что минчане чаще всего идентифицируют город через призму свойств и качеств города (*чистота, шум, многолюдный, большой*). В когнитивной структуре образа Минска выделяется целый слой объектов внутреннего пространства города (*метро, университет, дом*). Многие испытуемые ассоциируют Минск с конкретными достопримечательностями и локациями (*Национальная библиотека, Зыбицкая улица, Немига*). Среди способов идентификации Минска можно также выделить логические и обыденные дефиниции города (*Минск – это столица, мегаполис, город-герой*), а также блага и возможности, предоставляемые городом (*Минск – это возможности, развлечения*).

Таким образом, наше исследование показало, что образ Минска в языковом сознании жителей города характеризуется многослойностью и преимущественно положительной коннотацией.

Л и т е р а т у р а

1. Курганова, Н. И. Ассоциативный эксперимент как метод исследования значения живого слова / Н. И. Курганова // *Вопр. психолингвистики*. – 2019. – № 3. – С. 24–38.

УДК 811.161.3'42'371:398.92

ФРАЗЕАЛАГІЗМЫ З АГУЛЬНЫМ КАМПАНЕНТАМ ВЫХОДЗІЦЬ**А. А. Шчарбатая***Установа адукацыі «Гомельскі дзяржаўны ўніверсітэт
імя Францыска Скарыны», Рэспубліка Беларусь*

Навуковы кіраўнік В. А. Ляшчынская

У артыкуле ўвага скіравана да фразеалагізмаў з агульным дзеясловам выходзіць. Вызначана частотнасць ужывання дзеяслоўнага кампанента, устаноўлены розныя формы яго выкарыстання, а таксама выяўлена метафарычнасць мыслення чалавека адносна працэсу перамяшчэння.

Ключавыя словы: фразеалагізм, кампанент, дзеяслоў, форма, значэнне, перамяшчэнне.

**PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A COMMON COMPONENT
COME OUT****A. A. Shcherbataya***Francisk Skorina Gomel State University, Republic of Belarus*

Science supervisor V. A. Leshchinskaya

In the article, attention is directed to phraseological units with a common verb to go out. The frequency of the use of the verbal component is determined, various forms of its use are established, and the metaphorical nature of human thinking regarding the process of movement is revealed.

Keywords: phraseology, component, verb, form, meaning, displacement.

Вядома, што дзеяслоўныя фразеалагізмы найбольш колькасна прадстаўлены ў фразеалогіі, а іх галоўныя кампаненты – дзеясловы. У межах лексіка-семантычнай сістэмы мовы нашу ўвагу прыцягваюць дзеясловы, што абазначаюць перамяшчэнне ў прасторы. Яны ўяўляюць сабой асаблівы сродак катэгорыі «перамяшчацца» – адной з цэнтральных катэгорый антрапацэнтрыйнай парадыгмы.

Асаблівай характарыстыкай дзеясловаў перамяшчэння ў беларускай мове з'яўляецца наяўнасць ці адсутнасць прыставак, якія могуць дазволіць змяніць значэнне не толькі самога дзеяслова, але і ўстойлівых адзінак, у склад якіх ён уваходзіць. Таму мы скіравалі сваю ўвагу на дзеяслоўныя фразеалагізмы з апорным дзеяслоўным кампанентам *выходзіць*, які ўваходзіць у лексіка-семантычную групу «перамяшчэнне ў прасторы». У «Тлумачальным слоўніку беларускай літаратурнай мовы» за дзеясловам *выходзіць* зафіксаваны наступныя значэнні: 'быць накіраваным у які-небудзь бок', 'грунтавацца на чым-небудзь' [1, с. 396]. Прастаўка *вы*, змешчаная ў структуры дадзенага дзеяслова, указвае на напрамак руху знутры і на выкарыстанне яго з прыназоўнікамі *у, з, на*.

З ліку фразеалагізмаў з апорным кампанентам *выходзіць* у «Слоўніка фразеалагізмаў» І. Я. Лепешава намі выдзелена 16 адзінак: *выходзіць бокам* – 'кепка канчацца для каго-н., не прыходзіць бяследна. Звычайна пра расплату за які-н. учынак' [2, с. 262], *выходзіць наверх* – 'нечакана выяўляцца' [2, с. 263], *выходзіць з галавы* – 'зусім забывацца' [2, с. 263], *выходзіць з-пад пяра* – 'быць напісаным кім-н.' [2,

с. 263], *выходзіць з сябе* – ‘даходзіць да стану нервовай узбуджанасці, раздражнення; траціць самавалоданне’ [2, с. 263], *выходзіць на арбіту* – ‘станавіцца прыкметным, выдомым, дабівацца больш высокага становішча ў жыцці’ [2, с. 263], *выходзіць на дарогу* – ‘знаходзіць свае месца ў жыцці, станавіцца самастойным’ [2, с. 263], *выходзіць праз бок* – ‘кепска канчацца для каго-н., не прыходзіць бяследна. Звычайна пра расплату за які-н. учынак’ [2, с. 263], *выходзіць са строю* – 1) ‘траціць працаздольнасць ці баяздольнасць’; 2) ‘пераставаць дзейнічаць, станавіцца непрыгодным; ламацца, псавацца’ [2, с. 263], *выходзіць сухім з вады* – ‘дзейнічаючы ашуканствам, заставацца непакараным’ [2, с. 264], *выходзіць у людзі* – ‘дабівацца высокага становішча ў жыцці, у грамадстве’ [2, с. 264], *выходзіць у свет* – ‘быць апублікаваным’ [2, с. 264], *выходзіць у тыраж* – 1) ‘становячыся непрыгодным да чаго-н., канчаць ранейшую дзейнасць’; 2) ‘старэць, станавіцца непрыгодным для выкарыстання’ [2, с. 264], *не выходзіць з галавы* – ‘пастаянна прыстунічае ў свядомасці, не забываецца’ [2, с. 264], *у адно вуха ўваходзіць, а ў другое выходзіць* – ‘імгненна і бяследна забываецца, не застаецца ў памяці’ [2, с. 265], *чорт не чорт і два не выходзіць* – ‘сярэдні, які нічым асаблівым не вылучаецца і якога цяжка кваліфікаваць’ [2, с. 265].

Сярод названых дзеяслоўных фразеалагізмаў з апорным дзеяслоўным кампанентам *выходзіць* вылучаюцца тыя, у складзе якіх скарыстаны саматычны кампанент, што ўказвае на пэўную частку цела чалавека. Гэта *выходзіць бокам; выходзіць праз бок; выходзіць з галавы; не выходзіць з галавы; у адно вуха ўваходзіць, а ў другое выходзіць*.

Аднолькавымі паводле свайго лексічнага значэння з’яўляюцца фразеалагізмы *выходзіць бокам* і *выходзіць праз бок* (‘кепска канчацца для каго-н., не прыходзіць бяследна. Звычайна пра расплату за які-н. учынак’ [2, с. 262]), якія адрозніваюцца толькі рознымі склонавымі формамі дапасаванага назоўнікавага кампанента *бок*. Вобразы фразеалагізмаў узыходзяць да найстаражытнейшых формаў ўсведамлення свету і суадносіцца праз дзеяслоўны кампанент *выходзіць* з дзейнасным кодам культуры, а дакладней з сукупнасцю іменаў і іх спалучэнняў, якія абазначаюць канкрэтнае дзеянне, уяўленне чалавека пра яго. Дадзены дзеяслоў, уваходзячы ў склад метафара, усведамляецца ў якасці характарыстыкі выкананага чалавекам дзеяння як «няправільнага», «скажонага», «крывога». Са старажытных часоў «прамое» асэнсоўваецца як правільнае і асацыюецца са станоўчым пачаткам. А нешта «крывое», наадварот, у адпаведнасці са старажытнымі міфалагічнымі ўяўленнямі звязваецца з адхіленнем ад ісціны, са злым, нячыстым пачаткам. Дадзеныя ўяўленні нашых продкаў на конт супрацьпастаўлення «прамы» – «крывы» знайшлі адлюстраванне ў фарэалагізмах *выйсці бокам* і *выйсці праз бок*, дзе саматызм *бок* звязваецца з нечым няправільным, «крывым» і нясе негатыўную канатацыю. У гэтых фразеалагізмах адлюстроўваецца стэрэатыпнае ўяўленне аб непрыемнасцях, якімі могуць абярнуцца для чалавека ў сувязі з рознымі падзеямі або распачатай ім справай.

У фразеалагізме *у адно вуха ўваходзіць, а ў другое выходзіць* – ‘імгненна і бяследна забываецца, не застаецца ў памяці’ [2, с. 265] адлюстроўваецца стэрэатыпнае ўяўленне аб важнай частцы чалавечага цела – вушах. Яны з’яўляюцца аднымі з самых актыўных органаў успрымання, асэнсавання і нават разумення інфармацыі. А дзеянне слыхавога ўспрыняцця, як вядома, – гэта ўласцівасць органа слыху – вушэй, якія адыгрываюць асноўную ролю ва ўспрыманні інфармацыі чалавекам з навакольнага асяроддзя. Фразеалагізм *у адно вуха ўваходзіць, а ў другое выходзіць* пабудаваны на супрацьпастаўленні, ці антытэзе, пацвярджае праз створаны вобраз нязначнасць слыхавога ўспрыняцця інфармацыі чалавекам.

Саматычным кампанетам аб'яднаны антанімічныя паводле свайго значэння фразеалагізмы *выходзіць з галавы* – ‘зусім забывацца’ [2, с. 263] і *не выходзіць з галавы* – ‘пастаянна прыстунічае ў свядомасці, не забываецца’ [2, с. 264], дзе галава выступае не толькі ў якасці асноўнай часткі цела чалавека, але і абазначае мудрасць, розум, кіраванне над жыццевымі працэсамі, а таксама месца размяшчэння жыццёвай сілы, розуму. А так як галава ў першую чаргу звязана з працяканнем мысленчых працэсаў, то становяцца зразумелымі і вобразы, акрэсленыя ў фразеалагізмах *выходзіць з галавы* і *не выходзіць з галавы*. Калі чалавек нешта забывае, то гэта «выходзіць», «знікае» з галавы (*забываецца*), а дакладней з цэнтральнага аддзела нервовай сістэмы – мозга, што размяшчаецца менавіта ў галаве. Таму вобразная матывацыя гэтых фразеалагізмаў з'яўляецца празрыстай.

Сярод фразеалагізмаў з апорным дзеясловам выяўляюцца і сінанімічныя адзінкі: *выходзіць наверх* – ‘нечакана выяўляцца’ [2, с. 263], *выходзіць на арбіту* – ‘становіцца прыкметным, выдмым, дабівацца больш высокага становішча ў жыцці’ [2, с. 263], *выходзіць у людзі* – ‘дабівацца высокага становішча ў жыцці, у грамадстве’ [2, с. 264]. У кожным з пералічаных фразеалагізмаў дзеянне, названае дзеясловам *выходзіць*, выступае як крыніца асэнсавання чалавекам свету і ўказанне на месца знаходжання ў ім. Вобразная аснова гэтых фразеалагізмаў праз абраны дзеяслоў метафарычна звязваецца з ажыццяўленнем канкрэтнага дзеяння – намагання падняцца па кар’ернай ці сацыяльнай лесвіцы.

Блізкім да папярэдніх фразеалагізмаў паводле створанага вобраза з'яўляецца фразеалагізм *выходзіць на дарогу* – ‘знаходзіць свае месца ў жыцці, становіцца самастойным’ [2, с. 263], дзе не толькі канкрэтызуецца напрамак руху (перамяшчэння) чалавека, але і ўказваецца месца дзеяння – дарога. Як вядома, дарога ва ўяўленні нашых продкаў са старажытных часоў з'яўлялася ўніверсальнай метафарай жыццёвага шляху чалавека. Бо дарога – тое, што злучае і раз'ядноўвае адначасова. Чалавечае жыццё – гэта таксама нейкая мяжа, прастора, тэрыторыя паміж сваім і чужым светам. Таму для таго, каб знайсці «свае» месца, трэба выйсці на «мяжу», у нашым выпадку, дарогу, што і адлюстравана ў фразеалагізме *выходзіць на дарогу*.

Указанне на месца, той «пункт» перамяшчэння прысутнічае і ў фразеалагізмах *выходзіць у свет* – ‘быць апублікаваным’ [2, с. 264], *выходзіць у тыраж* – 1) ‘становячыся непрыгодным да чаго-н., канчаць ранейшую дзейнасць»; 2) ‘старэць, становіцца непрыгодным для выкарыстання’ [2, с. 264]. У першым праз дапасаваны да дзеяслова мнагазначны назоўнік *свет* (‘чалавечае грамадства, аб'яднанае пэўным грамадскім ладам, культурнымі і сацыяльна-гістарычнымі адзнакамі’ [3, с. 87]) даводзіцца ўяўленне пра магчымасць прызнання або непрызнання ў соцыуме створаных чалавекам друкаваных і рукапісных твораў. У другім фразеалагізме адбор назоўнікавага кампанента *тыраж* звязваецца не з распаўсюджваннем у вялікай колькасці друкаваных выданняў, а паводле М. Фасмера, «са словам *tirage* – выцягваннем латарэйных білетаў» [4, с. 312]. Латарэйныя білеты мелі пэўны тэрмін прыдатнасці, а пасля яго заканчэння «выходзілі ў тыраж». Таму фразеалагізм даводзіць ўяўленне пра няўдалае заканчэнне пэўнай дзейнасці.

Са сферай творчасці звязаны фразеалагізм *выходзіць з-пад пяра* – ‘быць напісаным кім-н.’ [2, с. 263], матывацыя якога становіцца зразумелай праз адбор назоўніка *пяро*. Як вядома, раней перы выкарыстоўваліся ў якасці прылады для пісьма чарніламі або тушшу. Становіцца зразумела, як фразеалагізм праз абранае спалучэнне даводзіць вобразы пісьменніка, творцы і выразна вынік працы.

У фразеалагізме *выходзіць сухім з вады* – ‘дзеінічаючы ашуканствам, заставацца непакараным’ [2, с. 264] адбор і выкарыстанне кампанента-лексемы *вада* звязана не столькі з сімвалічнымі значэннямі, замацаванымі за ёю (адна з чатырох асноўных касмічных стыхій, што супрацьстаіць агню, жаночая аснова Сусвету, першапатак жыцця і інш.), колькі са старажытнай архетыпічнай апазіцыяй «вінаваты – невінаваты».

Бо таго, хто выйшаў сухім з вады, можна назваць «вінаватым», «іншым». Тут абстрактнае паняцце (*заставацца непакараным*) абазначана праз канкрэтнае (*выходзіць*), якое носыбітамі мовы ўспрымаецца як нешта незвычайнае для чалавека.

Такім чынам, выдзеленыя фразеалагізмы з апорным кампанентам-дзеясловам *выходзіць* дзякуючы адбору залежных кампанентаў-назоўнікаў, характарызуюцца больш цеснымі і моцнымі сувязям паміж кампанентамі і дазваляюць выявіць метафарычнасць мыслення чалавека адносна працэсу перамяшчэння.

Літаратура

1. Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы: Больш за 65000 слоў / пад рэд. М. Р. Суднікі, М. Н. Крыўко ; афармленне А. М. Хількевіча. – 2-е выд. – Мінск : БелЭн, 1999. – 784 с.
2. Лепешаў, І. Я. Слоўнік фразеалагізмаў. У 2 т. Т. 1: А–Л / І. Я. Лепешаў. – Мінск : Беларус. энцыкл. імя П. Броўкі, 2008. – 672 с.
3. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы: У 5-ці т. Т. 3: Л–П / [Рэд. тома П. М. Гапановіч]. – Мінск : гал. рэд. Беларус. Сав. Энцыклапедыі, 1979. – 672 с.
4. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка / М. Фасмер. – 2-е изд., стер. – Т. 2: Е–Муж / пер. с нем. О. Н. Трубачева; с пред. Б. А. Ларина. – М. : Прогресс, 1986. – 576 с.

УДК 629(091)(476)(47+57)(410)

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТА В БЕЛАРУСИ, СССР И ВЕЛИКОБРИТАНИИ (КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

И. М. Чайдаков

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. В. Войтишенюк

С ростом городов усиливается потребность в налаженной системе общественного транспорта для транспортировки граждан в черте города. В этой статье рассмотрены системы общественного транспорта в разных регионах и возможности применения данных систем на территории Республики Беларусь.

Ключевые слова: Общественный транспорт, автопромышленность, транспортные системы, технологии.

HISTORY OF THE DEVELOPMENT OF TRANSPORT IN BELARUS, THE USSR AND GREAT BRITAIN (CULTURAL ASPECT)

I. C. Chaidakov

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Scientific supervisor E. V. Vaitsishaniuk

With the growth of cities, the need for an established public transport system to transport citizens within the city increases. This article will discuss public transport systems in different regions and the possibilities of using these systems on the territory of the Republic of Belarus.

Keywords: Public transport, automotive industry, transport systems, technologies.

Общественный транспорт является неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Ежедневно сотни тысяч людей пользуются общественным транспортом для

перемещения в городской черте и за ее пределами. Однако, путешествуя по другим регионам, мы можем наблюдать заметные различия в подходе к развитию транспорта. Целью статьи является анализ этих различий и причин их возникновения, а также исследование возможности применения зарубежных технологий на территории Республики Беларусь.

Важно отметить, что развитие общественного транспорта напрямую зависит от уровня автомобильной промышленности в регионе и общей доступности легкового транспорта среди простого народа. По этой причине при изучении вопроса особое внимание будет уделено истории автопромышленности в определенном регионе.

Общественный транспорт в Британской империи получил свое начало в 17 в., когда улицы заполнили кебы [1] – наемные экипажи на конной тяге, вмещающие в себя от одного до четырех пассажиров (рис. 1).



Рис. 1. Кэб образца XVII в.

Вскоре после индустриальной революции и развития автомобильной промышленности к общественному транспорту также добавили паровые суда, которые благодаря островному расположению региона очень эффективно перевозили грузы и пассажиров по территории страны и за ее пределами. К 19 в. был построен Лондонский метрополитен [2], носящий звание самого старого метрополитена в мире, а конные экипажи были вытеснены такси. Использование подземный транспортных магистралей существенно снизило давление на дорожные линии. Это послужило стимулом для расширения метро, на момент выпуска статьи Лондонский метрополитен имеет 11 рабочих линий и ежедневно обслуживает более 4 млн человек [3]. В начале 20 в. улицы Лондона заполнили знаменитые двухэтажные автобусы фирмы RootMaster [4], а рядом с автомобильными дорогами появились трамвайные линии (рис. 2).



Рис. 2. Автобусы марки Routemasters

Сейчас на смену Рутмастерам пришли новые Даблдеки, работающие на электричестве и дизельном топливе, а трамвайной линии были демонтированы за их неэффективностью. Управление общественным транспортом перешло в руки частных операторов, таких как London Buses и Transport for London [2], которые поделили страну на шесть тарифных зон и занимаются самостоятельным развитием транспорта.

Условия, в которых развивался транспорт Великобритании, сильно отличаются от Республики Беларусь. Однако мы все равно можем интегрировать несколько технологий свою систему Общественного транспорта. Одно из наиболее перспективных идей является привлечение частных операторов для управления общественным транспортом. Что положительно скажется как на внутренней экономике, так и на темпах развития транспорта.

В Соединенных Штатах Америки ввиду большого прогресса в развитии автоиндустрии и повсеместной доступности легкового транспорта среди населения общественный транспорт не получил весомого развития. Поэтому главными средствами перемещения по городу, кроме частного авто, является такси или метро. Однако из-за отсутствия должного контроля американские метрополитены считаются довольно грязными и небезопасными. Такси же в Америке является очень популярным бизнесом из-за доступности авто и свободного графика работы (рис. 3).



Рис. 3. Дизайн такси в Нью-Йорке

Одной из особенностей американского общественного транспорта является осведомление приезжего о списках официальных транспортных компаний [5]. Это позволяет новоприбывшему человеку не попасться в руки мошенников. По данным ин-

тернет-ресурсов, за 2019 г. было выявлено более полутора сотен нарушений среди водителей такси [6].

Говоря о Японии, следует отметить ее систему железнодорожного транспорта. В отличие от прошлых примеров, где наиболее часто способом перевозки пассажиров являлся метрополитен или частное такси, в Японии большая часть перемещения в городской черте осуществляется с помощью поездов. В условиях гористой местности прокладывать и обслуживать железнодорожные пути намного выгоднее, чем многополосные трассы. А высокие объемы финансирования общественного транспорта позволяют использовать внутри городов скоростные магистрали «Синкансэн», на которых поезда могут развиваться до 245 км в час [7] (рис. 4).



Рис. 4. Поезд компании «Синкансэн»

На наш взгляд, улучшение систем транспортировки пассажиров и грузов между городами и регионами могло бы в перспективе значительно повысить доходы от этой сферы транспорта ввиду большего пассажиропотока.

Подводя итоги, большинство из представленных решений были приняты вследствие особых условий в обсуждаемых регионах. Однако если правительственные органы обратят большее внимание в сторону транспорта, то мы бы могли адаптировать эти технологии под реалии Республики Беларусь. Исследования и анализ достижений других стран является важным средством для улучшения собственных систем. С нашей точки зрения, подобный подход может значительно повысить эффективность работы общественного транспорта на территории Республики Беларусь.

Л и т е р а т у р а

1. «Кэб» // svetozarchernov.ru. – Режим доступа: http://svetozarchernov.221b.ru/books/baker_cabs.html. – Дата доступа: 19.05.2024.
2. Транспорт Лондона // centreforpublicimpact.org. – Режим доступа: <https://www.centreforpublicimpact.org/case-study/public-transport-london>. – Дата доступа: 12.05.2024.
3. Лондонский метрополитен» // statista.com. – Режим доступа: <https://www.statista.com/topics/5199/public-transport-in-the-united-kingdom/#topicOverview>. – Дата доступа: 19.05.2024.
4. Routemaster» // thevintageredbuscompany.uk. – Режим доступа: <https://thevintageredbuscompany.co.uk/history-of-the-london-routemaster/#:~:text=‘The%20AEC%20Routemaster%20is%20a,one%20was%20delivered%20in%201968.> – Дата доступа: 22.05.2024.
5. Transportation of the United States» // britannica.com. – Режим доступа: <https://www.britannica.com/place/United-States/Transportation>. – Дата доступа: 28.05.2024.

6. Какие нарушения выявляются чаще всего в сфере такси //newsgomel.by. – Режим доступа: https://www.newsgomel.by/archive_news/society/kakie-narusheniya-vyyavlyayutsya-chash-che-vse-go-v-sfere-taksi_44985.html. – Дата доступа: 02.06.2024.
7. Trains» // japan-guide.com. – Режим доступа: <https://www.japan-guide.com/e/e2019.html>. – Дата доступа: 04.06.2024.

УДК 372881.111.1

ИГРОВОЙ МЕТОД «ИСКЕЙП-РУМ (ESCAPE ROOM)» ПРИ ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

М. Д. Гракова, К. М. Арбузова

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. В. Войтишенюк

Исследование представляет собой эксперимент, описывающий поэтапный процесс, в котором студенты принимают участие в квест-игре Escape room на занятиях по английскому языку, а затем на основе проанализированных оригинальных текстов создают авторские сценарии игр, взяв за основу метод Escape room. В статье описана история создания метода Escape room, дана краткая характеристика разным видам квест-игр и их тактико-стратегическому потенциалу. Эксперимент подразумевает разработку игровых сценариев с использованием новых цифровых возможностей и их последующее применение на практике – на занятиях по английскому языку. Работа имеет практическую значимость, так как квест-игры могут служить эффективным тренингом для снятия языкового барьера, отработки лексики и навыков общения. Кроме того, они могут служить индикатором уровня знаний студентов. Отмечается, что мотивация к общению на иностранном языке в таких играх значительно повышается.

Ключевые слова: интерактивные методы обучения, английский язык, методика преподавания английского языка, квест-технологии, IT-технологии.

GAME METHOD “ESCAPE ROOM” IN STUDYING ENGLISH LANGUAGE

M. D. Grakova, K. M. Arbuzova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor senior lecturer E. V. Vaitsishaniuk

The study is an experiment describing a step-by-step process in which students take part in the quest game “escape room” in English classes, and then, based on the analyzed original texts, create original game scenarios using the “escape room” method as a basis. The article describes the history of the creation of the “escape room” method, gives a brief description of different types of quest games and their tactical and strategic potential. The experiment involves the development of game scenarios using new digital capabilities and their subsequent application in practice – in English classes. The work has practical significance, since quest games can serve as effective training for removing the language barrier, practicing vocabulary and communication skills. In addition, they can serve as an indicator of students' knowledge level. It is noted that the motivation to communicate in a foreign language in such games increases significantly.

Keywords: interactive teaching methods, English language, methods of teaching English, quest technologies, IT technologies.

В современном образовании акцентируется внимание на интерактивных технологиях для преподавания языков. Основная задача – не только передача знаний, но и создание методов для практики языка, формирующих коммуникативные навыки и самоконтроль. Эффективная коммуникация возможна в 3D-формате, где студенты взаимодействуют с преподавателем, информацией и между собой. Поэтому интерактивные методы, такие как квест-игра Escape-room, привлекают внимание.

Данная работа описывает эксперимент, где студенты участвуют в квест-игре Escape room на занятии по английскому языку. Преподаватель знакомит их с квест-играми для развития коммуникативных навыков, объясняя цель, условия и временные рамки. Эксперимент в неязыковом вузе анализирует потенциал квест-игр для создания уникальных сценариев, применимых на занятиях. Материалом исследования являются оригинальные англоязычные тексты, взятые из англоязычных газет, сайтов, блогов, связанных темой «Новые IT-технологии», а также составленный на базе текстов глоссарий технических терминов. Задачей эксперимента является применение изученного материала в разработке игровых сценариев с применением новых цифровых возможностей, приложений, сайтов для создания интерактивных игр с их последующим применением на практике в аудитории. Практическая значимость работы заключается в том, что, с одной стороны, такая игра (как и любая другая коммуникативно-направленная игра) может являться хорошим тренингом для снятия языкового барьера, может быть полезной для отработки лексики, навыков построения вопросов, спонтанных/неподготовленных ответов, а также способствовать развитию навыков делового общения и общения в команде. С другой стороны, игра является индикатором уровня усвоенных студентом знаний, особенно, если игра составлялась самим обучающимся. Следует отметить, что мотивация общаться на иностранном языке в определенного рода играх в разы выше, так как все участники объединены одной целью – выиграть, а без коммуникативных навыков в строго отведенных временных рамках игры такая цель труднодостижима [2].

История метода Escape-room началась с энтузиастов, перенесших браузерный квест в реальность. Эти игровые комнаты с разной тематикой быстро распространились и сегодня есть в большинстве крупных городов. Студенты по всему миру создают такие комнаты в рамках университетских программ для развития командной работы, логического мышления и коммуникативных навыков. В университетах США, Канады, Великобритании и других стран они служат инструментом обучения и развлечения, создавая командную динамику. «Escape-комнаты» также популярны в Австралии, Новой Зеландии, Южной Корее и Бразилии [3–5].

В качестве примера можно привести Оксфордский университет. В рамках информационно-просветительской программы, призванной повысить интерес и доверие к науке, отделение нейробиологии Оксфордского университета совместно с компанией LCI Productions создало квест-комнату, где посетителям предлагается сразиться с искусственным интеллектом. По сценарию в комнате их встречает «злой мозг», который угрожает захватить контроль над лабораторией. Чтобы предотвратить это, посетителям необходимо перехитрить его, выполнив ряд физических и умственных задач [5].

Рассмотрим разные варианты квест-игр. *Искейп-рум (Escape room)* – это интерактивная игра, в которой группа людей заключена в определенной комнате и должна использовать свои коммуникативные, логические и проблемно-ориентированные навыки, чтобы решить серию головоломок, найти скрытые подсказки и собрать все необходимые элементы для успешного побега из комнаты в ограниченное время. В основеiskeйп-рума лежит сюжетная линия, которая определяет цель игры. Также

игра имеет и дополнительные цели – погрузить участников в особенную атмосферу, преподнести сюжет, подарить незабываемые впечатления. В последнее время квест становится все более популярным жанром активного развлечения для друзей и семьи.

Квест в реальности – «живой» квест в рамках данного жанра не обязательно предполагает цель выбраться из комнаты, так как она может быть не заперта. Есть определенный сценарий (например, победить Темного Властелина всеобщими магическими усилиями или найти тайную комнату), который нужно проиграть с помощью поэтапного выполнения заданий. Самое главное – это попытаться повторить необходимый сценарий.

Спортивный квест или экип-игра – вид квеста придется по душе любителям напрячься не только интеллектуально, но и физически. В зависимости от сюжетной линии нужно выполнять ряд заданий, в числе которых и те, что заставят серьезно задействовать мышцы. Возможно, придется пролезть по тесному тоннелю, убежать от охраны, взобраться по канату. Обычно комнаты, предназначенные для прохождения подобных квестов, требуют определенных декораций. Есть возможность почувствовать себя голливудским героем и прожить роль, возможно, злодея, а, возможно, преследователя преступника [4].

Предлагаем рассмотреть примеры разработанных сценариев Escape rooms, предложенных студентами Гомельского государственного технического университета имени П. О. Сухого (факультет информационных технологий).

Пример 1

Таблица 1

Сценарий кейс-рума сфокусирован на теме информационных технологий (ИТ) и создан для студентов в возрасте от 18 до 25 лет, которые интересуются компьютерами и программированием. Тема «Спасение кибермира» Цель – игроки должны предотвратить катастрофу в виртуальном мире, возникшую из-за хакерской атаки на центральную компьютерную систему. Целью игроков будет восстановление системы и остановка хакеров. Персонажи: • Главный герой: игроки принимают на себя роль опытного кибер-специалиста, который получает вызов о крупной хакерской атаке. • Команда хакеров: зловерные хакеры, которые пытаются уничтожить виртуальный мир и все его данные. • Виртуальные помощники: виртуальные персонажи, которые предоставляют игрокам подсказки и руководство по восстановлению системы. Аудитория: игра предназначена для студентов, изучающих английский язык и интересующихся ИТ. Она может быть проведена как в рамках учебного процесса в университете, так и в формате развлекательного мероприятия для студенческих клубов или групп интересов. Результат: помочь студентам развить командные навыки, проблемное решение и логическое мышление в контексте ИТ. Они также получают представление о кибербезопасности и важности защиты информации в современном мире

Пример 2

Таблица 2

Сценарий кейс-стадии сфокусирован на теме информационных технологий (ИТ) и создан для студентов в возрасте от 18 до 25 лет, которые интересуются компьютерами и программированием. Тема «Поиск утерянного кода» Цель – игроки должны найти утерянный код и восстановить его. Персонажи: • Программист. • Программист получает загадочное сообщение с намеками на утерянный код; • Системный администратор. Системный администратор помогает раскрывать подсказки и разгадывать головоломки; • Хакер. Хакер пытается помешать им и украсть код. Каждый персонаж имеет свои уникальные знания и навыки. Аудитория: игра рассчитана на студентов ИТ-специальностей. Возраст аудитории – от 18 лет. Результат: команда успешно находит код и восстанавливает его, справляясь с препятствиями. Такой сценарий поможет студентам не только улучшить свой английский, но и развить навыки программирования
--

Данные сценарии оформляются в формате презентаций, могут иметь дополнения и развитие. В данных играх используются вопросительные высказывания с выбором ответов, кроссворды, головоломки, задачи для описания картинок, ребусы на английском языке. Студенты могут использовать вспомогательные инструменты, которые размещены, например, на следующих сайтах:

- 1) <https://padlet.com/> – для создания презентаций и картинок, карточек и схем к ним;
- 2) <https://wordwall.net/> – сайт для создания упражнений и заданий на разные виды речевой деятельности;
- 3) <https://puzzlemaker.discoveryeducation.com/> – ресурс для создания кроссвордов;
- 4) сайты с красивыми сюжетными картинками (FreePic, PinTerest, Pexels, Pixabay др.), которые можно использовать в качестве фона или иллюстраций к сценариям;
- 5) сервисы с электронными кубиком/игральными костями (например, <https://gsgen.ru/tools/random-kubik/>).

Данные ресурсы в качестве инструментов могут сочетаться друг с другом и взаимодополнять друг друга [7]. Интересно, что проходя такую игру в реальности на занятии по английскому языку, студенты сразу видят, где можно было бы улучшить то или иное задание, усложнить или наоборот упростить ход игры, что говорит о рефлексии. Данные разработки могут использоваться в качестве организации самостоятельной работы студентов, а также в качестве инструмента преподавателя для организации занятий (командных соревнований) по иностранным языкам в группах, которым сценарии игр не известны. На наш взгляд, мотивация изучать иностранные языки с использованием подобных игр значительно повышается, что значительно способствует усвоению навыков коммуникации на занятиях по иностранному языку у студентов неязыковых специальностей.

Литература

1. Интерактивное взаимодействие в обучении учащихся : програм.-метод. комплекс для слушателей целевых курсов повышения квалификации / А. И. Андарало [и др.] ; под общ. ред. В. В. Граковой, Т. А. Шингирей. – Минск : БГПУ, 2009. – 77 с.
2. Генике, Е. А. Активные методы обучения: новый подход / Е. А. Генике. – М. : Сентябрь, 2013. – 176 с.
3. Гилярова, М. Г. Повышение мотивации обучения через использование интерактивных элементов электронно-образовательных ресурсов / М. Г. Гилярова // Информатика и образование. – 2015. – № 10. – С. 26–27.
4. Еремина, С. А. Квест-технология в процессе обучения русскому языку как иностранному / С. А. Еремина, Е. В. Дзюба // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. – 2021. – № 19. – С. 175–185.
5. Журнал AvClub: технические инновации в мире / АВ Клуб – крупнейшее сообщество профессионалов AV-технологий в России и СНГ. – Режим доступа: <https://www.avclub.pro/video/oxsfordsky-universitet-sozdal-kvest-komnatu-dlya-srazheny-s-ii/>. – Дата доступа: 15.04.2024.
6. Tomsk.ru. Узнавай!: Городской портал Томск.ру., сведения о Томске, новостные рубрики / учредитель ООО «Дайджест ТВ» ; глав. ред. О. Р. Томчак. – Томск. – Режим доступа: <https://www.tomsk.ru/news/view/126112-chto-takoye-escape-room-i-otkuda-vzyata-eta-ideya>. – Дата доступа: 15.04.2024.
7. Twinkl: ресурс для преподавателей для создания игр. – Режим доступа: <https://www.twinkl.co.uk/resource/whodunnit-detective-mystery-game-t-prt-1694515318>. – Дата доступа: 15.04.2024.

УДК 316.34(476)

**ТВОРЧЕСТВО ДЖАНЕТ ЭЧЕЛЬМАН И МАРЬЯНЫ
КАРПОВИЧ В СРАВНИТЕЛЬНОМ АСПЕКТЕ****К. В. Климкова***Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. В. Войтишенюк

*Искусство – это удивительная область человеческой деятельности, которая выражает чувства, идеи и взгляды через различные формы и творческие выражения. Оно имеет огромное значение для нашей культуры, общества и личного развития.***Ключевые слова:** искусство, художник, стиль, скульптура, работа.**THE WORK OF JANET ETCHELMAN AND MARIANA
KARPOVICH IN A COMPARATIVE ASPECT****K. V. Klimkova***Sukhoi State Technical University of Gomel Republic of Belarus*

Scientific supervisor E. V. Voitishenyuk

*Art is an amazing field of human activity that expresses feelings, ideas and views through various forms and creative expressions. It is of great importance for our culture, society and personal development.***Keywords:** art, artist, style, sculpture, work.

Не секрет, что творчество людей из сферы искусства является одним из ведущих показателей, отражающих менталитет страны. Целью статьи является сравнение

творчества двух знаменитых художниц из Беларуси и Америки. Актуальность темы заключается в том, что искусство играет огромную роль в нашей жизни, отражая культурные ценности, историю, идеи и чувства людей. Оно служит средством самовыражения, способом общения и обсуждения сложных вопросов. Объектом исследования являются результаты творческих идей, отраженных в целых проектах Джанет Эчельман и Марьяны Карпович.

Искусство может быть выражено через разнообразные формы и жанры: живопись, скульптура, литература, музыка, танец, театр, кино, фотография, архитектура и многое другое. Каждая из этих форм имеет свои уникальные методы выражения и способы воздействия на зрителя. Один из главных аспектов искусства – это способность вызывать эмоции, вдохновлять, провоцировать мысли и помогать нам увидеть мир с новой перспективы. Искусство позволяет нам укреплять культурное наследие, изучать историю, общаться с другими культурами и создавать связи между людьми. Через искусство художники и творцы трансформируют свои идеи в материальные формы, делая их доступными для понимания и анализа. В процессе восприятия и анализа произведений искусства мы можем обогащаться духовно, развивать свои культурные вкусы и открывать новые горизонты. Искусство является неотъемлемой частью человеческой жизни и играет важную роль в формировании нашего мировоззрения и самовыражения. Оно способно вдохновлять, целить и объединять нас, создавая пространство для самовыражения и творчества.

Художник – это тот, кто творит искусство через различные виды выразительного искусства, такие как живопись, скульптура, графика, и другие формы. Художники используют свою творческую способность, чтобы передать свои мысли, эмоции и идеи через произведения. Художник может работать в разных стилях и направлениях. Некоторые стремятся к реализму, пытаясь максимально точно изображать окружающий мир, в то время как другие предпочитают абстракцию и символизм, фокусируясь на уникальном восприятии реальности. Творческий процесс художника очень индивидуален и зависит от его вдохновения, внутреннего мира и художественного видения. Художники могут использовать различные техники и материалы для создания своих работ, что придает каждому произведению уникальность и индивидуальность. Будучи художником, человек может выражать свою индивидуальность, видение мира и коммуницировать с аудиторией через искусство. Искусство художника может внести вклад в культуру и наше понимание мира, а также порождать новые идеи и перспективы.

У каждого художника есть свой собственный стиль работы, который отражает его индивидуальность, вкусы, вдохновение и технические навыки. Некоторые художники выбирают классические стили, такие как реализм или импрессионизм, и предпочитают работать в определенных тематиках или с использованием определенных техник. Другие предпочитают экспериментировать с различными стилями, сочетая элементы разных направлений и подходов к искусству. Художники могут иметь различные стили работы, которые отражаются в их произведениях и способе выражения художественного видения.

Марьяна Карпович – это действительно талантливая белорусская художница. Она известна своим уникальным стилем и яркими работами. Художница реализует свои замыслы в таких видах искусства, как текстиль, живопись и графика. Марьяну интересуют темы внутреннего ландшафта, эволюции и мифологии. Автор конструирует образы в алгоритме генезиса в природе, когда вокруг точки отсчета жизни возникает целая вселенная. В ее работах форма вырастает из формы, линии распадаются на точки и собираются в новые структуры, подобно орнаментальным сеткам.

Художница изображает мир своих представлений о реальности, где сущностное больше видимого. В ее творчестве часто можно наблюдать вдохновение народной белорусской культурой, мотивами природы и фольклора. Картины Марьяны обычно пропитаны теплыми оттенками, а мотивы часто наполнены символикой и глубоким смыслом. Карпович работает в различных жанрах, включая пейзажи, портреты, натюрморты и абстрактные композиции.

«Папараць-Кветка» (рис. 1) – объект декоративно-прикладного искусства в стиле концептуализм изготовлен из органзы, синтепона, оптоволокну, смешанных нитей и бисера.

«Источник» (рис. 2) – объемно-пространственный объект, предполагающий прямое взаимодействие, – вхождение в пределы формы и тактильный контакт. Выполнен в смешанной авторской технике с использованием нитей, текстиля и пластика.



Рис. 1. Папараць-Кветка



Рис. 2. Источник

Джанет Эчелман – американская скульптор, специализирующаяся на паблик-арте и искусстве инсталляции. Работы художницы расположены на открытых территориях в разных уголках Европы и Северной Америки, для своих творений использует сверхлегкий материал и инновационные технологии в области проектирования программного обеспечения, создающая экспериментальные скульптуры масштаба зданий, которые трансформируются под действием ветра и света. Искусство превращается из объекта, на который вы смотрите, в нечто, в чем можно потеряться.

Сегодня Джанет разрабатывает строительство скульптур из экологических чистых материалов в различных уголках планеты. По ее словам, видит народное искусство как командный вид спорта, а также сотрудничает с рядом профессионалов, включая инженеров-механиков, архитекторов, ландшафтных дизайнеров, специалистов по освещению и авиационной инженерии. Ею создана одноименная студия, которая специализируется на постройках сложных сооружений в стиле паблик-арта. Продолжительное время Джанет использовала сеть из нитей, но сейчас для работ предпочитает волокна, именуемые Spectra Fiber. Очень легкий и буквально невесомый материал, но при этом в 10 раз прочнее стали. Особая подсветка делает каждую работу уникальной, а вариативность форм и объемов просто бесконечна. Работы Джанет находятся во всех уголках света, например, даже в Санкт-Петербурге (рис. 3).

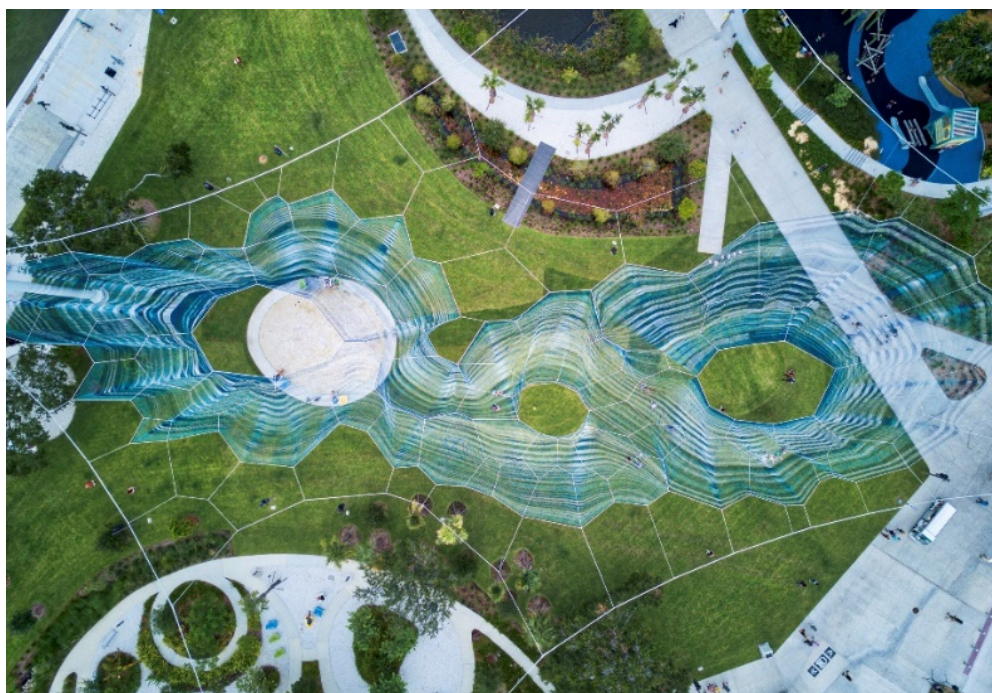


Рис. 3. Bending Arc

Обе художницы – Марьяна Карпович и Джанет Эчельман – представляют собой талантливых и инновационных представителей искусства. Однако если Марьяна сконцентрирована на темах внутреннего ландшафта, эволюции и мифологии, то Джанет создает экспериментальные скульптуры масштаба зданий, которые трансформируются под воздействием ветра и света. Марьяна работает в различных жанрах, включая текстиль, живопись и графику, в то время как Джанет предпочитает работать с волокнами и специальным материалом Spectra Fiber. Обе художницы

вдохновляются своими идеями и создают работы, вызывающие эмоции и заставляющие задуматься о мире и искусстве в целом.

Таким образом, каждый художник развивает свой уникальный стиль, в котором он комбинирует различные элементы, такие как линии, цвета, формы и техники. Некоторые художники могут работать в абстрактном стиле, играя с формами, цветами и текстурами, в то время как другие предпочитают реалистичный подход к изображению мира. Есть и те, кто отдает предпочтение сюрреализму, стремясь выразить свои мысли и чувства через сюрреалистические образы и символику. Каждый стиль работы в искусстве имеет свои особенности и требует определенных навыков и творческого подхода. Художники часто развивают свой собственный стиль на протяжении многих лет, и их работы становятся узнаваемыми и уникальными. Важно не только чему художник учится, но и как он применяет это в своих работах, оставаясь верным своей индивидуальности и творческому видению.

Л и т е р а т у р а

1. Удивительные городские инсталляции Джанет Эчельман. – Режим доступа: <https://insighthub.ru/ru/art/udivitelnye-gorodskie-installyatsii-ot-zhanet-echelman-janet-echelman>].
2. Работы Джанет Эчельман. – Режим доступа: <https://www.echelman.com/#/st-petersburg-fl/>.
3. Марьяна Карпович. – Режим доступа: <https://artcenter.by/user/1678841355650819>.
4. Артур Данто: Что такое искусство?, 2018. – 168 с.

УДК 811.111 004.89

СТРАТЕГИИ ЗАПРОСА ИНФОРМАЦИИ И ИНФОРМИРОВАНИЯ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЧАТА GPT В СРАВНИТЕЛЬНОМ АСПЕКТЕ

Д. Д. Гаврилов, Е. В. Войтишенюк

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. В. Войтишенюк

С появлением новых технологий исследователи все чаще обращаются к искусственному интеллекту для анализа языковых процессов. Одной из самых популярных моделей искусственного интеллекта, способных генерировать тексты, является чат-бот GPT (Generative Pre-trained Transformer). В данной статье рассмотрены языковые средства репрезентации стратегий запроса информации и информирования при использовании GPT в сравнительно-сопоставительном аспекте.

Ключевые слова: искусственный интеллект, чат-бот, чат-GPT, языковые средства, сравнительно-сопоставительный аспект.

STRATEGIES FOR REQUESTING INFORMATION AND INFORMING WHEN USING GPT CHAT IN COMPARATIVE PERSPECTIVE

D. D. Gavrilo, E. V. Vaitsishaniuk

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Scientific supervisor E. V. Voitishenyuk

With the advent of new technologies, researchers are increasingly turning to artificial intelligence to analyze language processes. One of the most popular artificial intelligence models

capable of generating texts is the GPT (Generative Pre-trained Transformer) chatbot. In this article we will consider the linguistic means of representing strategies for requesting information and informing when using GPT in a comparative aspect.

Keywords: artificial intelligence, chat bot, chat GPT, language tools, comparative aspect.

На основе изученной статьи «Штучны інтэлект – не кібарг, а набор тэхналогій, здольных змяніць наша жыццё» [1] был сформулирован следующий вопрос: «Каких специалистов в сфере медицины сможет заменить искусственный интеллект?», который мы прописали в чат-бот на русском, белорусском и английском языках. Рассмотрим нижеприведенные примеры.

Таблица 1

Пример вопроса и ответа на русском, английском и белорусском языках, полученного в чате GPT

Каких специалистов в сфере медицины сможет заменить искусственный интеллект? Copilot Искусственный интеллект (ИИ) открывает большие перспективы для улучшения оказания услуг в области медицины и здравоохранения во всем мире. Однако, согласно мнению экспертов, ИИ не сможет полностью заменить врачей. Вместо этого он может стать мощным инструментом, который поможет врачам в их работе. Вот некоторые из областей, где ИИ может быть полезен. Диагностика заболеваний: ИИ может использоваться для повышения скорости и точности диагностики заболеваний. Помощь в лечебной работе: ИИ может помочь врачам в их лечебной работе, предоставляя им информацию, которая может помочь в принятии решений. Научные исследования: ИИ может использоваться для проведения научных исследований в области здравоохранения и усовершенствования процесса разработки лекарств. Общественное здравоохранение: ИИ может поддерживать различные мероприятия в области общественного здравоохранения, такие как эпиднадзор за болезнями, реагирование на вспышки болезней и управление системами здравоохранения. Таким образом, ИИ может стать ценным инструментом для врачей, но не заменит их полностью. Врачи, которые используют ИИ в своей работе, могут быть более эффективными, чем те, кто его не использует

В ответах на вопрос о влиянии ИИ на медицинскую сферу мы видим общее использование специализированной терминологии, такой как «Искусственный интеллект», «Радиология» и «Диагностика заболеваний». Это подчеркивает стремление к объективности и фактической точности в предоставлении информации. Ответы структурированы таким образом, что вначале дается общее представление о теме, а затем приводятся конкретные примеры применения ИИ в медицине.

Таблица 2

Пример вопроса и ответа на белорусском языке, полученного в чате GPT

Якіх спецыялістаў у сферы медыцыны можа замяніць штучны інтэлект? Copilot Штучны інтэлект (AI) можа значна змяніць ролю некаторых спецыялістаў у сферы медыцыны. Аднак, гэта не азначае, што AI замяніць іх цалкам. Вось некаторыя прыклады: 1. Радыелагі: Некаторыя даследаванні паказваюць, што AI можа выяўляць рак на ранніх
--

стадях з больш вялікай дакладнасцю, чым радыелагі. Гэта азначае, што АІ можа змяніць ролю радыелагаў у будучыні.

2. Паталогі: АІ таксама можа выяўляць хваробы, выкарыстоўваючы вобразы тканін, больш дакладна, чым паталогі.

3. Медыцынскія сакрэтары: АІ можа аўтаматызаваць некаторыя задачы дакументацыі, якія зараз выконваюцца медыцынскімі сакрэтарамі.

Аднак, важна памятаць, што мэта АІ – не замяняць вачоў ці іншых медыцынскіх спецыялістаў, а дапамагчы ім прыняць лепшыя рашэнні. АІ можа дапамагчы врачам засяродзіцца на больш «людзкіх» аспектах абслугоўвання пацыентаў, такіх як эмпатыя. АІ таксама можа падтрымліваць вачоў, прадастаўляючы ім больш дакладную інфармацыю для дыягнозу і лячэння

Важно отметить, что ответы на разных языках также различаются по языковому стилю и уровню детализации между собой. Иногда английский ответ содержит больше конкретных примеров, таких как упоминание Primary Care и Dermatology, в то время как ответы на русском и белорусском языках более обобщены и формальны.

Таблица 3

Пример вопроса и ответа на английском языке, полученного в чате GPT

Which medical specialists can be replaced by artificial intelligence?

Copilot

Artificial Intelligence (AI) has the potential to significantly impact several medical specialties, but it's important to note that the goal of AI is not to replace doctors but to assist them and enhance their capabilities. Here are some specialties where AI could have a significant impact:

1. **Radiology:** AI can help in analyzing medical images, and some studies have shown that AI can outperform doctors in certain types of cancer screenings. However, the role of radiologists is expected to evolve rather than be replaced.

2. **Pathology:** Similar to radiology, pathology relies heavily on image analysis. AI can assist pathologists in diagnosing diseases by analyzing tissue samples.

3. **Dermatology:** AI-driven tools can help dermatologists diagnose skin conditions and moles.

4. **Primary Care:** AI can assist in diagnosing common illnesses and providing treatment recommendations.

5. **Anesthesiology:** AI can help in monitoring patients' vital signs and adjusting anesthesia levels.

6. **Pharmacy:** AI can assist in managing medication, identifying potential drug interactions, and personalizing treatment plans.

7. **Administrative Tasks:** AI can automate various administrative tasks, freeing up healthcare professionals to focus more on patient care.

8. **Mental Health:** AI can provide therapeutic support and help monitor patients' mental health.

However, it's important to remember that while AI can assist in these areas, it doesn't replace the need for human interaction, empathy, and the personal touch that healthcare professionals provide. The doctor-patient relationship is likely to change dramatically, but AI is expected to complement, rather than substitute, doctors

Иногда ответы могут быть очень сходны, например, фраза «ИИ может помогать врачам в диагностике» на русском языке утверждает вспомогательную роль ИИ, в англоязычном ответе мы видим сходную фразу “AI can assist in diagnosing common ailments”, которая передает ту же мысль и указывает на поддерживающую роль ИИ (модальный глагол *can* в сочетании с глаголом *assist*). В белорусскоязычном ответе используется выражение “ІІ можа дапамагаць у дыягностыцы распаўсюджаных захворванняў”, что сходно с русским и английским вариантами. В трех версиях ис-

пользуется глагол с модальным значением «может», “can”, «можа» і глагол «помогать», “assist”, «дапамагаць».

Исходя из полученных результатов, можно сделать следующие выводы. Во-первых, использование различных языковых средств позволяет улучшить эффективность коммуникации в чате GPT. Во-вторых, сравнительный анализ различных языковых средств позволяет выделить наиболее эффективные стратегии запроса информации и информирования

Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на более глубокий анализ того, как конкретные языковые средства влияют на коммуникацию в чате GPT. Например, интересными, на наш взгляд, являются исследования степени частотности использования вежливых фраз-клише для запроса информации в чат-боте и какова степень удовлетворенности пользователей. Также интересными могут быть исследования, направленные на определение того, какие языковые средства используются наиболее эффективно для достижения успешной коммуникации между чат-ботом и человеком в разных культурах и языках.

Літэратура

1. «Штучны інтэлект – не кібарг, а набор тэхналогій, здольных змяніць наша жыццё» // Zviazda.by. 2022. – Режим доступа: <https://zviazda.by/be/news/20221028/1666970143-shtuc-hny-intelekt-ne-kibarg-nabor-tehnalogiy-zdolnyh-palepshyc-nasha>. – Дата доступа: 14.04.2024.

УДК 81'373.46:621.3

НЕКАТОРЫЯ АДМЕТНАСЦІ НАВУКОВА-ТЭХНІЧНЫХ ТЭКСТАЎ ПА ЭЛЕКТРАТЭХНІЦЫ

Я. А. Баравікова

*Учреждение образования «Гомельскі дзяржаўны тэхнічны ўніверсітэт
імя П. В. Сухого», Рэспубліка Беларусь*

Навуковы кіраўнік М. У. Буракова

У артыкуле разглядаюцца некаторыя адметнасці навукова-вучэбных тэкстаў па электратэхніцы. Апісаны кантэкстныя спосабы прымянення навуковых і тэхнічных тэрмінаў і вызначаны семантычныя адносіны паміж імі. Вывучэнне спецыяльнай тэрміналогіі і літаратуры ажыццяўляецца па актуальных тэхнічных напрамкі.

Ключавыя словы: тэрмін, электратэхніка, тэрміналогія, навукова-навучальныя тэксты, дэфініцыя.

SOME CHARACTERISTICS OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL TEXTS ON ELECTRICAL ENGINEERING

Y. A. Baravikova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor M. V. Burakova

The article discusses the features of scientific and educational texts on electrical engineering. The study of special terminology and literature on relevant technical areas is carried out; the contextual ways of using scientific and technical terms are described and the semantic relations between them are determined.

Keywords: term, electrical engineering, terminology, scientific and educational texts, definition.

Сення актыўна развіваецца дыстанцыйнае навучанне і патрабуецца ад спецыяліста пастаяннае павышэнне кваліфікацыі, вялікае значэнне і запатрабаванасць набывае вывучэнне тэхнічных навукова-вучэбных тэкстаў як спосабу і распаўсюджвання інфармацыі ў сучасным свеце. Моўная апрацоўка інфармацыі, неабходная для перадачы ведаў, і вывучэнне праблемы камунікацыі з'яўляюцца актуальнымі ў сучасным тэрміназнаўстве.

Атрыманне прафесійных ведаў немагчыма без разгляду спецыяльнага навукова-вучэбнага тэкставага матэрыялу, які адлюстроўвае шматаспектнасць прафесійнай камунікацыі і падкрэслівае лексічную спецыфіку сферы электратэхнікі.

Мэтай дадзенага артыкула з'яўляецца разгляд лексіка-семантычных адметнасцей навукова-вучэбных рускамоўных тэкстаў па электратэхніцы, абраных для дэманстрацыі кантэкстнага функцыянавання тэрміналагічных адзінак адпаведных галін тэхнікі руска-беларускага гласарыя, якія прадстаўлены ўласнымі тэрмінамі і спецыялізаванымі словамі.

Аналіз 120 навукова-вучэбных тэкстаў па электратэхніцы паказаў, што прафесійна арыентаваны тэкст напоўнены неаднароднымі па сваёй семантыцы моўнымі адзінкамі. Семантычнае ядро дадзенай галіны складаюць тэрміны, прафесіяналізмы, наменклатура і агульнанавуковая лексіка.

Адбор тэкстаў ажыццяўляўся па тэкставай класіфікацыі В. М. Лейчыка, А. С. Герда і С. В. Грынева, у якой спецыяльныя тэксты, якія змяшчаюць тэрміны, могуць быць: 1) тэрмінавыкарыстальнымі – гэта тэксты, якія выкарыстоўваюць зафіксаваныя тэрміны ў слоўніках і стандартах і не патрабуюць дадатковых тлумачэнняў, г.зн. тэрміны такіх тэкстаў толькі называюць паняцце; 2) тэрмінафіксуючыя – гэта тэксты, якія ўключаюць адначасова тэрміны яшчэ незамацаваныя, але ўжо маюць пэўны статус, і тэрміны ўжо замацаваныя ў слоўніках; 3) тэрмінаўтваральныя – гэта тэксты, якія змяшчаюць новыя тэрміны (аўтарскія), якія могуць дыктаваць умовы іх выкарыстання ў пэўнай сітуацыі [2, 3, 5].

Спецыфікай такіх тэкстаў з'яўляецца тое, што яны змяшчаюць навуковыя веды, якія ў сваю чаргу выяўляюцца праз спецыяльныя тэрміны. Вядома, што мэтай любога падручніка з'яўляецца прадстаўленне навуковых ведаў па вызначаным пытанні ў даступнай форме, якая была б зразумелая карыстальніку. Паколькі асноўная задача вучэбнага тэксту – навучанне карыстальніка тэрміналагічнаму апарату. Неабходна звярнуць увагу на выкарыстанне тэрмінаў.

Так, цэнтральнае месца ў навукова-вучэбных тэкстах электратэхнікі займаюць тэрміны. Агульнанавуковая лексіка, добра вядомая і не толькі спецыялістам, не патрабуе спецыяльных тлумачэнняў у адрозненне ад тэрмінаў, якія патрабуюць расшыфравкі [6, с. 17].

Валоданне тэрміналогіяй забяспечвае магчымасць успрымання і разумення інфармацыі навукова-вучэбнага тэксту. Атрыманне інфармацыі з навукова-вучэбнай літаратуры патрабуе ведання такіх структурных кампанентаў тэксту, як дэфініцыйны мікратэкст, паколькі толькі з дапамогай дэфініцый навучэнец авалодвае асноўнымі паняццямі навукі і прафесійнай камунікацыі.

Для добрага разумення тэрміна выкарыстоўваецца некалькі спосабаў увядзення яго ў дэфініцыйны мікратэкст: прамы, апісальны і ўскосны. Праілюструем гэта прыкладамі:

1. Электрической цепью называют совокупность соединенных друг с другом источников электрической энергии и нагрузок, по которым может протекать электрический ток [1, с. 28] // Электрычным ланцугом называюць сукупнасць злучаных адна з другой крыніц электрычнай энергіі і нагрузак, па якіх можа працякаць электрычны ток.

Увага сканцэнтравана непасрэдна на тэрміне, які далей будзе часта паўтарацца. Калі тэрмін уводзіцца ў канцы дэфініцыі, то ўвага сканцэнтравана на спецыяльным вызначэнні, так як перш даць яму найменне, аўтар дэтэрмінуе яго. Аналіз тэкстаў падручнікаў па электратэхніцы паказаў, што найбольш распаўсюджанымі з'яўляюцца прамыя дэфініцыі.

2. Управляемый источник напряжения (тока) представляет собой невзаимный четырехполюсник (трехполюсник), выходное напряжение (ток) которого пропорционально входному напряжению (току) этого четырехполюсника, а сам он обладает свойством источника напряжения (ЭДС). Управляемый источник обозначают часто в виде ромба, в котором указана стрелка (если это источник напряжения), либо двойная стрелка (если это источник тока) [1, с. 153] // Кіруемая крыніца напругі (току) уяўляе сабою неўзаемны чатырохполюснік (трохполюснік), выходная напруга (ток) якога прапарцыяна ўваходнай напрузе (току) гэтага чатырохполюсніка, а сам ен валодае ўласцівасцю крыніцы напругі (ЭРС) Кіруемая крыніца пазначаюць часта ў выглядзе ромба, у якім паказана стрэлка (калі гэта крыніца напругі), або падвойная стрэлка (калі гэта крыніца току).

Апісальная дэфініцыя уяўляе сабой групу з некалькіх прапаноў, звязаных паміж сабой па сэнсе. Гэтая група, як і прамая дэфініцыя, шматлікая для падручнікаў па электратэхніцы.

3. При холостом ходе генератора с последовательным возбуждением ЭДС в обмотке его якоря будет индуцироваться только потоком остаточного намагничивания [4, с. 317] // Пры халастым ходзе генератара з паслядоўнай узрушанасцю ЭРС у абмотцы яго якара будзе індукавацца толькі струменем рэшткавага намагнічвання.

У тэкстах электратэхнікі ўскосныя дэфініцыі малаколькасныя. Гэта звязана з тым, што зыходзячы з мэты вучэбнага тэксту, накіраванай на адэкватнае разуменне навуковага тэрміна, аўтары аддаюць перавагу прамым дэфініцыям.

Характэрнымі лексічнымі асаблівасцямі навукова-вучэбных тэкстаў па электратэхніцы з'яўляецца насычанасць кантэксту тэрмінамі і тэрміналагічнымі словазлучэннямі, а таксама наяўнасць лексічных канструкцый і скарачэнняў. У такой літаратуры адметнае месца займаюць тэксты, якія арыентуюцца на прадстаўнікоў прафесійнай групы.

Пад тэрмінамі мы разумеем словы ці словазлучэнні, якія сапраўды перадаюць назву вызначанаму паняццю і суадносяцца з канкрэтнай галіной навукі і тэхнікі (у нашым выпадку – з электратэхнікай). У якасці тэрмінаў выступаюць як агульнатэхнічныя (рухавік, хуткасць, магутнасць, ланцуг, выпраменьванне, ціск), так і вузкасפעцыяльныя (дуальны ланцуг, белы шум, накіраваныя графы), апошнія з якіх рэдка выкарыстоўваюцца па-за навукова-тэхнічнымі матэрыяламі. У спецыяльнай літаратуры тэрміны нясуць асноўную сэнсавую нагрузку і займаюць галоўнае месца сярод іншых слоў.

Неад'емнай часткай навукова-тэхнічных тэкстаў з'яўляецца спецыяльная агульнатэхнічная лексіка, пад якой разумеюць словы і словазлучэнні, якія не валодаюць уласцівасцямі тэрмінаў ідэнтыфікаваць паняцці і аб'екты пэўных галін, але выкарыстоўваюцца выключна ў дадзеных галінах тэхнікі.

Так, аналіз лексіка-семантычных асаблівасцей навукова-вучэбнай літаратуры, упарадкаванне сучаснай актыўнаўжывальнай тэрміналогіі электратэхнікі патрабуе сістэмнага даследавання іх структуры і семантыкі, а гэта дазволіць скласці руска-беларускігласарый тэрмінаў электратэхнікі, што і з'яўляецца мэтай вывучэння рускіх спецыяльных тэкстаў дадзенай галіны навукі.

Літаратура

1. Бессонов, Л. А. Теоретические основы электротехники. Электрические цепи / Л. А. Бессонов. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Высш. шк., 1996. – 638 с.
2. Герд, А. С. Специальный текст как предмет прикладного языкознания / А. С. Герд // Прикладное языкознание. – СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1996. – С. 68–90.
3. Гринев, С. В. Введение в лингвистику текста : учеб. пособие / С. В. Гринев. – М. : МПУ, 1999. – 60 с.
4. Касаткин, С. И. Электротехника / С. И. Касаткин, М. В. Немцов – М. : Энергоатомиздат, 1983. – 440 с.
5. Лейчик, В. М. Особенности функционирования терминов в тексте / В. М. Лейчик // Филолог. науки. 1990. – № 3. – С. 80–87.
6. Прохорова, Р. Ф. Перевод английской научно-технической литературы / Р. Ф. Прохорова. – М. : Высш. шк., 1998. – 175 с.

СЕКЦИЯ IV
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА.
МЕЖДУНАРОДНЫЙ И ПРОМЫШЛЕННЫЙ
ТУРИЗМ КАК ФАКТОРЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

УДК 339.7

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ
БЕЛОРУССКИХ ТОВАРОВ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ

Е. М. Банчук, А. А. Романчук, П. С. Миненко

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель А. С. Сверлов

Сегодня новые технологии находят применение во многих сферах, начиная от процесса производства и заканчивая реализацией товара и его продвижением. В данном исследовании обратимся к новым технологиям как к важному маркетинговому инструменту, ведь белорусские компании обладают большим потенциалом для внедрения новых технологий для продвижения как уже существующих, так и новых товаров на зарубежных рынках.

Ключевые слова: маркетинг, новые технологии, продвижение, зарубежные рынки, белорусские компании.

NEW TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF INCREASING
THE EFFECTIVENESS OF THE STRATEGY FOR PROMOTION
OF BELARUSIAN GOODS IN FOREIGN MARKETS

E. M. Banchuk, A. A. Romanchuk, P. S. Minenko

Belarusian State Economic University, Minsk

Science supervisor A. S. Sverlov

Today, new technologies are used in many areas, from the production process to the sale of goods and their promotion. In this study, we turn to new technologies as an important marketing tool, because Belarusian companies have great potential for introducing new technologies to promote both existing and new products in foreign markets.

Keywords: marketing, new technologies, promotion, foreign markets, belarusian companies.

На сегодняшний день существует очень много рекламных кампаний, что является препятствием для возможности компаниям выделиться среди конкурентов. Согласно Forbes, современный человек видит в среднем 10000 рекламных объявлений каждый день. К тому же среднестатистический человек не сможет запомнить больше 10 рекламных сообщений в день. Поэтому в современных реалиях фирмам стоит об-

ратить внимание на внедрение новых технологий, чтобы привлечь внимание потребителей и выделиться среди конкурентов.

Целью исследования является рассмотрение и анализ применения новых технологий белорусскими компаниями для продвижения на зарубежных рынках.

Были поставлены следующие задачи:

- Изучить теоретические аспекты темы.
- Проанализировать опыт компаний на международном.
- Разработать рекомендации по внедрению новых технологий для белорусских компаний с целью выхода на зарубежные рынки.

Сегодня новые технологии находят применение во многих сферах, начиная от процесса производства, заканчивая реализацией товара и его продвижением. В данном исследовании стоит обратиться к новым технологиям как к важному маркетинговому инструменту.

Под новыми технологиями или инновацией (в переводе с англ. яз. – innovation) – нововведение, новшество, новаторство) понимается использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, обслуживания и управления.

Для того чтобы иметь представление, как работают новые технологии в рекламе, следует рассмотреть ряд примеров зарубежного рынка:

- The North Face – компания, специализирующаяся на производстве спортивной, горной одежды и туристического инвентаря – предложила своим покупателям возможность прогуляться по национальному парку Йосемити – конечно, в виртуальной реальности.

- В дилерских центрах Audi начнет работать маркетинговая программа VR experience, в рамках которой будут использоваться очки виртуальной реальности с мощным 3D-конфигуратором. Данная система будет призвана помочь покупателю заранее изучить автомобиль и подобрать себе нужную комплектацию и др.

Обратимся к примерам на белорусском рынке:

- Скачав приложение Бульбашь и наведя камеру смартфона или планшета на бутылку, можно получить виртуальную развлекательную программу с тематическими анекдотами, предсказаниями, историями и песнями от Дяди Вани, Дмитрия Нарышкина и Ильи Митько.

- Онлайн-магазин Lamoda запустил возможность виртуальной примерки обуви в своем мобильном приложении для iOS. Теперь покупатели смогут перед заказом увидеть, как кроссовки выглядят на ноге, и оценить, насколько впишутся в гардероб. В обновленном приложении используется технология дополненной реальности AR Try-on, разработанная белорусским стартапом WannaBy.

Конечно, это лишь малая часть примеров, которые отражают применение новых технологий в рекламе, однако стоит подчеркнуть, что на зарубежном рынке использование таких технологий, как AR (augmented reality) и VR (virtual reality) обладает более широким охватом. Такие технологии используются как крупными брендами, так и мелкими компаниями.

Применения новых технологий в рекламе белорусскими компаниями на зарубежных рынках не наблюдается. Поэтому были разработаны следующие рекомендации:

- Внедрять рекламу с применением VR и AR технологий в рекламе продуктов, ранее не продвигаемых данным способом. Реклама таких товаров как мебель, посуда и другие является более традиционной. Таким образом, данная ниша является прекрасной возможностью для использования рекламы с новыми технологиями (такая реклама применяется в компании IKEA, на белорусском рынке такую рекламу могут внедрить «АмиМебель», «Пинскдрев» и др. на зарубежные рынки).

• Создание приложения для пробы различных товаров с помощью дополненной реальности. Например, это можно использовать в бьюти-сфере. Чтобы посмотреть, как будет смотреться в макияже тот или иной продукт, можно разработать приложение для «примерки» различного рода декоративной косметики (тени, румяна, скульптор). Таким образом, покупатель сможет определить наиболее подходящий для него оттенок и в целом составить макияж из нескольких продуктов, что увеличит продажи (данный метод может использовать компания «Белита» для продвижения на зарубежных рынках).

• Развитие инфраструктуры поддержки экспорта. Создание и продвижение единой цифровой платформы для белорусских экспортеров, которая обеспечивает доступ к информации, сервисам и инструментам поддержки выхода на зарубежные рынки. Расширение использования электронного документооборота и «безбумажных» таможенных процедур для ускорения и упрощения экспортных операций. Стимулирование развития логистической инфраструктуры и цифровизации логистических процессов для повышения скорости и надежности поставок.

Л и т е р а т у р а

1. Студия цифровых решений. – Режим доступа: <https://feelingdigital.by/>. – Дата доступа: 15.05.2024.
2. Бульбашь. – Режим доступа: <https://arvar.online/cases/bulbash/>. – Дата доступа: 15.05.2024.
3. Создатели приложения. – Режим доступа: <https://msqrdapp.ru/sozdateli-prilozheniya/>. – Дата доступа: 15.05.2024.
4. VR-маркетинг. – Режим доступа: <https://exiterra.com/blog/marketing-blog/vr-marketing-ispolzovanie-virtualnoy-realnosti>. – Дата доступа: 15.05.2024.

УДК 338.48-6

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР МЕЖКУЛЬТУРНОЙ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Д. В. Баязитова, И. Н. Ридецкая

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель И. Н. Ридецкая

*Рассмотрена роль туризма в развитии экономики стран, подчеркивается важность
промышленного туризма в обеспечении конкурентных преимуществ предприятий.*

Ключевые слова: туризм, общество, экономика, занятость, досуг, товар.

INDUSTRIAL TOURISM AS A FACTOR OF INTERCULTURAL AND SOCIO-ECONOMIC INTEGRATION

D. V. Bayazitova, I. N. Rydzetskaya

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor I. N. Rydzetskaya

The article examines the role of tourism in the development of countries economies, emphasizing the importance of industrial tourism in ensuring the competitive advantages of enterprises.

Keywords: tourism, society, economy, employment, leisure, product.

Во все века туризм был важнейшей формой межкультурных контактов, эффективным средством взаимообогащения различных культур. Культурные контакты имели место во все времена и во всех регионах земного шара, а в настоящее время стали фактором процесса мировой интеграции, средством формирования единой системы мировых связей.

Туризм – одно из приоритетных направлений развития нового типа общества. Туристский опыт предполагает готовность, лояльность к встрече с иной культурой как с социальной реальностью. Международный туризм в настоящее время является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей внешнеэкономической деятельности. Неуклонный рост влияния туризма как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран и регионов является одной из наиболее значительных, постоянных и долгосрочных тенденций, которая сопутствует формированию и развитию мирового хозяйства. Становится очевидным превращение туризма в крупную самостоятельную отрасль национальной экономики, деятельность которой направлена на удовлетворение специфических потребностей населения. Многообразие этих потребностей удовлетворяется не только туристскими предприятиями, но и предприятиями других отраслей, что обуславливает значение туризма как одного из факторов мультипликативного воздействия на развитие экономики. Туризм является одним из факторов мировых интеграционных процессов, а туристский бизнес становится сейчас значимым сектором экономики.

Существенное значение для развития международного туризма имеет стремление отдельных стран к увеличению валютных поступлений от туризма. Международный туризм, для многих стран превратился в существенный источник увеличения доходов и роста национальной экономики. Такие страны, как Швейцария, Австрия, Франция, значительную долю своего благосостояния построили на доходах от туризма.

Международный туризм стал важным источником валютных поступлений для многих развитых и развивающихся стран. По количеству прибытий и доходам от международного туризма Всемирная туристская организация ежегодно составляет рейтинг десяти лидирующих стран. Опыт развитых зарубежных стран показывает, что международный туризм является крупным источником пополнения бюджета многих государств и играет роль стимулятора внешней и внутренней торговли. Возрастающее значение туризма в экономическом развитии все большего числа стран подтверждает предположение, что доля поступления от международного туризма в ближайшее десятилетие будет расти.

Международный туризм оказывает значительное влияние на решение проблемы занятости населения, обеспечения рабочих мест на временной и постоянной основе. Вклад туризма в занятость населения и открытие новых рабочих мест определяют социально-экономическое значение данного сектора.

Развитие туризма оказывает стимулирующее воздействие на такие ключевые секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и, с учетом мультипликативного эффекта, составляет одно из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики.

Увеличение объемов капитальных инвестиций в туризм также свидетельствует об экономическом значении этой области на мировом уровне. Международный туризм способствует экономическому и социальному развитию в мировом масштабе.

В настоящее время туризм является приоритетным направлением социально-экономического развития Республики Беларусь. На данном этапе потоки туристов



Рис. 2. Результаты онлайн-опроса жителей Беларуси

Сегодня промышленный туризм превращается в один из действенных инструментов по выводу предприятий на новые рынки, получению идей для его стратегического развития, экскурсионной индустриализации страны. Промышленный туризм обладает достаточной стратегической глубиной для обеспечения продвижения белорусской промышленности внутри государства, а также развития международных отношений.

Литература

1. Режим доступа: <https://bistr.gov.by/mneniya/v-rossii-i-belorussii-gotovyat-izdanie-po-promturizmu-dlya-molodezhi>. – Дата доступа: 05.04.2024.

УДК 338.486

ТУРИСТИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ: СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРЕДПОЧТЕНИЯ

А. К. Богданов

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

Современный мир находится в постоянном движении, и туризм не остается в стороне от этих изменений. Туристическая индустрия постоянно эволюционирует, отражая изменяющиеся предпочтения и интересы путешественников. В данной статье рассмотрены актуальные туристические тренды, современные направления и предпочтения современных туристов.

Ключевые слова: туризм, тренды, путешествия, экологичность, ретриты, внутренний туризм, история, культура, статистика.

TOURIST TRENDS: MODERN DESTINATIONS AND PREFERENCES

A. K. Bogdanov

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor E. N. Karchevskaya

The modern world is in constant motion, and tourism does not remain aloof from these changes. The tourism industry is constantly evolving to reflect the changing preferences and

interests of travelers. In this work we will consider current tourism trends, modern destinations and preferences of modern tourists.

Keywords: tourism, trends, travel, environmental friendliness, retreats, domestic tourism, history, culture, statistical studies.

Туристическая индустрия постоянно изменяется под воздействием различных факторов – социокультурных, экономических, технологических и экологических. Изучение современных трендов в туризме позволяет понять, каким образом меняются предпочтения путешественников и какие направления становятся наиболее популярными.

Одним из основных трендов в современном туризме является рост популярности экологичности и ретритов. Путешественники, испытывая стресс и тревожность из-за нестабильности, все больше начинают ценить свое здоровье и благополучие. Поэтому спрос на ретриты, где можно насладиться спокойствием и отдохнуть вдали от шума цивилизации, продолжает расти из года в год.

Согласно отчету Booking.com «Тревел-прогнозы на 2024 г.», уже 20 % людей по всему миру проявляют интерес к оздоровительному туризму. Популярность также набирают путешествия, связанные с духовными практиками и медитацией. Но и те туристы, которые предпочитают пляжный отдых или посещение городов, становятся все более осознанными в вопросе выбора экологически чистых отелей [1].

Сейчас важно, какие материалы используются в отделке номеров, как отель обращается с отходами и экономит ресурсы, такие как вода и электроэнергия. Отели гордятся своими усилиями в области устойчивого развития и экологичности, а также борются за престижные отметки и награды, подтверждающие их заботу о окружающей среде. Особенно ценятся отели, предлагающие еду из фермерских продуктов. Некоторые премиальные гостиницы даже разбивают собственные огороды, чтобы подавать к завтраку блюда из чистых и свежих продуктов.

Отдыхающие будут придавать важность качественному сну. Стрессы, главным образом, влияют на сон. Так, 58 % путешественников по всему миру отправляются в поездку, чтобы выспаться на полную катушку. Этот тренд даже получил название «сонный туризм». При выборе отеля в 2024 г. турист будет обращать внимание на следующие аспекты: местоположение гостиницы в спокойном районе, наличие сада или парка поблизости, удобство кровати и матрасов.

Исследование, проведенное сервисом Skyscanner [2], показало, что для туристов еда и достопримечательности имеют одинаково важное значение во время путешествий. По мнению 86 % опрошенных, походы по местным ресторанам обязательно должны входить в программу культурного отдыха, а 49 % предпочитают выбирать жилье рядом с местами, где планируют ужинать. Все больше отелей привлекают известных шеф-поваров для создания уникальных меню и организации модных гастрономических проектов. В мишленовские рестораны уже нужно бронировать места за месяцы заранее, что значительно влияет на планирование путешествий. Сеть отелей Hilton отмечает различия в предпочтениях по возрасту: взрослые туристы чаще выделяют большой бюджет на походы в рестораны, в то время как молодежь предпочитает бары. По мере роста интереса к минимализму и здоровому образу жизни, путешественники все чаще заказывают безалкогольные коктейли и выбирают заведения по принципу «меньше, но лучше».

Что касается трендов в туризме белорусов, то за последние годы стремительно возрастает тенденция на путешествия внутри страны. Новый тренд связан далеко не

только с тем, что у белорусов существенно сократились возможности выезда за границу. Растет интерес к белорусской истории и культуре. При путешествиях по Беларуси граждане чаще всего посещают исторические, культурные и природные объекты, включая заповедники, леса и озера. Молодежь предпочитает участие в фестивалях музыки и музыкальных конкурсах (рис. 1).



Рис. 1. Направления туризма белорусов

Важным условием успешного развития туризма является разнообразная и качественная туристическая инфраструктура, способная удовлетворить все потребности посетителей. Опрос, проведенный Институтом социологии НАН Беларуси в мае 2023 г., показал, что туристические маршруты и достопримечательности страны привлекают большинство туристов (рис. 2).



Рис. 2. Привлекательность направлений туризма [2]

Большинство опрошенных высоко оценили спортивно-оздоровительный сервис, общественные точки питания и развитие транспортной инфраструктуры. Следует отметить, что гостиничное обслуживание более трети респондентов не смогли оценить, поскольку предпочитают останавливаться у родственников. Однако гостиничное обслуживание в глазах некоторых туристов требует улучшения, особенно в небольших населенных пунктах.

По результатам опроса можно выделить трендовые направления в Беларуси: Брест, Браславские озера, Несвиж, Минск, Гродно, Брестская крепость, Мир Беловежская пуща, Нарочь и ряд городов, которые отметили менее 5 % опрошенных.

Отвечая на вопрос о том, в каком направлении должна развиваться сфера туризма в Беларуси (рис. 3), большинство граждан страны делают акцент на увеличении бюджетных (экономически доступных) вариантов отдыха (46,3 %). Продвижение в средствах массовой информации считают перспективным направлением развития 31,8 % респондентов. В то же время 26,9 % опрошенных полагают, что на существующих туристических объектах необходимо усовершенствовать качество обслуживания. Считают, что необходимо увеличить количество туристических объектов 22,2 %. Выступают за развитие туризма, ориентированного на использование местной, региональной специфики 17,1 % белорусов.



Рис. 3. Предпочтительные направления развития туризма в Беларуси [3]

Современная туристическая индустрия подвержена влиянию множества факторов, от социокультурных и экономических до технологических и экологических. Изучение современных трендов в туризме позволяет понять, каким образом меняются предпочтения путешественников и какие направления становятся наиболее популярными. Рост интереса к экологичности, ретритам, здоровому образу жизни и культурному обмену свидетельствует о том, что современные туристы все более осознанно подходят к выбору своих путешествий. Также важно отметить, что у белорусов наблюдается увеличение интереса к отечественному туризму, что связано не только с ограничениями на выезд за границу, но и с возрастающим стремлением познакомиться с историей и культурой своей страны.

Л и т е р а т у р а

1. Режим доступа: <https://www.booking.com/c/trends/travelpredictions2024.en-gb.html?>
2. Режим доступа: [https://traveltrends.skyscanner.com/2/.](https://traveltrends.skyscanner.com/2/)
3. Режим доступа: [https://socio.bas-net.by/turisticheskij-sezon-2023-predpochteniya-belorusov/.](https://socio.bas-net.by/turisticheskij-sezon-2023-predpochteniya-belorusov/)

УДК 338.48

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТУРИЗМА В МАЛЫХ ГОРОДАХ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: РАЗРАБОТКА ТУРА
«З ЧАГО ПАЧЫНАЕЦЦА РАДЗІМА»**

Ю. М. Быкова

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Л. Л. Соловьева

Рассмотрено развитие внутреннего туризма. В качестве мероприятия предложен тур для молодежи «З чаго пачынаецца Радзіма». Рассчитаны затраты и эффективность тура.

Ключевые слова: внутренний туризм, тур, история, молодежь.

**IMPROVING TOURISM IN SMALL TOWNS OF THE REPUBLIC
OF BELARUS: DEVELOPMENT OF THE TOUR
“WHERE DOES THE MOTHERLAND BEGIN”**

Yu. M. Bykova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor L. L. Solovyova

This article discusses the development of domestic tourism. A tour for young people "Zago pachynaezza Radzima" is offered as an event. The costs and efficiency of the tour are calculated.

Keywords: domestic tourism, tour, history, youth.

В современных реалиях в туризме особенно ярко наметился один тренд – внутренний туризм. Однако хотелось бы подчеркнуть значимость развития внутреннего туризма не столько с экономической точки зрения, но в большей степени с целью устойчивого развития социума. Стоит отметить, что Беларусь постепенно осуществляет переход на развитие внутреннего туризма, чтобы популяризировать отечественные направления.

Сегодня мы можем увидеть, что в какой-то момент люди стали все больше говорить о месте, в котором они живут, транслировать старые и новые легенды, ценить прошлое и на его основе строить будущее. Туризм создает необходимые условия для расширения знаний об истории родного города, материальной и духовной культуре своего народа. Знакомство людей с собственной историей и культурными особенностями способствует привитию бережного отношения к белорусским ценностям. Так, возникла идея создания тура под названием «З чаго пачынаецца Радзіма».

Тур рассчитан на 2 дня и 1 ночь, или 33 астрономических часа. И включает в себя следующие объекты посещения: ГУК «Жлобинский историко-краеведческий музей», его филиал, музейный комплекс «Дукорский маентак», музейный комплекс «Дудutki».

Данный тур направлен, в первую очередь, на молодежь – школьников Жлобина (от 6 до 18 лет), поскольку поддержание и стимулирование интереса к собственной культуре у молодежи города – это серьезный вклад в будущее. Разработка данного мероприятия способствует формированию чувства социальной ответственности и бережного отношения к своим истокам.

Программа тура для учеников младших, средних и старших классов абсолютно идентична, однако, методика ее проведения несколько отличается в зависимости от возраста экскурсионной группы. При организации специальных экскурсий для молодежной аудитории следует исходить из того, что у молодежных экскурсий есть свои специфические особенности – рассказ в форме беседы, вопросы к аудитории с целью сосредоточить внимание на определенной экспозиции, задания – самостоятельно провести то или иное наблюдение, высказать свои идеи и мысли по поводу увиденного, а также более быстрые темпы проведения пешеходных экскурсий и следования группы от объекта к объекту.

В экскурсиях для детей предусматриваются выходы для наблюдения каждого из объектов, рассказ о памятниках истории и культуры более краток. В ходе экскурсии используется элемент разрядки – проводятся игры, викторины. Особое внимание гидам стоит обратить на логические переходы, содержание которых помогает детям лучше уяснить последовательность излагаемого материала, связь между темами и основными вопросами, входящими в них. Как и в экскурсиях для молодежной аудитории, в экскурсиях для детей играет особое значение рассказ в виде беседы, в форме вопросов и ответов с обязательным участием в этом самих детей [1].

Для данного тура прослеживается ярко выраженная сезонность. Поскольку тур рассчитан на школьников, то его проведение целесообразно во время учебных каникул: девятидневные каникулы осенью, пятнадцатидневные – зимой, восьмидневные – весной и трехмесячные – летом. В зависимости от сезонности могут добавляться некоторые тематические элементы, например, акцент на тематические костюмы в честь празднования колядок зимой или на активные игры во время экскурсии летом.

Цель тура заключается в создании благоприятных условий для развития культурного туризма, формирования экскурсионного отдыха молодежи. Самое главное – это вывести молодежь из онлайн пространства в офлайн, остановить ее торопливый образ жизни и обратить внимание на красоту и необычность своих традиций, а также создать пространство для диалога.

Новизна тура состоит в том, что он представляет собой культурно-образовательный проект с широким разнообразием коммуникативных образовательных форматов. Многие привыкли к тому, что экскурсия выступает как довольно пассивное созерцание. Посетители слушают, смотрят, но при этом весьма поверхностно воспринимают материал. Формат интерактивных экскурсий позволяет вовлечь участников в активное взаимодействие с экскурсоводами и подтолкнуть их к самостоятельному исследованию объектов. Совершенно новый формат усиливает остроту внимания и восприятия материала, что позволяет сделать экскурсию более интересной и запоминающейся.

Эффективность экскурсий определяется количественным объемом материала, представленным участникам зрительно. Словесный материал должен быть так построен и подан, чтобы он в значительной своей части превратился у экскурсантов в зрительные впечатления, что, в свою очередь, позволяет зрительно донести экскурсионный материал до участников экскурсии [2]. Однако методика не ограничивается показом объектов их зрительным восприятием, напротив, она ориентирована на активное участие в восприятии другими органами чувств. Необходимо расширять действенность звуковой наглядности, использовать, например, звуки природы — шум леса, журчание ручья, пение птиц, т. е. увеличить число анализаторов (органов ощущения), через посредство которых осуществляется связь сознания человека с окружающим миром.

Так, произведем необходимые вычисления для получения стоимости предлагаемого нами тура. Результаты вычислений приведены в таблице.

Расчет стоимости тура

Наименование статей затрат	Сумма, руб.
Заработная плата, всего	523,58
Начисления на заработную плату	181,16
ФСЗН (34 %)	178,02
Госстрах (0,6 %)	3,14
Накладные расходы (150 %)	785,00
Экскурсия («Жлобинский историко-краеведческий музей»)	10,00
Экскурсия («Усадьбно-парковой комплекс XIX в. Козелл-Поклевских»)	50,00
Итого себестоимость	1550,09
Рентабельность, %	40
Прибыль	387,52
ИТОГО	1937,62
На одного человека	96,88
Услуги сторонних организаций	3012
Экскурсия (Музейный комплекс «Дукорский маентак»)	300,00
Питание в кафе «Карчма» (ужин и завтрак)	962,00
Ночь в гостевом доме № 3 «Дукорский маентак»	800,00
Экскурсия (Музейный комплекс «Дудутки»)	500,00
Транспортные услуги (по представленному договору)	450,00
Полная стоимость	4949,62
Стоимость на одного человека	247,48

Источник. Собственная разработка.

Исходя из проведенных выше расчетов, стоимость одной путевки на тур «3 чаго пачынаецца Радзіма» составляет 247,5 руб. Далее проведем расчет эффективности тура по формуле

$$\mathcal{E} = D_{\text{мес}} - Z_{\text{мес}},$$

где $\mathcal{E}$ – экономический эффект; $D_{\text{мес}}$ – доход от проданных за месяц путевок; $Z_{\text{мес}}$ – месячные затраты на тур.

$$\mathcal{E} = 4950 - 4562 = 388 \text{ руб.}$$

Так, разработанный нами тур «3 чаго пачынаецца Радзіма» является эффективным. При пяти турах за 1 месяц доход составит 1940 руб.

Современные реалии жизни в условиях сложившейся эпидемической обстановки поставили перед нашими музеями новые задачи. Раньше белорусские туристы предпочитали посещать теплые страны – Египет и Турцию, а не знакомиться с особенностями своего города, страны. Закрытие границ кардинально поменяло планы многих людей, но не снизило само желание путешествовать.

Разработанный нами тур будет интересен не только школьникам, но и людям старшего поколения. Они не только с удовольствием включатся в познание и исследование родного края, но и активно поделятся своими знаниями и накопленным опытом. Таким образом возможны обмен знаниями и взаимное обогащение интерес-

ными фактами о своей малой родине, ненавязчиво транслируя опыт старшего поколения младшему.

Л и т е р а т у р а

1. Азарова, Ю. А. «Event технологии» и «Событийность» – проблемы инновационного развития / Ю. А. Азарова // Тр. Санкт-Петербург. гос. ин-та культуры. – 2012. – С. 91–101.
2. Алешина, И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетологов / И. В. Алешина. – М. : Гном-Пресс, 2017. – 255 с.

УДК 338.48

АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ СПЕЛЕОТУРИЗМА

Д. С. Гринь, Е. С. Дианова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

Дан анализ перспективам развития спелеотуризма в мире и в отдельных регионах. Рассмотрено понятие спелеотуризм, его виды и подразделения по сложности и направленности. В качестве примера представлены три основных региона развития спелеотуризма: Европа, Азия и СНГ.

Ключевые слова: туризм, активный туризм, спелеотуризм, спелеопоходы, пещеры, экосистема.

ANALYSIS OF THE PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF SPELEOTOURISM

D. S. Grin, E. S. Dianova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor E. N. Karchevskaya

The article is devoted to the analysis of the prospects for the development of speleotourism in the world and in certain regions. The concept of speleotourism, its types and divisions according to complexity and orientation are considered. As an example, three main regions of the development of speleotourism are considered: Europe, Asia and the CIS.

Keywords: tourism, active tourism, speleotourism, speleopods, caves, eco-system.

В Беларуси существует Единая классификация видов туризма. Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь «О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь» от 07.08.2023, № 36 опубликовано на Национальном правовом портале. Сейчас в стране действуют 13 видов туризма. Среди них – агроэкотуризм, активный, гастрономический, деловой, историко-культурный, лечебно-оздоровительный, медицинский, образовательный, охотничий, промышленный, религиозный, событийный и экологический туризм.

Активный вид туризма представляет собой туристическое путешествие, основанное на активном передвижении по маршруту туристического путешествия в познавательных, учебных, исследовательских, экологических и (или) иных целях, а также деятельность по организации этого туристического путешествия [1].

К одному из видов активного туризма относится спелеотуризм. Спелеология –

от латинского «speleo» (от греч. spelaion) – пещера. Наука о пещерах. Этот термин был введен в 1890 г. французским исследователем Е. Ривера. Туризм с французского tourism – прогулка, поездка. Под спелеологическим туризмом понимают путешествия, походы и экскурсии по естественным пещерам с познавательной или спортивной целью. Спелеотуризм достаточно сложный, но чрезвычайно интересный способ активного отдыха. Несмотря на всю сложность и трудность в прохождении пещер, спелеотуризм является универсальным видом туризма, включающим в себя элементы пешего, горного туризма, альпинизма, а также подводного плавания.

Посетителей пещер подразделяют на спелеоэкскурсантов и спелеотуристов. Спелеоэкскурсанты посещают только оборудованные пещеры с целью отдыха и познания, для их посещения не требуется специального снаряжения для преодоления вертикалей. Категорированные пещеры посещают спелеотуристы в целях повышения спортивного мастерства, получения разрядов и званий. Основными препятствиями на пути маршрута являются вертикальные пещеры с большим количеством наклонных уступов и колодцев. Для их прохождения требуются определенные навыки и специальное снаряжение. Главной природной особенностью спелеологического туризма является положение подземных полостей в труднодоступной местности с малоблагоприятными условиями среды, в которые попадает турист под землей. При исследовании пещер используются технические средства и приемы из горного, пешеходного и водного туризма. Под землей, наряду с приемами спелеотуризма, применяются приемы альпинизма и подводного плавания.

Использование пещер в качестве туристских объектов несет в себе множество рисков для их хрупкой экосистемы, в связи с особенностями подземной среды. Присутствует риск нарушения экологического баланса. Подземный мир пещеры не устойчив к большим нагрузкам и не может быстро адаптироваться к изменяющимся условиям. Пещерную среду характеризует постоянство условий (климатических, гидрологических и гидрохимических). Именно это постоянство определяет уязвимость подземных экосистем по сравнению с поверхностными.

Экстремальные путешествия и знакомство с подземными ландшафтами — это необычно и увлекательно, выбор многих туристов, которые стремятся разгадать тайны природы [2].

Плюсы спелеотуризма:

- физическое оздоровление (вы разовьете выносливость, сможете стать сильнее, крепче психологическая адаптация удастся побороть свои страхи, отдохнуть на полную мощность: эстетическое удовольствие виды в пещерах, действительно, потрясающие возможность привлекать даже детей конечно, здесь речь идет только о популярных и изведанных гротах, оборудованных удобствами);

- большой выбор мест для посещений как в России, так и в мире;

- доступность (обычно не нужно покупать билет, все бесплатно).

В мире выделяют три основных региона развития спелеотуризма: Европа, Азия и СНГ. Ежегодно 197 самых известных и востребованных туристических пещер посещают более 25 млн человек. Наиболее привлекательные туристические пещеры расположены в Европе (48 % посещений) и Азии (36 % посещений), тогда как на СНГ и другие регионы приходится около 16 % посещений. Наиболее посещаемые пещеры расположены в средней и восточной Азии и Европе. В этих регионах пещеры имеют туристическое оборудование, получают финансирование государств, кроме этого на объектах работают соответствующие специалисты и экскурсоводы.

В Беларуси спелеология развивается с 1971 г. Первые секции спелеологии созданы в МРТИ (Минский Радиотехнический институт, сейчас – БГУИР) в 1971 г. и в БГУ в 1972 г. В 1972 г. создана Минская городская секция «Геликтит». В 80-х гг.

были созданы секции в Гродно, Бресте и Витебске. С 1971 по 1993 г. было проведено 84 спортивных и учебных выезда в различные регионы СССР (Крым, Кавказ, Подолья, Урал, Красноярский край, Архангельская область), в которых участвовало более 300 спелеотуристов, ежегодно проводились соревнования по спелеотехнике. Команда БССР принимала участие во всех всесоюзных соревнованиях по спелеотехнике. Основное внимание уделялось поиску и первопрохождению пещер.

С 1976 по 1986 г. проведено 12 экспедиций в район истоков р. Мчишта (Абхазия). Найдено более 30 пещер, глубочайшая – МиС-3 «Белорусская» (пройдена до глубины 240 м).

С 1982 по 1992 г. проведено 11 экспедиций (2 совместно с спелеотуристами Великобритании) на массив Арабика (Абхазия). Найдено более 40 пещер, глубочайшие: Мн-53 «Черепашья» (пройдена до глубины 640 м), Мн-73 «Минская» (пройдена до глубины 270 м).

С 1994 по 1998 г. мероприятия по спелеологии в Белоруссии не проводились.

В 1999 г. при ООО «ТМ» создан клуб спелеотуристов «Геликтит–ТМ». В клубе ежегодно проводятся школы предлагерной подготовки. С 2002 г. проводятся международные соревнования по спелеотехнике на «Кубок «ТМ».

С 2000 по 2004 г. проведен 21 учебно-спортивный выезд на Кавказ, в Крым, Подолью (Украина) и в Татры (Польша), в 2002, 2003 и 2012 гг. спелеотуристы Беларуси принимали участие в ежегодных слетах польских спелеотуристов «Спелеоконфронтация».

С 2000 г. клуб спелеотуристов «Геликтит–ТМ» проводит поисковые экспедиции на плато Арабика (Абхазия).

За это время найдено более 70 пещер, глубочайшие:

- ТМ-62 «Безобразная Эльза» (пройдена до глубины 570 м – 2005 г.);
- МН-53 «Черепашья» (пройдена до глубины 650 м – 2012 г.);
- ТМ-101 «Пожарная» (пройдена до глубины 680 м – 2013 г.) [3].

Таким образом, спелеотуризм – исследование пещер, шахт, разломов или пропастей – один из самых опасных и тяжелых видов деятельности. Спелеотуризм может быть самым различным по направленности. Экскурсионно-познавательные туры проводятся по специально обустроенным для экскурсионного показа пещерам. В связи с вышеизложенным мы считаем, что в Беларуси может развиваться спелеотуризм.

Л и т е р а т у р а

1. Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22340307>.
2. Режим доступа: <https://glonasstravel.com/destination/vidy-turizma/sport-ekstrim/speleoturizm/>.
3. Режим доступа: https://geliktit.by/lecture_3.

УДК 338.48-2-056.24-021.161

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА

В. В. Гришкова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

Рассмотрены основные направления, принципы и ценности инклюзивного туризма, а также его влияние на социокультурную среду.

Ключевые слова: инклюзивный туризм, социальная интеграция, равные возможности, безбарьерная среда, доступность.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF INCLUSIVE TOURISM

V. V. Grishkova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor E. N. Karchevskaya

This paper examines the main directions, principles and values of inclusive tourism, as well as its impact on the sociocultural environment.

Keywords: inclusive tourism, social integration, equal opportunities, barrier-free environment, accessibility.

Согласно данным Всемирной организации здравоохранения 15 % населения Земли, а это более миллиарда человек, имеет ту или иную форму инвалидности. Человечество прошло долгий путь эволюции взглядов на отношение к людям с инвалидностью, которое изменялось в соответствии с социокультурным развитием общества. С 1970-х гг. и по сей день на первый план выходит идея социальной интеграции людей с ограниченными возможностями. Общество пришло к пониманию, что инвалиды – такие же люди, как и все остальные, и для их комфортной жизни требуется лишь наличие определенных условий. Для удовлетворения социальных и духовных потребностей людей с особенностями существует большое количество специальных мероприятий и программ, одна из которых – инклюзивный туризм. Цель данной работы – изучить и проанализировать развитие инклюзивного туризма как важного направления современной туристической индустрии.

Исторически практика инклюзивного туризма существует порядка 30 лет. В 1991 г. Генеральная ассамблея ЮНВТО приняла резолюцию «Создание возможностей для туризма людям с ограниченными возможностями в 90-е гг.». В 1993 г. ООН приняла Стандартные правила обеспечения равных возможностей для инвалидов. В документе указаны целевые области для создания равных возможностей, такие как: доступность материального окружения, информации. В декабре 2006 г. Генеральной Ассамблеи ООН была принята Конвенция о правах инвалидов. Конвенция ООН о правах инвалидов – первый юридически обязательный международный инструмент, гарантирующий права людей с инвалидностью и, что не менее важно, устанавливающий обязательства государства по обеспечению этих прав. Существует несколько подходов к определению понятия «инклюзивный туризм». Формулировка данного явления в широком смысле как «туризм, доступный для всех» (Accessible tourism for all) предложена Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) и предполагает такую форму туризма, которая включает в себя процесс сотрудничества между различными участниками сферы туризма, позволяющий людям с особыми потребностями функционировать независимо, на равных условиях с чувством собственного достоинства через предоставление универсальных туристических продуктов, услуг и среды. Сегодня безбарьерная среда и инклюзивный туризм являются растущим сектором в туристической индустрии. Такой вид туризма начинает свое развитие не только в крупных городах, но и на периферии. Развитие инклюзивного туризма так же подкрепляется тем, что он является не только средством отдыха и реабилитации людей с ограниченными возможностями, способствующим

щим активизации двигательных функций и поддержанию физической формы, но и источником создания среды для полноценного общения и снижения чувства неполноценности, что в свою очередь мобилизует психические ресурсы и восстанавливает психоэмоциональный настрой человека, а, следовательно, повышает уровень его самооценки и самозначимости.

Инклюзивный туризм активно развивается за рубежом. Особенности развития инклюзивного туризма в зарубежных странах представлены в табл. 1.

Таблица 1

Особенности развития инклюзивного туризма в зарубежных странах [1]

Страна	Безбарьерная среда	Виды туризма
Испания	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 90 %	Горно-лыжный, парусный, научно-познавательный, пляжный
Финляндия	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 70 %	Рейма Кантри (сафари на собаках, лошадях, четырехколесных мотоциклах, снегоходах (зимой), а также рыбная ловля, гребля, плавание на плотках и лыжи), а также гольф или в керлинг
Израиль	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 85 %	Культурно-познавательный, пляжный, религиозный
Греция	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 65 %	Культурно-познавательный для незрячих
Венгрия	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 65 %	Преобладает культурно-познавательный, пляжный, лечебно-оздоровительный
Чехия	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 95 %	Культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, осязательные тропинки в мир, организация международных фестивалей для людей с ограниченными возможностями здоровья, горно-лыжный, скутерный, интеллектуальный
Германия	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 95 %	Культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный
Франция	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 85 %	Культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, горно-лыжный, скутерный, интеллектуальный
Великобритания	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 85 %	Культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный
США	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 80 %	Культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, Параолимпийские игры

Мы видим, что страны Европы и Запада качественно прорабатывают инклюзивные маршруты, они адаптированы для людей с ОВЗ.

В Республике Беларусь безбарьерная среда для развития инклюзивного туризма так же интенсивно развивается. В Государственную программу «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг. включена разработка туристско-экскурсионных маршрутов для людей с особыми потребностями в доступности.

Главными туристическими достопримечательностями являются музейные учреждения и объекты, входящие в Государственный список историко-культурных

ценностей Республики Беларусь. Это – мемориальные комплексы, дворцово-парковые ансамбли, замки, памятники истории, искусства, археологии, архитектуры и градостроительства, в которых прорабатываются методы и приемы инклюзивной деятельности для использования при работе с посетителями с особенностями развития, создаются экскурсии, адресованные данной категории граждан с учетом экспозиционного пространства и особенностей музеев, возможных маршрутов и потребностей целевой аудитории. Большинство музеев представляют людям с инвалидностью право льготного или бесплатного посещения постоянных и временных экспозиций, культурно-образовательных мероприятий. Особенности развития инклюзивного туризма в Республике Беларусь представлены в табл. 2.

Таблица 2

Особенности развития инклюзивного туризма в Республике Беларусь [2]

Вид услуги	Безбарьерная среда
Агрозкотуризм	73 агроэкоусадьбы из 2948 обустроены безбарьерной средой
Лечебно-оздоровительный туризм	90 % аттестованных санаторно-курортных организаций оборудованы безбарьерной средой
Объекты туристической инфраструктуры	69 % – доступность объектов социальной сферы для людей с инвалидностью
Гостиницы	200 гостиниц из 613 в Беларуси обеспечены доступной средой

Для увеличения доли инклюзивного туризма и решения проблем, ограничивающих или влияющих на его возможности, может быть предложен следующий комплекс мероприятий:

1. Создание транспортной и гостевой структуры инклюзивного туризма, включающей оборудование аэропортов, железнодорожных и автовокзалов, вагонов и автобусов, специальные стоянки, подъемники, траволаторы, снабжение специальными средствами гостиничных номеров.

2. Развитие медицинского туризма, сети лечебно-оздоровительных учреждений, благодаря которым люди с ограниченными физическими возможностями смогут укрепить свое здоровье и, как следствие, повышать свои возможности путешествовать.

3. Развитие социального туризма, поддержка туристской активности населения с невысоким уровнем доходов, поощрение семейного и внесезонного туризма.

4. Строительство и совершенствование дорог, транспортных средств, совершенствование системы продажи билетов. Развитие системы конкурирующих между собой видов транспорта – железнодорожного, воздушного, водного, транспортных компаний, организация чартерных перевозок пассажиров.

5. Расширение сети гостиниц, поощрение их строительства через налоговые послабления владеющих ими физических и юридических лиц, например, освобождение гостиницы от налога сроком на пять лет после ее ввода в строй.

6. Принятие государственной программы по развитию социального туризма, доступного для всех.

7. Развитие системы информационного обеспечения о туристско-экскурсионных услугах, доступных для инвалидов.

8. Расширение турфирмами и туроператорами спектра услуг, формирование туристских дестинаций в соответствии с потребностями соответствующих групп населения [3].

Инклюзивный туризм играет большую роль в будущем развитии всей индустрии туризма. Данный вид туризма способствует созданию более доступной и дружелюбной среды для всех туристов, независимо от их особенностей. Это не только повышает уровень обслуживания в туристической индустрии, но также способствует социальной интеграции и равенству для всех граждан. Благодаря инклюзивному туризму, туристическая индустрия может расширить свою клиентскую базу и привлечь новые категории клиентов. Это также способствует развитию новых видов досуга и рекреационной деятельности, делая туризм более разнообразным и интересным.

Л и т е р а т у р а

1. Межова, Л. А. Теория и практика развития инклюзивного туризма в России и за рубежом. – Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=17354>. – Дата доступа : 20.04.2024
2. Возможности инклюзивного туризма. – Режим доступа: <https://lifeguide.by/vozmozhnosti-inklyuzivnogo-turizma/>. – Дата доступа: 21.04.2024
3. Иванов, В. Д. Инклюзивный туризм: проблемы и перспективы развития / В. Д. Иванов, С. Н. Талызов, В. Д. Рафикова // Colloquium Journal. – 2018. – № 6 (17). – Ч. 4. – С. 16–19.

УДК 339.13

СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО РЫНКА ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Н. А. Задорожная

*Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия
ветеринарной медицины», Республика Беларусь*

Проанализированы объемы и динамика мирового рынка продукции птицеводства, изменения в различных сегментах мирового рынка продукции птицеводства, потребление мяса птицы и яиц в различных странах мира, место Республики Беларусь в мировом рейтинге производителей и экспортеров мяса птицы.

Ключевые слова: птицеводство, мясо птицы, производство яиц, потребление мяса птицы, экспорт мяса птицы.

STATE OF THE GLOBAL POULTRY MARKET IN THE CONTEXT OF LOGISTIC INTEGRATION

N. A. Zadoroznaya

Vitebsk State Academy of Veterinary Medicine, Republic of Belarus

The volume and dynamics of the global poultry market, changes in various segments of the global poultry market, consumption of poultry and eggs in different countries of the world, the place of the Republic of Belarus in the world ranking of poultry producers and exporters were analyzed.

Keywords: poultry farming, poultry meat, egg production, poultry meat consumption, poultry meat export.

В настоящее время одним из наиболее крупных сегментов животноводства в мире является птицеводство. Эта сложная отрасль включает в себя различные виды организаций, включая комбикормовые заводы, инкубаторы, племенные фермы и пе-

перерабатывающие предприятия. Отрасль включает такие подотрасли как производство мяса кур-бройлеров, уток, индейки и перепелок, также можно выделить производство мяса и яиц.

Мясо птицы является одним из самых популярных и доступных в мире. Яйца же являются одним из самых полноценных и дешевых продуктов, содержащих высококачественный белок, жир и другие питательные вещества.

Среди видов домашней птицы более 90 % сектора приходится на мясо кур-бройлеров. Сектор птицеводства является самым быстрорастущим сельскохозяйственным подсектором, особенно в развивающихся странах. Такие факторы, как рост населения, рост уровня доходов и урбанизация, будут способствовать росту птицеводства в будущем. Отрасль включает как небольшие фермы и семейные предприятия, так и крупные предприятия, обеспечивающие основной рост продукции.

Однако необходимо отметить мировые проблемы, появление которых связано с интенсивным развитием животноводства, в том числе птицеводства. Одной из таких проблем является роль домашней птицы в распространении ряда инфекционных заболеваний. Кроме того, серьезной проблемой также считаются риски, связанные с внедрением в производство птицы новых технологий, повлекшие за собой появление у населения устойчивости к противомикробным препаратам. В последние годы проводятся интенсивные исследования вариантов технологий производства мяса без антибиотиков.

Необходимо отметить, что за период с 1970 по 2020 г. мировое производство мяса птицы выросло с 15,1 млн т до 137 млн т, или на 807,8 %. Это самый быстрорастущая отрасль животноводства, причем темпы роста значительно увеличились с 2000 г. (за этот период более чем на 68 млн т). Самый высокий относительный рост продемонстрировали Центральная и Южная Америка и Азия. Даже в Африке он был выше, чем в Европе и Северной Америке. В абсолютном росте производства 121,9 млн т доля Азии составила 41,6 %, доля Центральной и Южной Америки (16,8 %), Северной Америки (16 %) и Европы (14 %). До 1990 г. Европа производила больше мяса птицы, чем Азия; затем начался необычайный рост в нескольких азиатских странах. В 2000 г. Америка обошла Европу. Различная динамика на уровне континентов привела к заметным изменениям в доле континентов в мировом объеме производства мяса птицы [4].

Резкое сокращение производства свинины, вызванное массовыми вспышками африканской чумы свиней, инициировало динамичное расширение выращивания бройлеров. Из десяти стран-лидеров пять стран расположены в Азии, три — в Америке и только две — в Европе. Стоит отметить растущее значение Индии, Индонезии и Ирана.

Региональная концентрация производства мяса птицы была самой высокой в 1970 г., когда доля десяти ведущих стран составляла 67,8 %. В последующие десятилетия их доля колебалась от 62 до 65 %. Можно отметить снижение значения европейских и растущее значение стран Азии и Южной Америки.

Если в 1970 г. на долю 10 крупнейших стран приходилось ровно две трети мирового объема производства, то в 2020 г. их вклад снизился до 59,9 %. Это отражает не только растущее значение азиатских стран, но и общее пространственное распространение производства куриного мяса. Отсутствие религиозных барьеров в отношении потребления стало важнейшим движущим фактором этой динамики.

Согласно данным FAO, поголовье птицы в расчете на душу населения в среднем в мире за 2020 г. составило 5 гол. К странам с самым большим поголовьем птицы на душу населения относятся государства с небольшими территориями. Напри-

мер, в Сингапуре поголовье птицы в расчете на душу населения составило 23,7 гол., а в Израиле – 28,9 гол. В Беларуси этот показатель значительно меньше – 5,7 гол. За последние 50 лет состав и рейтинг ведущих стран-производителей мяса птицы существенно изменился. Первое место традиционно занимает США с объемом производства 20,2 тыс. т. В 2019 и 2020 гг. на второе место в мировом рейтинге стран-производителей мяса птицы занял Китай, показывающий высокие темпы роста птицеводства. Необычайно динамичное развитие птицеводческой отрасли показала Бразилия, которая поднялась с 10-го места в 1970 г. на третье место в 2020 г. по объемам производства мяса птицы. В Республике Беларусь за последние годы наблюдается устойчивый рост производства мяса и яиц. Это имеет большое положительное значение в разрезе продовольственной безопасности страны (см. таблицу) [2].

Объем мирового производства мяса птицы за 2017–2020 гг., тыс. т

Страна	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
США	18938	19361	19941	20225
Китай	11600	11700	13800	14600
Бразилия	13612	13355	13690	13880
Государства ЕС	10331	10618	10836	12375
Российская Федерация	4680	4684	4668	4680
Беларусь	424	445	455	451
Прочие	53065	56184	49839	64874
Итого	118200	121900	119000	137000

Если разбить рост производства мяса птицы по видам мяса, то очевидно, что он произошел главным образом за счет резкого увеличения производства куриного мяса. В абсолютном приросте объема производства доля куриного мяса составила 108,3 млн т, или 88,1 %. Однако самый высокий относительный темп роста продемонстрировало мясо гуся и утки. Доля куриного мяса в мировом объеме производства составляет от 85,5 до 88,2 % [4].

Динамика производства мяса индейки существенно отличалась от динамики производства куриного мяса. Северная Америка и Европа доминировали в производстве этого вида мяса на протяжении последних десятилетий. На всех других континентах объем производства был намного ниже, и только в 2010 г. Центральная и Южная Америка продемонстрировали более высокие абсолютные темпы роста.

В топ-10 ведущих стран по годовому потреблению мяса птицы на одного жителя входят: Сент-Винсент и Гренадины (74,7 кг), затем идут Израиль (68,9 кг), Самоа (65,7 кг), Тринидад и Тобаго (63,1 кг), Антигуа и Барбуда (61,8 кг), США (58,7 кг), Сент-Люсия (57,6 кг), Гонконг (55,5 кг), Панама (55,4 кг) и Багамские острова (54,4 кг) [3].

Лидерами по потреблению яиц на душу населения являются Гонконг (27,0 кг), Китай (21,8 кг), Мексика (19,9 кг). Уровень потребления яиц в Республике Беларусь в 2020 г. – 15,9 кг/чел., или 266 шт. [3].

Крупнейшими экспортерами мяса птицы в мире являются Бразилия (3,8 млн т), США (3,2 млн т), страны ЕС (1,4 млн т), на которые приходится 72 % мирового экспорта [2].

Беларусь входит в топ-15 ведущих мировых экспортеров мяса птицы и яиц. По данным Минсельхозпрода, на экспорт отправляется 29 % птицы от общего объема мяса. Основными контрагентами являются Россия, Китай и страны СНГ. По итогам

2021 г. экспорт яиц принес Беларуси 50,2 млн долл. США, больше половины поставок пришлось на российский рынок [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что на протяжении последних десятилетий отрасль птицеводства в мире активно развивается. Республика Беларусь является одним из лидеров в своем регионе по производству мяса птицы и яиц. Беларусь имеет продовольственную безопасность по данным видам продукции и значительную часть произведенной продукции экспортирует как в страны-соседи, так и в отдаленные регионы.

Л и т е р а т у р а

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь : стат. сб. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2022. – 36 с.
2. Мировое производство куриного мяса по странам. – Режим доступа: <https://data.topic.ru/statistics/agriculture/farming/mirovye-proizvodstvo-kurinogo-myasa-po-stranam>. – Дата доступа: 13.03.2024.
3. Потребление разных видов мяса в странах мира. – Режим доступа: <https://infographics.topic.ru/society/consumption-and-living/potreblenie-raznykh-vidov-myasa-v-stranakh-mira> – Дата доступа: 13.03.2024.
4. Remarkable dynamics of the global poultry industry // U.S. Department of Agriculture. – Mode of access: <https://www.usda.gov/sites/default/files/documents/agarda-strategic-framework> – Date of access: 10.03.2024.

УДК 339.133

LOHAS – МЕЙНСТРИМ МАРКЕТИНГА

В. В. Криштапович, К. В. Смирнова

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель О. И. Козловская

Одним из самых актуальных направлений развития маркетинга и экономики является устойчивое развитие. Население планеты стремится к исправлению экологических ошибок. Все больше пользователей интересуют продукты и услуги с минимальным негативным воздействием на окружающую среду.

Ключевые слова: LOHAS, зеленый маркетинг, устойчивое развитие, экологичное потребление, экологическое поведение, гринвошинг.

LOHAS – MAINSTREAM MARKETING

V. V. Krishtapovich, K. V. Smirnova

Belarusian State Economic University, Minsk

Science supervisor O. I. Kazlouskaya

One of the most urgent directions of marketing and economic development is sustainable development. The world's population is striving to correct environmental mistakes. More and more users are interested in products and services with minimal negative impact on the environment.

Keywords: LOHAS, green marketing, sustainable development, green consumption, green behavior, greenwashing.

Сегодня потребители как никогда информированы и разборчивы в выборе товаров, которые они покупают. Это становится все более актуально, когда речь идет об оценке воздействия на окружающую среду и устойчивой практике брендов, которые они поддерживают. Именно поэтому самые успешные компании мира реализуют инициативы в области «зеленого» маркетинга.

Зеленый маркетинг – практика продвижения товаров или услуг, которые являются экологически чистыми или оказывают положительное влияние на планету. С каждым днем он набирает популярность из-за роста экологических проблем, с которыми потребителям приходится сталкиваться и, как следствие, принимать решение в пользу заботы о природе. Такой тип маркетинга требует больших затрат, но и обеспечивает соответствующую прибыль, что связано с увеличением числа приверженцев «зеленого» маркетинга. Согласно аналитике, возможность роста потребления экологических товаров и услуг может охватить вплоть до 70 % от общей массы потребителей.

Данный вид маркетинга включает в себя внедрение принципов устойчивого развития в различные аспекты маркетинга, такие как дизайн продукции, упаковка, реклама и продвижение.

Рост «зеленого» маркетинга обусловлен растущим сегментом рынка потребителей, которые предпочитают покупать «зеленые» продукты, даже если они являются более дорогими. Эти потребители известны как демографическая группа Lifestyles of Health and Sustainability (LOHAS) [1].

«LOHAS – the largest market you have never heard of» данное высказывание было опубликовано в газете New York Times еще в 2003 г. С тех пор исследователи и эксперты по защите прав потребителей узнают все больше и больше об этой влиятельной группе.

Образ жизни, здоровье и устойчивое развитие (LOHAS) – это демографическая группа, определяющая определенный сегмент рынка, связанный с устойчивым образом жизни, «зелеными» экологическими инициативами и обычно состоящая из относительно высококлассного и хорошо образованного сегмента населения.

В исследовании ConsumerView выяснялось понимание потребителями вопросов устойчивого развития. В ходе исследования было опрошено 2000 домохозяйств с целью выяснить, в какой степени экологичность действительно влияет на решения о покупке. Результаты исследования следующие:

- почти 40 % опрошенных конкретно связывают устойчивое развитие с сознательным использованием ресурсов;
- устойчивость играет роль в каждом пятом решении о покупке (особенно среди детского питания, мяса, рыбы, фруктов и овощей);
- после цены и бренда экологичность – третий по важности фактор при принятии решения о покупке. Устойчивость – первый после упаковки и рекламы [2].

Интересным аспектом LOHAS является то, что приверженцев объединяют их ценности и убеждения, а не демографические характеристики.

Согласно исследованию Федерального агентства по охране окружающей среды, целевую группу LOHAS можно определить по следующим признакам:

- LOHAS-женщины склонны вести себя более экологично, чем мужчины;
- высшее образование положительно влияет на экологическое поведение;
- между доходом и экологическим поведением отсутствует значительная корреляция;
- личные ценности классифицируются как наиболее важный фактор.

Именно поэтому, при продвижении товаров для приверженцев LOHAS необходимо учитывать их основные ценности и сегментировать рынок по волнующим их вещам, например: окружающая среда, права женщин, пестициды и ГМО [3].

В США, Японии, Австралии и некоторых странах Европы были проведены обширные исследования, для изучения этой группы потребителей. По текущим оценкам, в мире насчитывается около 100 млн человек, и примерно 20 % населения Европы могут быть названы потребителями LOHAS, которые представляют собой растущий рынок для маркетинговых кампаний, основанных на экологически чистых методах и продуктах [2].

Одним из трендов потребительского поведения в Республике Беларусь также является экологичное потребление. Белорусы все чаще обращают внимание на экологические аспекты при выборе товаров. Приверженность данному тренду отражается в выборе экологически чистых продуктов, устойчивых материалов и продукции с минимальным негативным воздействием на окружающую среду. Однако существуют барьеры, сдерживающие экопотребление и не позволяющие данному тренду охватить большую часть населения. Одним из них и главным является высокая цена на данную категорию товаров. Еще одним барьером является сложность при поиске и выборе экотоваров. К тому же, сегодня значительным препятствием может быть и большое количество псевдоэкологических товаров, так называемый, гринвошинг. Таким образом, можно сделать вывод о необходимости повышения белорусским потребителем экологической грамотности и более масштабного просвещения в вопросе выбора экопродукции.

LOHAS – это не только группа людей, но и определение рынка товаров и услуг, которые предпочитают эти люди.

Согласно опросам, проведенным SevenOne Mediabasic Study, готовность сегмента LOHAS платить больше за этичные продукты очевидна. Эти продукты включают в себя широкий спектр, но обычно относятся к таким категориям, как:

- справедливая торговля;
- органические и/или натуральные продукты;
- гибридные или электрические автомобили;
- энергоэффективная электроника.

Потребители LOHAS ищут больше, чем органические продукты (а иногда они вообще не ищут органические продукты). Их заботят ценности, а не только ингредиенты. Они предпочитают бренды, которые заботятся о планете и других. Искусственные, синтетические продукты отвергаются, также как и имитации и продукты, изготовленные эксплуатируемой рабочей силой или из животных, с которыми жестоко обращаются.

Люди LOHAS ищут продукты, которые требуют меньше транспортировки и выбросов CO₂, используют свежие натуральные местные ингредиенты, избегают добавок и черпают красоту из природы.

Л и т е р а т у р а

1. Sarwat Jahan, Ph. D. Green marketing and LOHAS consumers / Ph. D. Sarwat Jahan // LinkedIn. – 2023. – Режим доступа: <https://www.linkedin.com/pulse/green-marketing-lohas-consumers-sarwat-jahan-ph-d>. – Дата доступа: 07.04.2024.
2. About LOHAS // LOHAS Sweden. – 2023. – Режим доступа : <https://www.lohas.se/about-lohas/>. – Дата доступа: 07.04.2024.
3. Alcoverro, H. Who are the LOHAS target market segment? / H. Alcoverro // Digital marketing. – 2023. – Режим доступа: <https://www.cyberclick.net/numericalblogen/who-are-the-lohas-target-market-segment>. – Дата доступа: 07.04.2024.

УДК 331

УЛУЧШЕНИЕ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА ЧЕРЕЗ КАРТУ КЛИЕНТСКОГО ПУТИ

Д. Г. Мартынюк, А. И. Роговская

Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», Минск

Научный руководитель А. Н. Саевец

Рассмотрены анализ и применение метода карты клиентского пути (CJM) для оптимизации клиентского опыта. CJM представляет собой мощный инструмент, который помогает понять и улучшить взаимодействие клиентов с продуктом или услугой на различных этапах их путешествия. Представлены ключевые преимущества использования CJM, а также методы его разработки и реализации.

Ключевые слова: карта клиентского пути, CJM, клиентский опыт, улучшение опыта потребителей.

IMPROVING CUSTOMER EXPERIENCE THROUGH A CUSTOMER JOURNEY MAP

D. G. Martynyuk, A. I. Rogovskaya

Belarusian State Economic University, Minsk

Science supervisor A. M. Saevets

This article presents the analysis and application of the Customer Journey Map (CJM) method to optimize the customer experience. CJM is a powerful tool that helps you understand and improve how customers interact with a product or service at various stages of their journey. The article discusses the key advantages of using CJM, as well as methods for its development and implementation.

Keywords: customer Journey Map, CJM, Customer Experience, Improving Consumer Experience.

Современный рынок требует от компаний не только качественных продуктов или услуг, но и высокого уровня сервиса, который удовлетворяет потребности и ожидания клиентов. В этом контексте ключевым фактором становится понимание клиентского опыта и его постоянное улучшение. Одним из эффективных инструментов для этой цели является карта клиентского пути (CJM).

Карта клиентского пути (Customer Journey Map, CJM) – это визуальное представление всех контактных точек между клиентом и компанией на протяжении всего процесса взаимодействия, начиная от первичного знакомства с продуктом или услугой и заканчивая последующими взаимодействиями после покупки. CJM позволяет оценить каждый этап клиентского пути с точки зрения потребностей, эмоций и проблем клиентов.

Методология Customer Journey Map была придумана и впервые применена компанией OxfordSM в 1998 г. для разработки миссии и позиционирования бренда Eurostar (компания, управляющая туннелем под Ла-Маншем). OxfordSM продолжила использовать этот подход, в том числе в работе с правительством Великобритании, благодаря которому было выпущено руководство по CJM, и метод стал популярным [1].

Кроме этого существуют и другие карты, такие как UJM (user journey map), которая отображает путь онлайн-пользователя внутри продукта на сайте или в приложении, а также LXM (life experience map), которая анализирует жизненный путь потенциальных клиентов для понимания их интересов, проблем и потребностей. Это помогает улучшить продукт и каждый этап взаимодействия с ним для тех, кто еще не знаком с ним.

Customer Journey Map (CJM) нужна для того, чтобы глубоко понять процесс взаимодействия клиента с продуктом или компанией от начала до конца. Основная цель CJM состоит в том, чтобы выявить все этапы, которые клиент проходит в своем пути к достижению своих целей или решению своих проблем. Составив карту, можно узнать:

- 1) в каких точках аудитория соприкасается с продуктом. Это могут быть сайт компании, реклама на сторонних ресурсах, социальные сети, колл-центр или офлайн-новые магазины;
- 2) как взаимодействуют с компанией разные сегменты аудитории;
- 3) какие этапы проходит пользователь перед покупкой и какие цели он преследует;
- 4) насколько удобно переходить с этапа на этап при взаимодействии с вашим продуктом;
- 5) какие эмоции испытывает клиент на пути к своим целям;
- 6) с какими барьерами сталкиваются покупатели [2].

На рис. 1 приведен пример построенной карты клиентского пути.



Рис. 1. Пример карты клиентского пути

Профессор Ф. Котлер выделяет три ключевых этапа разработки карты клиентского пути:

1) идентификация всех возможных точек контакта и каналов внутри пути покупателя. Точки контакта представляют собой любые формы взаимодействия пользователя с брендом, включая интеракции с другими пользователями бренда. Каналы включают в себя коммуникационные и продажные, где коммуникационные каналы представляют способы передачи контента бренда, такие как реклама в социальных сетях или статьи в медиа, а каналы продаж включают в себя, например, веб-сайт или консультации с сотрудниками компании;

2) определение наиболее важных точек контакта;

3) улучшение и интеграция наиболее важных точек контакта, включая полную маркетинговую проработку этих этапов взаимодействия [3].

При анализе CJM обращают внимание на определенные метрики. Метрики клиентского опыта – это конкретные показатели, которые используются для измерения уровня удовлетворенности клиентов и качества взаимодействия с вашим брендом или продуктом. К основным метрикам клиентского опыта относятся:

1) NPS (Net Promoter Score) – это метрика, которая измеряет готовность клиентов рекомендовать продукт или услугу своим знакомым. Она определяется на основе ответов на вопрос: «На сколько вероятно, что вы порекомендуете наш продукт/услугу своим друзьям или коллегам?». Ответы оцениваются по шкале от 0 до 10, где 0–6 – неудовлетворенные клиенты, 7–8 – пассивные клиенты, 9–10 – удовлетворенные клиенты. NPS рассчитывается как разница между процентом удовлетворенных и процентом неудовлетворенных клиентов;

2) CSAT (Customer Satisfaction Score) – это метрика, которая измеряет удовлетворенность клиентов после конкретного взаимодействия с продуктом или услугой. Клиентам предлагается оценить свою удовлетворенность событием или определенным аспектом работы компании по шкале от «очень недовольны» до «очень довольны»;

3) CES (Customer Effort Score) – это метрика, которая измеряет уровень усилий, которые клиенты должны предпринять, чтобы решить свои проблемы или достичь своих целей с продуктом или услугой. Обычно клиентам задается вопрос: «Насколько было сложно получить помощь или решить проблему с нашим продуктом/услугой?» Ответы оцениваются по шкале от «очень легко» до «очень сложно»;

4) Retention Rate (Коэффициент удержания) – это метрика, которая измеряет, сколько клиентов продолжает пользоваться продуктом или услугой в течение определенного периода времени. Это может быть неделя, месяц, год и т. д.;

5) Churn Rate (Коэффициент оттока) – это метрика, которая измеряет процент клиентов, переставших пользоваться продуктом или услугой в определенный период времени;

6) Response Time (Время обработки запроса) – это метрика, которая измеряет время, требуемое компанией для реагирования на запросы или обращения клиентов [4].

Выбор конкретных метрик зависит от особенностей бизнеса и целей оценки клиентского опыта.

В итоге систематический анализ карты клиентского пути (CJM) позволяет понять, чего именно хочет клиент, как он действует, с какими проблемами сталкивается и какие эмоции испытывает. Это помогает посмотреть на процесс с точки зрения клиента и обнаружить больше мест контакта. Периодический обзор и улучшение карты помогают находить пути улучшения бренда и получения преимуществ перед конкурентами.

Работа выполнена в рамках исследований в СНИЛ «Поиск» БГЭУ.

Л и т е р а т у р а

1. CJM-карта пути пользователя. – 2020. – Режим доступа: <https://tiburon-research.ru/metodichka/cjm-karta-puti-polzovatelya>. – Дата доступа: 13.05.2024.
2. Как построить Customer Journey Map и лучше понять клиента. – 2019. – Режим доступа https://skillbox.ru/media/marketing/kak_postroit_customer_journey_map/. – Дата доступа: 13.05.2024.
3. Матвиенко, О. И. Карта пути клиента (customer journey map) – инструмент изучения поведения потребителя от возникновения потребности до совершения покупки / О. И. Матвиенко, О. Г. Алешина // Modern Economy Success. – 2020. – № 1. – С. 91–98. – Дата доступа: 13.05.2024.
4. Что такое Customer Journey Map и как правильно составить карту пути пользователя. – 2022. – Режим доступа: <https://www.mango-office.ru/products/calltracking/for-marketing/osnovy/customer-journey-map/>. – Дата доступа: 13.05.2024.

УДК 339.138

**БРЕНД КАК КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОГО
ПРЕИМУЩЕСТВА: СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ
И УКРЕПЛЕНИЯ БРЕНДА НА РЫНКЕ****Д. Г. Мартынюк, А. И. Роговская, Е. С. Ланец***Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», Минск*

Научный руководитель А. С. Сверлов

Описаны исследования в области брендинга как инструмента создания конкурентных преимуществ компании. Представлены сущность брендинга и его виды, его преимущества, а также рассмотрены примеры зарубежных и отечественных компаний.

Ключевые слова: брендинг, бренд, имидж, целевая аудитория, позиционирование.

**BRAND AS A KEY TOOL FOR COMPETITIVE ADVANTAGE:
STRATEGIES FOR BUILDING AND STRENGTHENING
A BRAND IN THE MARKET****D. G. Martynyuk, A. I. Rogovskaya, E. S. Lanets***Belarusian State Economic University, Minsk*

Science supervisor A. S. Sverlov

This article describes research in the field of branding as a tool for creating competitive advantages of the company. The article presents the essence of branding and its types, its advantages, as well as considers examples of foreign and domestic companies.

Keywords: branding, brand, image, target audience, positioning.

Брендинг – это процесс разработки и формирования бренда, а также его идентичности.

Цель брендинга – создание положительного ассоциативного ряда в сознании потребителей, повышение лояльности к бренду и закрепление приверженности покупателей к продукту.

Выделяют следующие виды брендинга:

1. Персональный брендинг – это продвижение медийной личности и формирование его имиджа;
2. Корпоративный брендинг – это продвижение целостного восприятия внутри компании через ее культуру, философию, миссию и бренд;
3. Политический брендинг – это процесс создания и позиционирования уникального образа политической партии, политика или политического движения;
4. Товарный брендинг. Задача товарного брендинга – выделить товар среди конкурентов. Основной акцент делается на дизайне упаковки, разработке логотипа, а также на идеологии и стилистике продукта, то есть на брендбуке. Главное отличие товарного или потребительского брендинга – его нацеленность на конечного потребителя.
5. Географический брендинг. К географическому брендингу относят создание привлекательного образа страны, города или иной местности;
6. Сервисный брендинг: представляет собой комплекс мероприятий, направленных на создание и продвижение уникального образа бренда услуг.

Бренд (англ. brand – товарный знак, торговая марка) – термин в маркетинге, обозначающий комплекс информации о компании, продукте или услуге; популярная, легкоузнаваемая и юридически защищенная символика какого-либо производителя или продукта. Одной из самых распространенных является типология американских ученых, которые различают следующие виды брендов:

1. *Бренд с расширением.*

Расширение бренда – использование существующего имени бренда, которое удачно закрепилось в определенном сегменте рынка для развития на новом сегменте того же рынка. Например, известный бренд Aigel начинал выпускать порошки только для стиральных машин с вертикальной загрузкой, позже появились порошки для машин-автоматов, сейчас компания выпускает также пятновыводители, гели для стирки и т. д.

2. *Зонтичный бренд.*

Цель зонтичного бренда – выпуск различного товара под одним именем. Чаще всего таким видом брендинга пользуются фирмы, которые выпускают различную технику, например, Tefal, Sony, LG, Bosch.

3. *Лайн-бренд.*

Данная разновидность бренда представляет собой выпуск производителем новой продукции под существующим брендом, которая лишь слегка отличалась бы от изготовленной. Лайн-бренд позволяет увеличить приток покупателей и количество продаж без дополнительных усилий. Примером бренда данного вида может служить ТМ Milka, которая выпустила шоколад с печеньем [1].

Бренд строится из нескольких составных частей (элементов):

- концепция;
- фирменный стиль, или айдентика;
- слоган;
- логотип;
- шрифт;
- цветовая гамма.

Этапы создания бренда:

1. Стратегия и позиционирование бренда:

- маркетинговые исследования;
- разработка концепции позиционирования бренда;
- разработка стратегии продвижения бренда.

2. Разработка названия бренда (вербальная идентификация, нейминг, легенда бренда):

- разработка названия (нейминг);
- регистрация названия в качестве торговой марки;
- разработка слогана;
- разработка легенды бренда;
- разработка брендбука.

3. Разработка визуальных идентификаторов бренда (фирменный стиль).

4. Разработка паспорта стандартов бренда, руководство по фирменному стилю.

5. Завершающий этап брендинга – внедрение, сопровождение и аудит.

Управление брендом включает в себя необходимость реализации следующих действий:

- разработка и формирование бренда;
- обновление, репозиционирование и изменение бренда;
- формирование и управление коммуникациями бренда;

– продвижение бренда и его закрепление в потребительском сознании; адаптация бренда к меняющимся условиям внешней среды;

– управление активами бренда; антикризисное управление брендом [1].

Основные преимущества брендинга:

1. Узнаваемость и доверие: когда у компании сильный бренд, потребители легче узнают ее продукцию и услуги на рынке и чувствуют большее доверие к ней.

2. Ценовое преимущество: компании с сильным брендом могут оправдывать более высокие цены за свою продукцию, так как их бренд воспринимается как более ценный для потребителей.

3. Лояльность потребителей: Брендинг помогает создать лояльное отношение потребителей к продукции компании, что позволяет удерживать клиентов и повышать их жизненную ценность.

Примеры зарубежных брендов:

– Apple – компания обладает одним из самых сильных брендов в мире. Ее логотип и продукция легко узнаваемы, а потребители чувствуют доверие к качеству и инновациям, связанным с брендом Apple;

– Coca-Cola – другой пример компании с мощным брендом. Ее логотип и узнаваемая этикетка бутылки делают продукцию легко различимой на рынке. Бренд Coca-Cola вызывает у потребителей эмоциональное влечение, что ведет к высокому уровню лояльности;

– Nike – компания создала сильный бренд, связанный с спортом, активным образом жизни и высоким качеством продукции. Потребители чувствуют себя частью сообщества Nike и готовы платить высокие цены за ее товары и услуги.

Большинство белорусских компаний отстают от мировых тенденций в умении грамотного преподнесения своего продукта, даже если их качество и цена являются способными конкурировать. По данным агентства MPP Consulting, самыми дорогими белорусскими брендами являются: «Санта-Бремор», «Wargaming», «Савушкин продукт». Однако на белорусском рынке и пространстве СНГ данные бренды пользуются успехом:

– белорусский бренд «Санта-Бремор» является одним из крупнейших производителей рыбных продуктов в Восточной Европе. Имея богатую историю производства и высокие стандарты качества, компании «Санта-Бремор» важно было создать сильный бренд, который мог бы подчеркнуть их экспертность в области рыбной продукции и укрепить позицию на рынке;

– World of Tanks – это многопользовательская компьютерная игра, разработанная белорусской компанией «Wargaming». Брендинг был важен для привлечения игроков, укрепления позиций на мировом рынке игр и формирования сообщества поклонников игры.

– «Савушкин продукт» – это один из ведущих производителей молочной продукции в Беларуси. Брендинг был необходим для установления лояльности потребителей, обеспечения узнаваемости марки и привлечения новых клиентов [2].

Брендинг играет ключевую роль в формировании восприятия продукта или услуги, и это особенно важно в контексте конкуренции на мировом рынке. Несмотря на высокое качество и конкурентоспособные цены многих белорусских продуктов, большинство компаний из страны отстают от мировых стандартов в умении эффективно преподнести свой бренд. Необходимо осознать, что кроме продукта самого по себе, важно также уделять внимание его упаковке, маркетинговым кампаниям и общему имиджу компании. Однако, несмотря на это, успешные примеры белорусских брендов, такие как «Санта-Бремор», «Бабушкина крынка», «Wargaming», «Савушкин

продукт» и «Milavitsa», показывают, что даже в условиях отставания от мировых тенденций, можно добиться успеха на местном и региональном рынках. Это подчеркивает важность разработки стратегии брендинга, которая соответствует особенностям и потребностям целевой аудитории, а также принимает во внимание специфику отрасли и конкурентную среду.

Л и т е р а т у р а

1. Виды брендинга. – Режим доступа: <https://media.contented.ru/glossary/brending/>. – Дата доступа: 15.04.2024.
2. Рейтинг белорусских брендов. – Режим доступа: <https://rynak.by/gomell/sostavlen-rejting-samykh-dorogikh-belorusskikh-brendov-2020-goda>. – Дата доступа: 15.04.2024.

УДК 339.138:004.02

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ: АНАЛИЗ МЕТОДОВ И НАПРАВЛЕНИЙ

Я. Д. Мильто

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

Раскрыта тема геомаркетинга в контексте туризма и развития бизнеса. Рассмотрены основные виды географического маркетинга, их применение и практическое значение. Приведены примеры успешных стратегий геомаркетинга в сфере туризма. Автор показывает, что эффективное применение геомаркетинга позволяет не только улучшить качество обслуживания туристов, но и привлечь новых клиентов, что, в свою очередь, способствует росту экономики и успешному развитию бизнеса.

Ключевые слова: геомаркетинг, геофенсинг, геотаргетинг, геоконквестинг, буферная зона, мультимодальные графы, модель Хаффа, геотаргетированная реклама, геофильтр.

GEOGRAPHICAL MARKETING: ANALYSIS OF METHODS AND DIRECTIONS

Ya. D. Milto

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor E. N. Karchevskaya

The article reveals the topic of geomarketing in the context of tourism and business development. The article discusses the main types of geographic marketing, their application and practical significance. Examples of successful geomarketing strategies in the tourism sector are given. The author shows that the effective use of geomarketing allows not only to improve the quality of service for tourists, but also to attract new customers, which in turn contributes to economic growth and successful business development.

Keywords: geomarketing, geofencing, geotargeting, geoconquesting, buffer zone, multi-modal graphs, Huff model, geotargeted advertising, geofilter.

Геомаркетинг или географический маркетинг – это одна из форм маркетинга, использующая информацию о местонахождении, т. е. географически локализованную информацию.

Геомаркетинг активно развивается на сегодняшний день, так как многие находят всю полезную информацию через интернет: покупка одежды, поиск лучших ресторанов, кафе, отелей и т. д. Все это связано с местоположением человека. Таким образом, предприниматели размещают свои услуги так, чтобы как можно больше людей выбирали именно их предложения.

Виды географического маркетинга:

- Геофенсинг

Геозона – это виртуальная зона вокруг определенного объекта на карте. Геофенсинг – технология, позволяющая взаимодействовать с пользователями в заданных зонах. При геофенсинге маркетологи используют точное местоположение GPS мобильного устройства потребителя.

Если приложение магазина обнаруживает, что рядом находится потенциальный клиент, оно может использовать ограниченные по времени маркетинговые стратегии, такие как предложение купона на скидку. Для клиента это может стать стимулом для посещения магазина.

- Геотаргетинг

Геотаргетинг – метод выдачи посетителю содержимого, соответствующего его географическому положению. В геотаргетинге маркетологи обычно ориентируются на потенциального клиента, используя IP-адрес своего веб-браузера. С момента появления Интернета веб-сайты используют IP-адреса своих посетителей для предоставления им контента. Например, если интернет-магазин розничной торговли обычно отображает вашу местную валюту, даже если он международный. Это яркий пример геотаргетинга в действии.

Тем не менее использование геотаргетинга имеет свои недостатки. IP-адреса обычно не очень точны, они дают только общее местоположение потребителя. Геотаргетинг лучше подходит для широких регионов.

- Геоконквестинг

Геоконквестинг – это тактика геомаркетинга, которая использует геозону, чтобы отвлечь потребителей от конкуренции. Суть этой тактики в создании геозоны вокруг вашего конкурента и в использовании ее для привлечения их клиентов в ваш бизнес.

Если небольшая кофейня хочет оставаться конкурентоспособной в присутствии более крупных сетей кофеен, она может создать свою геозону вокруг других заведений и нацелить потребителей на свои выгодные предложения.

Туристическая отрасль играет все более важную роль в экономике стран, регионов, городов и отдельных локаций. Она не только является источником пополнения территориальных бюджетов, но также способствует развитию малого и среднего бизнеса, созданию новых рабочих мест и влияет на технологические и цифровые преобразования территорий.

Географический маркетинг в туризме играет важную роль в привлечении туристов и продвижении туристских услуг.

Географическая сегментация основывается на делении туристов по месту их проживания. Дестинация – это продукт, который потребитель должен сам приехать и потребить (в отличие от других продуктов, которые доставляются к потребителю). Чем дальше находится дестинация от потенциального туриста, тем больше времени и финансовых ресурсов он затратит на поездку. Дестинация должна предложить уникальный продукт, чтобы туристы были готовы преодолеть значительное расстояние для его потребления.

В 2023 г. в Беларуси 501,2 тыс. граждан посетили другие страны, а 233,1 тыс. иностранных туристов и экскурсантов приехали в Беларусь. В 2023 г. иностранных туристов и экскурсантов, посетивших Беларусь, прибыли из следующих стран: Россия – 62,4 %, Польша – 8,5 %, Украина – 7,3 %, Литва – 3,9 %, Латвия – 2,8 %.

По официальным данным, за 2023 г. вклад туризма в ВВП Беларуси составил 1,8 %. Это означает, что туризм продолжает играть важную роль в экономике страны.

Следующие факторы оказали влияние на приток туристов:

1. *Локальные события и фестивали.* Привлечение туристов на мероприятия, такие как фестивали, концерты или спортивные соревнования, может стать частью географической стратегии. Например, ВИВА БРАСЛАВ – это музыкальный фестиваль, на который приезжает много туристов из других городов и стран.

2. *Местные продукты и культура.* Продвижение уникальных местных продуктов и культурных особенностей может привлечь туристов. Многие туристы из других стран отправляются путешествовать с целью изучить и попробовать кухни разных стран. Кухня нашей страны привлекает иностранцев. Домашняя еда привлекает не меньше каких-либо изысканных блюд.

3. *Создание виртуальных туров.* Предоставление возможности туристам посмотреть на достопримечательности Беларуси через виртуальные экскурсии. Например, виртуальные экскурсии «Мая Беларусь». Здесь можно посетить множество белорусских музеев. Это поможет привлечь интерес и познакомить людей с местами заранее.

4. *Сотрудничество с местными бизнесами.* Туристические компании могут сотрудничать с местными ресторанами, отелями и магазинами для создания пакетных предложений. В столице нашей страны есть наглядный пример. При аквапарке «Лебязжий» присутствует ресторан и отель. Это прежде всего удобство для туристов.

5. *Символика страны.* Многие туристы покупали магнитики, майки, кепки и другие сувениры с символикой страны, которую они посетили. Это тоже является одним из способов географического маркетинга. Приятные воспоминания, которые возникают, когда вы смотрите на один из сувениров, заставляют задуматься о повторной поездке.

Методы географического маркетинга. Геомаркетинг соединяет в себе комплекс методов по отбору, обработке, анализу и визуализации геоинформации, который позволяет решить оперативные и стратегические проблемы предприятий.

Если посмотреть на геомаркетинг с точки зрения используемых методов, то можно выделить следующие типы работ:

1. Базовые – здесь, в рамках исследования применяется простейший географический анализ. Например, определение показателей в зоне, буфере от точки, построение буферных зон (буферная зона – это специальный район, который служит для сохранения двух или более других районов, на определенном расстоянии друг от друга, по той или иной причине.) (видимости, доставки товаров и грузов). Также может использоваться метод маршрутизации (прокладка оптимального маршрута для доставки грузов и т. п.).

2. Расширенные – в таких геоисследованиях используют моделирование относительных показателей, строят различные производные от них, такие как поля плотности населения, работающих, автомобилей.

К этим работам относится: анализ доступности (пешая, автомобильная), анализ положения относительно других объектов (конкуренты, потребители, поставщики)

Примеры маркетинговых стратегий, которые помогут развить туристическую сферу Беларуси:

1. Цифровой маркетинг:

– *работа с мессенджерами и чат-ботами*: можно создать сайт с местами для посещения и встроить чат-бот, который будет отвечать на все вопросы. Такое общение поможет человеку определиться с местом поездки и создаст приятное впечатление;

– *социальные сети и контент-маркетинг*: создание интересного и информативного контента о Беларуси на социальных платформах. Для успешного продвижения туристических точек стоит нанять высококвалифицированных веб-дизайнеров и маркетологов, красочная и запоминающаяся реклама надолго останется в памяти у потенциального туриста. Это может быть фотографии природных достопримечательностей, видео с экскурсиями и рассказы о культурных событиях.

2. Партнерство с другими отраслями:

– *сотрудничество с гостиницами и ресторанами*: создание пакетных предложений, включающих проживание, питание и экскурсии. Это поможет привлечь туристов, которые ищут полный комплекс услуг.

3. Лояльность и обратная связь:

– *программы лояльности для постоянных клиентов*: предоставление скидок, бонусов или специальных предложений для туристов, которые возвращаются в Беларусь.

– *активное общение с клиентами*: по статистике, 96 % туристических организаций хотят регулярно получать обратную связь о своей работе. Сбор обратной связи от туристов и участие в решении их проблем. Например, по окончании отдыха в определенном отеле можно попросить гостей пройти анкетирование, по итогам анкетирования можно выделить свои сильные стороны и проработать недостатки. Это поможет улучшить качество обслуживания и привлечь новых клиентов.

4. Геотаргетированная реклама.

Туристические компании могут использовать географические данные для настройки рекламы. Например, если кто-то находится вблизи аэропорта, ему можно показать рекламу трансфера до города или предложить скидку на прокат автомобиля.

На основе всего вышеизложенного мы можем сделать вывод: в сфере туризма, геомаркетинг играет значительную роль в успешном развитии бизнеса, позволяя предприятиям эффективно взаимодействовать с клиентами на местном уровне.

Л и т е р а т у р а

1. Режим доступа: <https://medianation.ru/blog/targetirovannaya-reklama/geotargeting-chto-eto-takoe-kak-on-rabotaet-i-kak-ego-ispolzovat/>.
2. Режим доступа: <https://www.marketing.spb.ru/lib-research/methods/gis.htm>.
3. Режим доступа: <https://clck.ru/3AdEPd>.
4. Режим доступа: <https://socio.bas-net.by/vnutrennij-turizm-v-belarusi-segment-molodezhi/>.

УДК 338.48

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ
АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

К. В. Петровец

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

Дано описание агроэкотуризма как нового направления в сфере туризма в Республике Беларусь. Рассмотрены основные показатели и тенденции его развития.

Ключевые слова: агроэкотуризм, экотуризм, турист, агроусадьба, путешествия.

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF AGROECOTOURISM IN THE REPUBLIC OF BELARUS

K. V. Petrovets

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor E. N. Karchevskaya

This article describes agroecotourism as a new direction in the field of tourism in the Republic of Belarus. The main indicators and trends of its development are considered.

Keywords: agroecotourism, ecotourism, tourist, farmstead, travel.

В последние десятилетия XX в. наблюдались две феноменальные по своим масштабам тенденции. Первая – невероятно быстрый рост количества путешествующих людей, в результате чего туризм из малозначимой сферы экономической деятельности превратился в одну из крупнейших и прибыльнейших индустрий мира. Вторая – распространение идей охраны окружающей среды, которые стали неслышанно популярны среди представителей цивилизации, особенно западной. Экологизация сознания коснулась, естественно, и туристов.

В конце XX в. возникает спрос на виды туризма, альтернативные массовому, – всякого рода «зеленые» путешествия. Мы единственная страна в Европе, где нет ни моря, ни гор. Но Беларусь обладает другим видом туристического потенциала: нетронутая природа, красивые пасторальные сельские пейзажи и гостеприимные люди. Беларусь – идеальная страна для всех видов «зеленых» путешествий – экологических, сельских, приключенческих, этнографических.

Республика Беларусь обладает значительным потенциалом для развития этого вида услуг, который в полной мере еще не использован. Через нашу страну проходят важнейшие международные транспортные магистрали, хорошо развита речная сеть – по территории областей протекают крупнейшие реки Беларуси – Днепр и Припять. Таким образом, исходя из вышесказанного можно выделить следующие основные факторы развития агроэкотуризма для Республики Беларусь:

- близость к столице, областным центрам и другим крупным городам республики, которые являются основным источником спроса на агротуристические услуги;
- приграничное положение (особенно при условии распространения информации в соседнем регионе);
- расположение вблизи водоема или реки, пригодных для купания и рыбалки;
- наличие недалеко расположенной крупной транспортной магистрали (особенно если на ней установлены соответствующие указатели);
- богатое культурно-историческое наследие [3].

Важным условием развития агротуризма является и повышенное внимание к нему со стороны властей. Именно общегосударственными интересами вызвано издание 2 июня 2006 г. Указа Президента № 372 «О мирах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь», который поспособствовал созданию новых туристических маршрутов и улучшению качества предоставляемых в данной сфере услуг.

Уникальные по своей эстетичности ландшафты Белорусской возвышенности, побережий Поозерья и Полесья, долины белорусских рек – Днепра, Сожа, Березины, Припяти, Немана, Западной Двины, нетронутая природа национальных парков являются естественными предпосылками формирования конкурентных преимуществ

агроэкотуристического продукта в регионах Беларуси. Богатство культурно-исторических достопримечательностей также выступают в качестве одного из мотивов внутренних и иностранных туристов, посещающих сельские усадьбы Беларуси, большинство из которых предлагает в качестве дополнительной платной услуги для своих клиентов экскурсионное обслуживание. Этому способствует живописность белорусской природы и благоприятный климат. Если рассматривать теоретические аспекты дефиниции «агроэкотуризм», можно с уверенностью сказать, что это такой вид туризма, который построен, прежде всего, на бережном отношении к окружающей среде и ресурсам в целях создания конкурентоспособного туристического продукта. Развивается такое направление туризма не только на внутреннем, но и на международных рынках. Это связано с тем, что путешествия становятся более ответственными, связанными с природой. Актуальность исследования заключается в том, что развитие агроэкотуризма способствует решению значимых для Республики Беларусь проблем. Например, развитие данной отрасли способствует развитию сельских территорий, а также созданию новых рабочих мест. Агроэкотуризм развивался на территории Центральной и Восточной Европы еще с середины 1990-х гг. в процессе модернизации сельскохозяйственного сектора. Что объясняется наличием особого интереса горожан к отдыху на природе в сельской местности в традиционных сельских домах. Агроэкотуризм – это вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию и отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению новых знаний и умений [1, с. 11]. В Республике Беларусь категория «агроэкотуризм» рассматривается как «деятельность, направленная на ознакомление агроэкотуристов с природным, сельскохозяйственным и культурным потенциалом республики, национальными традициями в процессе отдыха, оздоровления, временного пребывания в агроэкоусадебках» [2].

Агроэкотуризм – это одна из наиболее быстро развивающихся отраслей сферы туризма в Беларуси. С его помощью можно более выгодно использовать сложившиеся тенденции на мировом туристическом рынке, природные богатства, историческое и культурное наследие. Агроэкотуризм дает импульс развитию сельских регионов за счет создания нового специфического сектора экономики. Культурной, просветительской, социальной деятельностью в области экологии и туризма занимаются общественные организации, которые проводят большую информационную работу по распространению идей агроэкотуризма среди широких слоев общественности. В настоящее время основные задачи в сфере агроэкотуризма – создание высококачественного конкурентоспособного продукта «отдых в белорусской деревне» и продвижение его на внутреннем и внешнем туристических рынках.

Итак, агроэкотуризм (сельский туризм) – это вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию и отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, рыбалки, охоты, занятию активными видами туризма, по приобретению новых знаний и умений. Сельский туризм (агроэкотуризм) ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристического продукта. Агроэкотуризм привлекает и вызывает все больший интерес как у жителей нашей страны, так и у иностранных граждан. Это говорит о том, что наша республика обладает достаточным потенциалом для развития данного перспективного направления.

Основные конкурентные преимущества агроэкотуризма:

- живописность белорусской природы;
- возможность заниматься охотой или рыбалкой, организовывать конные, велосипедные или пешие прогулки по окрестностям;
- знакомство с сельским бытом, условиями проживания белорусов в старину, посещение этнографических музеев;
- возможность прикоснуться к национальным культурным традициям (музыка, танцы);
- шанс смастерить настоящие белорусские сувениры своими руками;
- дегустация старинных белорусских блюд и напитков.

В 2021 г. в Беларуси насчитывалось 3 тыс. 150 агроусадеб. В 2022 г. их количество сократилось до 3 тыс. 43 агроусадеб. В 2024 г. насчитывается всего 1 тыс. 300 агроусадеб. Сокращение числа объектов сельского туризма связано, в том числе, с новой нормой законодательства. В 2023 г. агроусадьбы должны были пройти перерегистрацию и подтвердить, что там оказывают заявленные услуги. Официальная статистика свидетельствует, что количество посетителей белорусских агроусадеб падает. Так, в 2022 г. в них отдохнули почти 560 тыс. туристов. Год спустя аналогичный показатель составил более 450 тыс. туристов. В настоящее время в Республике Беларусь более 1 тыс. агроусадеб, которые расположены в самых живописных местностях, оформлены с национальным белорусским колоритом или в современном эко-стиле, и их число постоянно растет.

Снижение количества агроусадеб в Беларуси, связано в первую очередь с изменением законодательства. В срок до 1 июля 2023 г. хозяева подавали документы, после чего комиссия из представителей различных служб и местных исполкомов осматривала объекты агроэкотуризма (перерегистрация предусмотрена указом № 351 от 4 октября 2022 г.). Документ направлен на повышение качества услуг, защиту прав проживающих по соседству граждан. Он также исключает возможность вести гостиничный или ресторанный бизнес под видом агроэкоусадеб.

Однако некоторые владельцы затянули с перерегистрацией. В результате кому-то пришлось устранять замечания специальной комиссии, другие вообще поставили перерегистрацию на паузу. Свои действия владельцы объяснили тем, что опасаются работы с документацией при подготовке отчета для налоговой. Хотя в этом направлении поменялось и налогообложение, и сам подход. До момента принятия указа агроусадьбы превратились в гостиницы, рестораны. После перерегистрации многие люди продолжают работать, но уже не в формате агроэкоусадеб. Главной задачей указа является сохранение агроусадеб, чтобы эта деятельность не потеряла свой смысл.

Л и т е р а т у р а

1. Клицунова, В. А. Агроэкотуризм : учеб.-метод. пособие / В. А. Клицунова, Н. М. Борисенко, Я. И. Аношко. – Минск: РИПО, 2014.
2. Указ Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 351 «О развитии агроэкотуризма» / Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P32200351&p1=1>. – Дата доступа: 09.12.2022.
3. Зуев, В. Н. Потенциал эко- и агротуризма в целях устойчивого развития сельских территорий Беларуси / В. Н. Зуев // Международная научно-практическая конференция по устойчивому развитию : тез. докл., Минск, 27–28 мая 2004 г. – Минск : Юнипак, 2004. – С. 115.

УДК 339.13

SWOT-АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛИТИКИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ю. С. Понадысева

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

Рассмотрена маркетинговая деятельность гостиницы «Парадиз-отель», а также рассматривается применение SWOT-анализа в качестве инструмента повышения эффективности политики предприятия гостеприимства. Автор применяет SWOT-анализ для гостиницы «Парадиз-отель», а также анализирует полученные результаты.

Ключевые слова: гостиница, гостиничный бизнес, маркетинговая политика, реклама, SWOT-анализ.

SWOT ANALYSIS AS A TOOL FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF HOTEL POLICY

J. S. Ponadyseva

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor E. N. Karchevskaya

This paper discusses the marketing activities of the Paradise Hotel, and also considers the use of SWOT analysis as a tool to increase the effectiveness of the hospitality enterprise policy. The author applies a SWOT analysis for the Paradise Hotel and analyzes the results.

Keywords: hotel, hotel business, marketing policy, advertising, SWOT-analysis.

Объектом исследования выступает ОДО «БелИнком» гостиница «Парадиз-отель». Гостиница основана в 2017 г. За это время работы в гостиничной индустрии успела себя успешно зарекомендовать. ОДО «БелИнком» гостиница «Парадиз-отель» – это уникальное сочетание традиций белорусского гостеприимства и современных стандартов обслуживания. Гостям будет удобно, спокойно и безопасно, а бюджет, запланированный на проживание в гостинице, не будет превышен. Отель располагает номерами различных категорий: 1-местными, 2-местными, многоместными, а также улучшенными 2-местными номерами. Всего 33 комфортных номеров. Также гостиница имеет отличное размещение и питание по соответствующим уровням обслуживания ценам. Основными отдыхающими этого отеля являются граждане: Российской Федерации, Украины, Узбекистана и Республики Беларусь.

Миссия гостиницы: обеспечить комфорт своим клиентам, также спокойную и изысканную обстановку, создавая атмосферу уюта и благополучия [1].

В современных условиях следует проводить активную маркетинговую политику, повысить качество службы маркетинга, расширять и стимулировать их деятельность. Особенности рекламы в сферах гостеприимства, определяются отличительными специфическими особенностями этой сферы. Реклама, прежде всего, должна отвечать назначению гостиницы, а именно проинформировать гостей об возможностях, которые предоставляет гостиница. Поэтому сделаем анализ внутренней среды (его маркетинговую сторону) гостиницы «Парадиз-отель».

Таблица 1

Виды продвижения продукции, используемые организацией и удельная структура расходов на реализацию коммуникационной политики

Реализуемые организации элементы коммуникационной политики	Сумма, потраченная организацией на конкретный вид продвижения услуг, бел. руб.	Удельная доля, %
Наружная реклама	2000,0	71,43
Печатная раздаточная реклама	200,0	7,14
Сувенирная продукция	500,0	17,86
Личные коммуникации	100,0	3,57
<i>Итого</i>	2800	100

Источник. Отчетность предприятия.

В итоге в течение 2021 г. гостиница тратит большую часть денег для продвижения своих услуг на наружную рекламу. Меньшая часть денег идет на личные коммуникации, т. е. на продвижение официального сайта гостиницы и на связь с клиентом по электронной почте и в социальных сетях.

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, для оценки внутренних и внешних факторов, которые влияют на развитие организации [2]. Проведение SWOT – анализа гостиницы позволяет выявить сильные и слабые стороны для дальнейшего эффективного управления бизнесом и оптимизации процессов. Также нужно определить возможности и угрозы для гостиницы. И затем произвести комплексную оценку после чего сформировать несколько стратегий развития организации. Результаты комплексной оценки для гостиницы «Парадиз-отель» представлены в табл. 2.

Таблица 2

SWOT-анализ гостиницы «Парадиз-отель»

Возможности/угрозы	Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
	Удачное расположение отеля	Слабая маркетинговая деятельность гостиницы
	Большая база постоянных клиентов	Нехватка номерного фонда для размещения больших групп
Возможности (O)	Стратегия развития № 1	Стратегия развития № 2
Повышение активности в социальных сетях	S1O1 – Применить другие инструменты digital-маркетинга (таргетированная реклама).	W1O1 – Воспользоваться услугой SMM-специалиста;
Увеличение количества печатной рекламы и сувенирной продукции	S2O2 – Распространить сувенирную продукцию.	W1O2 – Разработать печатную рекламу.
Угрозы (T)	Стратегия развития № 3	Стратегия развития № 4
Усиление позиций конкурентов	S1T2 – Разработка специального плана по разгрузке гостиницы	W2T1 – Укрепление организационной структуры
Невозможность контроля над перегруженностью гостиницы в туристический сезон	S2T1 – проведение рекламных акций, направленных на привлечение новых и удержание старых покупателей	W1T1 – Проведение рекламной кампании; W2T2 – Расширение номерного фонда

Источник. Собственная разработка.

Таким образом, с учетом сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз организации было сформировано четыре стратегии. Наиболее оптимальной является стратегия № 2 «Минимизация слабых сторон, используя возможности».

Анализ маркетинговой деятельности показал, что гостиница «Парадиз-отель» имеет проблемы с маркетинговой политикой. Следовательно, для применения данной стратегии развития были предложены следующие маркетинговые мероприятия:

1. Разработка печатной рекламы.
2. Продвижение социальных сетей.
3. Совершенствование стратегии развития гостиничного туризма путем диверсификации ассортимента.

Л и т е р а т у р а

1. Официальный сайт гостиницы «Парадиз-отель». – Режим доступа: <http://www.gomel-paradise.com/>. – Дата доступа: 10.05.2024.
2. Что такое SWOT-анализ и зачем он нужен бизнесу. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/shto-takoe-swot-analiz/>. – Дата доступа: 10.05.2024.

УДК 338.33

ОНЛАЙН-КОНСТРУИРОВАНИЕ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ

А. В. Рубцова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Л. Л. Соловьева

Рассмотрено онлайн-конструирование продукции на примере кондитерских изделий. Рассчитана эффективность данного мероприятия с помощью метода экспертных оценок.

Ключевые слова: онлайн-конструирование, затраты, эффект, прибыль, рентабельность, согласованность мнений.

ONLINE DESIGN OF CONFECTIONERY PRODUCTS AS A DIRECTION FOR IMPROVING ASSORTMENT POLICY

A. V. Rubtsova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor L. L. Solovyova

This article discusses online product design using the example of confectionery products. The effectiveness of this event is calculated using the method of expert assessments.

Keywords: online design, costs, effect, profit, profitability, consistency of opinions.

В условиях рыночной экономики постоянный ассортимент не является сильной стороной предприятия. Постоянное совершенствование ассортимента приводит к большим затратам не только на производство, но и на изменение дизайна упаковки и дополнительную рекламу новых видов продукции. При этом необходимо учитывать пожелания потребителей. Широкий спектр пожеланий не позволяет предприятию распыляться на небольшие партии при большом разнообразии продукции. Поэтому

кондитерским фабрикам приходится искать способы привлечения клиентов, учитывая их индивидуальные запросы. Это позволит выпускать только востребованную продукцию и не работать «на склад».

Онлайн-конструктор шоколадных изделий – это возможность создать уникальные шоколадные изделия по своему вкусу и предпочтениям [1]. Выбрать ингредиенты, добавки, форму и упаковку, чтобы получить идеальный подарок для себя или для близкого человека (индивидуальный потребитель) или в качестве сувенирной продукции промышленных предприятий различных отраслей (организованный потребитель). Такой конструктор позволяет воплотить в жизнь любые фантазии и создать шоколадные шедевры, которые будут радовать глаз и гастрономические ощущения.

Целью исследования является определение целесообразности использования онлайн-конструктора для производства кондитерских изделий.

В данном онлайн-конструкторе покупатель может выбрать следующие добавки для своих шоколадных изделий: орехи (фундук, миндаль, кешью, фисташки, кокосовые хлопья, миндальные хлопья, грецкий орех), фрукты (инжир, финики, ананас, мандарин, помело, чернослив,), ягоды (вишня, клубника, малина, смородина, черника, клюква), декор (золото съедобное, лаванда (сушеная), лаванда (засахаренная), лепестки розы, лепестки фиалки), специи (корица, кардамон, молотый кофе, перец чили).

Таким образом, онлайн-конструктор шоколадных изделий представляет собой инновацию на рынке кондитерских изделий, способствующую персонализации продукции, увеличению уровня удовлетворенности клиентов и привлечению новых потребителей.

Рассмотрим, какие затраты ежемесячно понесет предприятие от внедрения данного мероприятия в табл. 1.

Таблица 1

Общие затраты на использование онлайн-конструктора шоколадных изделий

Наименование	Сумма
Веб-разработчик (опыт работы 1–3 года)	65 руб.
Программист (опыт работы 1–3 года)	52,85 руб.
Тестирующий (опыт работы 1–3 года)	130 руб.
Затраты на дополнительные ингредиенты	5125 руб.
Реклама	350 руб.
<i>Итого</i>	5722,85 руб.

Источник. Собственная разработка.

Отдельной строкой в затраты включены дополнительные ингредиенты.

Для того чтобы рассчитать эффект от данного мероприятия, необходимо обратиться к мнению экспертов. Для этого были приглашены высококвалифицированные эксперты, которым был задан вопрос: «Насколько может увеличиться объем продаж при использовании онлайн-конструктора шоколадных изделий».

Оценки экспертов представлены в табл. 2.

Таблица 2

Сводная таблица оценок экспертов

Эксперт	1	2	3	4	5	6	7	Средняя
Оценка	3	4	4	5	3	4	5	4

Источник. Собственная разработка.

Рассчитаем согласованность мнений экспертов по формулам (1), (2):

$$K_B = \frac{\sigma}{x}; \quad (1)$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (xi - \bar{x})^2}{n}}. \quad (2)$$

Рассчитаем σ для продолжения расчетов по формуле

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (3-4)^2 + (4-4)^2 + (4-4)^2 + (5-4)^2 + (3-4)^2 + (4-4)^2 + (5-4)^2}{7}} = 0,75.$$

Рассчитаем коэффициент вариации по формуле

$$K_B = \frac{0,75}{4} = 0,18.$$

Мнения экспертов согласованы, так как коэффициент вариации $0,18 < 0,33$.
Можем использовать среднюю оценку в расчетах.

Рассчитаем прибыль от увеличения объема продаж за один месяц по формуле (3):

$$Д = V \cdot 0,04, \quad (3)$$

где V – объем продаж за месяц (ориентировочно 12558,9 тыс. руб.).

Таким образом, получаем доход за месяц:

$$Д = 12558,9 \cdot 0,04 = 502,35 \text{ (тыс. руб.)}.$$

Учитывая, что рентабельность СП ОАО «Спартак» в 2021 г. составляла 64,7 %, дополнительную прибыль за месяц рассчитаем по формуле (4):

$$ДП = \frac{Д}{\frac{(1+K)}{K}}, \quad (4)$$

где $ДП$ – дополнительная прибыль; $Д$ – дополнительный доход за месяц;
 K – рентабельность предприятия.

Таким образом, получаем:

$$ДП = \frac{502,35}{\frac{(1 + 0,647)}{0,647}} = 197,34 \text{ тыс. руб.}$$

Дополнительная прибыль на 12 месяцев составит 2368,11 руб. Так как мы собираемся использовать онлайн-конструктор шоколадных изделий 12 месяцев, то затраты составят:

$$З = 5722,85 \cdot 12 = 68,67 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем эффект от мероприятия для предприятия. Данный эффект рассчитывается по формуле (5):

$$Эф = ДП - З. \quad (5)$$

Получаем:

$$Э_{\phi} = 2368,11 - 68,67 = 2299,44 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, можно сделать вывод, что вкладывать денежные средства в онлайн-конструктор шоколадных изделий как минимум рентабельно. За 12 месяцев можно получить дополнительную прибыль в размере 2299,44 тыс. руб.

Данное мероприятие является необходимым, для того чтобы повысить узнаваемость и маркетинговую деятельность предприятия. Онлайн-конструктор шоколадных изделий привлечет новых потребителей, тем самым увеличится объем продаж.

Л и т е р а т у р а

1. Онлайн-конструктор шоколада. – Режим доступа: <https://newslab.ru/news/>. – Дата доступа: 01.05.2024.

УДК 658.8

РЕБРЕНДИНГ В КОНТЕКСТЕ ОЗДОРОВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО БРЕНДА

М. Е. А. Руденко

БИП – Университет права и социально-информационных технологий,
Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель В. А. Безуглая

В современной бизнес-среде брендинг играет решающую роль в создании и поддержании конкурентных преимуществ компании. Однако со временем бренды могут устаревать, терять свою актуальность и становиться менее привлекательными для своей целевой аудитории. В таких случаях может потребоваться ребрендинг, чтобы возродить интерес потребителей и оживить современный бренд. В этой статье мы рассмотрим проблемы, связанные с устаревшим брендом, предложим решения с помощью ребрендинга и дадим заключение.

Ключевые слова: ребрендинг, бренд, маркетинг, стратегия, устаревший бренд, изменение.

REBRANDING IN THE CONTEXT OF MODERN BRAND WELLNESS

M. E. A. Roudenko

*BIP – University of Law and Socio-Information Technologies, Minsk,
Republic of Belarus*

Science supervisor V. A. Bezuglaya

In today's business environment, branding plays a crucial role in creating and maintaining a company's competitive advantages. However, over time, brands may become outdated, lose their relevance and become less attractive to their target audience. In such cases, rebranding may be required to revive consumer interest and revitalize a modern brand. In this article, we will look at the problems associated with an outdated brand, propose solutions using rebranding and give a conclusion.

Keywords: rebranding, brand, marketing, strategy, outdated brand, change.

Под брендингом понимается процесс создания уникальной и узнаваемой идентичности продукта, услуги или компании. Он включает в себя формирование ценностей бренда, его индивидуальности и позиционирования на рынке, чтобы отличать его от конкурентов и привлекать потребителей [1].

Согласно ходу времени, непосредственное отслеживание динамики рынка и изучение актуальных тенденций становятся неотъемлемыми факторами для успешного бренда. Ведь без непрерывного обновления и реагирования на изменения, бренд может постепенно утратить свою привлекательность и оказаться на периферии внимания клиентов и потенциальных покупателей.

Поэтому одной из основных проблем, связанных с устаревшим брендом, является потеря интереса со стороны целевой аудитории. Изменение предпочтений и поведения потребителей может сделать бренд неактуальным, его могут затмить более современные конкуренты. Это может привести к снижению продаж, потере доли рынка и ухудшению имиджа бренда. В основном на помощь приходит ребрендинг компании.

Для успешно проведенного ребрендинга есть несколько правил при не соблюдении, которых можно получить отрицательный результат. Ниже представлены некоторые из них [2]:

- Исследования и анализ.

Первым шагом в оздоровлении современного бренда с помощью ребрендинга является проведение исследований и анализа. Важно изучить текущую ситуацию на рынке, проанализировать потребности и предпочтения целевой аудитории, изучить конкурентов и их успешные практики. Это поможет выявить слабые стороны и проблемы существующего бренда и выявить возможности для укрепления и развития.

Один из таких исследований – это сбор отзывов от клиентов. Он может дать ценную информацию об их восприятии бренда и областях, которые нуждаются в улучшении. Проведение опросов, фокус-групп или прослушивание в социальных сетях могут помочь выявить конкретные болевые точки или упущенные возможности. Эта информация может помочь в процессе ребрендинга и обеспечить соответствие изменений ожиданиям клиентов [3].

Анализ конкурентной среды так же имеет решающее значение для понимания того, как позиционируется бренд по отношению к своим конкурентам. Этот анализ может выявить уникальные торговые предложения, пробелы на рынке или новые тенден-

ции, которые могут быть использованы в ходе ребрендинга. Выделяя бренд среди своих конкурентов, он может занять особое и привлекательное место на рынке.

- Разработать новую стратегию бренда.

На основе проведенного исследования следует разработать новую стратегию бренда. Это может включать переоценку ценностей и миссии бренда, определение новой целевой аудитории и создание нового имиджа и стиля бренда. Крайне важно учитывать текущие тенденции и ожидания потребителей, чтобы бренд стал более актуальным и привлекательным.

- Обновление визуальной и вербальной идентичности.

Ребрендинг часто влечет за собой обновление визуальной и вербальной идентичности бренда. Это может включать разработку нового логотипа, пересмотр цветовой палитры и типографики, а также переоценку слогана и коммуникационных стратегий бренда. Обновленный стиль должен отражать новую стратегию бренда и соответствовать его ценностям и имиджу.

- Внутреннее согласование.

Ребрендинг – это не только внешнее мероприятие, но и требует внутреннего согласования. Важно донести стратегию и видение ребрендинга до сотрудников и заинтересованных сторон. Вовлечение сотрудников в процесс и обеспечение их заинтересованности могут помочь создать в организации сторонников бренда. Такое согласование обеспечит согласованность обмена сообщениями и целостное восприятие бренда во всех точках соприкосновения.

- Коммуникация и вовлечение.

Эффективная коммуникация с целевой аудиторией и вовлечение ее в процесс ребрендинга являются неотъемлемой частью успешного ребрендинга. Разработка маркетинговой кампании, которая информирует и объясняет преимущества ребрендинга потребителям, имеет важное значение. Социальные сети, блоги, пресс-релизы и другие средства коммуникации могут быть использованы для распространения информации о ребрендинге и активного взаимодействия с аудиторией. Укрепление доверия и понимания среди потребителей поможет им принять обновленный бренд и продолжать оказывать ему поддержку.

- Постепенное внедрение изменений.

Ребрендинг не следует проводить резко и радикально. Чтобы свести к минимуму риск оттока клиентов и ослабить влияние изменений, рекомендуется вводить новые элементы бренда постепенно. Например, начать с обновления упаковки или внешнего вида продукта, а затем постепенно переходить к другим изменениям. Это позволяет потребителям адаптироваться к новому бренду и усвоить его новые ценности.

Ребрендинг в контексте возрождения современного бренда – это сложное стратегическое мероприятие. Оно требует глубокого понимания текущего положения бренда на рынке, его целевой аудитории и меняющегося потребительского климата. Проводя тщательные исследования и анализ, компании могут выявить пробелы и проблемы, с которыми сталкивается их бренд.

Одним из важнейших аспектов ребрендинга является обеспечение соответствия новой стратегии бренда текущим тенденциям рынка и предпочтениям потребителей. Опережая события, компании могут позиционировать свой ребрендированный бренд как инновационный и актуальный.

Успешный ребрендинг часто предполагает обновление визуальной и вербальной идентичности бренда. Цель состоит в том, чтобы создать целостный и привлекательный имидж бренда, который найдет отклик у целевой аудитории и выделит бренд среди конкурентов.

Важно эффективно разъяснять причины, стоящие за ребрендингом, преимущества, которые он приносит потребителям, и стремление компании создавать ценность. Использование различных каналов может помочь привлечь внимание целевой аудитории. Способствуя открытому диалогу и решая проблемы потребителей, компании могут укрепить доверие и лояльность во время перехода к ребрендингу.

Постепенное внедрение изменений может снизить потенциальные риски, связанные с ребрендингом. Постепенное обновление сводит к минимуму путаницу и обеспечивает более плавный переход, снижая вероятность оттока клиентов.

Ребрендинг позволяет бренду адаптироваться к меняющимся рыночным условиям, повысить свою конкурентоспособность и вернуть интерес потребителей. Однако важно помнить, что успешный ребрендинг требует времени, ресурсов и тщательного планирования, чтобы обеспечить позитивное восприятие бренда потребителями, а также долгосрочный успех и устойчивость бренда.

Л и т е р а т у р а

1. Branding or rebranding, what is the best option? – Режим доступа: <https://bigsurbranding.com/en/branding-or-rebranding-that-is-the-question/> – Дата доступа: 08.05.2024.
2. Revitalize Your Brand: A Step-by-Step Guide to Company Rebranding. – Режим доступа: <https://bigredjelly.com/blog/revitalize-your-brand-a-step-by-step-guide-to-company-rebranding/>. – Дата доступа: 08.05.2024.
3. Brand rebranding: Revitalizing Your Brand: The Benefits of Strategic Rebranding. – Режим доступа: <https://fastercapital.com/content/Brand-rebranding--Revitalizing-Your-Brand--The-Benefits-of-Strategic-Rebranding.html>. – Дата доступа: 08.05.2024.

УДК 338.48

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЛЕСНОГО ФОНДА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

И. Д. Синева

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель О. В. Лапицкая

Туристический потенциал – совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории. Лесной фонд Республики Беларусь позволяет развивать на своей территории различные формы экологического туризма, широко используя свой туристический потенциал.

Ключевые слова: экологический туризм, лесной фонд, природная территория, лес, природа.

THE TOURISM POTENTIAL OF THE FOREST FUND AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF ECOTOURISM IN BELARUS

I. D. Siniova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor O. V. Lapitskaya

Tourist potential is a set of natural, cultural, historical and socio-economic prerequisites for organizing tourist activities in a certain territory. The Forest Fund of the Republic of Belarus

allows the development of various forms of eco-tourism on its territory, making extensive use of its tourism potential.

Keywords: ecological tourism, forest fund, natural area, forest, nature.

Понятие определения экологического туризма сводится к его представлению не только как формы активного отдыха, но и широкого и разностороннего ознакомления все большего количества людей с достопримечательностями естественной природы с целью получения представлений о природных и культурно-этнографических особенностях того или иного региона, области или страны [1].

Актуальность данного исследования заключается в активном и повсеместном развитии экологического туризма в следствие чего возникает необходимость изучения особенностей данного вида туризма, получения сведений о воздействии человеческой деятельности на природные экосистемы с целью содействия охране природы и социально-экономическому развитию. Целью исследования является анализ туристического потенциала лесного фонда как основы развития экологического туризма в Республике Беларусь.

Экотуризм является одним из наиболее перспективных и активно развивающихся направлений туристической деятельности в Республике Беларусь. Этому способствуют богатый природный потенциал, наличие достаточного количества особо охраняемых природных территорий, памятники природы, болота Белорусского Полесья с их уникальными экосистемами, разнообразный растительный и животный мир и др. Велико также и историко-культурное наследие страны.

Республика Беларусь расположена в центре Европы и располагает значительным природным ресурсным потенциалом для развития экотуризма. На территории Республики насчитывается более двадцати тысяч рек и одиннадцати тысяч озер, леса занимают 38 %, а болота 8,1 % территории страны. На территории республики выделено 5 ландшафтных провинций и 55 ландшафтных районов. Среди всего многообразия природных ландшафтов особую ценность представляют особые ландшафты, которые редко встречаются в Европе, но сохранены в нашей стране: болотные, пойменные, лесовые, камово-моренно-озерные комплексы [2].

На территории Беларуси проводятся и осуществляются активные мероприятия по сохранению огромного множества редких экосистем, видов животных и растений, которые уже исчезли или находятся под угрозой исчезновения в Европе. В Красную книгу Республики Беларусь внесено более ста видов позвоночных и восьмидесяти видов беспозвоночных животных, около ста семидесяти видов высших растений и ста – низших растений и грибов, которые находятся под защитой в целях сохранения их видового разнообразия.

Также в сохранении естественных экосистем, биологического и ландшафтного разнообразия ключевая роль принадлежит особо охраняемым природным территориям. В Беларуси – 1339 особо охраняемых природных территорий:

- Березинский биосферный заповедник;
- национальные парки «Беловежская пуща», «Браславские озера», «Нарочанский», «Припятский»;
- заказники – 99 республиканского и 276 местного значения;
- памятники природы – 327 республиканского и 632 местного значения.

Общая площадь особо охраняемых природных территорий – 1889,3 тыс. га (9,1 % территории республики) [3].

Что касается именно лесного фонда Республики Беларусь: леса являются национальным достоянием страны, ее гордостью и украшением. Общая площадь зе-

мель лесного фонда (включая лесные болота, дороги, воды и др.) составляет более 9 млн га. Леса – основа уникальных природных ландшафтов на территории страны. Площадь земель лесного фонда, занятая под водными объектами составляет 72 тыс. га. В лесах встречаются живительные криницы, которые часто обладают целебными свойствами. В нашей стране, расположенной в центре Европы, сохранились уникальные не осушенные болотные массивы. Они расположены на землях лесного фонда и представляют интерес для туристов как объекты экологических туров, охоты и сбора ягод [4].

Как было изложено выше, многие особо охраняемые природные объекты Республики Беларусь располагаются именно на площади лесных фондов, что делает эти территории более привлекательными для белорусских туристов и эко-путешественников из других стран. Так, Беловежская пуща, Браславские озера, Березинский биосферный заповедник, национальные парки «Приятский» и «Нарочанский» уже стали туристическими брендами, известными не только среди жителей Республики Беларусь, но и по всему миру. Значительной популярностью также пользуются республиканские заказники «Выгонощанское», «Споровский», «Прибужское Полесье», «Средняя Припять», «Красный Бор», «Синьша», «Озеры», «Налибокский».

Также на территории лесных фондов есть хороший потенциал для развития различного рода экологических троп – обустроенные и особо охраняемые прогулочно-познавательные маршруты, создаваемые с целью экологического просвещения населения через установленные по маршруту информационные стенды [5]. В Беларуси уже начали развивать площади лесных территорий под данный вид туристических развлечений. Так, уже значительную популярность получила экотропа по одному из крупнейших болот Республики Беларусь – Ельня. Там активно развивается туристическая инфраструктура, проводятся экскурсии и даже ежегодно проходит фестиваль. Также достаточно известные экологические тропы есть в Березинском биосферном заповеднике, на территории Налибокской пущи, в ландшафтном заказнике Ольманские болота, заказнике «Споровский» и в некоторых других территориальных единицах страны.

В последние годы в нашей стране и во всем мире в целом все более популярными становятся различного рода объекты туризма, расположенные среди нетронутой природы (гостиницы, кемпинги, курорты). С каждым годом они пользуются все большим спросом у экологически сознательных туристов и призваны уделять должное внимание вопросам экологии, сохранению природных ландшафтов, флоры и фауны, культурного наследия. И так как Республика Беларусь обладает огромным потенциалом для развития данного вида туризма, стоит всесторонне использовать и развивать его, потому что со временем экологический туризм будет только набирать популярность и распространяться на большие территории.

Л и т е р а т у р а

1. Водопьянова, Т. П. Особенности экологического туризма в государственных лесохозяйственных учреждениях Беларуси / Т. П. Водопьянова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ekologicheskogo-turizma-v-gosudarstvennyh-lesohozyaystvennyh-uchrezhdeniyah-belarusi>. – Дата доступа: 15.05.2024.
2. Лаптиева, Л. Н. Экотуризм: состояние и перспективные направления развития в Республике Беларусь / Л. Н. Лаптиева, Г. И. Индушко. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekoturizm-sostoyanie-i-perspektivnye-napravleniya-razvitiya-v-respublike-belarus>. – Дата доступа: 15.05.2024.
3. Особо охраняемые природные территории Беларуси / БЕЛТА. – Режим доступа: <https://www.belta.by/infographica/view/osobo-ohranjaemye-prirodnye-territorii-belarusi-28511/>. – Дата доступа: 15.05.2024.

4. Рекреационные ресурсы Беларуси / StudFiles. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/7789058/page:6/>. – Дата доступа: 15.05.2024.
5. Экологическая тропа / Википедия. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Экологическая_тропа#:~:text=Экологическая%20тропа%20\(учебно-туристическая%20тропа\)%20—,туризма%2C%20национальных%20парков%2C%20ландшафтным%20заказникам.](https://ru.wikipedia.org/wiki/Экологическая_тропа#:~:text=Экологическая%20тропа%20(учебно-туристическая%20тропа)%20—,туризма%2C%20национальных%20парков%2C%20ландшафтным%20заказникам.) – Дата доступа: 15.05.2024.

УДК 339.138

ВЛИЯНИЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В. Г. Хвойницкая, Д. О. Мархоцкая

Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск

Научный руководитель О. И. Козловская

Исследовано применение нейромаркетинга в сети кофеен VARKA. Проанализировано влияние цветовой гаммы, освещения, музыки и запахов на восприятие посетителей и их склонность к покупкам. Результаты проведенного исследования показали, что сети кофеен VARKA успешно использует некоторые элементы нейромаркетинга, создавая атмосферу уюта и расслабленности. По результатам исследования даны рекомендации по внедрению дополнительных инструментов, таких как персонализация предложений и система рекомендаций, основанная на анализе данных о клиентах.

Ключевые слова: маркетинг, нейромаркетинг, поведение потребителей, инструменты нейромаркетинга, атмосфера.

INFLUENCE OF NEUROMARKETING TOOLS ON CONSUMER BEHAVIOR

V. G. Khvoinitskaya, D. O. Markhotskaya

Belarusian State Economic University, Minsk

Scientific supervisor O. I. Kozlovskaya

This paper investigates the application of neuromarketing in the network of coffee shops VARKA. The influence of color scheme, lighting, music and smells on the perception of visitors and their propensity to buy is analyzed. The results of the study showed that the coffee shop chain VARKA successfully uses some elements of neuromarketing, creating an atmosphere of coziness and relaxation. Based on the results of the study, recommendations were given on the introduction of additional tools, such as personalization of offers and a system of recommendations based on the analysis of customer data.

Keywords: marketing, neuromarketing, consumer behavior, neuromarketing tools, atmosphere.

В современном мире, где конкуренция за внимание покупателя на рынке постоянно возрастает и традиционные методы работают недостаточно эффективно, компании все чаще обращаются к новым инструментам и методам для достижения своих целей. Одним из таких инструментов является нейромаркетинг.

Нейромаркетинг – это совокупность методик, направленных на изучение поведенческих реакций покупателей и их эмоций. В основе этой области деятельности лежат разработки в сфере маркетинга, когнитивной психологии и нейрофизиологии [1].

Все рестораны, магазины, салоны, медицинские центры используют элементы нейромаркетинга: подходящая музыка, освещение, ароматы, интерьер. Удачные решения способствуют развитию бизнеса, тогда как неверные могут незаметно нивелировать все усилия.

Авторами данной публикации было проведено исследование на предмет использования нейромаркетинга в сети кофеен VARKA. В данной сети воссоздание нужной атмосферы достигается с помощью цветов в двух значениях этого слова: цвет и цветы. Цветовая схема кофейни состоит из теплых оттенков бежевого, коричневого, желтого и зеленого. Эти цвета создают атмосферу спокойствия и натурализма, что позволяет посетителям чувствовать себя комфортно и расслабленно. Также зеленый цвет стимулирует аппетит, что увеличивает объем заказов.

Кроме того, сеть кофеен VARKA активно использует зелень в своих интерьерах, тем самым добавляя уют, что в свою очередь оставляет желание вернуться в заведение.

Исследования компании Zumtobel показали, что люди предпочитают есть больше в помещениях с теплым освещением. Холодный же свет, напротив, может снижать аппетит. Например, некоторые рестораны используют синее освещение для уменьшения аппетита посетителей, чтобы они дольше оставались и заказывали больше напитков [2]. Сеть кофеен VARKA использует в своем интерьере теплый приглушенный свет, редко прибегая к основным светильникам.

Выбор музыкального фона также является одним из важнейших элементов нейромаркетинга в таком бизнесе. Большинство покупателей испытывает дискомфорт от ощущения пустоты вокруг, поэтому предпочитают быстрее совершить покупку и уйти. Некоторые заведения общепита применяют такой прием, чтобы увеличить количество посетителей. Люди чувствуют себя неуютно и им хочется скорее покинуть помещение [3]. Подобный подход весьма эффективен, хотя он идет вразрез с этическими нормами. В то время как хорошо подобранная музыка повышает средний чек и повышает лояльность к заведению. Сеть кофеен VARKA позиционирует себя как место, где можно расслабиться и используют соответствующую легкую ненавязчивую музыку.

Вместе с тем данной сети кофеин можно предложить использование и других инструментов нейромаркетинга, которые внедрены во всемирно известной сети кофеен «Starbucks»:

- подбор музыки в зависимости от времени суток и дня недели, чтобы создать желаемую атмосферу;
- внедрение персонализации предложений на основе данных о прошлых покупках, геолокации и времени суток, чтобы предлагать напитки и акции через мобильное приложение;
- внедрение системы рекомендаций, которые анализируют выбор клиентов и предлагают им похожие или комплементарные напитки.

Сеть кофеен VARKA постепенно овладевает искусством создания сенсорных ощущений, которые захватывают клиентов с того момента, как они переступают порог заведения. Дизайн интерьера кафе, цветовая и световая гамма, музыкальное сопровождение тщательно продуманы, чтобы вызывать ощущение тепла и расслабленности, стимулируя положительные эмоции, которые улучшают общее впечатление от кафе. Однако для достижения больших результатов заведению стоит обратить внимание на опыт всемирно известных компаний.

Литература

1. В подсознании клиента: что такое нейромаркетинг и как его используют. – Режим доступа: <https://perfluence.net/blog/article/neyromarketing-v-reklame> – Дата доступа: 27.03.2024.
2. Как современное освещение влияет на эмоции покупателя и становится частью позиционирования бренда. – Режим доступа: <http://retailplatforma.com/yak-suchasne-osvitlennya-vplivayena-emotsiyi-pokupatsya-i-staye-chastinoyu-pozitsionuvannya-brendu/>. – Дата доступа: 27.03.2024.
3. Звук, текстура, аромат, цвет, свет – 5 главных элементов нейромаркетинга в ритейле. – Режим доступа: https://new-retail.ru/marketing/zvuk_tekstura_aromat_tsvet_svet_5_glavnykh_elementov_neyromarketinga_v_riteyle6959/. – Дата доступа: 27.03.2024.
4. Нейромаркетинг vs запахи: кейс Starbucks. – Режим доступа: <https://dzen.ru/a/ZF4o3NgNQUpZa57/>. – Дата доступа: 27.03.2024.

УДК 338.48-52

АКТИВНЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**П. Э. Хихлина***Учреждение образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина», Республика Беларусь*

Научный руководитель Г. Н. Зинкевич

Активные виды туризма – это форма путешествий, которая включает в себя физическую активность и участие в различных видах спорта или приключений. Эти виды туризма ориентированы на активное времяпрепровождение, занятие спортом и открытие новых горизонтов. В активные виды туризма обычно входят: велосипедный туризм, пеший туризм, водный туризм, экстремальный туризм, экотуризм. Активные виды туризма позволяют путешественникам не только насладиться красотой природы и культурой различных стран, но и ощутить адреналин и преодолеть себя в различных видах спорта и приключений.

Ключевые слова: активные виды туризма, велотуризм, пеший туризм, водный туризм, экотуризм, экстремальный туризм, агротуризм.

ACTIVE TYPES OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF BELARUS**Polina Khikhlina***Brest State University named after A. S. Pushkin, Republic of Belarus*

Science supervisor G. N. Zinkevich

Activity tourism is a form of travel that involves physical activity and participation in various sports or adventure activities. These types of tourism are focused on active pastime, sports and opening new horizons. Active types of tourism usually include: cycling tourism, hiking, water tourism, extreme tourism, ecotourism. Active types of tourism allow travelers not only to enjoy the beauty of nature and culture of different countries, but also to feel the adrenaline and overcome themselves in various sports and adventures.

Keywords: active types of tourism, bicycle tourism, hiking, water tourism, ecotourism, extreme tourism, agrotourism.

Активные виды туризма – идеальный способ отдохнуть и ощутить адреналин. Такой вид туризма становится все более популярным среди любителей приключений и активного образа жизни. Этот вид туризма предлагает возможность не только отдохнуть от повседневной рутины, но и испытать себя в различных экстремальных

условиях, насытиться адреналином и получить новые впечатления.

В Республике Беларусь популярными активными видами туризма являются:

1. *Велосипедный туризм.* Беларусь имеет развитую сеть велосипедных маршрутов, включающих как городские, так и природные трассы.

Одним из наиболее популярных маршрутов для велотуристов в Беларуси является Национальный парк «Браславские озера». Здесь можно насладиться красотой озер, лесов и уникальной флорой и фауной. Другие популярные места для велопрогулок включают Беловежскую пушу, Национальный парк «Припятский», а также различные велосипедные маршруты вокруг городов и деревень. В Беларуси также проводятся организованные велотуристические мероприятия, такие как веломарафоны, фестивали и экскурсии. Многие отели и гостиницы предлагают услуги по аренде велосипедов и организации велопоездки.

2. *Пеший туризм.* По всей стране проложены маршруты для пеших прогулок и походов, включая национальные парки и заповедники. Прогулки по горным тропам, походы в национальные парки, походы с палатками – все это позволяет окунуться в природу, насладиться красотой окружающего мира и преодолеть себя.

3. *Водный туризм.* Беларусь богата озерами и реками, поэтому каякинг, каноэ и другие виды водного туризма пользуются популярностью. Беларусь, благодаря своим многочисленным озерам, рекам и каналам, предлагает отличные возможности для развития водного туризма. Этот вид активного отдыха становится все более популярным среди туристов, желающих насладиться красотой природы и ощутить адреналин от водных приключений. Одним из самых распространенных видов водного туризма в Беларуси является каякинг. Путешествие на каяках по рекам и озерам позволяет насладиться уединением природы, исследовать места, недоступные на машине или пешком, и испытать себя в управлении лодкой. Многие туристические компании предлагают организацию каяк-туров различной продолжительности и сложности, что делает этот вид отдыха доступным для широкого круга людей.

Помимо каякинга в Беларуси популярны такие виды водного туризма, как виндсерфинг, SUP-серфинг (стоя на доске с веслом), плавание на водных мотоциклах, рыбалка с лодки и многое другое. Великолепные условия для водных видов отдыха создают возможность провести активно время как для опытных спортсменов, так и для новичков.

Беларусь также славится своими оздоровительными и спортивными базами на берегах озер и рек, где можно не только заняться водными видами спорта, но и отдохнуть в комфортабельных условиях. Многие туристические комплексы предлагают аренду оборудования, инструкторские услуги и организацию экскурсий по окрестностям.

4. *Экотуризм.* В стране существует много заповедников и природных парков, где можно познакомиться с уникальной флорой и фауной. Одним из самых известных мест для экотуризма в Беларуси является Беловежская пуша – один из последних уголков первозданной европейской природы. Здесь можно встретить зубров, оленей, лосей и других животных в их естественной среде обитания. Национальный парк «Браславские озера» также привлекает экотуристов своими уникальными экосистемами и богатым разнообразием флоры и фауны.

Беларусь предлагает множество экотуристических маршрутов, включающих пешие прогулки, велосипедные поездки, каякинг, птиценаблюдение и многое другое. В различных заповедниках и природных заказниках можно ознакомиться с уникальными видами растений и животных, а также узнать о мерах по сохранению природы. Местные организации и туроператоры предлагают экотуристам различные програм-

мы, включающие экскурсии с экологическими гидами, участие в экологических проектах и обучающие семинары по охране окружающей среды.

5. *Агротуризм*. В Беларуси развито сельское хозяйство, поэтому туристы могут посетить фермы, участвовать в работе на полях и познакомиться с местными традициями. Эти виды туризма позволяют путешественникам активно провести время и открыть для себя удивительные природные и культурные достопримечательности Беларуси.

6. *Экстремальный туризм*. Для любителей экстрима и адреналина подойдут такие виды туризма, как бейсджампинг, парашютизм, скачки на водном мотоцикле, альпинизм и другие экстремальные виды спорта. Эти виды активного отдыха требуют хорошей физической подготовки, но приносят незабываемые впечатления и ощущения свободы.

Активный туризм также способствует развитию туристической инфраструктуры в различных регионах мира, создавая новые рабочие места и стимулируя развитие местного сообщества. Кроме того, активные виды туризма способствуют сохранению природы и экологическому балансу, поскольку туристы, ценящие природу, стремятся к ее сохранению.

Таким образом, активные виды туризма предоставляют уникальную возможность сочетать отдых с приключениями, заботой о здоровье и окружающей среде, а также расширять свой кругозор и получать новые эмоции и впечатления.

Л и т е р а т у р а

1. Новиков, В. С. Инновации в туризме : учеб. пособие / В. С. Новиков. – 3-е изд., испр. и доп. – М., 2010. – 208 с.
2. Олюнина, И. В. Развитие инклюзивного туризма в Республике Беларусь / И. В. Олюнина // Женщины-ученые Беларуси и Польши : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26 марта 2020 г. / редкол.: И. В. Казакова, И. В. Олюнина (отв. ред.) ; Белорус. гос. ун-т. – Минск, 2020. – С. 110–112.

УДК 659.1:004.738.5

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРОЦЕССОВ И РЕПУТАЦИИ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА WILDBERRIES

Е. А. Шамберова, А. А. Кулеш, И. Н. Ридецкая

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель И. Н. Ридецкая

*Пути повышения эффективности и качества взаимодействия организации и клиентов
в сети интернет.*

Ключевые слова: реклама, интернет-маркетплейс, товар.

**USING ONLINE ADVERTISING TO ENHANCE
THE EFFECTIVENESS OF TRADING PROCESSES
AND THE REPUTATION OF THE COMPANY
ON THE EXAMPLE OF THE ONLINE STORE WILDBERRIES**

E. A. Shamberova, A. A. Kulesh, I. N. Rydzetskaya

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor I. N. Rydzetskaya

Ways to improve the efficiency and quality of interaction between the organization and customers on the Internet.

Keywords: advertising, online marketplace, product.

Современную жизнь невозможно представить без рекламы, сейчас она повсюду. И это не удивительно так как управление бизнесом невозможно без должного уровня рекламы в продвижении товаров или услуг.

Реклама – это информация, которая привлекает внимание потенциальных клиентов к продукту, бренду или услуге. Существует множество ее форматов: от текстовых объявлений в интернете до плакатов на улице. Многие компании используют сразу несколько типов рекламы, чтобы охватить широкую аудиторию. Иначе говоря, реклама помогает потребителю выбрать из большого количества товаров именно тот, который наиболее полно удовлетворяет его потребности [1].

Целью данной работы является выявление путей повышения эффективности и качества взаимодействия организации и клиентов в сети интернет, а также разработка рекомендаций по созданию рекламной кампании для интернет-маркетплейса Wildberries.

Сейчас многие предприниматели стремятся разместить свой товар на Wildberries. Это один из самых популярных маркетплейсов, который позволяет онлайн-ритейлерам в разы увеличивать прибыль. «Оборот за 2023 г. составил более 2,5 трлн руб. Прогноз на 2024 г. есть – планируем рост примерно на 60 % к 2023 г.», – отметила Татьяна Бакальчук. Глава Wildberries также добавила, что более точный прогноз будет раскрыт ближе ко второй половине 2024 г. В первом полугодии 2023 г. Wildberries увеличил оборот от продаж товаров и услуг (GMV) на 94 % в годовом выражении – до 1,221 трлн руб. Оборот площадки за 2022 г. возрос по сравнению с предыдущим годом на 98 % и достиг 1,669 трлн руб. [2].

Выделяют четыре элемента маркетинговых коммуникаций: реклама; формирование благоприятного общественного мнения о предприятии и его товарах, называемое также PR; личные контакты и продажи; комплексные формы продвижения товаров на рынок и содействия продажам. Интернет-реклама по сравнению с традиционными средствами имеет ряд преимуществ, больше возможностей и входит во все элементы комплекса маркетинговых коммуникаций:

- во-первых, выполняя рекламные функции, интернет-реклама представляет товар потребителю и ускоряет процесс реализации. Для этих целей наиболее подходят такие средства, как электронная почта, баннер и веб-страница;

- во-вторых, интернет-реклама может выполнять функции PR, касающиеся публицити, формирования и защиты имущества, спонсорства и меценатства, а также лоббирования интересов. Для этого могут использоваться также электронная почта, баннер и веб-страница;

– в-третьих, при организации предприятием выставок и ярмарок может осуществляться их виртуальное сопровождение. В последние годы усилилась роль ярмарок и выставок в процессе продвижения товаров, и представляется рациональным выделить их в отдельный элемент комплекса маркетинговых коммуникаций;

– в-четвертых, Интернет способствует поддержанию личных контактов и продаж, так как быстрота реакции через Интернет идентична устному представлению товара или услуги в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями. Подобное представление можно соотнести с устной рекламой. Для этого используется прямая почтовая рассылка рекламных предложений, являющаяся элементом директ-маркетинга. Кроме того, в последние годы активно формируется сеть электронных магазинов, в организации которых активно используются все средства интернет-рекламы;

– в-пятых, интернет-реклама может быть составной частью сейлз-промоушн, поскольку через нее возможно проводить презентацию товара, в частности, при продвижении товаров программного обеспечения. Таким образом, интернет-реклама встраивается в общий комплекс маркетинговых коммуникаций и может выполнять интегрирующую функцию. Использование интернет-рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций может дать ощутимое преимущество за счет низкой цены, возможности постоянного обновления, небольшого числа сотрудников, занимающихся ее обработкой, возможности быстрого определения ее эффективности [3].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод что использование интернет-рекламы для повышения эффективности торговых процессов и репутации компании в случае интернет-магазина «Wildberries» включает в себя ряд стратегий:

1. *Целевая реклама*: направленное рекламное объявление привлечет внимание потенциальных покупателей, что может привести к повышению продаж. Реклама работает путем определения целевой аудитории, которая наиболее вероятно будет заинтересована в продуктах или услугах компании. Затем рекламные сообщения и материалы направляются именно этой аудитории, чтобы привлечь их внимание и стимулировать к действию, например, к покупке продукции. Также могут применяться инструменты аналитики для отслеживания эффективности рекламной кампании и ее оптимизации.

2. *Социальные медиа*: вариантов продвижения маркетплейсов много. Среди них можно выделить условно бесплатные варианты и платные. Условно бесплатные: создание групп в социальных сетях; ведение экспертных блогов на сторонних площадках; создание Youtube-канала с видеороликами. Платные: реклама в социальных сетях; таргетированная реклама от поисковых систем и рекламные видеоролики. Есть и другие способы, которые влияют на продвижение, – коллаборация с партнерами, реклама на радио- и телевидении, методы прямого маркетинга. Также популярным способом продвижения является ведение экспертных блогов на интернет-площадках, таких, как ВКонтакте, Инстаграм, Facebook, TikTok и др. Этот метод достаточно простой и эффективный – главное создать аккаунт/группу/блог и начать рассказывать о возможностях. Благодаря этому способу, покупатели становятся более проинформированы о маркетплейсе, знают, какой ассортимент он предлагает, его функции и др. Это позволяет привлечь внимание не только к самому маркетплейсу как таковому, но и к покупке товара.

3. *Поисковая оптимизация*: оптимизация интернет-магазина для поисковых систем поможет увеличить его видимость в поисковых результатах, таким образом, увеличивая поток посетителей и возможно потенциальных клиентов.

4. *Электронная рассылка*: регулярная электронная рассылка акций, новостей и

другой информации о продукции магазина может способствовать удержанию клиентов и повышению узнаваемости бренда. В целом, эффективное использование интернет-рекламы требует комплексного подхода и постоянного анализа результатов для повышения эффективности торговых процессов и укрепления репутации компании.

5. *Партнерский маркетинг*: участие в партнерских программах и совместных акциях с другими компаниями может помочь увеличить охват аудитории и привлечь новых клиентов для интернет-магазина.

6. *Видеореклама*: создание и размещение видеорекламы о продукции интернет-магазина на популярных платформах, таких как YouTube, может привлечь больше внимания и расширить аудиторию. Wildberries также работает с блогерами и знаменитостями для продвижения своего бренда и продукции.

7. *Аналитика и тестирование*: использование инструментов аналитики поможет определить наиболее эффективные рекламные каналы и стратегии, а также проведение тестов позволит оптимизировать рекламные кампании.

8. *Онлайн-рецензии и отзывы*: Wildberries предоставляет возможность клиентам оставлять отзывы о продуктах на сайте после их покупки. Эти отзывы видны другим покупателям и помогают им принять решение о покупке. Каждый продукт на сайте имеет рейтинг, основанный на отзывах покупателей. Это помогает клиентам быстро оценить качество товара. Wildberries активно отвечает на отзывы и вопросы покупателей, решая возникающие проблемы, проводит модерацию отзывов, чтобы предотвратить размещение недобросовестных или некорректных отзывов. Иногда Wildberries предлагает бонусы или скидки за написание отзывов о продуктах, что стимулирует клиентов делиться своим мнением. В целом, система онлайн рецензий и отзывов помогает Wildberries поддерживать высокое качество обслуживания, улучшать ассортимент товаров и привлекать новых клиентов.

Эти методы, в сочетании с профессионально разработанной интернет-рекламной стратегией, помогут интернет-магазину Wildberries улучшить репутацию, привлечь новых клиентов и продавцов, а также увеличить эффективность торговых процессов. Для попадания в ТОП необходимо применять комплексный подход и работать над всеми перечисленными факторами, поскольку каждый из них сказывается на ранжировании. Также необходимо сформировать правильный ассортимент, в котором будут представлены актуальные востребованные позиции.

Л и т е р а т у р а

1. Яндекс реклама. – Режим доступа: <https://yandex.ru/adv/edu/materials/reklama>. – Дата доступа: 02.05.2024.
2. Новостной канал. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/wildberries-ozhidaet-rost-oborota-v-2024-godu-na-60/>. – Дата доступа: 02.05.2024.
3. Зорька, О. И. Использование интернет-рекламы для повышения эффективности торговых процессов / О. И. Зорька, 2020.

УДК 659.168

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ИНСТРУМЕНТОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА
КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ****М. Л. Шевченко***Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Л. Л. Соловьева

Проведено исследование эффективности использования продвижения социальных сетей как одного из инструментов маркетинга. Использование розыгрыша с целью привлечения новых подписчиков в соцсети Instagram и последующим увеличением объема продаж.

Ключевые слова: маркетинг, эффективность, продвижение, социальные сети, розыгрыш.

**EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE USE OF SALES
PROMOTION TOOLS FOR CONFECTIONERY PRODUCTS****M. L. Shevchenko***Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus*

Science supervisor L. L. Solovyova

The article examines the effectiveness of using social media promotion as one of the marketing tools. Using the drawing in order to attract new subscribers to the Instagram social network and subsequently increase sales.

Keywords: marketing, efficiency, promotion, social networks, drawing.

Продвижение – комплекс мероприятий, позволяющих формировать и повышать уровень знания о продукте (товаре, услуге, компании) на рынке, поддерживать устойчивость и рост доли продукта относительно конкурентов, привлекать новых клиентов и выходить на новые рыночные позиции. В маркетинге выделяют четыре основных вида продвижения: рекламу, прямые продажи, пропаганду и стимулирование продаж.

Основная функция рекламы в маркетинге – информировать потребителя о потребительских свойствах товаров и деятельности производителей. Эффективность воздействия на потребителей определяется содержащейся в рекламе оценкой продвигаемых товаров и аргументацией в их пользу.

Прямые продажи чрезвычайно эффективны при решении ряда маркетинговых задач: выявления потенциальных клиентов, сбора информации о рынке и т. д. Опора на торговый персонал позволяет более эффективно осуществлять контакты с потребителями и быстрее реагировать на любые изменения рыночной ситуации.

Целью пропаганды является привлечение внимания потенциальных потребителей без затрат на рекламу. Рекламные приемы, которые используются в пропаганде, способствуют более эффективному распространению пропагандистской информации любого идеологического содержания и качества, так как подобные материалы рассчитаны на сформированные рекламой навыки восприятия и стереотипы мышления человека.

Продвижение продукции происходит также путем социальных сетей и личного сайта, где как потребитель, так и партнеры могут ознакомиться с ассортиментом и фабрикой.

Стимулирование продаж включает в себя мероприятия, связанные с взаимоотношениями в системе сбыта и продвижения продукции, не вошедшие в число других компонентов комплекса маркетинга. Характерной особенностью мероприятий по стимулированию продаж является их прямая связь с потребительскими свойствами продукции, ее ценой или системой сбыта.

Целью данного исследования является определение целесообразности проведения стимулирования сбыта кондитерских изделий в социальных сетях.

Рассмотрим розыгрыш как элемент стимулирования сбыта потребителей.

Главная цель проведения розыгрышей не отличается от любой другой рекламы – это рост продаж. Но у конкурсов есть свои особые преимущества, которые особенно полезны в Instagram. Они начнут чаще упоминать аккаунт, лайкать, комментировать посты и делиться публикациями. Вовлечение профиля и его упоминаемость – это важные факторы успеха в соцсети, без которых невозможна раскрутка страницы. Для получения желаемых результатов нужно чтобы пользователи узнали о розыгрыше можно запустить таргетированную рекламу или купить рекламный пост у блогеров, использовать офлайн-рекламу, разместить информацию о конкурсе в СМИ [1].

Для участия в данном розыгрыше потребителю стоит лишь подписаться на аккаунт фабрики, поставить лайк на публикацию с розыгрышем и упомянуть 2 аккаунта друзей в комментариях.

Расчет затрат:

- 1) затраты на интернет в течение месяца составят 34 руб.;
- 2) продукция, которую разыгрывает предприятие, – батончик нуга глазированной «Za Spartak» с мягкой карамелью, арахисом и миндалем. Разыграна будет коробка массой 1 кг, состоящая из 20 батончиков [2]. Затраты на это составят 19,6 руб.;
- 3) затраты на оплату одного такого работника составят 230 руб. за один розыгрыш. Рассчитаем экономический эффект от внедрения данного проекта на примере розыгрыша продукции в социальной сети Instagram.

Итого: затраты составляют 283,5 руб.

Объем выпуска по данным предприятия за 2021 год составляет 123 тыс. кг, при этом упаковок 3 кг составило 14 % от общего объема продукции, т. е. 105 780 упаковок.

Для того чтобы определить эффект от данного мероприятия, необходимо узнать мнение экспертов. Для этого были приглашены высококвалифицированные эксперты. Размер роста объема продаж по мнению экспертов в среднем составил 0,46 %.

Для определения степени согласованности мнений экспертов был рассчитан коэффициент вариации. Так как коэффициент вариации меньше нормативно допустимого ($0,049 \cdot 0,33$), то мнение экспертов считается согласованным.

Рассчитаем эффект по формуле (1):

$$\Delta\P = \Pi - \Sigma, \quad (1)$$

где $\Delta\P$ – прибыль от мероприятия; Σ – затраты.

$\Delta\P$ рассчитаем по формуле (2):

$$\Delta\P = \frac{\Delta V_{\text{выр}} \cdot R_{\text{пр}} \%}{100 + R_{\text{пр}} \%}, \quad (2)$$

где $\Delta \text{Выр}$ – выручка от мероприятия, $R_{\text{пр}}\%$ – рентабельность продаж (за 2020 г. – 64,7 %).

$$\Delta \text{Выр} = \frac{\bar{x} \cdot \text{выр}}{100}, \quad (3)$$

где $\bar{x}$ – среднее значение ответов экспертов, %; выр – выручка предприятия за 2020 г.

Рассчитаем выручку и прибыль от мероприятия:

$$\Delta \text{Выр} = \frac{0,46 \cdot 139852}{100} = 64331,92 \text{ руб.};$$

$$\Delta \text{П} = \frac{64331,92 \cdot 64,7\%}{100} = 64331,92 \text{ руб.};$$

$$\Xi = \Delta \text{П} - \text{З} = 117911,48 - 283,5 = 117627,98 \text{ руб.}$$

Следовательно, внедрив данное мероприятие будет наблюдаться положительная динамика роста прибыли. Проведение розыгрышей в социальных сетях в первую очередь повышает активность аудитории и узнаваемость бренда.

Стимулирующий маркетинг применяется для увеличения объема продаж товара в короткие сроки. Мероприятия по стимулированию сбыта выступают дополнением к рекламе и личным продажам.

Л и т е р а т у р а

1. Зачем предприятиям социальные сети? / Е. Гореткина. – Режим доступа: <https://www.itweek.ru/idea/article/detail.php?ID=154901>. – Москва, 2023. – Дата доступа: 11.02.2024.
2. Кондитерская фабрика «Спартак». – Гомель, 2023. – Режим доступа: <https://spartak.by>. – Гомель, 2024. – Дата доступа: 19.04.2023.

СЕКЦИЯ V
МЕЖНАЦИОНАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
И ПРОБЛЕМЫ СОХРАНЕНИЯ
НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ.
ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ
В СТАНОВЛЕНИИ ЛИЧНОСТИ: СОСТОЯНИЕ,
ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ.
ГОД КАЧЕСТВА: ОТ ВЫПУСКА ТОВАРОВ И УСЛУГ
МИРОВОГО КАЧЕСТВА К ОБЕСПЕЧЕНИЮ
ВЫСОКОГО УРОВНЯ ЖИЗНИ.
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И СОЦИОГУМАНИТАРНОЕ
СОТРУДНИЧЕСТВО БЕЛАРУСИ
С ГОСУДАРСТВАМИ ЕС И ЕАЭС:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

УДК 316.34(476)

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
СО СТРАНАМИ БЛИЖНЕГО ВОСТОКА

Ю. В. Бордуков

*Учреждение образования «Гродненский государственный
университет имени Янки Купалы», Республика Беларусь*

Научный руководитель В. В. Седельник

Рассмотрены особенности международных отношений Республики Беларусь со странами Ближнего Востока. Освещены вопросы исторического контекста взаимодействия стран, а также нынешнее состояние белорусско-восточного диалога.

Ключевые слова: внешняя политика, дипломатические отношения, международное сотрудничество, торговля.

INTERNATIONAL RELATIONS OF THE REPUBLIC OF BELARUS
WITH THE COUNTRIES OF THE MIDDLE EAST

Y. V. Bordukov

*Grodno State University named after Yanka Kupala,
Republic of Belarus*

Science supervisor V. V. Sedelnik

This article examines the peculiarities of the international relations of the Republic of Belarus with the countries of the Middle East. The article highlights the issues of the historical context of the countries' interaction, as well as the current state of the Belarusian-Eastern dialogue.

Keywords: foreign policy, diplomatic relations, international cooperation, trade.

В последние годы развитие международных отношений все больше связано с процессами глобализации и интернационализации экономической, информационной и просто человеческой жизни.

Сегодня расширение отношений с все большим количеством развивающихся арабских стран Ближнего Востока и международными региональными организациями приобретает все большее значение для укрепления «дальней дуги» сбалансированной внешней политики Республики Беларусь. Наша страна установила дипломатические отношения со всеми государствами ближневосточного региона. В 5 странах – как традиционных, так и перспективных партнерах (Египет, Катар, ОАЭ, Сирия, ЮАР) – успешно работают белорусские дипломатические представительства. Белорусские послы аккредитованы по совместительству во многих странах Ближнего Востока. Расширяется практика работы в различных странах через институт почетных консулов. Интересы Республики Беларусь отстаивают почетные консулы нашей страны в Марокко, Сирии, Судане. В свою очередь, в Республике Беларусь государства Ближнего Востока представлены на уровне посольств и 7 стран – на уровне почетных консулов.

Международные отношения Республики Беларусь со странами Ближнего Востока имеют свои особенности и основываются на взаимном уважении и интересах. Сотрудничество Беларуси со странами Ближнего Востока осуществляется в различных областях, таких как торговля, экономика, культура, образование и туризм. Важную роль играют также политические и военные связи, в том числе в рамках борьбы с терроризмом и экстремизмом.

Республика Беларусь стремится к укреплению своих отношений со странами Ближнего Востока и считает их важными партнерами в регионе. Республика Беларусь выступает за мирное урегулирование конфликтов на Ближнем Востоке и поддерживает усилия по построению стабильности и процветания в регионе.

В 2023 г. состоялась аккредитация в Республике Беларусь послов Египта. Совпадение позиций по большинству актуальных вопросов международной повестки дня, близость подходов по решению задач социально-экономического развития способствует расширению сотрудничества Республики Беларусь с ближневосточными странами во всех областях. Беларусь традиционно поддерживает дружеские отношения при взаимной поддержке с Арабскими Ближневосточными монархиями в различных универсальных международных организациях, прежде всего, ООН и Движении неприсоединения, а также имеет статус наблюдателя в крупнейших региональных организациях, таких как Лига арабских государств.

С Израиле имеется белорусское посольство в Тель-Авиве, а также в Минске есть посольство Израиля. Эти две страны поддерживают тесные отношения в области экономики, культуры и туризма.

С Ираном Беларусь активно сотрудничает в области энергетики и торговли. Обе страны подписали ряд соглашений о сотрудничестве, включая соглашение о газопроводе и о продаже нефти.

С Сирией Беларусь тоже поддерживает дипломатические отношения и расширяет сотрудничество в области образования, культуры и безопасности.

Для Беларуси расширение географии продаж со странами Ближнего Востока приобретает важное значение в условиях глобализации. В современном мире экономические связи играют весомую роль в раскрытии реального потенциала и состояния бизнес-атмосферы между странами. Уход от устаревших мер, направленных на наращивание экспорта с государствами ближнего зарубежья, позволил переориентировать производство и экспорт отечественной продукции на новые географически отдаленные рынки. В работе предпринята попытка изучить основные особенности

развития торгово-экономических отношений с рядом стран Ближневосточного региона, в которых Беларусь представлена на уровне дипломатического представительства. Данные государства выбраны не случайно, поскольку они относятся к «перспективным» и «приоритетным» партнерам в рамках многоформатной кооперации и представляют для Беларуси обоснованный и объективный интерес в силу ряда причин.

Дипломатические отношения между Республикой Беларусь и Объединенными Арабскими Эмиратами (ОАЭ) установлены 20 октября 1992 г. Посольство Республики Беларусь в ОАЭ начало деятельность в декабре 1999 г. С апреля 2019 г. Посол Республики Беларусь в ОАЭ – А. И. Лученок. Посольство ОАЭ открыто в г. Минске в октябре 2008 г. В 2000 и 2007 гг. осуществлены визиты государственных делегаций во главе с Президентом Республики Беларусь А. Г. Лукашенко в ОАЭ. В 2013, 2014, 2016, 2017, 2019 и 2023 гг. Глава белорусского государства посещал ОАЭ с рабочими визитами. В сентябре 2019 г. состоялся первый визит Наследного принца Абу-Даби, Заместителя Верховного Главнокомандующего Вооруженными Силами ОАЭ шейха М. бен Заида аль-Нахайяна в Беларусь. В ноябре 2021 г. состоялся рабочий визит Премьер-министра Республики Беларусь Р. А. Головченко в ОАЭ. В апреле 2015 г. и феврале 2018 г. в г. Абу-Даби и октябре 2016 г. в г. Минске проведены три раунда политических консультаций на уровне заместителей министров иностранных дел двух стран. В 2015–2022 гг. проведены пять раундов консультаций по консульским вопросам между внешнеполитическими ведомствами. Сотрудничество в рамках ООН и других международных организаций носит конструктивный характер. Позиции двух стран совпадают по ключевым вопросам международной повестки дня. Сформирована развитая двусторонняя договорно-правовая база. Между странами заключены межгосударственные договоры о взаимной правовой помощи по уголовным делам и о выдаче; межправительственные соглашения об экономическом, торговом и техническом сотрудничестве; о содействии осуществлению и взаимной защите инвестиций, об избежании двойного налогообложения; о сотрудничестве в области средств массовой информации; о воздушном сообщении; межведомственные соглашения о сотрудничестве в области высшего образования и научных исследований; в таможенных делах; о взаимопонимании между БелТПП и Федерацией ТПП ОАЭ; ряд других договоров. Действует двустороннее соглашение о взаимных безвизовых поездках граждан Беларуси и ОАЭ [1, с. 284].

Таким образом, вывод из сказанного выше можно было бы сформулировать следующим образом: универсализации политических систем как глобальному мегатренду на региональном уровне соответствовали 1) государственное и национальное строительство, 2) гибридизация политических систем, а также 3) превращение повышенной конфликтности в перманентно действующий фактор социально-политической жизни. Сегодня расширение отношений с все большим количеством развивающихся арабских стран Ближнего Востока и международными региональными организациями приобретает все большее значение для укрепления «дальней дуги» сбалансированной внешней политики Республики Беларусь.

Л и т е р а т у р а

1. Аветисян, А. А. Культурная дипломатия и культурная политика как необходимые условия развития международных отношений / А. А. Аветисян // Социал.-гуманитар. знания. – 2021. – № 2. – С. 284–290.
2. Бровка, Г. М. Парадигмы международных отношений как детерминанта развития систем национальной безопасности / Г. М. Бровка // Проблемы упр. – 2016. – № 5. – С. 148–152.

УДК 37.035.6

**КУЛЬТУРНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ И ФЕСТИВАЛИ
КАК ИНСТРУМЕНТ СОХРАНЕНИЯ
НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ****Л. С. Быкова, К. А. Литвиненко, К. И. Якуто***Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель А. С. Сверлов

Исследована роль культурных мероприятий и фестивалей в сохранении национально-культурной идентичности в Республике Беларусь. В контексте глобализации и изменяющихся социокультурных реалий особое внимание уделено значимости культурных событий как инструмента для сохранения и продвижения уникальных культурных традиций и ценностей белорусского народа. Предложены направления исследований в сфере культурных мероприятий и выделены ключевые аспекты для дальнейшего развития культурных мероприятий в Беларуси с целью сохранения национально-культурной идентичности.

Ключевые слова: культурные мероприятия, национально-культурная идентичность, традиции, ценности, культурное наследие, фестиваль, историко-культурное наследие.

**CULTURAL EVENTS AND FESTIVALS AS AN INSTRUMENT
FOR THE PRESERVATION OF NATIONAL
AND CULTURAL IDENTITY****L. S. Bykova, K. A. Litvinenko, K. I. Yakuto***Belarusian State University of Economics, Minsk*

Science supervisor A. S. Sverlov

This scientific article is devoted to the study of the role of cultural events and festivals in the preservation of national and cultural identity in the Republic of Belarus. In the context of globalization and changing socio-cultural realities, special attention is paid to the importance of cultural events as a tool for preserving and promoting the unique cultural traditions and values of the Belarusian people. In addition, the paper proposes research directions in the field of cultural events and highlights key aspects for the further development of cultural events in Belarus in order to preserve national and cultural identity.

Keywords: cultural events, national cultural identity, traditions, values, cultural heritage, festival, historical and cultural heritage.

В современном мире вопросы сохранения национально-культурной идентичности приобретают особую актуальность. Республика Беларусь не является исключением. В стране проводится множество культурных мероприятий и фестивалей, направленных на сохранение и развитие национальной культуры, традиций и языка.

Цель данного исследования – изучить роль культурных мероприятий и фестивалей в сохранении национально-культурной идентичности в Республике Беларусь. В ходе работы будут рассмотрены основные направления и формы проведения таких мероприятий, их влияние на формирование национального самосознания и идентичности.

Культурные мероприятия и фестивали являются важным инструментом сохранения национально-культурной идентичности в Республике Беларусь. Они направлены на сохранение исторической памяти, национально-культурной самобытности,

реализацию интеллектуального и творческого потенциала нации, а также на активное вовлечение граждан в культурную жизнь страны.

Основные принципы развития национального культурного пространства включают сохранение единого национального культурного пространства, эволюционный путь развития, опору на традиционные культурные ценности и традиции, а также целостность, системность и единство проводимой культурной политики.

Культурные мероприятия играют важную роль в сохранении традиций, языка и обычаев народа республики Беларусь. Фестивали, ярмарки, выставки и концерты способствуют сохранению традиций, народных песен, танцев, ремесел и других аспектов культуры белорусского народа. Люди имеют возможность узнать о своей истории и традициях через участие в этих мероприятиях. Также они способствуют популяризации белорусского языка, его использованию в литературе, музыке и других формах искусства. Это помогает сохранить и развивать богатство языка и его уникальные черты [1].

Участие в культурных мероприятиях содействует укреплению общественного единства и солидарности. Люди разных возрастов, профессий и социальных слоев могут объединиться вокруг общих ценностей и традиций. Благодаря этому, люди чувствуют гордость за свою национальную культуру, историю и традиции. Подобного рода мероприятия способствуют формированию национальной самосознанности и уважению к собственной культуре.

Организация культурных мероприятий помогает привлечь внимание к богатству и разнообразию культурного наследия Беларуси как части мирового культурного наследия.

Таким образом, культурные мероприятия играют ключевую роль в сохранении традиций, языка и обычаев народа республики Беларусь, укрепляя культурную идентичность и преемственность поколений.

В Беларуси проводится множество культурных мероприятий, которые отражают богатое культурное наследие страны. Различные выставки, посвященные искусству, ремеслам, науке, технологиям и другим темам, можно увидеть в выставочном центре «БелЭкспо» и Национальном художественном музее. Еще одним значимым культурным событием является Международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске», который проводится ежегодно с 1992 г. В рамках фестиваля проходят концерты, спектакли, творческие встречи, мастер-классы и другие мероприятия. Примером фольклорного фестиваля является фестиваль «Свята Сонца» в Дудутках. В рамках фестиваля происходит много событий, объединенных одной общей идеей – празднование Купалья – самой мистической и загадочной ночи.

Концепция развития национального культурного пространства, утвержденная постановлением Совета Министров от 28 декабря 2023 г., направлена на сохранение и популяризацию историко-культурного наследия, национальных традиций и обычаев, формирование патриотических убеждений и гражданской ответственности.

Для достижения этих целей планируется увеличение охвата населения мероприятиями, формирующими патриотические ценностные ориентации, популяризация событий и личностей, внесших вклад в становление белорусской государственности, а также реализация мероприятий по повышению культуры устной и письменной речи на государственных языках.

Таким образом, культурные мероприятия играют важную роль в формировании и укреплении национальной идентичности в Республике Беларусь, способствуя сохранению и развитию культурного наследия, традиций и ценностей белорусского народа.

Для дальнейшего осуществления культурных мероприятий в Беларуси с целью сохранения национально-культурной идентичности и развития этого важно обратить внимание на следующие ключевые аспекты:

1. Финансирование и поддержка: обеспечение стабильного финансирования культурных мероприятий со стороны государства, частных инвесторов и спонсоров поможет создать качественные и разнообразные мероприятия, способствующие сохранению и продвижению белорусской культуры.

2. Развитие инфраструктуры: создание и совершенствование культурных центров, музеев, театров, выставочных площадок и других культурных объектов позволит проводить мероприятия на высоком уровне и привлекать больше участников и зрителей.

3. Образование и подготовка кадров: поддержка образовательных программ по культуре, искусству и организации мероприятий поможет развивать профессиональные навыки специалистов в данной области, что повысит качество проводимых мероприятий.

4. Инновации и технологии: внедрение современных технологий, интерактивных форматов и цифровых платформ в организацию культурных мероприятий поможет привлечь новую аудиторию и сделать культуру более доступной для всех слоев населения.

5. Сотрудничество и партнерство: установление партнерских отношений с другими странами, международными организациями, культурными центрами и сообществами поможет обмену опытом, расширению горизонтов и привлечению новых идей для развития культурных мероприятий [2].

С учетом этих аспектов можно продолжать развивать проведение культурных мероприятий в Беларуси, делая их более интересными, доступными и значимыми для сохранения национально-культурной идентичности страны.

Для продолжения исследований в сфере культурных мероприятий в Беларуси и развития этой области можно предложить следующие направления:

1. Исследование аудитории: проведение исследований о предпочтениях, интересах и потребностях аудитории поможет организаторам лучше понять свою целевую аудиторию и создать мероприятия, отвечающие наиболее актуальным запросам.

2. Изучение международного опыта: анализ успешных практик других стран в области культурных мероприятий поможет выявить инновационные подходы, которые можно адаптировать и применить в белорусском контексте.

3. Исследование влияния культурных мероприятий: проведение исследований о влиянии культурных мероприятий на развитие общества, укрепление культурной идентичности, привлечение туристов и другие аспекты помогут оценить значимость и эффективность проводимых мероприятий.

4. Исследование устойчивости и экологичности: анализ возможностей, как сделать культурные мероприятия более экологически устойчивыми, уменьшить экологический след и сделать процессы организации более энергоэффективными.

Таким образом, культурные мероприятия и фестивали играют ключевую роль в сохранении национально-культурной идентичности в Республике Беларусь. Они способствуют продвижению уникальных традиций, формированию национального самосознания, развитию культурного наследия и сплочению общества вокруг общих ценностей. Дальнейшие исследования в этой области помогут лучше понять вклад культурных событий в сохранение культурного наследия Беларуси.

Работа подготовлена в рамках исследований, выполняемых в СНИЛ «Поиск» БГЭУ.

Литература

1. Иванова, Е. Н. Роль культурных мероприятий в сохранении национальной идентичности / Е. Н. Иванова // Культурология. – 2018. – С. 45–60.
2. Белова, О. М. Культурные мероприятия как фактор сохранения традиций народов Беларуси / О. М. Белова // Культурное наследие Беларуси: прошлое, настоящее, будущее : материалы конф. – 2019.

УДК 37.01(476+510)

**THE DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION
INTERNATIONALIZATION PROCESSES
IN CHINA FROM 1978 TO 1992**

Wang Miao

*Mozyr State Pedagogical University named after I. P. Shamyakin,
Republic of Belarus*

Science supervisor T. V. Paliyeva

The article presents the results of an analysis of the process of internationalization of higher education in China in 1978–1992; illustrates the main regulatory documents that significantly influenced policy changes in the field of internationalization of higher education; statistical data are listed that allow us to draw conclusions about the intensity of attracting foreign students to study in China and sending Chinese students to other countries.

Keywords: internationalization, higher education, development.

**РАЗВИТИЕ ПРОЦЕССОВ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В КИТАЕ С 1978 ПО 1992 ГОД**

Ван Мяо

*Учреждение образования «Мозырский государственный педагогический
университет имени И. П. Шамякина», Республика Беларусь*

Научный руководитель Т. В. Палиева

Изложены результаты анализа процесса интернационализации высшего образования в Китае в 1978–1992 гг. Представлены основные нормативные документы, которые существенным образом повлияли на изменение политики в области интернационализации высшего образования. Приведены статистические данные, которые позволяют сделать выводы об интенсивности привлечения иностранных студентов для обучения в КНР и направления китайских студентов в другие страны.

Ключевые слова: интернационализация, высшее образование, развитие.

Since 1978, based on the relaxed policy environment brought about by reform and opening up, China's internationalization of higher education has begun to develop in a diversified direction, and has begun to adjust the structure. So it is important to study this period to learn how China started the higher education internationalization.

In 1978, the National Commission of the People's Republic of China for UNESCO was established to serve mainly in participating in United Nations-related affairs. In the “Notice on the Selection of Additional Students Abroad” [1] issued by the Ministry of Education in 1978, it was required to focus on the selection of science, engineering and related majors. After the policy was promulgated, Chinese students began to be sent abroad

in a professional and technical direction. Taking Deng Xiaoping's "6.23 Talk" in 1978 as the starting point, and marked by the dispatch of 50 state-sponsored and two unit-sponsored people to study in the United States that year, China's study abroad activities have gradually achieved policy improvement and experience accumulation. According to statistics from the Ministry of Education, from 1978 to 1989, the total number of students studying abroad in this 12-year period was approximately 96,000, among them, about 30,000 were sent by the state, about 43,000 were sent by the employer, and about 23,000 were studying abroad at their own expense. During this period, the average annual number of students studying abroad was approximately 8,000.

The Constitution of the People's Republic of China (1982) emphasizes that various social forces are allowed to participate in running schools in accordance with legal provisions which lays a legal foundation for Sino-foreign cooperation. The "Decision of the Central Committee of the Communist Party of China on the Reform of the Education System" [2] issued in 1985 encouraged schools to use self-raised funds to carry out international education and academic exchanges. Encouraged by policies, Nanjing University and Johns Hopkins University established the Sino-US Cultural Research Center in 1986, which was the first Sino-foreign cooperative education institution. In 1987, Tianjin University of Finance and Economics cooperated with Oklahoma City University in the United States to organize an Master of Business Administration (MBA) program.

In 1989, the State Education Commission established the Department of International Students. In the same year, the China Study Abroad Service Center was established, whose purpose was to provide services to overseas students and establish cooperative relationships with corresponding foreign non-governmental organizations. In 1989, the State Education Commission issued the "Relevant Regulations on the Recruitment of Self-financed Foreign Students in China" [3], which allowed qualified colleges and universities to enroll self-financed students after passing the approval of government departments, and delegated the approval power to local education administration. At the same time, higher education institutions were also allowed to independently decide on the enrollment and admission of abroad students in accordance with relevant national regulations, which further expanded the autonomy of higher education institutions. In 1990, the number of self-financed international students in China exceeded the number of government scholarship students for the first time, reaching more than 3,800, a 10-fold increase from 1979. In the following years, the annual growth rate of the number of international students in China remained above 30 %, among which the growth rate of self-financed international students exceeds 40 %.

In 1991, the Academic Degrees Committee of the State Council promulgated the "Trial Measures for the Awarding of Chinese Degrees to International Students in China by General Universities" [4]. This document clarified the requirements and quality standards for Chinese general universities to award bachelor's, master's and doctoral degrees to international students in China. During this period, international students in China were mainly from the United States and Japan. In 1992, China and South Korea established diplomatic relations, and Korean students began to appear in China. Later, students from Southeast Asia, America, Europe and other countries gradually increased.

Thus, from 1978–1992, China had successively introduced relevant policies, begun to send Chinese students to study abroad, and accepted self-financed foreign students to study in China. It has successively established the National Commission of the People's Republic of China for UNESCO, the Department of International Students, and the China Study Abroad Service Center. By 1992, the management organizational structure for matters related to foreign exchanges and cooperation in higher education had basically constructed and the international management of higher education was gradually becoming more professional.

References

1. 教育部：关于增选出国留学生的通知. Notice on Selection of Additional Students Abroad. – 1978. – Mode of access: https://www.gov.cn/test/2009-09/30/content_1430681.html. – Date of access: 30.04.2024.
2. 国务院：中共中央关于教育体制改革的决定. Decision of the Central Committee of the Communist Party of China on the Reform of the Education System. – 1985. – Mode of access: <https://www.gov.cn/gongbao/shuju/1985/gwyb198515.pdf>. – Date of access: 30.04.2024.
3. 国家教委：关于招收自费外国来华留学生的有关规定. Relevant Provisions on Enrolling Self-financed Foreign Students in China. – 1989. – Mode of access: http://www.moe.gov.cn/jyb_sjzl/moe_164/201002/t20100220_3448.html. – Date of access: 30.04.2024.
4. 国务院学位委员会：关于普通高等学校授予来华留学生中国学位试行办法. Trial Measures for the Granting of Chinese Degrees to International Students in General Institutions of Higher Education. – 1991. – Mode of access: http://www.moe.gov.cn/srcsite/A22/s7065/199110/t19911024_61088.html. – Date of access: 30.04.2024.

УДК 339.976.2

**СОЗДАНИЕ ОБЩЕГО БИРЖЕВОГО РЫНКА СОЮЗНОГО
ГОСУДАРСТВА: ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РОССИИ И БЕЛАРУСИ****Д. О. Вегера, А. Д. Андриянов***Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, г. Москва*

Научный руководитель А. В. Колесников

Рассмотрена тема создания общего биржевого рынка Союзного государства, указаны основные задачи его формирования и возможные перспективы. Обозначены текущие проблемы, которые могут быть решены благодаря увеличению ликвидности и снижению издержек. Сделан вывод о том, что объединение биржевых рынков в рамках Союзного государства будет способствовать экономическому росту и укреплению экономической безопасности стран, а также может послужить моделью и для Евразийского экономического союза.

Ключевые слова: единый биржевой рынок, Союзное государство, экономическая интеграция, товарная биржа.

**CREATION OF A COMMON STOCK EXCHANGE MARKET
OF THE UNION STATE: PROSPECTS FOR RUSSIA
AND BELARUS****D. O. Vegera, A. D. Andriyanov***Plekhanov Russian University of Economics, Moscow*

Science supervisor A. V. Kolesnikov

The article deals with the topic of creating a common exchange market of the Union State, specifies the main tasks of its formation and possible prospects. Current problems that can be solved by increasing liquidity and reducing costs are outlined. It is concluded that the unification of exchange markets within the Union State will contribute to economic growth and strengthening economic security of the countries, and can also serve as a model for the Eurasian Economic Union.

Keywords: unified exchange market, Union State, economic integration, commodity exchange.

В текущей ситуации при экономической и политической нестабильности проблема экономической интеграции является актуальной. Вопрос о создании данной интеграции возник после распада СССР и создания СНГ. С 1992 г. между Россией и Белоруссией происходит процесс усиления двухсторонней связи. Спустя 8 лет страны договорились о создании Союзного государства, в 1999 г. состоялось подписание данного договора, и была принята Программа действий Республики Беларусь и Российской Федерации по реализации положений Договора «О создании Союзного государства» [1]. В продолжительный период времени биржевые рынки России и Беларуси функционировали в контексте открытости к внешнему миру, стремясь к интеграции в глобальную экономику, преимущественно ориентированную на западные рынки. Это обстоятельство является одной из причин относительно низкого уровня взаимодействия между биржами России и Беларуси. Цель данной статьи – оценить перспективы создания общего биржевого рынка Союзного государства.

Идея создания единого биржевого товарного рынка (ЕТР) в странах ЕАЭС зародилась еще в 2010 г. в рамках Евразийского экономического сообщества. Тогда был одобрен проект Евразийской биржи сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Однако в течение следующего десятилетия, уже после образования ЕАЭС в 2015 г., активных действий по реализации этой идеи не предпринималось. Этому препятствовали нерешенные проблемы, такие как торговые барьеры, отсутствие унификации внутренних стандартов и другие трудности. Лишь в 2021 г. вопрос о ЕТР вновь стал актуальным. В рамках Стратегии–2025 было поставлено задание создать единый биржевой товарный рынок ЕАЭС к 2025 г. [2].

В перспективе в 2024 г. предполагается, что между правительствами России и Беларуси будет заключено соглашение о взаимном допуске субъектов хозяйствования, аккредитованных на товарных биржах обеих стран, к участию в биржевых торгах. За координацию и реализацию данного соглашения отвечать будут Санкт-Петербургская международная товарно-сырьевая биржа и Белорусская универсальная товарная биржа.

Подписание межправительственного соглашения о взаимном допуске к участию в биржевых торгах для компаний России и Беларуси обещает упростить их работу на биржах обеих стран. Это стимулирует развитие биржевой торговли в Союзном государстве за счет расширения участников торгов и объемов сделок благодаря снятию текущих ограничений.

Устранение необходимости проходить отдельную аккредитацию на российских и белорусских биржах даст предпринимателям возможность использовать полный спектр биржевых инструментов обеих стран.

Интеграция опыта, знаний и технических ресурсов бирж Беларуси и России способствует развитию их рынков и обеспечивает стабильный рост взаимного товарооборота.

Объединение усилий содействует диверсификации и устранению торговых барьеров, а также ускоряет реализацию союзных программ. Тем самым биржевая торговля способствует борьбе с коррупцией, снижению цен, увеличению налоговых поступлений и активизации предпринимательской деятельности, что активизирует экономический рост каждой из стран-участниц. Такое объединение является неотъемлемой частью интеграции экономик двух стран и обеспечивает равные условия для бизнеса.

Интеграция биржевых рынков Беларуси и России не только стимулирует экономический рост обеих стран, но и может стать драйвером для дальнейшей интеграции в других сферах. Она позволит успешно решать стратегические задачи, стоящие перед Союзным государством.

Опыт объединения биржевых площадок может быть использован в качестве модели для Евразийского экономического союза. Союзное государство как более продвинутое интеграционное объединение служит испытательным полигоном для практик, которые впоследствии могут быть распространены на ЕАЭС. Интеграция биржевых рынков решает задачу сопряжения различных форматов евразийской интеграции.

Беларусь и Россия, будучи участниками Союзного государства, готовы к более глубокой интеграции, чем позволяет формат ЕАЭС. Одновременно как члены ЕАЭС они не могут игнорировать его рамки. При создании общего биржевого рынка задача сохранения экономического и финансового суверенитета Союзного государства должна быть приоритетной. Эффективные решения, апробированные в рамках Союзного государства, могут быть распространены на Евразийский союз.

Создание общего биржевого рынка Союзного государства является стратегически важным шагом, направленным на улучшение экономической интеграции и содействие развитию биржевой торговли. Упрощение биржевых торгов приведет не только к увеличению их ликвидности, но и к устранению текущих барьеров, ускорению союзных программ, что окажет влияние на диверсификацию экономик стран. Успешное создание общего биржевого рынка может послужить моделью для дальнейшей интеграции ряда других стран, уже в рамках Евразийского экономического союза, и тем самым будет реализована одна из задач Стратегии–2025.

Л и т е р а т у р а

1. Информационно-аналитический портал Союзного государства. – Режим доступа: <https://soyuz.by/o-soyuznom-gosudarstve>. – Дата доступа: 11.05.2024.
2. Евразийская экономическая комиссия. – Режим доступа: https://eec.eaeunion.org/comision/department/dep_razv_integr/strategicheskie-napravleniyarazvitiya.php. – Дата доступа: 11.05.2024.
3. Белоруссия и РФ работают над созданием общего биржевого рынка Союзного государства // ТАСС. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/19865599>. – Дата доступа: 11.05.2024.

УДК 82(091):94(470)

АДАМ МИЦКЕВИЧ И АЛЕКСАНДР ПУШКИН: ИСТОРИЯ ТОВАРИЩЕСТВА И ИДЕЙНОЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ

Д. А. Гаврилова

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель И. А. Грищенко

Взаимоотношения А. Пушкина и А. Мицкевича рассмотрены не только на личностном уровне, но и в контексте межкультурного и межнационального взаимодействия в конкретных исторических условиях при актуализации сохранения национально-культурной идентичности.

Ключевые слова: А. Пушкин, А. Мицкевич, Польское восстание 1830 г., русско-польские культурное сотрудничество и противостояние в первой четверти XIX в.

ADAM MICKIEWICZ AND ALEXANDER PUSHKIN: THE HISTORY OF PARTNERSHIP AND IDEOLOGICAL CONFRONTATION

D. A. Gavrilova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor I. A. Grishchenko

Relationship between Alexander Pushkin and Adam Mickiewicz have a certain interest. It relates on not only the problems of personal sympathies and struggles, but also the problems of interethnic interaction, preservation of national and cultural identity.

Keywords: A. Pushkin, A. Mickiewicz, Polish insurrection of 1830–1831, Russian-Polish cultural cooperation and confrontation in the first quarter of the 19th century.

Отношения между А. Пушкиным и А. Мицкевичем складывались непросто. Они включали в себя не только сильный взаимный интерес, но и моменты противоречий, недопониманий.

Александр Пушкин и Адам Мицкевич были одного возраста, оба – «властители душ» своего поколения, выразители национального духа своих народов, оба испытали влияние Байрона, водили дружбу с революционерами. Но что их сблизило, то и разделило: один – патриот России, другой – патриот Польши. Пушкин болезненно задел чувства Мицкевича своей реакцией на подавление Польского восстания 1830–1831 гг. (стихотворение «Клеветникам России»). Мицкевич так и не понял духовного мира Пушкина, бросив русскому поэту обвинения в продажности и моральной нечистоплотности. Пушкин, обличая Мицкевича, не снизошел до той отчаянной муки, которую испытывал польский поэт относительно исторической судьбы Польши. Оба «стоили» друг друга. Каждый вел себя так, как мог, умел и чувствовал [1, с. 152].

Поэты впервые встретились в Москве осенью 1826 г. Мицкевич был выслан из Вильно в Россию за участие в кружке филоматов. Пушкин за оду «Свобода», в которой критиковался царский деспотизм, был удален из северной столицы на юг страны. Знакомство обоих поэтов с участниками декабристского движения, дух свободымыслия должны были поспособствовать если не их сближению, то, по крайней мере, устойчивому интересу к творчеству друг друга.

Русское образованное общество встретило А. Мицкевича восторженно. В польском поэте видели гения европейского масштаба. Также восторженно в Москве был принят другой изгнанник – А. Пушкин. В силу своего взрывного характера Пушкин чувствовал себя по сравнению с Мицкевичем мальчишкой, хотя разница в возрасте была незначительной, – Мицкевич был безукоризненно воспитан, сдержан, производил впечатление более взрослого своей рассудительностью. Поэты сошлись быстро: «Знакомы недавно, но общаемся много и уже несколько дней друзья», – написал позднее Мицкевич во вступлении ко второй части «Дзядов», названной «Памятник Петру Великому».

«Прозорливый и крылатый поэт» – этими поэтическими определениями воссоздавал Пушкин образ польского поэта. В черновиках он выражался еще сильнее: «он был пророк», «он богом был». На Пушкина, как и на все просвещенное московское общество, большое впечатление произвели поэтические импровизации Мицкевича, с которыми он выступал в литературных салонах. Русский поэт «вскочил с места и, ероша волосы, почти бегая по зале, восклицал: «Какой талант! Какой священный

огонь! Что я рядом с ним!», и, бросившись Адаму на шею, обнял его и стал целовать как брата» [2, с. 41].

Пушкин переводил произведения Мицкевича: баллады «Три Будрыса», «Воевода» и вступление к «Конраду Валленроду». В свою очередь, Мицкевич в своем лекционном курсе о славянской литературе упоминал вольнолюбивые стихи Пушкина, а в 1837 г. написал статью «Пушкин и литературное движение в России», посвященную памяти великого русского поэта. У русского и польского поэтов совпадал взгляд на поэзию как на действенную, преобразующую силу в обществе. Недаром пушкинское стихотворение «Пророк» Мицкевич выделял особо.

В 1829 г. Мицкевич получил от русских властей разрешение на выезд за границу и больше с Пушкиным он не встречался. На дальнейшее развитие их отношений повлияла не литература, а политика. В 1830 г. в Варшаве вспыхнуло восстание. В очередной раз был поставлен вопрос о восстановлении Речи Посполитой. Польский вопрос стал в Европе одним из наиболее ярких воплощений идеи национального возрождения. Для Пушкина же Польское восстание – прелюдия общеевропейской войны против России. Либерал князь П. Вяземский раскритиковал пушкинское стихотворение «Клеветникам России», считая его неуместным: «Власть, государственный порядок часто должны исполнять печальные, кровавые обязанности; но у поэта, слава Богу, нет обязанности их воспевать» [3, с. 202]. Но политической ангажированности было предостаточно и у Мицкевича (восторженные воспоминания о встрече наполеоновской армии в Новогрудке в 1812 г., запечатленные в «Пане Тадеуше», не говоря уже о намерении А. Мицкевича участвовать в формировании польского легиона для борьбы против России в Крымской войне). Мицкевич разделял чаяния польских патриотов о восстановлении Речи Посполитой в границах 1772 г. Пушкин тоже задавался вопросом о границах: «Наш Киев дряхлый, златоглавый, / Сей пращур русских городов, / Сроднит ли с буйною Варшавой / Святыню всех своих гробов?» («Бородинская годовщина»).

Еще до польского восстания у Пушкина с Мицкевичем был спор по поводу личности Мазепы. Сомнительная для Пушкина позиция Конрада Валленрода помешала ему перевести одноименную поэму Мицкевича, эпиграфом к которой послужило высказывание Макиавелли об известном принципе в достижении цели. Для Пушкина предательство Мазепы и двойственность Мицкевича – одной природы. По мнению русского поэта, Мицкевич совершил экзистенциальное кощунство: позволил в «высшее» (дружба, творчество) вторгнуться «низшему» (политика). Политика в Мицкевиче возобладали над человеком и поэтом [1, с. 165]. Поэтому в «Конраде Валленроде» Пушкину приглянулось только вступление, где звучит мотив братства «соловьев», т. е. поэтов.

В эмиграции Мицкевич напечатал цикл стихотворений с нелестными высказываниями о России. Она выглядит в них традиционным для европейских представлений образом, как устрашающе дикое пространство, где лишь свист ветра и рабство, где лица людей «подобны пустынной и дикой равнине». Можно только догадываться, с каким чувством читал эти исполненные цивилизованного высокомерия строки автор «Евгения Онегина» [1, с. 155]. Досталось от Мицкевича и столице Российской империи: «Рим создан человеческой рукою, / Венеция богами создана; / Но каждый согласился бы со мною, / Что Петербург построил Сатана» («Дзяды», часть III). Пушкин ответил «Медным всадником», в котором высказал свое сложное, неоднозначное отношение к личности Петра I и его детищу – Санкт-Петербургу и империи. Пушкин сам отмечал, что стихотворение Мицкевича о Петре I заставило его полюбить и «тирана» (Александр I), и его клеветов (Милорадович, Бенкендорф) и столи-

цу. В письме к П. Вяземскому он объясняет свою патриотическую позицию: «Я, конечно, презираю отечество мое с головы до ног – но мне досадно, если иностранец разделяет со мной это чувство» [1, с. 158–159].

Работа над «Медным всадником» помогла Пушкину погасить личные эмоции во внеличном плане. Темпераментный Пушкин не спешил с ответом Мицкевичу на его обращение «К русским друзьям», где получил в свой адрес горький упрек в угодничании перед властью. Однако «державная» позиция Пушкина в польском вопросе не была конъюнктурна, это была позиция личная и продуманная. Пушкин никогда не старался понравиться власти. Достаточно вспомнить ответ поэта на вопрос Николая I, где бы он был, окажись в столице во время восстания в декабре 1825 г. Но в то же время, сочувствуя декабристам как человек, не мог согласиться с их методами преобразования России. В отличие от польского поэта Пушкин считал политику делом преходящим, а дружбу, чувства всегда ставил выше.

Четыре месяца Пушкин правил текст своего ответа Мицкевичу. В 1834 г. было опубликовано стихотворение «Он между нами жил», в котором Пушкин обозначил главный, с его точки зрения, грех польского поэта: предательство дружбы. Если Мицкевич считал, что Пушкин обслуживает своим талантом деспотическую власть, то Пушкин полагал, что Мицкевич свои стихи наполняет ядом «в угоду черни буйной». Концовки у поэтов принципиально разные, – у Мицкевича все пропитано проклятием и жаждой мести; Пушкин обращается к Богу с молитвой о своем друге, ставшим врагом: «освяти в нем сердце правдою Твоей и миром, и возврати ему...» Сравнение в благородстве тут не в пользу польского поэта. Друг А. Пушкина, А. Тургенев, положил текст этих стихов в 1842 г. на кафедру Мицкевичу, читавшему в Париже курс славянских литератур. На листке были приписаны слова В. Жуковского: «Голос с того света». Но ранее, сразу после смерти Пушкина, Мицкевич напечатал в Париже прекраснейший некролог с воспоминаниями, который подписал «Друг Пушкина» [4, с. 212]. Гибель русского гения обнулила все идейные разногласия двух великих поэтов.

Л и т е р а т у р а

1. Непомнящий, В. Условие Клеопатры. К творческой истории повести «Египетские ночи»: Пушкин и Мицкевич / В. Непомнящий // Новый мир. – 2005. – № 10. – С. 147–165.
2. Вересаев, В. Пушкин в жизни: Систематизированный свод подлинных свидетельств современников / В. В. Вересаев. – Минск : Маст. лит., 1986. – 685 с.
3. Ивинский, Д. П. Пушкин и Мицкевич: История литературных отношений / Д. П. Ивинский. – М. : Языки славян. культуры, 2003. – 432 с.
4. Цявловская, Т. Г. Рисунки Пушкина / Т. Г. Цявловская. – М. : Искусство, 1987. – 446 с.

УДК 330.34

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

М. С. Захаревич

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель О. В. Малиновская

Инновационная деятельность санаторно-курортных учреждений является основным инструментом обеспечения конкурентоспособности санаторно-курортного турпродукта

и санаторно-курортных организаций на национальном и международном рынке лечебно-оздоровительного туризма.

Ключевые слова: инновации, технологии, санаторно-курортные учреждения, конкурентоориентированность, хозяйственная деятельность, медицинские услуги, продукты питания.

ECONOMIC AND INNOVATION TECHNOLOGIES IN SANATORIUM AND RESORT INSTITUTIONS

M. S. Zakharevich

Belarusian State Economic University, Minsk

Science supervisor O. V. Malinovskaya

Innovative activities of sanatorium and resort institutions are the main tool for ensuring the competitiveness of sanatorium and resort tourism products and sanatorium and resort organizations in the national and international health tourism market.

Keywords: innovation, technology, health resort institutions, competitive orientation, economic activity, medical services, food products.

Актуальность выбранной темы состоит в том, что в XXI в. огромное место в жизни людей занимают информационные технологии. Ни одно учреждение санаторного типа не обходится без инновационных технологий в своей хозяйственной деятельности.

Активная деятельность в санаторно-курортном сегменте существует благодаря разработке и внедрению инноваций процессов, связанных с использованием лечебного рекреационно-ресурсного потенциала страны. В Национальной академии наук Республики Беларусь был реализован крупный научно-исследовательский проект с целью организации разведки и использования ресурсов минеральных вод и лечебных грязей Беларуси. В ходе работы над проектом были не только разведаны основные месторождения лечебного сырья в Беларуси, но и предложены инновационные (в мировом масштабе) методы их обработки и применения (технологии обработки торфяных и сапропелевых грязей) [2, 5].

В функциональной структуре санаторно-курортного хозяйства ключевую роль в приеме иностранных посетителей играют именно санатории, которые обладают наиболее широкими возможностями для организации качественного комплексного санаторно-курортного обслуживания по сравнению с другими типами здравниц, а также проводят более активную рекламно-информационную деятельность на рынках соседних стран.

Ориентация ведущих санаториев на экспорт услуг объясняется более высокой рентабельностью обслуживания иностранных граждан с учетом действующего повышающего ценового коэффициента для иностранных туристов, а также более высоким платежеспособным спросом на дополнительные услуги по сравнению с отечественными отдыхающими.

Около 95 % потока иностранных отдыхающих приходится на граждан стран СНГ и, прежде всего, туристов из Российской Федерации. Из стран, не входящих в СНГ, наибольший спрос на отдых в белорусских санаториях – на рынках стран Прибалтики. Иностранцев привлекают довольно высокий уровень качества медицинского обслуживания в ведущих белорусских здравницах, профессионализм и заботливое отношение персонала, отсутствие языкового барьера для русскоговорящих туристов, относительно доступная стоимость основных и допол-

нительных услуг. Несмотря на значительную емкость российского рынка, обеспечивающего в настоящее время основную часть потока иностранных посетителей белорусских здравниц, сложившаяся географическая моноспециализация экспорта санаторно-курортных услуг может привести к односторонней зависимости санаторно-курортного хозяйства от конъюнктуры доминирующего целевого рынка. Основными причинами недостаточного спроса на турпродукт белорусских здравниц на рынках развитых стран являются сложные визовые формальности, языковой барьер, недостаточно активная рекламно-маркетинговая деятельность.

Санаторное оздоровление предполагает широкий спектр медицинских услуг для всех возрастных и социальных категорий граждан: детей, пенсионеров, инвалидов. Используя природные ресурсы (минеральные воды, грязи) и новейшие методы медицинского воздействия, санатории Беларуси, согласно отзывам отдыхающих, остаются привлекательными не только для граждан Республики Беларусь, но и для иностранцев.

Главными задачами инновационного развития при этом являются:

- обеспечение подходящих финансовых и экономических обстоятельств для внедрения инновационной деятельности и применения новых технологий, определенных международными стандартами и гарантирующих выпуск конкурентоспособной продукции;

- представление высокого качества образования, концепции подготовки и переподготовки кадров с целью результативного ведения инновационной деятельности;

- применения, а также привлечения нового товара на рынок, который способен привлечь новых покупателей и увеличил бы доход организации, и зарекомендовать свой продукт так, чтобы завоевать лидирующее место на курортном рынке.

С экономической точки зрения учреждения санаторного типа должны максимально задействовать все, что находится на их территории, для того чтобы минимизировать свои затраты. Все природные условия могут оказать положительное значение при организации курортного лечения. Основой хорошего отдыха является питание и медицинские услуги. Но не во всех санаторно-курортных учреждениях правильно организовано питание. Следует учесть особенности каждого пациента, например, принцип кормления «шведский стол» может быть определенным соблазном из-за вседозволенности на фоне длительных ограничений, и который в итоге может сказаться негативно на здоровье человека. И тут в качестве решения подходят инновационные технологии, а именно, создание трекер-часов. Их пациент будет получать, приезжая в санаторий, а они будут оповещать человека о приеме пищи, а также давать советы по рациону питания, и вся эта информация будет основываться на особенностях болезни и организма человека.

Учреждение санаторного типа может создать свое приложение, на основании которого, приезжая в учреждение и пройдя врача, туда бы заносились рекомендации в лечении и необходимые замечания, которыми пациент в любой момент может воспользоваться, просто включив приложение. Оно также может оповещать его о ходе лечения и дальнейших его действиях в учреждении, и будет как личная карточка пациента, синхронизированная с лечащим врачом, и в дальнейшем будет нести рекомендательных характер.

Также стоит отметить, что основные проблемы развития санаторно-курортного обслуживания в Беларуси связаны с неравномерным характером развития инфраструктуры санаторно-курортных учреждений в регионах страны, существенными диспропорциями в качестве турпродукта, недостаточной обеспеченностью коечным фондом санаторно-курортного обслуживания. Информационные системы для санаториев находят свое применение в области управления предприятием санаторно-

курортного профиля, планирования и учета занятости номерного фонда, лечебной деятельности, учета затрат на лечение и питание, подготовки статистической отчетности. Эти системы обеспечивают работу главного и лечащего врача, процедурной сестры, сотрудников регистратуры и других сотрудников предприятия в едином информационном пространстве и создают предприятию его конкурентные преимущества, позволяют получать максимальную отдачу от затрачиваемых сил и ресурсов.

Этому стоит уделить отдельное внимание при организации санаторного лечения, а именно, его специализации, так как на рынке санаторно-курортных услуг успех санатория решают инновационные проекты, основанные на современных оздоровительных технологиях, которые обеспечивают высокую прибыль благодаря их оздоровительной и (или) лечебной эффективности и минимизации затрат.

Таким образом, в настоящее время в санаторно-курортном сегменте реализуют процессы оздоровления и восстановительного лечения перенесенных болезней. В связи с этим необходимо отметить основные отличительные характеристики:

- определение медицинского профиля организации отрасли (болезни опорно-двигательного аппарата, пищеварения, дыхательной, сердечно-сосудистой системы и т. п.);
- реабилитационные медицинские процедуры при относительно небольшом разнообразии оздоровительных и косметологических услуг;
- подготовка квалифицированных специалистов, специализирующихся на лечении конкретных заболеваний;
- качество медицинской инфраструктуры.

Также немаловажным является значение правильно организованного питания в условиях интенсивного развития индустрии туризма в Беларуси, и это требует особого внимания. В современных условиях, характеризующихся ростом заболеваемости населения страны, санаторно-курортные учреждения остаются звеном здравоохранения, где может быть уделено достаточное внимание проведению комплексной реабилитационной терапии с включением лечебно-профилактического питания. Рациональное, сбалансированное, адекватное питание создает условия для оптимального физического и умственного развития, поддерживает высокую работоспособность, повышает способность организма противостоять воздействию неблагоприятных факторов внешней среды.

У санаторно-курортного и экскурсионного обслуживания есть значительный потенциал для активного развития в сфере туризма с применением инновационных подходов. Индустрия туризма имеет дело с большими массами населения и представляет сложные комплексы различных предприятий, служб, объединенных в едином созидающем процессе. Эффективность таких комплексов определяется не отдельной инновацией, примененной в конкретных звеньях комплексов, а целым разнообразием технологий, их гармоничностью и эффективностью использования во всем процессе.

Л и т е р а т у р а

1. Титкова, Н. Д. Экскурсионно-рекреационный потенциал Республики Беларусь / Н. Д. Титкова // Инновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск / редкол.: М. Е. Кобринский (гл. ред). – Минск. – С. 140–142.
2. Организация туризма : учеб. пособие / А. П. Дурович [и др.] ; под общ. ред. А. П. Дуровича. – 2-е изд. – Минск : Новое знание. – 640 с.
3. Наглядно о туризме в республике Беларусь / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sektorekonomiki/turizm/>. – Дата доступа: 29.04.2024.

УДК 371.4

ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ КАК ФАКТОР СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ

В. А. Клевец, Е. А. Савостеев

Учреждение образования «Мозырский государственный педагогический университет имени И. П. Шамякина», Республика Беларусь

Научный руководитель Л. В. Исмаилова

Освещена проблема гражданско-патриотического воспитания школьников в процессе социализации. Рассмотрены сущность и основные направления гражданско-патриотического воспитания в условиях современной школы. Проанализированы формы работы по организации гражданско-патриотического воспитания школьников.

Ключевые слова: социализация, патриотическое воспитание, формы патриотического воспитания.

CIVIC AND PATRIOTIC EDUCATION AS A FACTOR OF PERSONALITY SOCIALIZATION

V. A. Klevets, E. A. Savosteev

*Mozyr State Pedagogical University named after I. P. Shamyakin,
Republic of Belarus*

Science supervisor L. V. Ismailova

The article is devoted to the problem of civil and patriotic education of schoolchildren in the process of socialization. The essence and main directions of civic and patriotic education in the conditions of a modern school are considered. The forms of work on the organization of civil and patriotic education of schoolchildren are analyzed.

Keywords: socialization, patriotic education, forms and methods of patriotic education.

Проблема гражданско-патриотического воспитания школьников является актуальной и значимой, так как будущее страны зависит от подрастающего поколения. Гражданско-патриотическое воспитание определяется как формирование законопослушного гражданина, человека, осознанно и активно исполняющего свой гражданский долг, привитие глубокого уважения и почитания государственной символики Республики Беларусь [1]. Цели, задачи и основное содержание гражданского и патриотического воспитания отражены в Кодексе Республики Беларусь об образовании, Концепции и Программе непрерывного воспитания детей и учащейся молодежи на 2021–2025 гг. Формирование гражданственности, патриотизма и национального самосознания на основе государственной идеологии – одна из основных задач воспитания [2].

Особая роль в воспитании гражданина и патриота своей страны принадлежит школе как одному из главных институтов социализации ребенка. Социализация является сложным и многофакторным процессом развития и самоизменения человека в процессе усвоения системы знаний, норм и ценностей, который продолжается на протяжении всей жизни человека [3]. Наиболее интенсивно это происходит в детстве и юности, что совпадает с временем обучения в школе. Именно в этот период формируются базовые ценностные ориентации, мировоззрение, самосознание, осваиваются социальные роли, происходит становление личностных качеств. Содержание

воспитательной работы ориентировано на усвоение общечеловеческих гуманистических ценностей, культурных, духовных традиций белорусского народа, идеологии белорусского государства, формирование готовности к исполнению гражданского долга, правовой ответственности [2]. *Это позволяет рассматривать гражданско-патриотическое воспитание одним из факторов социализации личности школьника.*

Анализ нормативных документов, изучение опыта работы школ позволяют отметить, что в учреждениях образования нашей страны сложилась определенная система гражданско-патриотического воспитания обучающихся. При выборе форм и определении содержания работы по гражданско-патриотическому воспитанию учитываются возрастные особенности обучающихся. Основными направлениями деятельности являются:

- формирование системы знаний гражданско-патриотической направленности;
- формирование патриотических чувств, ценностного отношения к Родине, ее истории и культуре;
- формирование готовности к деятельности гражданско-патриотической направленности.

Изучение опыта работы ГУО «Бельская базовая школа Мозырского района» показало, что в процессе гражданско-патриотического воспитания используются различные формы работы. Формирование гражданских и патриотических качеств личности учащихся, воспитание у них активной жизненной позиции – одна из основных целей деятельности школы.

Традиционным в школе стало проведение бесед, классных часов, конкурсов и викторин гражданско-патриотической направленности, мероприятий, приуроченных к знаменательным датам, встреч с ветеранами, экскурсионных поездок и др. Так, например, значимым событием для школьников стало посещение мемориальных комплексов «Хатынь», «Ола», «Озаричи», «Партизанская криничка». Школьники вместе с педагогами осуществляют уход за памятником погибшим в Великой Отечественной войне (д. Жаховичи), проводят исследовательскую работу по поиску информации о захороненных воинах. В школьном музее ученики могут ознакомиться с историческими событиями, происходящими на территории своей и соседних деревень, узнать о подвигах односельчан в годы Великой Отечественной войны.

Проведенное нами на базе данного учреждения образования анкетирование показало, что в мероприятиях гражданско-патриотической направленности в той или иной мере принимают участие все школьники. Так, во встречах с ветеранами, в просмотрах и обсуждении фильмов на патриотическую тематику участвуют 96 % опрошенных. 68 % респондентов участвуют в благоустройстве воинских захоронений, 40 % – в экскурсионных поездках, 68 % – в квестах, играх, викторинах, конкурсах.

При ответе на вопрос: «Что побуждает вас участвовать в данных мероприятиях?», 16 % назвали возможность помогать другим людям, принести им пользу, 24 % – интерес к военно-патриотической тематике. Для 52 % участников анкетирования важным является сохранение памяти об исторических событиях, героях своей страны, для 16 % – интерес к изучению истории, краеведения. 64 % опрошенных назвали мотивом участия получение интересной информации и расширение кругозора.

На вопрос: «Были ли полезны вам мероприятия на военно-патриотическую тематику?» и вопрос «Были ли учтены ваши пожелания при проведении мероприятия?», все опрошенные ответили положительно. Практически половина опрошенных (48 %) хотели бы принять участие в Вахте Памяти у Вечного огня 9 мая. 72 % респондентов в будущем хотели бы побывать на экскурсии в воинской части, 9 % – принять участие в ежегодном автопробеге по местам воинских захоронения Мозырского района.

Таким образом, участие школьников в мероприятиях гражданско-патриотической направленности расширяет и углубляет их знания об истории и культуре страны, воспитывает уважение к прошлому, настоящему и будущему своей Родины, традициям и законам страны, формирует опыт гражданского поведения.

Л и т е р а т у р а

1. Программа патриотического воспитания населения Республики Беларусь на 2022–2025 годы : Постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 29.12.2021 г. № 77. – Режим доступа: <https://pravo.by>. – Дата доступа: 10.05.2024.
2. Концепция непрерывного воспитания детей и учащейся молодежи : Постановление М-ва образования Респ. Беларусь от 15 июля 2015 г. № 82. – Режим доступа: <https://vospitanie.adu.by/organizatsiya-vospitaniya/normativnye-pravovye-dokumenty.html>. – Дата доступа: 10.05.2024.
3. Мудрик, А. В. Социальная педагогика : учеб. для студентов учреждений высш. проф. образования / А. В. Мудрик. – 8-е изд., испр. и доп. – М. : Академия, 2013. – 240 с.

УДК 330.342:637

РОЛЬ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Т. А. Корнеев

*Учреждение образования «Белорусский государственной
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель А. А. Бажина

Проанализированы молочная отрасль в Республике Беларусь и влияние экономики знаний на изменение ключевых показателей в ней. Анализ проведен на примере деятельности предприятия ОАО «Савушкин продукт». Сделан акцент на значимость цифровизации и внедрения инноваций, на повышение конкурентоспособности предприятий молочной промышленности.

Ключевые слова: цифровизация, экономика знаний, инновации, конкурентоспособность, инвестиции, молочная промышленность

THE ROLE OF KNOWLEDGE ECONOMY IN ENSURING COMPETITIVENESS OF DAIRY INDUSTRY ENTERPRISES

T. A. Korneev

Belarusian State Economic University Minsk

Science supervisor A. A. Bazhina

The article is devoted to the analysis of the dairy industry in the Republic of Belarus and the influence of the knowledge economy on changes in key indicators in it. The analysis was carried out using the example of the activities of the enterprise JSC "Savushkin Product". The author focuses on the importance of digitalization and innovation in increasing the competitiveness of dairy industry enterprises.

Keywords: digitalization, knowledge economy, innovation, competitiveness, investment, dairy industry.

Экономика знаний создает возможности для усиления конкурентоспособности предприятий и представляет собой концепцию, основанную на использовании знаний и информации в качестве ключевых ресурсов для достижения конкурентных

преимуществ и их устойчивого развития. Экономика знаний в контексте предприятия означает использование интеллектуального капитала, научных исследований, инноваций и передового опыта для повышения производства, качества продукции и удовлетворения потребностей рынка.

Молочная промышленность играет важную роль в экономике Республики Беларусь, являясь одной из ключевых отраслей сельского хозяйства. Так, молочная промышленность, которая давно стала двигателем экономики, каждый год показывает успехи по ключевым направлениям. В 2022 г. было произведено 7871 тыс. т молока, что на 60 тыс. т больше, чем в 2021 г. Производство молока в структуре производства продукции сельского хозяйства занимает 29,8 % в 2022 г., что на 0,1 % больше, чем в 2021 г. В расчете на душу населения, в 2022 г. было произведено 853 кг молока, что на 13 кг больше, чем в 2021 г. За 2022 г. введено в эксплуатацию 22 фермы и 17126 мест – для продуктивного стада, в 2021 г. данные показатели составляли 12 ферм и 10468 мест. Уровень самообеспечения молоком и молочной продукцией увеличился на 6,6 % по сравнению с 2021 г. и составил 266,9 % [1].

Важность молочной промышленности проявляется во многих факторах: способствует развитию сельского хозяйства и созданию рабочих мест в сельских районах, позволяет получать доходы для страны, являясь крупным экспортером молочной продукции, позволяет снизить зависимость от импорта и обеспечить продовольственную безопасность страны, обеспечивает население страны качественной и доступной продукцией.

Рассмотрим деятельность предприятия ОАО «Савушкин продукт» молочной отрасли Республики Беларусь, которое сталкивается с различными вызовами на рынке. ОАО «Савушкин продукт», являясь одной из ведущих организаций молочной отрасли Республики Беларусь, представляет собой крупнейшее производство с объемом экспорта молочной продукции – 60 % от производимого, которая поставляется более чем в 30 стран мира: преимущественно СНГ, также Объединенные Арабские Эмираты, Сингапур и др. [2].

Успешная деятельность предприятия заключается во множестве факторов, одним из которых является интеллектуальный капитал, а именно – персонал. Организация стремится к тому, чтобы ее работники были высококвалифицированными. Это следует из объема ее инвестиций в обучение и повышение квалификации сотрудников [2], что становится необходимостью для эффективного использования технологически нового оборудования, инструментов и методов работы.

ОАО «Савушкин-продукт» стремится к автоматизации и внедрению искусственного интеллекта в процесс производства. Так, ему удалось достичь автоматизации процесса производства молока на 90 %, когда молоко вообще не контактирует с внешней средой и человеком, что дает возможность сохранить максимальную пользу и натуральность, гарантировать безопасность готовой продукции и обеспечить ее высокое качество.

Существенную роль в этом играют правильное хранение сырья и транспортировка. В 2014 г. ОАО «Савушкин продукт» начал реализовывать проект «Автоматизированный высокостеллажный склад». На сегодняшний момент загрузка более 400 наименований продукции происходит в автоматизированном режиме, процесс полной загрузки или разгрузки занимает не более 30 мин, что позволяет сократить сроки поставок продукции на рынок.

Цифровизация производственной деятельности дает возможность повысить эффективность работы, так, например, проект для линии по фасовке творожных десертов обошелся предприятию вдвое дешевле по сравнению с готовыми решениями от сторонних производителей. Его реализация позволяет стабилизировать затраты на производство, сохраняя высокое качество продукции [3].

Цифровизация предоставляет предприятию новые возможности для создания инновационных продуктов и услуг для улучшения функциональности и удобства использования продуктов. Например, одним из успешных решений в сфере цифровизации производства является синхронно введенный в сентябре 2022 г. в Беларуси и России проект маркировки молочной продукции, благодаря которому можно отследить дальнейший путь продукции к потребителю. Таким образом, производителям и ритейлерам стало проще идентифицировать товар для складского учета и инвентаризации, а покупатели становятся более уверенными в качестве продукта [3].

Еще один немаловажный фактор эффективной деятельности предприятия – внедрение новых технологий. В 2023 г. «Савушкин продукт» был номинирован на звание «Лидер энергоэффективности – 2023» благодаря введению технологии по рекуперации тепловой энергии от системы охлаждения воздушных компрессоров. Экономический эффект от работы установленного оборудования составил более 1 тыс. руб. в сутки. Это около 32 тыс. руб. в месяц и примерно 400 тыс. руб. в год. Затраты на проект по прогнозу окупятся в течение 2 лет [4].

Одним из немаловажных факторов успешной конкуренции также является наличие достаточного количества брендов, которые позволяют дифференцировать продукции и тем самым удовлетворять разнообразные предпочтения потребителей (см. таблицу).

Бренды крупнейших молочных предприятий Республики Беларусь

ОАО «Савушкин продукт»	ОАО «Минский молочный завод № 1»	ОАО «Бабушкина крынка»	ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»	ОАО «Туровский молочный комбинат»
– Савушкин; – Брест-Литовск; – Сыры из Александрии; – ТЕОС; – Березка; – Оптималь; – Суперкид; – Апети; – Активил; – Ласковое лето	– Минская марка; – Славянские традиции; – Венский завтрак; – Аристей; – Молочная страна; – Дери; – Yoguru	– Бабушкина крынка; – Веселые внучата; – Свежие новости; – СлавГород; – Есо Gresco; – Тупичевский монастырь	– Complimilk; – Ясь Белоус; – Нежная королева; – Клецкая крыначка; – Плавгород	– Bonfesto; – CooKing; – Villmonte; – Басни о сыре

Примечание. Источник: [5, с. 85].

Представленные в таблице данные показывают нам стремление ОАО «Савушкин продукт» к удовлетворению как можно большего количества потребителей, исходя из их предпочтений. Затраты компании на продвижение в 2019 г. увеличились на 156,7 % по сравнению с 2017 г. [2].

В 2022 г. ОАО «Савушкин продукт» присуждено 10 высших наград и Гран-При профессионального конкурса «Бренд года». Это доказывает, что бренд и его продукцию не только знают, но и отдают ей предпочтение в потреблении. По результатам удостоены «золота» и признаны лидерами в своих категориях следующие бренды компании: «SVEŽA», «TEOS», «СуперКид», «Ласковое лето», «Брест-Литовск», «Савушкин».

Успешная реализация своей стратегии позволила компании укрепить свои конкурентные позиции и в 2022 г. превысить показатель выручки в размере 3 млрд руб. Для сравнения, выручка за 2021 г. была на уровне 2,173 млрд руб. Таким образом, рост по выручке составляет 40 % [2].

Предприятия, производящие молочную продукцию, являются драйвером молочной отрасли Республики Беларусь. Молочные продукты в 2022 г. заняли наибольший удельный вес в структуре товарного производства, а именно – 28,9 % [2].

Существенный производственный потенциал позволил Республике Беларусь обеспечить высокий уровень среднедушевого производства и потребления молока и молочной продукции в год. Так, в 2022 г. объем производства молока на душу населения составил 853 кг/чел., что в 3,5 раза превышает потребление в республике и в 7,1 раз – превышает среднемировое потребление [1].

Литература

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/e44/omhrgtzoda196g3yr9b2r81r71vexa2k.pdf>. – Дата доступа: 05.05.2024.
2. ОАО «Савушкин продукт». – Режим доступа: https://digitalleaders.by/sevushkin_product. – Дата доступа: 05.05.2024.
3. Компания-лидер молочной отрасли Беларуси: зачем нужна цифровизация? – Режим доступа: <https://e-cis.info/news/566/107363/>. – Дата доступа: 06.05.2024.
4. «Савушкин продукт» внедрил в производство новую технологию. – Режим доступа: <https://belkagomel.by/2023/11/22/savushkin-produkt-vnedril-v-proizvodstvo-novuju-tehnologiju/>. – Дата доступа: 06.05.2024.
5. Организационно-правовое обеспечение механизма хозяйствования в сфере агробизнеса. – Режим доступа: <https://conf.baa.by/p2-17.pdf>. – Дата доступа: 26.03.2024.

УДК 330.55

ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. В. Левкина, П. Р. Петрова

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, г. Москва

Научный руководитель А. В. Колесников

Экспорт различных товаров и услуг со стороны Беларуси составляет более 50,00 % от внутреннего валового продукта страны в целом. Рассмотрена структура ВВП Беларуси, основные факторы, влияющие на его формирование. Также приведена оценка современного состояния данного экономического показателя.

Ключевые слова: внутренний валовый продукт, отраслевая экономика, внешняя экономика, структура ВВП, Беларусь.

FORMATION OF THE STRUCTURE OF THE GROSS DOMESTIC PRODUCT OF THE REPUBLIC OF BELARUS

A. V. Levkina, P. R. Petrova

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

Science supervisor A. V. Kolesnikov

Exports of various goods and services from Belarus account for more than 50.00% of the gross domestic product of the country. This article examines the structure of Belarus' GDP and the main factors influencing its formation. An assessment of the current state of this economic indicator is also provided.

Key words: gross domestic product, sectoral economy, external economy, GDP structure, Belarus.

Республика Беларусь – экспортно-ориентированное государство с высоко развитой промышленностью, сектором услуг и сельским хозяйством [1]. Согласно статистическим данным, валовый внутренний продукт (далее – ВВП) страны за период с 2011 по 2022 г. увеличился в сопоставимых ценах на 15,6 % (рис. 1).

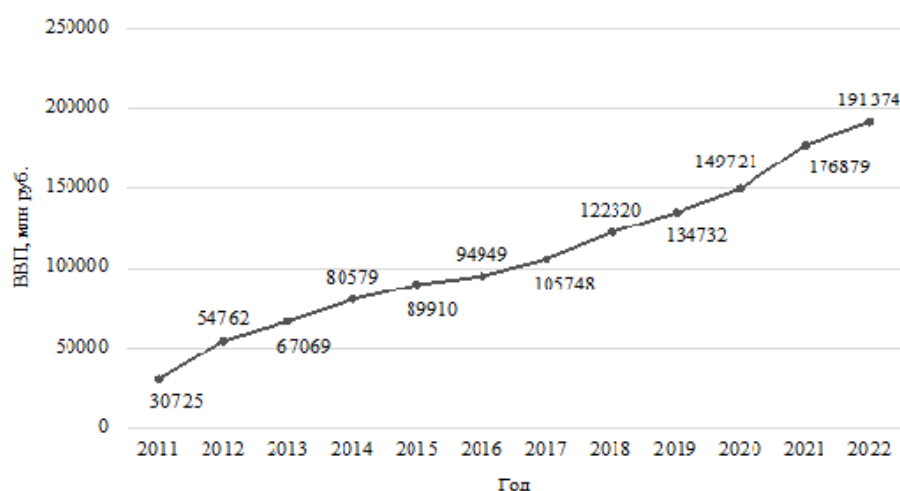


Рис. 1. Динамика внутреннего валового продукта Республики Беларусь за 2011–2022 гг.

Источник. Составлено авторами на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [2].

Промышленное производство формирует более четверти валового внутреннего продукта Беларуси (в 2022 г. составило 23,99 %). Наиболее развитыми отраслями промышленности страны выступают: производство продуктов питания, напитков и табачных изделий, машиностроение и металлообработка, легкая промышленность, деревообработка, нефтехимическая и фармацевтическая отрасли (рис. 2).

Отдельно стоит выделить машиностроение, которое, являясь ведущей отраслью, опорой и движущей силой экономики страны, играет важную роль в социально-экономическом и интеллектуальном развитии государства и по праву считается фундаментом всего промышленного комплекса. В стране работают сотни предприятий, производящих автомобили и автокомпоненты, сельскохозяйственные машины и станки, сложные приборы, оптику, электротехническое оборудование, лифты, бытовую технику и электронику. Все это – машиностроительная отрасль Республики Беларусь.

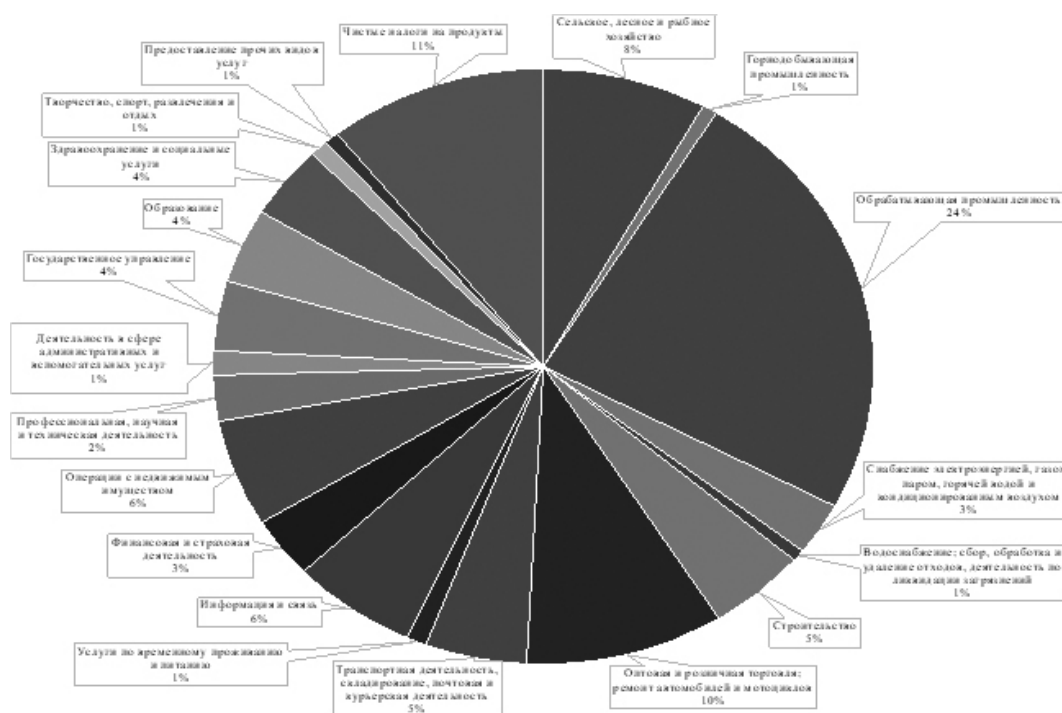


Рис. 2. Структура внутреннего валового продукта Республики Беларусь за 2022 г.

Источник. Составлено авторами на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [2].

Заводы играют большую роль как в развитии страны в целом, так и в региональной экономике, в части обеспечения занятости населения, являясь во многих случаях градообразующими организациями [3].

Сельское хозяйство – важная отрасль экономики Республики Беларусь, обеспечивающая продовольственную безопасность и экспортный потенциал. Согласно статистическим данным, в 2022 г. вклад сельскохозяйственного производства в объем ВВП страны составил 8,04 %, в отрасли трудилось более 251 тыс. человек. Производство сельскохозяйственной продукции на душу населения в Беларуси соответствует уровню развитых стран и по многим позициям превышает показатели, достигнутые в странах СНГ. Белорусский продовольственный сектор не только полностью обеспечивает внутренние потребности населения в продуктах питания, но и является одним из основных источников получения валютной выручки. Главный торговый партнер Республики Беларусь в данном секторе – традиционно Российская Федерация, при этом активно ведется работа по диверсификации экспорта, что позволило экспортировать продукцию в 98 стран мира, в том числе во все страны СНГ, ряд стран ЕС, Азии, Южной и Северной Америки, Ближнего Востока, Африки. В 2022 г. агрокомплексом республики освоены новые внешние рынки – Намибия, Того, Гвинея-Бисау, Нигер, Австралия, Кения [4].

Сфера услуг, в свою очередь, формирует почти половину внутреннего валового продукта Беларуси (за 2022 г. – 48,3 %). Географическое положение Республики Беларусь предопределило ее роль в качестве важной транзитной страны в Восточной Европе. Согласно статистическим данным за 2022 г., доля транспортной отрасли в валовом внутреннем продукте Республики Беларусь составила 4,98 %. Транспортные услуги составляют более 40 % общего объема экспорта услуг страны [5].

Помимо вышеописанных отраслей экономики в Республике Беларусь активно развиваются такие сферы, как туризм, строительство, недвижимость, образование, технологии и многие другие. На данном этапе развития экономики можно выделить следующие факторы, влияющие на рост ВВП страны [6]:

1. Состояние экономики Российской Федерации: Россия является главным торговым партнером Беларуси, ввиду чего ослабление российской экономики может негативно сказаться на экономических показателях Республики Беларусь и может привести к сокращению экспорта страны, что, как следствие, уменьшит доходы и негативно повлияет на ВВП.

2. Уровень диверсификации экспорта: уже в 2022 г. страна вышла на новые внешние рынки, что, несомненно, оказало положительное влияние на показатели экономики, поэтому можно заключить, что Республике Беларусь необходимо осваивать новые рынки сбыта с целью укрепления экономики страны.

3. Привлечение инвестиций: развитие инвестиционной составляющей способствует развитию экономики страны путем реализации различного рода инвестиционных проектов, носящих как отечественный, так и международный характер.

Негативное влияние на рост внутреннего валового продукта Республики Беларусь могут оказать такие факторы, как увеличение инфляционной ставки, усиление геополитической напряженности, способной повлечь за собой ввод дальнейших санкций в отношении страны.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на структуру ВВП Республики Беларусь влияет множество факторов, среди которых преобладает отраслевая структура экономики: в структуре ВВП Беларуси преобладают промышленность и сельское хозяйство, что во многом обусловлено историко-географическими факторами, также большое влияние оказывает и сфера услуг.

Для обеспечения более устойчивого развития экономики страны необходимо обратиться к стратегиям диверсификации, применение которых будет способствовать развитию новых или слабо развитых отраслей экономики, улучшению инвестиционного климата и внедрению новых технологий, что, в свою очередь, приведет к росту валового внутреннего продукта и экономики страны в целом.

Л и т е р а т у р а

1. Колбасникова, Т. И. Анализ динамики и структуры валового внутреннего продукта Республики Беларусь / Т. И. Колбасникова. – 2022. – С. 274–276.
2. Беларусь в цифрах : стат. справ. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/4a6/17lwjez5wrikz92fyx8f2w0qlhm97me.pdf?ysclid=lvuqvnd8gp316870294>. – Дата доступа: 06.05.2024.
3. Карпенко, Е. М. Структурная трансформация промышленности Республики Беларусь / Е. М. Карпенко, К. В. Шестакова // Вестн. Полоц. гос. ун-та. Сер. Д. Экон. и юрид. науки. – 2021. – № 13. – С. 49–54.
4. Ракицкая, О. Л. Место и роль сельского хозяйства в формировании валового внутреннего продукта Республики Беларусь / О. Л. Ракицкая. – 2022. – С. 81–84.
5. Развитие сферы услуг Беларуси в контексте мировых трендов / Н. Н. Морозова [и др.] // Право и экономика. – 2022.
6. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы : Указ Президента Респ. Беларусь от 29.07.2021 г. № 292.

УДК 930.2

РОЛЬ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ В ФОРМИРОВАНИИ ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКОЙ ПОЗИЦИИ МОЛОДЕЖИ

Э. В. Леонтьева, Т. Ю. Срыбная

*Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВО «Алтайский
государственный университет имени И. И. Ползунова»,
Российская Федерация*

Научный руководитель М. Б. Красильникова

Рассмотрена историческая память как культурный феномен, лежащий в основе формирования мировоззренческих установок, в том числе гражданско-патриотических взглядов молодежи. Дан анализ проведенного опроса, направленного на исследование состояния исторической памяти представителей молодежной когорты.

Ключевые слова: историческая память, культурная память, историческое знание, гражданственность, патриотизм, мировоззрение.

THE ROLE OF HISTORICAL MEMORY IN SHAPING THE CIVIC AND PATRIOTIC POSITION OF YOUTH

E. V. Leontieva, T. Y. Srybnaya

*Rubtsovsky Industrial Institute (branch) of the Altai State University named
after I. I. Polzunov, Russian Federation*

Science supervisor M. B. Krasilnikova

Historical memory is considered in the article as a cultural phenomenon underlying the formation of worldview attitudes, including civic and patriotic views of youth. The article analyzes the conducted survey aimed at studying the state of historical memory of representatives of the youth cohort.

Keywords: historical memory, cultural memory, historical knowledge, citizenship, patriotism, worldview.

Человек, будучи существом социальным, обладает индивидуальной памятью. Но кроме памяти отдельной личности существует другой ее вид – память коллективная, историческая, сохраняющая опыт прежних поколений. Именно этот вид памяти несет в себе архетипы народного самосознания, определяющие целостность культуры и особенности социокультурной динамики. Современное знание не дает однозначной трактовки понятия «историческая память». Существует ряд взаимодополняющих или даже заменяющих друг друга понятий: «социальная память», «культурная память», «коллективная память». В контексте данной статьи историческая память рассматривается как особый культурный феномен, как социокультурный опыт поколений, дающий основание для самоидентификации и самоосмысления народа. Историческая память лежит в основе культурной преемственности поколений и национально-гражданской идентичности [2, с. 209–214].

Историческая память с точки зрения ее формирования представляет собой социальный конструкт, который может складываться стихийно (как передача социокультурного опыта поколений) и сознательно (на основе систематической и целена-

правленной деятельности социальных институтов) [1]. Наиболее значимыми механизмами формирования исторической памяти молодежи являются система образования, средства массовой информации, т. е. те социальные институты, которые оказывают существенное влияние на молодежь в процессе социализации. Исходя из сказанного, можно отметить очевидную необходимость выработки единой стратегии со стороны государства, школы, вуза и социальных институтов в вопросе формирования исторической памяти.

В основе культурной идентификации любого народа лежат представления о собственной истории, память о «вершинных» событиях, определивших историческую судьбу страны, нации. Именно такие представления формируют национальное самосознание, гражданскую позицию, мировоззренческие установки.

В качестве одной из важнейших задач образовательного процесса можно назвать формирование национальной элиты, способной к рефлексивному восприятию действительности и, что очень важно, идентифицирующей себя со своей страной. Формировать мировоззрение, гражданскую ответственность как личностную сопричастность к истории своей страны призвано гуманитарное знание, ответственное за ценностно-смысловое наполнение образования. Образовательный процесс не может ограничиваться только профессиональной подготовкой, поскольку он обязательно включает в себя трансляцию культурных норм, ценностей, идей, формирование мировоззрения [3].

Историческая память представляет собой не только определенную степень усвоения событийной канвы истории, последовательности исторических событий, но и включенность познающего субъекта в пространство смыслов и ценностей истории своей страны. Основой исторической памяти является историческое знание. С целью «измерения» познаний в области отечественной истории нами был проведен опрос, в котором участвовали молодые люди в возрасте от 16 до 24. Ответы на вопросы, предложенные респондентам, дали возможность определить, какие события видят представители этой возрастной группы «вершинными точками» истории и культуры страны, выявить источники познаний в области истории.

Опрос показал, что большинство респондентов (72 % опрошенных) интересуются историей страны, но при этом к материалам отечественной истории обращаются несистемно. Респонденты назвали наиболее значимые, на их взгляд, периоды отечественной истории. Но при детализации, отвечая на вопрос о событиях, соответствующих этим периодам и исторических личностях, определивших эти события, испытывали затруднения – позиция «затрудняюсь ответить» в процентном отношении оказалась достаточно устойчивой. Отметим, что эта ситуация никак не соответствует самооценке респондентов относительно их интереса к истории и знаний в этой области. Тем не менее «вершинные» события отечественной истории были все-таки названы, и целостность истории в событиях была восстановлена.

Несмотря на то, что достаточно много опрошенных отметили свой интерес к истории современной России, перечень значимых событий этого периода оказался малочисленным, что свидетельствует о недостаточной рефлексии по поводу современной истории или неспособности интерпретировать события, связывать их с общей исторической канвой. Неотрефлексированность этого периода, возможно, определяется малой временной дистанцией и противоречивостью оценок событий, что затрудняет их осмысление и выработку собственных взглядов на них. Вместе с тем данные позволяют судить о недостаточной сформированности мировоззренческой позиции молодежи.

Большинство опрошенных считают, что между событиями в прошлом и современными событиями существуют причинно-следственные связи (87 %). Такие результаты позволяют сделать вывод о том, что для респондентов важна связь современности с прошлым, на чем и основана историческая память.

Большое количество респондентов (72 %) отметили, что гордятся своей страной и ее историей. В этом ответе заключается не только эмоциональное отношение к отечественной истории, но и в определенной степени указание на сопричастность к ней, что позволяет судить о гражданско-патриотической позиции опрошенных.

При формировании исторического знания очень важен, на наш взгляд, источник познания. Основным источником знаний по истории России респонденты назвали учебники и учебные занятия по истории в институте и интернет-ресурсы. Показательно, что результаты здесь оказались почти одинаковыми – 34 и 35 % соответственно, при этом 21 % опрошенных указали другие источники: книги, рассказы представителей старших поколений. Закономерно, что молодежь сегодня активно использует Интернет, но вызывает сомнения качество полученной информации, качество источников.

Полученные в ходе опроса данные позволяют сделать выводы о том, что и история страны, и ее культура в целом воспринимаются эмоционально положительно. Вместе с тем выявилась такая проблема, как несистемность знаний. Исследование показало, что исторические знания представителей молодежной когорты в большей степени эмоциональные, чем фактологические, что делает, на наш взгляд, историческую память избирательной. При всей увлеченности отечественной историей молодежи порой не хватает фактологических знаний, базы, которая позволяла бы аналитически, рефлексивно воспринимать и оценивать историю. Тот факт, что академические лекции соперничают с интернет-пространством, проблематизирует процесс получения глубоких и объективных знаний в области истории, что задает возможность мировоззренческого релятивизма.

Таким образом, целостная картина мира не складывается без осмысления культурно-исторических процессов. Историческое знание формирует опыт аналитического осмысления действительности, закладывает мировоззренческие установки; историческая память является фундаментом гражданско-патриотической взглядов и убеждений молодежи.

Л и т е р а т у р а

1. Бельков, О. А. Историческая память: роль государства в ее формировании / О. А. Бельков // Власть. – 2020. – Т. 28, № 6. – С. 315–317. – Режим доступа: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/vlast/article/view/7804>. – Дата доступа: 02.04.2024. DOI: <https://doi.org/10.31171/vlast.v28i6.7804>
2. Красильникова, М. Б. Историческая память и гуманитарное знание / М. Б. Красильникова // Современная техника и технологии: проблемы, состояние и перспективы : материалы XII Всерос. науч.-практ. конф., Рубцовск, 24–25 нояб. 2023 г. / РИИ. – Рубцовск, 2023. – С. 209–214.
3. Запесоцкий, А. С. Какого человека должна сформировать сегодня система образования? / А. С. Запесоцкий // Высшее образование в России. – 2003. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kakogo-cheloveka-dolzha-sformirovat-segodnya-sistema-obrazovaniya>. – Дата доступа: 03.05.24.

УДК 657.1

СРАВНЕНИЕ ОЦЕНКИ ЗАПАСОВ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ

Д. А. Мотняк

Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск

Научный руководитель Г. Г. Виногоров

Адаптация МСФО к национальным стандартам предполагает постепенное совершенствование белорусских правил учета и отчетности для формирования финансовой информации высокого качества, наиболее приближенной к международным стандартам. Постепенно белорусские стандарты становятся все ближе к Международным стандартам финансовой отчетности.

Ключевые слова: МСФО, запасы, оценка запасов, национальный стандарт, бухгалтерский учет, материальные ресурсы, переоценка, себестоимость.

COMPARISON OF STOCK ESTIMATES IN DOMESTIC AND FOREIGN PRACTICE

D. A. Motnyak

Belarusian State University of Economics, Minsk, Republic of Belarus

Science supervisor G. G. Vinogorov

The adaptation of IFRS to national standards involves the gradual improvement of the Belarusian accounting and reporting rules for the formation of high-quality financial information that is closest to international standards. Gradually, Belarusian standards are getting closer to IFRS.

Keywords: IFRS, inventories, inventory valuation, national standard, accounting, material resources, revaluation, cost.

Актуальным вопросом на сегодняшний день является внедрение Международных стандартов финансовой отчетности (далее – МСФО). Применение МСФО обеспечивает выход организации на мировые фондовые рынки, получение валютных кредитов в зарубежных странах, дает возможность сопоставить финансовую отчетность белорусских организаций с отчетностью иностранных компаний для развития профессиональных коммуникаций.

Вопросы признания запасов регулируются положениями Международного стандарта финансовой отчетности (МСФО) (IAS) 2 «Запасы». В соответствии с данным стандартом запасами признаются следующие активы:

- предназначенные для продажи в ходе обычной деятельности;
- находящиеся в процессе производства для такой продажи;
- находящиеся в виде сырья или материалов, которые будут потребляться в процессе производства или предоставления услуг.

Основные различия между национальной системой учета поступления материалов и МСФО 2 «Запасы» приведены в таблице.

**Сравнительная характеристика международного
и белорусского стандартов по учету запасов**

Элемент сравнения	Национальный стандарт «Запасы» № 64	МСФО 2 (IAS) «Запасы»
1. Оценка запасов при поступлении	а) по фактической себестоимости (по сумме фактических затрат)	а) по себестоимости (по сумме фактических затрат, по нормативным затратам или по рыночным ценам); б) по чистой цене продажи
2. Текущая оценка запасов	Не предусматривает изменение фактической себестоимости	а) по себестоимости; б) по чистой цене продажи
3. Оценка запасов при отпуске в производство и ином выбытии	а) по себестоимости каждой единицы; б) по средней себестоимости; в) по себестоимости первых по времени приобретения (ФИФО)	а) по специфической идентификации конкретных затрат; б) по средневзвешенной себестоимости; в) по себестоимости первых по времени приобретения

Примечание. Источник: собственная разработка.

Одним из основных отличий является возможность оценки запасов при поступлении и текущей оценке по чистой цене продажи, что способствует более объективной информации о запасах. Бухгалтерский учет материальных ресурсов играет важную роль в обеспечении эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций. Таким образом, оценка запасов становится актуальной проблемой, связанной с обеспечением эффективности хозяйственной деятельности организаций.

Литература

1. Понятие, классификация и оценка материалов. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/1477554/page:13/>. – Дата доступа: 12.02.2024.
2. Учет материалов. – Режим доступа: https://studref.com/383153/buhgalterskiy_uchet_i_audit/uchet_materialov. – Дата доступа: 12.02.2024.

УДК 504.75

ВОЗДЕЙСТВИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ НА ЗДОРОВЬЕ И ЖИЗНЬ ЧЕЛОВЕКА

Е. С. Подоляк, Е. В. Живицкая

*Учреждение образования «Гомельский государственный
медицинский университет», Республика Беларусь*

Научный руководитель Н. С. Ищенко

Рассмотрено воздействие окружающей среды на здоровья и жизнь человека. Акцентируется внимание на загрязнении окружающей среды, приводящей к различным заболеваниям, таким как респираторные заболевания, аллергии, рак и иные серьезные болезни. Предложены меры по охране окружающей среды и поддержанию здоровья

Ключевые слова: окружающая среда, экология, здоровье человека, болезни, газы, тяжелые металлы, загрязняющие вещества.

ENVIRONMENTAL IMPACT ON HUMAN HEALTH AND LIFE

E. S. Podolyak, E. V. Zhivitskaya

Gomel State Medical University, Republic of Belarus

Science supervisor N. S. Ishchenko

The article examines the impact of the environment on human health and life. Attention is focused on environmental pollution, which leads to various diseases such as respiratory diseases, allergies, cancer and other serious diseases. Measures are proposed to protect the environment and maintain health.

Keywords: environment, ecology, human health, diseases, gases, heavy metals, pollutants.

Стратегическим направлением политики Республики Беларусь является охрана окружающей среды (ООС) и рациональное использование природных ресурсов. Сегодня предъявляются новые требования к правовому регулированию отношений в сфере окружающей среды (ОС), которые реализуются в рамках экологического права [1].

Экология и здоровье человека достаточно тесно связаны друг с другом. Экология изучает взаимодействие живых организмов с окружающей их средой (ОС), а здоровье – состояние физического, психического и социального благополучия человека. Окружающая среда, в которой мы живем, имеет огромное влияние и на наше здоровье, и на жизнь, ее продолжительность. Качество воздуха, воды, почвы, а также наличие шума, радиации и химических веществ в ОС могут оказывать негативное воздействие на наше здоровье.

Загрязнение ОС может приводить к различным болезням: респираторным, аллергии, раку и иным серьезным болезням. Кроме того, экологические проблемы могут влиять на психическое здоровье человека. Постоянный стресс, вызванный экологическими катастрофами или загрязнением ОС, может привести к развитию депрессии и иных психических расстройств. Вместе с тем экология также может оказывать положительное влияние на здоровье человека. Зеленые зоны, парки и леса способствуют улучшению физического и психического состояния, снижению уровня стресса и повышению иммунитета. Поэтому для поддержания здоровья необходимо уделять внимание экологическим проблемам и принимать меры по охране ОС [2].

Загрязнение воды также может оказывать негативное влияние на здоровье человека. Питьевая вода, загрязненная химическими веществами или микроорганизмами, может вызывать инфекционные заболевания, такие как диарея и гепатит. Кроме того, загрязненная вода может содержать тяжелые металлы, которые накапливаются в организме и вызывают хронические заболевания – отравление свинцом или ртутью [3].

Загрязнение почвы также может иметь серьезные последствия для здоровья человека. Почва может содержать вредные химические вещества, такие как пестициды и тяжелые металлы, которые, попадая в пищевую цепочку, накапливаются в организме. Это может привести к различным пищевым отравлениям и хроническим заболеваниям, таким как рак. До сих пор у нас не решена проблема удаления и утилизации стоков животноводческих комплексов, в радиусе до 3 км загрязняющих земли и поверхностные воды нитратными формами азота, хлоридами, фосфатами и т. п. Серьезное загрязнение почвенного покрова происходит в результате выбросов промышленных предприятий и автотранспорта. В промышленных центрах республики

земли выше допустимых норм загрязнены тяжелыми металлами (свинцом, цинком, кадмием, медью). Загрязнение почв придорожных полос наблюдается на расстоянии до 25–50 м от полотна дороги [3].

Большой ущерб понесло сельское хозяйство в результате Чернобыльской катастрофы, которая привела к загрязнению более 1,6 млн га сельхозугодий и выбытию из сельхозоборота 265,4 тыс. га. Загрязнение почв республики носит чрезвычайно неравномерный характер. В большинстве типов почв основное количество радиоизотопов сосредоточено в верхнем пятисантиметровом слое, т. е. в наиболее плодородном горизонте. Кроме непосредственного загрязнения почв радионуклидами за время, прошедшее после катастрофы, обнаружено вторичное загрязнение почв вследствие применения загрязненного навоза и минеральных удобрений, золы после сжигания загрязненного топлива, а также в результате переноса загрязненных частиц транспортом, ветром [1–3].

Изменение климата является одной из наиболее серьезных экологических проблем современности. Выбросы парниковых газов, таких как углекислый газ, вызывают глобальное потепление и изменение климатических условий. Это может привести к увеличению частоты и интенсивности экстремальных погодных явлений: жары, наводнения и засухи. Это ведет к повышенному риску тепловых ударов, инфекционных заболеваний и пищевых кризисов. В целом экологические проблемы оказывают значительное влияние на здоровье человека. Поэтому необходимо принимать меры по охране ОС и снижению загрязнения для предотвращения возникновения заболеваний и поддержания здоровья [3].

Одна из основных причин экологического кризиса в нашей стране, как уже отмечалось, состоит в приоритетном развитии в течение многих лет ресурсоемких, многоотходных отраслей материального производства без учета естественных способностей природной среды к саморегуляции и восстановлению. Перечислим наиболее серьезные экологические проблемы Беларуси:

- загрязнение более 1/5 территории республики радионуклидами, что не только резко ограничило ее природно-ресурсный потенциал (загрязнено более 22 % сельскохозяйственных и 21 % лесных угодий), но и потребовало огромных затрат на снижение радиационной опасности;
- многократное превышение нормативного уровня загрязнения воздушного бассейна в городах с высоким уровнем концентрации экологоопасных производств и большим парком автотранспорта;
- интенсивная трансформация водосборных бассейнов и водного режима речной сети в результате крупномасштабного осушения заболоченных земель и как следствие – исчезновение множества малых рек и ручьев;
- стойкое увеличение индекса загрязнения вод по всем рекам республики на фоне сокращения общего объема сбрасываемых в них стоков, что свидетельствует о нарушении процессов самоочищения водоемов;
- опасное загрязнение промышленными, коммунальными и поверхностными сточными водами акваторий уникальных водных объектов – озер Нарочь, Свитязь, Голубых и Браславских;
- техногенная деградация ландшафтов – как следствие неполного извлечения полезного продукта при добыче минерального сырья, некомплексной его переработки, что ведет к скоплению огромных масс отходов так называемой пустой породы на территориях, пригодных для сельскохозяйственного использования, появлению пыльных бурь, концентрации вредных веществ сверх допустимых норм в почве, водоемах, воз-

духе. Ныне по вине промышленных отвалов ежегодно недобирается 8–10 % валовой сельскохозяйственной продукции. Накопление отходов производства и потребления ведет к нарушению равновесия природной среды и представляет реальную угрозу здоровью населения.

Для размещения отходов из хозяйственного обращения изымаются сотни гектаров земли. Общая площадь земель, занятых у нас под полигонами отходов, составляет 2950 га, из которых 1250 га приходится на солеотвалы и шламохранилища Солигорских комбинатов. Другие отходы сконцентрированы на 164 полигонах (ТБО) и 80 накопителях промышленных отходов. Наибольшее количество отходов (81,3 %) образуется в Минской области, в основном за счет расположенного на ее территории высокоотходного предприятия ПО «Беларуськалий». Сконцентрированные отходы зачастую в необустроенных местах являются источником загрязнения воздуха, почвы, поверхностных и подземных вод. Ежегодно в республике накапливается около 2 млн т ТБО, основная масса которых вывозится на полигоны (городские свалки), занимающие в республике 815 га, и лишь 4 % утилизируется на опытном заводе по переработке отходов «Экорес» в Минске. Местоположение, обустройство и условия эксплуатации большинства полигонов ТБО не соответствует нормативным требованиям, что усугубляет экологическую опасность этих объектов. Вместе с тем в случае утилизации всех ТБО только под Минском (как это сделано, к примеру, под Веной) может быть получено 220 млн м³ биогаза.

Среди социально-экономических последствий негативного антропогенного воздействия на экологию основным является ухудшение здоровья населения, которое можно рассматривать как интегральный показатель качества жизни человеческой популяции. Продолжительность жизни характеризует меру здоровья в социально-демографическом контексте. Сегодня в Беларуси женщины живут дольше, средняя продолжительность их жизни составляет 78,4 лет. У мужчин этот показатель на 10 лет меньше. Статистику озвучила на пресс-конференции главный внештатный специалист по геронтологии Минздрава Людмила Жилевич [3]. Предполагается, что наибольшее влияние на продолжительность жизни оказывают четыре фактора: генетика; окружающая среда; образ жизни; социальная сфера и здравоохранение.

Специалист отметила, что на последний пункт приходится около 10 %, а первые три – равнозначные. По словам заместителя директора по научной работе Института генетики и цитологии НАН Беларуси Павла Морозика, для определения плохой или хорошей наследственности можно сделать генетический паспорт. Так, определяется риск возникновения 19 заболеваний. В их числе – сердечно-сосудистые патологии, диабет 1-го и 2-го типа, костно-мышечные патологии, аутоиммунные и др. [3].

Таким образом, необходимо продолжить меры по экологизации дальнейшего социально-экономического развития страны с целью повышения уровня и качества жизни. а Министерству здравоохранения страны – постоянно проводить мониторинг ситуации, связанной с состоянием здоровья, коррелирующим с ОС.

Л и т е р а т у р а

1. Ищенко, Н. С. Обеспечение права на благоприятную окружающую среду в Республике Беларусь / Н. С. Ищенко, Ю. Г. Шпаковский // Вестн. ун-та им. О. Е. Кутафина (МГЮА). – 2017. – № 2. – С. 99–122.
2. Оценка общей экологической ситуации Беларуси. – Режим доступа: https://vuzlit.ru/623761/otsenka_obschey_ekologicheskoy_situation_Belorussia. – Дата доступа: 14.05.2024.
3. Экологические проблемы Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://edushk.ru/geograf/28457/index.html?page>. – Дата доступа: 14.05.2024.

УДК 339.976.2

ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ РОССИЙСКО-БЕЛОРУССКОЙ ВАЛЮТНОЙ ЗОНЫ

Н. М. Прохор, О. Р. Есина

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, г. Москва

Научный руководитель А. В. Колесников

Тема создания российско-белорусской общей валютной зоны обсуждается уже довольно давно. Некоторые эксперты считают, что подобная инициатива приведет к интеграции экономического характера, увеличению стабильности и снижению зависимости от американской валюты. Другие экономисты отмечают угрозу потери суверенитета Беларуси, увеличения экономических рисков, а также отсутствия поддержки у населения. На сегодняшний момент однозначного решения этой сложной проблемы не имеется и переговоры российской и белорусской сторон по поводу создания общей валютной зоны продолжаются. Будущее этой инициативы зависит от политической воли правительств обеих стран, готовности населения к данной интеграции и экономической ситуации в России и Беларуси.

Ключевые слова: валютная зона, экономическая интеграция, российский рубль, белорусский рубль, политика дедолларизации.

PROSPECTS FOR CREATION OF A RUSSIAN-BELARUSIAN CURRENCY ZONE

N. M. Prokhor, O. R. Esina

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

Science supervisor A. V. Kolesnikov

The topic of creating a Russian-Belarusian common currency zone has been discussed for quite some time. Some experts believe that such an initiative will lead to integration of an economic nature, increase stability and reduce dependence on the U. S. currency. Other economists note the threat of loss of sovereignty of Belarus, increase of economic risks, as well as the lack of support of the population. As of today, there is no unambiguous solution to this complex problem, and negotiations between the Russian and Belarusian sides on the creation of a common currency zone continue. The future of this initiative depends on the political will of the governments of both countries, the readiness of the population for this integration and the economic situation in Russia and Belarus.

Keywords: currency zone, economic integration, Russian ruble, Belarusian ruble, de-dollarization policy.

В наше время в условия нестабильной экономической и политической ситуации экономическая интеграция играет важную роль. В ситуации разрушения глобальных экономических взаимосвязей, созданных в предыдущий исторический период, и нарастания тенденций укрепления региональных макрозон проблематика создания межгосударственных валютных зон актуализируется. В этой связи вопрос о создании единой валютной зоны России и Беларуси обсуждается довольно давно. Россия и Беларусь, являясь дружественными странами, объединенными общей историей, культурой, языком, имеют схожую экономическую структуру, обусловленную интеграцией в некогда единое экономическое советское пространство. После распада СССР обе страны прошли сложный путь развития, выстраивая национальные экономические модели. В 1999 г. страны подписали рубажный Договор о Союзе Россий-

ской Федерации и Республики Беларусь. За 25 лет сотрудничества данный договор позволил упростить многие экономические процессы, однако по мере дестабилизации общемировой экономической и политической ситуации нерешенные трудности и проблемы требуют дальнейшего урегулирования [1]. Целью данной статьи является оценка перспектив создания российско-белорусской общей валютной зоны.

Для проведения данного исследования и анализа результатов были использованы такие методы, как наблюдение, сравнение и синтез. Авторами проанализированы различные статьи по теме экономической интеграции и создания общих валютных зон, посвященных рассмотрению перспектив, преимуществ и недостатков объединения валютных систем разных государств. Также был проведен анализ высказываний глав правительств России и Беларуси. В результате в работе представлено описание текущей экономической ситуации, рассмотрено обсуждение вопроса введения общей экономической зоны, позитивное и негативное влияние данной интеграции и ее перспективы.

В настоящее время мировая экономика находится в состоянии неопределенности. Долгое время до событий 2022 г. ЕС являлся одним из ведущих торговых партнеров Беларуси. Он обеспечивал получение части валютной выручки страны. С началом введения санкций основные продукты экспорта Беларуси, в которые входили нефтепереработка, калийные удобрения и древесина, попали под европейские санкции. Из-за этого европейский экспорт для Беларуси значительно сократился. Наряду с этим после введения антироссийских санкций Российская Федерация начала проявлять больший спрос к белорусской продукции [4].

Состояние неопределенности в экономике формирует условия для постановки и развития долгосрочных целей развития и способов их адаптации к постоянно меняющимся условиям. Требованием к направлениям национального развития становится обеспечение внутренней стабильности и устойчивости государства. Союзные отношения России и Беларуси дают гарантии обеспечения обороноспособности, гарантии технологической, энергетической, производственной и информационной безопасности. Нестабильность международных отношений и внутренние социально-экономические процессы на территории обеих стран создают перспективы для дальнейшей более активной интеграции между Россией и Беларусью. Для того чтобы укрепить российско-белорусские связи, необходимо модернизировать экономические институты, скоординировать промышленную политику и стратегию. Интеграционные процессы, охватывающие Россию и Беларусь, берут свое начало не только в экономических интересах, они тесно связаны с вопросами безопасности, политического и гуманитарного взаимодействия.

Обсуждение вопроса введения общей валютной зоны ведется с момента заключения Договора о союзе Российской Федерации и Республики Беларусь. Планировалось создать общий бюджет двух стран с общей валютой и системой налогообложения, но за 25 лет данный план не был реализован. Президенты обеих стран утверждают, что не готовы к переходу на общую валюту, так как это требует более глубокой экономической интеграции [3]. Рассмотрим возможные преимущества и недостатки введения общей валютной зоны.

К преимуществам введения общей валюты можно отнести снижение транзакционных издержек и устранение курсовых рисков, что может стимулировать торговлю и инвестиции между Россией и Беларусью. Также это будет способствовать внутренней интеграции, поскольку присоединение Беларуси к более стабильной экономике России поможет сдерживать инфляцию. Кроме того, ввиду актуализации политики дедолларизации введение общей валютной зоны может привести к снижению зависимости от доллара США.

Однако существует также много и негативных сторон данного решения. Например, при введении общей валюты Республика Беларусь может потерять свой суверенитет, так как откажется контролировать свою денежно-кредитную политику, передав управление ею Центральному банку России. Могут также возникнуть различные экономические риски, так как Россия и Беларусь находятся на разных этапах развития, что впоследствии может привести к дисбалансам и дестабилизации в случае объединения валют. Кроме того, существует такой фактор риска, как несогласованность политик. У стран могут возникнуть разногласия по фискальной и монетарной политике, что угрожает стабильности валютного союза. Идея создания общей валютной зоны может не пользоваться большой поддержкой среди населения Беларуси [5].

Будущее инициативы введения общей валютной зоны зависит от многих факторов, главными из которых являются готовность населения к тесной интеграции между странами, экономическая ситуация на территории обеих стран, политическая воля глав государств. Перспектива создания общей валютной зоны не может быть оценена однозначно, поскольку помимо долгосрочных преимуществ, среди которых – устранение курсовых рисков, повышение стабильности экономик, снижение зависимости от доллара США, эта инициатива содержит много рисков: потеря суверенитета Беларуси, негативная реакция белорусского населения на столь значительные изменения. Решение о создании общей валютной зоны должно исходить из учета всех факторов, для того чтобы данная тесная интеграция была выгодна для каждой из обеих стран и не приводила к негативным последствиям.

Л и т е р а т у р а

1. Громыко, А. А. Российско-белорусское сотрудничество: время стратегических решений / А. А. Громыко // Проектирование будущего. Проблемы цифр. реальности : тр. – 2022. – С. 76–81.
2. Сипаро, К. А. Проблемы и перспективы экономического сотрудничества России и Республики Беларусь / К. А. Сипаро // Регион. проблемы преобразования экономики. – 2023. – № 2 (148). – С. 7–13.
3. Лукашенко оценил перспективы создания единой валюты России и Белоруссии // Ведомости. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/politics/news/2021/12/02/898570-lukashenko-otsenil-perspektivi-sozdaniya-edinoi-valyuti-s-rossiei>. – Дата доступа: 03.05.2024.
4. Единая валюта России и Беларуси именно сейчас может стать реальностью // Рос. газета. – Режим доступа: <https://rg.ru/2024/01/31/aleksej-zubec-ia-ne-veriu-v-sozdanie-novoj-sinteticheskoy-denezhnoj-edinicy-rossii-i-belarusi.html>. – Дата доступа: 06.05.2023.
5. Нужна ли Беларуси и России единая валюта? – мнение эксперта // Sputnik Беларусь. – Режим доступа: <https://sputnik.by/20211224/nuzhna-li-belarusi-i-rossii-edinaya-valyuta--mnenie-eksperta-1058999360.html>. – Дата доступа: 03.05.2024.

УДК 316.34(476)

STATE AND PROSPECTS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE REPUBLIC OF BELARUS WITHIN THE EAEU

S. A. Proshin, O. V. Shvayakova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Prerequisites, history of the creation of the EAEU, main features, role and prospects for interaction of the Republic of Belarus within the EAEU.

Keywords: EAEU, export-oriented economy, BelNPP, sanctions pressure, integration processes.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАМКАХ ЕАЭС

С. А. Прошин

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель О. В. Шваякова

Рассмотрены предпосылки, история создания ЕАЭС, основные черты, роль и перспективы взаимодействия Республики Беларусь в рамках ЕАЭС.

Ключевые слова: ЕАЭС, экспортно-ориентированная экономика, БелАЭС, санкционное давление, интеграционные процессы.

After the collapse of the USSR, the need arose to create a new economic integration association. This was explained by the fact that during the Soviet era, the economies of the republics were strongly interconnected: different parts could be produced in several republics, and the final assembly took place in another many hundreds of kilometers away. At that time, there were no barriers to people and goods crossing borders, but after the collapse of the Soviet Union, these restrictions appeared. This contributed to the deterioration of foreign trade in the newly independent countries. Moreover, there was already an example of such a union in the world – the European Union, so this was not a new experience. In 1994, Kazakh President Nursultan Nazarbayev first spoke in Moscow with a proposal to create a Eurasian Union. In 1995, Belarus, Russia and Kazakhstan entered into an Agreement on the creation of the Customs Union, this can be considered the starting point in the creation of the EAEU. In 1996, Russia, Belarus, Kazakhstan and Kyrgyzstan sign the Treaty on Deepening Integration in the Economic and Humanitarian Fields. After this, many more different agreements were adopted, but let's move straight to 2014, when the Treaty on the Establishment of the Eurasian Economic Union was signed in Astana.

From the very beginning of integration processes in the post-Soviet space, Belarus was among their initiators and active participants. She made a serious contribution to the activities of a number of multilateral integration associations: the Eurasian Economic Community, the Customs Union, and the Common Economic Space. Since 2015, Belarus has been a member of the Eurasian Economic Union (EAEU). The Belarusian side is in favor of expanding trade turnover between members of the EAEU. The economy of the Republic of Belarus is export-oriented, therefore, Belarus is interested in ensuring the freedom of movement of goods and services within the EAEU and in developing its foreign trade activity. President of the Republic of Belarus A. Lukashenko, speaking at the fifth All-Belarusian People's Assembly on June 22, 2016, noted the need to “maximize the benefits of integration projects created in the post-Soviet space on our initiative and with active participation.” In the National Strategy for Sustainable Social and Economic Development of the Republic of Belarus for the period until 2030, adopted in 2015, the development of economic integration within the EAEU was listed among the most important tasks of the republic's foreign economic relations.

From the point of view of integration processes in the EAEU, the economy of the Republic of Belarus is characterized by the following main features:

1. Transit situation on the way of Russian goods to Europe.
2. Strong dependence on Russia; The Russian Federation is the main market for Belarusian goods, as well as the main donor of foreign direct investment for the Belarusian economy; Many components for Belarusian mechanical engineering products are produced in Russia.
3. Small volumes of trade with other EAEU countries, except Russia.
4. A large share of the public sector in the economy, hampering the growth of primarily Russian investments.

These features of the economy of the Republic of Belarus have a serious impact on its interaction with partners in the EAEU, as well as on the nature of its participation in Eurasian integration.

The degree and nature of participation of the Republic of Belarus in integration processes in the EAEU in the coming period will be determined by a number of factors (the state of the ecoeconomics of Belarus itself and partner countries, global economic trends, geopolitical situation, development of the EAEU as an integration association, implementation of large-scale transport projects, etc.).

A. Lukashenko also stated the importance of developing concepts for the formation of common markets for electricity, gas, oil and petroleum products, the development of integration processes in the service sector, customs tariff and non-tariff protection of a single customs space.

According to many experts, the Republic of Belarus benefits most from participation in Eurasian integration. The EAEU for Belarus is a huge market of 186 million people with freedom of movement of goods (according to Article 1 of the Treaty on the Eurasian Economic Union). In 2020, trade with the EAEU countries amounted to 45.9 % of the total trade of the Republic of Belarus. In dollar terms, exports to the EAEU countries in 2020 amounted to \$ 14.5 billion. For comparison, according to the National Statistics Committee, in 2020, exports of goods from the Republic of Belarus to China amounted to \$ 749 million, the USA – \$ 199 million, and the UK – \$ 814 million, Germany – \$ 937 million, Poland – \$ 1.25 billion. The difference is colossal. Russia occupies the most important place in the economy of Belarus. According to the Embassy of the Republic of Belarus in the Russian Federation, the export of Belarusian goods to the Russian market in 2020 amounted to \$13.132 billion, and the export of services – \$ 2.414 billion.

Let us analyze the indices of the physical volume of wholesale trade by EAEU countries for 2019–2022 (see table 1).

Table 1

Indices of physical volume of wholesale trade turnover (as a percentage of the previous year; in comparable prices) [4]

	2019	2020	2021	2022
EAEU	101.7	100.3	105.3	84.4
Armenia	111.5	91.0	112.2	126.6
Belarus	96.1	96.5	104.6	82.0
Kazakhstan	107.8	99.2	103.3	102.2
Kyrgyzstan	107.5	87.0	136.4	119.3
Russia	101.5	100.6	105.3	83.3

Conclusion: based on the data presented in Table 1, we can conclude that 2020 and 2022 were not the most successful years for wholesale trade turnover in the EAEU countries: this can be explained by the coronavirus pandemic in 2020, and in 2022 in Belarus and Russia sanctions hit and supply chains were disrupted.

Next, let's look at the structure of retail turnover in the EAEU countries for 2019–2022 (see table 2).

Table 2

Retail trade turnover (millions of US dollars) [5]

	2019	2020	2021	2022
EAEU	581,605.1	528,427.3	600,095.3	704,356.1
Armenia	3,322.3	2,719.9	2,985.5	3,938.7
Belarus	23,711.7	22,032.5	23,648.6	25,976.6
Kazakhstan	29,595.2	28,405.3	32,179.2	36,371.0
Kyrgyzstan	5,521.2	4,409.7	5,341.5	6,925.2
Russia	519,454.7	470,859.9	535,940.5	631,144.6

Conclusion: based on the data presented in the table, we can conclude that the main trading partner within the EAEU is the Russian Federation (on average about 89 % of turnover), second place is occupied by Kazakhstan (about 5 % of turnover), third place is Belarus (about 4 % of turnover). This indicates the high interest and involvement of the Republic of Belarus, the Russian Federation and Kazakhstan in the activities of the EAEU.

The launch of joint projects is another benefit from Belarus' participation in the EAEU, aimed at the development of the Belarusian state. One of the most striking examples is the launch of the Belarusian Nuclear Power Plant, which was implemented in partnership with the Atomstroyexport company thanks to a Russian loan totaling \$ 10 billion. This project will significantly strengthen the energy security of Belarus and open up new prospects for the development of the union of our countries.

The economy of the Republic of Belarus and its integration partners, primarily Russia, in the coming years, according to available estimates, will grow relatively slowly: GDP growth will be 1.5–3 %, with an average world rate of more than 3 %. This will have a contradictory impact on cooperation, on the one hand, limiting its possibilities, on the other, pushing Belarus and other EAEU countries to intensify integration processes in order to more effectively confront existing challenges. In this regard, the maximum focus of cooperation on accelerating the modernization and digitalization of national economies and carrying out a coordinated modernization of the economies of the Republic of Belarus acquires paramount importance. Russian Federation and other EAEU countries. Progressive changes in the structures of national economies as a result of modernization will create an adequate material basis for integration, and Belarus, with its significant economic and innovative potential, can make a fairly significant contribution to the development of this process.

The global economic and geopolitical situation in the coming years will, according to most experts, be characterized by increased uncertainty and turbulence, and an increase in conflict potential. The Western sanctions pressure on Russia will obviously increase, which will seriously affect Russian-Belarusian relations and, accordingly, will raise the issue of developing a joint effective mechanism to counter sanctions within the EAEU. The prospect of resolving sanctions-related Russian-Belarusian conflicts, which are currently complicating cooperation within the EAEU, will largely depend on the creation of such a mechanism.

Referens

1. Baranchik, Yu. Modern Belarus: the specifics of the political and social model / Yu. Baranchik // Belarus in the regime of transformation: socio-political and economic factors : collection of scientific papers / Institute of Diaspora and Integration (Institute of CIS Countries). – M., 2017. – 280 p.
2. Belarus in numbers : statistical reference book. – Minsk : National Statistical Committee of the Republic of Belarus, 2022. – 72 p.
3. Eurasian Economic Union. – St. Petersburg : EDB Center for Research Studies, 2017. – 296 p.
4. Foreign trade of the Republic of Belarus, 2021 : statistical collection. – Minsk : National Statistical Committee of the Republic of Belarus. – 19 p.
5. Foreign trade of the Republic of Belarus, 2021 : statistical collection. – Minsk : National Statistical Committee of the Republic of Belarus. – 63 p.

УДК 130.2

КУЛЬТУРА ТРИЕДИНСТВА БЕЛАРУСИ

А. Ю. Савченко

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель В. В. Кириенко

Философия триединства культуры Беларуси – это комплекс философских идей, которые сложились в процессе развития Беларуси как страны, белорусов как нации и белорусской культуры как уникальной целостности. В то же время философские идеи, развивавшиеся с начала XVI в. до 20–30-х гг. XX в., имеют безусловную ценность.

Ключевые слова: триединство, философия триединства культуры, язык, единство мира, этнос.

THE CULTURE OF THE TRINITY OF BELARUS

A. U. Savchenko

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor V. V. Kiriienko

The philosophy of the trinity of culture of Belarus is a set of philosophical ideas that have developed in the process of development of Belarus as a country, Belarusians as a nation and Belarusian culture as a unique integrity. At the same time, the philosophical ideas that developed from the beginning of the XVI century to the 20–30s of the twentieth century have an unconditional value.

Keywords: trinity, philosophy of the trinity of culture, language, the unity of the world, the ethnos.

На протяжении всего развития истории белорусского государства культура имеет черты европейского, азиатского и евразийского культур. Это связано, прежде всего, с нахождением территории Беларуси в центре Европы, а также с нахождением земель в составе других государств.

Разберем, что же такое триединство? По мнению доктора философских наук, профессора Е. П. Борзовой, триединство представляет собой отдельную философскую категорию, которая всегда вызывает разговор о единстве мира, о сущности его гармонического устройства. Мыслитель-космист А. В. Сухово-Кобылин насчет понятия

«триединство» писал следующее: «Триединство, Троичность, Триада есть общая форма всякой жизни, а потому формы и логики, и жизни – ибо жизнь по учению спекулятивной философии есть воплотившаяся логика – и эта форма жизни – трехмоментность, триединство – и есть сокложение, т. е. совершенство – полнота, целость, целое, целое триединство – а потому Всемир триедин и Бог триедин». а Г. В. Ф. Гегель, подводя итог историко-философскому тринитарному опыту, сформировавшемуся к XIX в., показал, как в системе триединства процесс мышления может воспроизвести целостное объективное, внутри себя движущееся единство мира [1].

Так, первым этапом развития философии триединства культуры Беларуси считается период Киевской Руси. Его истоки видят в культуре Киевской Руси периода принятия христианства (X–XII вв.), имевшего для белорусских земель большое значение благодаря деятельности полоцкой княжны Рогнеды, основавшей на этих землях первый монастырь. В это время возникали множество слов, которые имеют древнеславянское происхождение. Например, древнеславянское слово «вече» произошло от древнерусского слово «веть» – переводится оно как «совет». Это было народное собрание в древней и средневековой Руси – и у всех народов славянского происхождения, до формирования государственной власти раннефеодального общества – для обсуждения общих дел и непосредственного решения насущных вопросов социальной, политической и культурной жизни; одна из исторических форм прямой демократии на территории Киевской Руси; слово «книга» переводится с церковнославянского как «письмо, грамота».

Следующим этапом развития этой концепции является гуманистическое и реформаторское движение (XVI – первая половина XVII вв.), для которого характерно формирование белорусской национальности и языка. В этот период под влиянием европейского Ренессанса и Реформации белорусская культура приобрела черты ренессансного гуманизма с его идеей свободы личности. Из-за нахождения Беларуси в составе Речи Посполитой в белорусском языке эти слова получили название «полонизмы». Так, например, слово «хлопчык» было позаимствовано от польского слова «хлопиец», что означает «мальчик, или неженатый мужчина». Но главным признаком того, что эти слова пришли из Польши в белорусский язык является -ен- (-эн-), -ён- (-он-), -ан- на месте носовых гласных (енк, парэнчы, маёнтак, наконт, вандроўка); сочетание -дл- (кавадла, павідла); сочетание -лу- между согласными (слуп, тлусты); согласный звук [ц] на месте восточнославянского [ч] (цудоўны, цурацца); суффиксы -унак (ратунак, пакунак); -ізн-а (бялізна, крывізна); -он-ы (-ён-ы) (незлічоны, утрапёны); -ц-а (абаронца, забойца); -іск-а (-ыск-а) (каніска, вятрыска); твердое произношение согласных перед гласными е (э) (бэз, пэўны); я (а) на месте восточнославянского е (жалязка, бляск). Также пришли слова «бульба», «брыль», «брук», «вага», «капялюш» и др.

Пятый этап развития культуры триединства – национально-демократические идеи белорусской общественной мысли (вторая половина XIX – начало XX вв.). Главной чертой является акцент на проблеме национального возрождения и освобождения белорусского народа, статус национальной культуры и языка. Он представляет большой интерес ученых, так как в этот период происходит становление белорусов как отдельного этноса и зарождается белорусская культура. В. Тишков предлагает «общее определение этнической группы как общности на основе культурной самоидентификации по отношению к другим общностям, с которыми она находится в фундаментальных связях. Российский этнограф Ю. В. Бромлей определяет этнос как исторически сложившуюся на определенной территории устойчивую совокупность людей,

обладающих общими, относительно стабильными особенностями языка, культуры и психики, а также сознанием своего единства и отличия от других подобных образований (самосознанием), фиксированным в самоназваниях. Кроме этноса в узком смысле слова Ю. В. Бромлей выделяет этнос в широком смысле слова – «этносоциальный организм, примером которого может служить нация, обладающая экономической и политической общностью» [2].

Шестой этап является на данный момент последним этапом в развитии культуры триединства Беларуси, в рамках которой проводились исследования истории белорусской философии, социальной философии, философии культуры. В начале 1920-х гг. окончательно оформляется белорусская государственность, элементы которой имеют давнюю историю. Они присутствовали на территории Беларуси в составе Туровского и Полоцкого княжеств, Великого княжества Литовского и Речи Посполитой, Российской империи и СССР. Направление философской мысли триединства осуществлялось в основном в эмигрантских кругах, или официальном православии. На данном этапе культура развивалась в русле диалектико-материалистической марксистской философии. Несмотря на все трудности развития, в белорусской философии этого периода были достигнуты значительные успехи в изучении историко-философского процесса, в разработке диалектических проблем. Работы в области теории и методологии науки В. С. Степина, ныне академика Российской академии наук, создавшего философскую школу в Беларуси в 80-е гг. XX в., стали широко известны в международных философских кругах.

На сегодня культура триединства Беларуси имеет многогранные черты российской, польской и украинской культур. Многие слова пришли в наш язык в течение многих веков нахождения белорусской территории в составе тех или иных государств. Именно поэтому наша культура очень тесно связана с другими восточнославянскими культурами.

Л и т е р а т у р а

1. Борзова, Е. П. Триадология / Е. П. Борзова. – СПб. : СПбКО, 2013. – 387 с.
2. Кириенко, В. В. Белорусская ментальность / В. В. Кириенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2009. – 305 с.

УДК 339.5(476)

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ ТОВАРАМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В. М. Стаселько

*Учреждение образования «Витебский государственный
технологический университет», Республика Беларусь*

Научный руководитель О. В. Зайцева

Для большинства стран мира внешняя торговля является главной формой внешнеэкономических связей. При этом для экономик небольших стран, в том числе и Республики Беларусь, роль товарооборота с другими странами еще более возрастает. Дана оценка основным показателям внешней торговли товарами Республики Беларусь за период 2017–2021 гг., исследована региональная структура экспортно-импортных операций, определены перспективы и направления переориентации внешнеторговых потоков.

Ключевые слова: внешняя торговля товарами, внешнеторговый оборот, внешнеторговое сальдо, экспорт товаров, импорт товаров.

FOREIGN TRADE IN GOODS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

V. M. Staselko

Vitebsk State Technological University, Republic of Belarus

Science supervisor O. V. Zaitseva

For most countries of the world, foreign trade is the main form of foreign economic relations. At the same time, for the economies of small countries, including the Republic of Belarus, the role of trade turnover with other countries is even more increasing. The article evaluates the main indicators of foreign trade in goods of the Republic of Belarus for the period 2017–2021, examines the regional structure of export-import operations, identifies prospects and directions for the reorientation of foreign trade flows.

Keywords: foreign trade in goods, foreign trade turnover, foreign trade balance, export of goods, import of goods.

Залогом успешного экономического роста любого государства является развитая внешнеэкономическая деятельность. Республика Беларусь – это страна с открытой экономикой, активно развивающая внешнюю торговлю и поддерживающая торговые отношения с более чем 200 государствами мира [1, с. 63]. Показатели внешней торговли товарами Республики Беларусь представлены в табл. 1 [3].

Таблица 1

Внешняя торговля товарами Республики Беларусь (миллионов долларов США)

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Объем внешней торговли:					
экспорт	29240,0	33907,0	32955,1	29179,4	39987,0
импорт	34234,9	38441,1	39476,7	32767,4	41784,8
сальдо	–4994,9	–4534,1	–6521,6	–3588,0	–1797,8
Со странами СНГ:					
экспорт	17493,4	18762,4	19376,1	17844,2	23899,9
импорт	21071,0	24300,3	24060,7	18419,1	25927,7
сальдо	–3577,6	–5537,9	–4684,6	–574,9	–2027,8
Из них государства-члены ЕАЭС:					
экспорт	13647,9	13927,8	14564,3	14003,8	17436,6
импорт	19711,0	22754,8	22199,7	16642,7	23880,0
сальдо	–6063,1	–8827,0	–7635,4	–2638,9	–6443,4
Со странами вне СНГ:					
экспорт	11746,6	15144,6	13579,0	11335,2	16087,1
импорт	13163,9	14140,8	15416,0	14348,3	15857,1
сальдо	–1417,3	1003,8	–1837,0	–3013,1	230,0
Из них страны ЕС:					
экспорт	7840,0	10173,9	8387,8	5463,9	9488,3
импорт	6653,4	7162,1	7342,1	6481,3	6777,9
сальдо	1186,6	3011,8	1045,7	–1017,4	2710,4

Согласно табл. 1, внешняя торговля товарами в Беларуси осуществляется как со странами СНГ, так и со странами вне СНГ. Экспорт товаров в 2021 г. составил 39987,0 млн долл. США и вырос на 37,0 % по отношению к предыдущему году и на 36,8 % – к 2017 г. Импорт товаров за 2021 г. также увеличился в сравнении с 2017 г. на 22,1 % и составил 41784,8 млн долл. США. Увеличение стоимости как экспортных, так и импортных поставок произошло на фоне роста средних цен на товары и физического объема. Наибольшую долю в структуре экспорта и импорта занимают страны СНГ (более 56 %), в частности, государства-члены ЕАЭС. Происходит наращивание сотрудничества в формате Союзного государства со стратегическим союзником Россией, а также в ЕАЭС и СНГ как на многосторонней, так и двусторонней основе, в том числе в рамках белорусского председательства в СНГ, активизировалась работа на векторе «дальней дуги» при приоритетном углублении взаимодействия с Китаем как стратегическим партнером [2].

Анализ статистических данных за 2017–2021 гг. позволяет констатировать превышение объемов импорта товаров в Республику Беларусь над экспортом, в результате образовался хронический дефицит внешней торговли товарами [5, с. 60]. Однако отмечается положительная динамика по снижению отрицательного сальдо внешней торговли с 4994,9 млн долл. США в 2017 г. до 1797,8 млн долл. США в 2021 г. Наибольший разрыв наблюдался в 2019 г.: отрицательное значение сальдо внешнеторгового оборота товарами Республики Беларусь составляло 6521,6 млн долл. США. Наименьший разрыв в 2021 г. – «минус» 1797,8 млн долл. США.

Показатели внешней торговли товарами по видам экономической деятельности произведенной продукции приведены в табл. 2 [3].

Таблица 2

**Внешняя торговля товарами по видам экономической деятельности
произведенной продукции (миллионов долларов США)**

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Экспорт товаров					
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	597,0	570,4	570,8	563,4	587,7
Промышленность:	27849,0	31991,2	30858,6	26980,9	36949,2
горнодобывающая	766,2	1042,3	1 121,2	550,4	1150,4
обрабатывающая	27007,9	30814,3	29507,3	26277,7	35604,5
снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	7,0	54,6	123,6	34,3	66,8
водоснабжение; сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	68,0	80,0	106,5	118,5	127,5
Импорт товаров					
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	2107,5	1972,8	2053,2	1734,5	1559,8
Промышленность:	31655,4	35795,5	36114,1	30160,3	38489,1
горнодобывающая	8380,2	9840,4	9670,1	6 621,3	10343,8
обрабатывающая	22719,8	25449,1	26015,1	23143,9	27579,5

Окончание табл. 2

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	129,7	2,2	1,4	5,5	21,2
водоснабжение; сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	425,8	503,8	427,6	389,7	544,6

Из данных табл. 2 видно, что в структуре как экспорта, так и импорта товаров наибольшую долю во внешней торговле занимает промышленность (более 90 %) – преимущественно обрабатывающая. При этом в абсолютном выражении экспорт товаров промышленности возрос относительно 2017 г. на 9100,2 млн долл. США и составил 36949,2 млн долл. США в 2021 г., импорт товаров – на 6833,7 млн долл. США и составил 38 489,1 млн долл. США в 2021 г.

Внешняя торговля товарами в разрезе регионов в 2017 г. и в 2021 г. представлена на рис. 1.

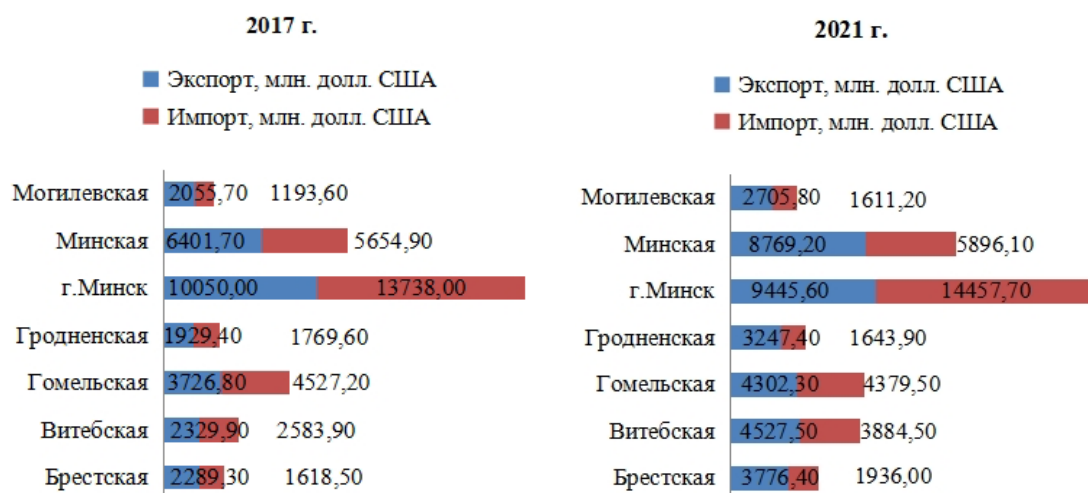


Рис. 1. Внешняя торговля товарами в разрезе регионов в 2017 и в 2021 гг. [4]

Согласно рис. 1, экспорт и импорт товаров как в 2017 г., так и в 2021 г. распределен крайне неравномерно среди различных регионов Беларуси. Более 50 % экспорта/импорта приходится на г. Минск и Минскую область, а наименьший размер зафиксирован в Могилевской и Гродненской областях.

К основным проблемам внешней торговли товарами в Республике Беларусь следует отнести: отрицательное сальдо торгового баланса страны; неравномерное региональное распределение экспорта и импорта; критическую зависимость национального производства от импорта; торговую зависимость от государств-членов ЕАЭС (значительная часть белорусского экспорта предназначена для российского рынка, в этой ситуации любое ухудшение развития российской экономики становится фундаментальной проблемой для Беларуси).

Для минимизации отрицательного сальдо во внешней торговле Республики Беларусь, прежде всего, необходимо увеличить экспорт продукции отечественного

производителя на рынки других государств, а также развивать импортозамещение и ресурсосбережение. Также назрела необходимость реструктуризации экономики в целом, диверсификации внешней торговли и совершенствования инструментов реализации внешнеэкономической политики.

Литература

1. Доронкевич, В. Анализ внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь / В. Доронкевич // Банк. вестн. – 2022. – № 5 (706). – С. 63–73.
2. Обзор итогов внешней политики Республики Беларусь и деятельности Министерства иностранных дел в 2021 г. – Режим доступа: <https://mfa.gov.by/publication/reports/c0b615e3c82db7a8.html>. – Дата доступа: 01.05.2024.
3. Внешняя торговля Республики Беларусь, 2022 : стат. буклет. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/762/nq2s8getix1dciojgz657z7q8fj7618g.pdf>. – Дата доступа: 01.05.2024.
4. Регионы Республики Беларусь, 2023 : стат. сб. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/bf1/381kv0fptaty50gfn56b7b47qr4kd4r.pdf>. – Дата доступа: 01.05.2024.
5. Уриш, И. В. Внешняя торговля товарами Республики Беларусь: вызовы и перспективы / И. В. Уриш, Ю. А. Шаврук // Вестн. Белорус. гос. экон. ун-та. – 2023. – № 3 (158). – С. 58–67.

УДК 338.45 (476)

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАТЕРИАЛОВ И ТЕХНОЛОГИЙ ПРОМЫШЛЕННО-ИНДУСТРИАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Е. С. Ходор, П. А. Анцитович, В. А. Гриб

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель А. С. Сверлов

Рассмотрена эволюция промышленного производства в период с 2018 по 2040 г. Основное внимание уделено внедрению цифровых технологий, концепции Индустрии 4.0 и интеллектуализации производства. Представлены ключевые направления развития, такие как индивидуализация производства, изменение географии размещения производств, снижение затрат ресурсов, применение сенсорных устройств, циркулярная экономика и конвергенция взаимодействий в системе «человек – природа – техника».

Ключевые слова: промышленное производство, цифровые технологии, Индустрия 4.0, интеллектуализация, индивидуализация производства, циркулярная экономика, сенсорные устройства.

PROMISING DIRECTIONS FOR IMPROVING MATERIALS AND TECHNOLOGIES OF THE INDUSTRIAL COMPLEX AS A CONDITION FOR ENSURING COMPETITIVENESS

E. S. Khodor, P. A. Antsitovich, V. A. Grib

Belarusian State Economic University, Minsk

Science supervisor A. S. Sverlov

This text examines the evolution of industrial production in the period from 2018 to 2040. The main focus is on the introduction of digital technologies, the concept of Industry 4.0 and the intellectualization of production. Key areas of development are discussed, such as the individu-

alization of production, changing the geography of production locations, reducing resource costs, the use of sensor devices, the circular economy and the convergence of interactions in the “man-nature-technology” system.

Keywords: industrial production, digital technologies, Industry 4.0, intellectualization, individualization of production, circular economy, sensor devices.

Беларусь как страна с развитой промышленной базой активно стремится к укреплению своей конкурентоспособности на мировом рынке. Достижение этой цели невозможно без постоянного совершенствования материалов и технологий в промышленно-индустриальном комплексе.

В данной статье будут рассматриваться перспективные направления совершенствования материалов и технологий промышленно-индустриального комплекса Беларуси. Акцент будет сделан на том, какие инновации и разработки могут стать ключевыми факторами в повышении эффективности производства.

В период 2018–2020 гг. ставка делалась на развитие крупного промышленного комплекса. Активно использовались накопленный промышленный потенциал и конкурентоспособные возможности крупных промышленных предприятий. При этом на основе целевых инвестиций в модернизацию технологий обеспечивалось усиление их инновационности.

В период 2021–2030 гг. крупное промышленное производство должно развиваться в контексте широкого внедрения цифровых технологий, реализации индустриального Интернета. Период 2031–2040 гг. – время сплошной интеллектуализации производства.

В промышленности будет сформирован комплекс «Новая Индустрия 2040», в агропромышленном комплексе базовой станет концепция «точного земледелия», в здравоохранении – «персонализированная медицина», в строительстве – «интеллектуальное здание».

Магистральное направление – формирование платформы «Индустрия 4.0». Она предполагает переход от централизованного к децентрализованному цифровому производству, информатизацию процесса сборки и перемещения компонентов под управлением и в коммуникации машин друг с другом. Цифровизация позволит внести кардинальные улучшения в производственные процессы, проектно-конструкторские работы, использование сырья и материалов, а также в процессы управления цепочками поставок и в регулирование жизненного цикла продукта, получать широкий спектр продукции в требуемых объемах, сохраняя эффективность массового производства и гибкость опытного.

Результатами интеллектуальной трансформации может стать:

- индивидуализация/кастомизация производства;
- изменение географии размещения производств, приближение к конечному потребителю на основе использования компактных устройств для применения аддитивных технологий;
- принципиальное улучшение традиционно востребованных потребительских качеств и приобретение продуктами новых качеств;
- снижение затрат всех видов ресурсов (как ввиду применения новых материалов и энергетических источников, так и вследствие оптимизации товарных потоков);
- повсеместное применение сенсорных устройств, которое позволит отслеживать состояние продукта на всем жизненном цикле, формировать превентивный заказ производственным и сервисным структурам, оптимизировать инфраструктуру поставок;

- работа по принципам циркулярной экономики (экономики замкнутого цикла), предусматривающим вовлечение ресурсов в оборот с учетом многократного из использования;

- конвергенция взаимодействий в системе «человек – природа – техника», которое обеспечит устойчивое развитие экономики нового типа.

Беларусь, стремящаяся к укреплению своей конкурентоспособности в мировом масштабе, осознает необходимость не только развития традиционных отраслей, но и интеграции информационных технологий (ИТ) в промышленный сектор. Инновации в области материалов и технологий промышленности становятся все более связанными с цифровой сферой, что создает уникальные возможности для современного развития экономики.

Основные мировые технологические тренды в сфере цифровой трансформации промышленности:

- 1) внедрение интеллектуальных датчиков в оборудование и производственные линии (индустриальный Интернет);

- 2) массовое внедрение роботизированных технологий;

- 3) хранение информации и проведение вычислений на распределенных ресурсах (облачные технологии);

- 4) автоматизация и интеграция производственных и управленческих процессов в единую информационную систему («от оборудования до министерства»);

- 5) использование всей массы собираемых данных для формирования аналитики (технологии больших данных);

- 6) применение технологий наращивания материалов взамен среза (аддитивные технологии, 3D- и 4D-принтинг);

- 7) автоматизация сервисов по заказу и прямой поставке сырья (материалов, комплектующих) производителям и готовой продукции – потребителям;

- 8) применение беспилотных технологий в транспортных системах, в том числе для доставки промышленных товаров;

- 9) применение мобильных технологий для мониторинга, контроля и управления процессами на производстве и в жизни.

Ключевые направления развития ИТ-отрасли и цифровой экономики в Беларуси

Перспективные области приложения усилий с учетом сформированных заделов и глобальных трендов:

- обработка больших данных, в том числе на основе облачных технологий;

- интеллектуальные информационные системы;

- машинное обучение и человеко-машинное взаимодействие;

- квантовые и оптические технологии;

- создание цифровых производств, в том числе на основе аддитивных технологий;

- мехатронные системы и робототехнические комплексы;

- обеспечение кибербезопасности.

В состав важнейших направлений исследований входят:

- новые системы поиска и распознавания информации, а также новые алгоритмы и технологии машинного обучения;

- анализ больших массивов данных и привлечение знаний, включая новые методы и алгоритмы для сбора, хранения и интеллектуального анализа больших объемов данных;

– новые способы хранения, обработки и передачи данных, новые разработки в квантовой информатике и телекоммуникациях, а также новые технологии и материалы для создания наноразмерных оптических и электронных компонентов;

– разработка новых высокопроизводительных систем вычислений и хранения данных, включая новые алгоритмы для высокопараллельных вычислений, новые суперкомпьютерные технологии и приложения;

– технологии информационной безопасности, включая новые биометрические системы и системы идентификации;

– традиционные и облачные вычисления, включая новые алгоритмы обеспечения взаимодействия автономных устройств между собой, алгоритмы взаимодействия робототехнических комплексов и человека, технологические элементы сетевой инфраструктуры передачи данных, интегрированные сенсоры и сенсорные сети;

– новые человеко-машинные интерфейсы, нейрокогнитивные технологии, методы и инфраструктурные решения, а также программное обеспечение для дополненной реальности;

– развитие технологий коммуникации и навигации, новые технологии и системы проводной и беспроводной связи, а также типы геоинформационных и навигационных систем;

– развитие системы электронного государства, максимально приближающей каждого гражданина к процессу управленческих решений и оптимизация взаимодействий на основе Интернета всего и всеобщего консенсуса.

До 2040 г. в Беларуси должно быть обеспечено повсеместное применение:

- компьютерных технологий и интеллектуальных систем в производстве и социокультурной сфере, государственном управлении, обороне;

- CALS-технологий, обеспечивающих информационную поддержку поставок и жизненного цикла изделий, ERP-систем, интегрирующих производство и управление персоналом, финансами и активами, MES-систем, решающих задачи синхронизации, координации и оптимизации выпуска продукции на уровне предприятия, цеха, исполнителя;

- систем обработки и распознавания визуальных данных и мультимедийной информации; средств автоматизированного ввода графических документов и пространственных форм;

- систем регулирования на базе технологий радиочастотной идентификации;

- систем квантовой криптографии;

- облачных технологий.

Можно сделать вывод, что развитие материалов и технологий в промышленно-индустриальном комплексе Беларуси направлено на интеграцию информационных технологий, цифровую трансформацию производства и повышение конкурентоспособности на мировом рынке. Основные направления развития включают внедрение Индустрии 4.0, аддитивные технологии, машинное обучение, цифровые производства и кибербезопасность. Проведение интеллектуальной трансформации должно способствовать улучшению качества продукции, снижению затрат ресурсов, оптимизации производственных процессов и созданию устойчивой экономики нового типа. Беларусь активно работает над применением новейших технологий и инноваций для достижения этих целей.

Работа подготовлена в рамках исследований, выполняемых в СНИЛ «Поиск» БГЭУ.

Литература

1. Национальная академия наук Беларуси. – Режим доступа: <https://nasb.gov.by/rus/about/glavnaya/>. – Дата доступа: 28.04.2024.
2. Головенчик, Г. Г. Цифровая мировая экономика / Г. Г. Головенчик. – Минск : БГУ, 2021. – 175 с.
3. Данильченко, А. В. Цифровая трансформация обрабатывающей промышленности Республики Беларусь: тенденции и перспективы развития / А. В. Данильченко, И. А. Зубрицкая, К. В. Якушенко, Белорус. нац. техн. ун-т. – Минск : Право и экономика, 2019. – 246 с.

УДК 37.013

**АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАНИЙ КИТАЙСКИХ УЧЕНЫХ
ПО ПРОБЛЕМЕ ПОЛИКУЛЬТУРНОГО НАЧАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ****Хуань Цинь***Учреждение образования «Мозырский государственный педагогический
университет имени И. П. Шамякина», Республика Беларусь*

Научный руководитель Т. В. Палиева

Представлен анализ исследований современных китайских ученых по проблеме поликультурного начального образования. Показано изменение целевых и содержательных ориентиров – от полиэтнического наполнения учебных программ до понимания его консолидирующего и глобального значения.

Ключевые слова: поликультурное начальное образование в Китае.**ANALYSIS OF RESEARCH BY CHINESE SCIENTISTS
ON THE PROBLEM OF MULTICULTURAL PRIMARY EDUCATION****Huang Qin***Mozyr State Pedagogical University named after I. P. Shamyakina,
Republic of Belarus*

Science supervisor T. V. Paliyeva

The article presents an analysis of the research of modern Chinese scientists on the problem of polycultural primary education, showing the change in target and content guidelines from the multiethnic content of curricula to an understanding of its consolidating and global significance.

Keywords: polycultural primary education in China.

Сегодня мир переживает эпоху плюрализма и китайское общество сталкивается с серьезными изменениями в образовании и культуре. В системе начальных и средних школ Китая внедрение поликультурной образовательной модели является не только средством для развития культуры различных этнических групп, но и историческим выбором, сделанным китайскими педагогами в соответствии с мировыми тенденциями, национальными традициями и текущими потребностями общества.

Китайский ученый Сун Сюань на основе анализа большого количества исторических документов утверждает, что Китай – многонациональная страна с древних времен, а населяющие ее этнические группы имеют свою собственную уникальность и исключительное значение [1]. При организации начального образования поликуль-

турный подход выступает практической необходимостью, так как это продиктовано не только историческими реалиями и полиэтническим составом населения страны, но и необходимостью экономического и научно-технического развития современного общества в условиях глобализации. В контексте национальной системы образования Китая задача определения теоретических основ и совершенствования методического обеспечения поликультурного начального образования играет позитивную роль в обогащении как собственной культуры многонациональной страны, так и в контексте развития международных контактов и обеспечения конкурентоспособности страны в мире.

С 1970-х гг. мультикультурное и межкультурное образование постепенно становится доминирующей идеей в мировой педагогической мысли. В школьной системе Китая, особенно в начальном образовании, развитие идей поликультурного образования становится позитивной и полезной практикой. Китайский ученый Чжу Сюйян предположил, что в Китае поликультурное образование должно иметь двойное назначение – обеспечивать культурное наследие разнообразных этносов, проживающих на территории страны, а также способствовать общенациональной идентичности китайского народа [1]. Этот подход, реализовавшись в начальной школе Китая, позволил учащимся изучать разнообразные этнические культуры и осознать вклад каждого этноса в историческое наследие великой китайской культуры.

Китайский ученый Рен Чэнсяо отметил, что после Второй мировой войны с ростом мультикультурного мышления и исследований в области поликультурного образования данная концепция постепенно стала важной для всех стран мира. Ее использование помогает регулировать как внутринациональные, так и межкультурные отношения [2]. Поликультурное образование рассматривается сегодня и как средство расширения социальных и экономических перспектив для каждой конкретной страны. Изучая и анализируя вопросы реализации поликультурного образования в КНР, Рен Чэнсяо отметил, что учебная программа для китайских учащихся начальной школы должна основываться на текущей мультикультурной реальности, предоставлять возможность не только наследовать достижения различных этнических групп, но и достичь консенсуса с основной культурой Китая [2]. Нельзя отрицать, что для такой страны как Китай, развивающейся в многоэтническом культурном контексте, углубление поликультурной модели позволяет людям в определенной степени поддерживать культурную идентичность и чувство принадлежности к многонациональной стране.

По мнению китайского ученого Сюй Кэфэна, в рамках школьной системы страны, особенно в начальной школе, следует разрабатывать и внедрять поликультурные образовательные программы, которые являются лучшим инструментом и средством для практического совершенствования качества образования подрастающего поколения за счет сохранения исторических культурных ценностей и достижений и возможности усвоения мирового передового опыта и технологий [3].

Изучая современную учебную программу начального образования в КНР, китайский ученый Ху Пяо обнаружил, что поликультурное содержание в ней представлен недостаточно. Он обозначил, что для того чтобы поликультурное образование соответствовало современным реалиям, необходимо его существенно усовершенствовать [3].

Китайский ученый Чжан Цзин согласился с Ху Пяо в том, что в настоящее время в системе начальных школ Китая реализация разнообразных учебных программ и поликультурного образования определяются нынешним состоянием культурных и образовательных реформ в Китае. Однако их результативность требует значитель-

ной модернизации. Чжан Цзин также отметил, что исследования в области поликультурного образования, изучение практики его реализации в других странах имеет большое значение и для системы образования в Китае, так как предметное поле данного направления учитывает современные проблемы глобального масштаба [4].

Ян Цин в своих работах также отмечает, что осуществление поликультурного начального образования в КНР не только укрепляет многоэтнические культурные обмены внутри страны, но и эффективно расширяет идеи и горизонты просвещенности, улучшает коммуникацию и способствует воспитанию подрастающего поколения с учетом необходимости налаживания диалога с представителями различных культур [5]. Исходя из этого, китайский ученый Тань Е предложил программу поликультурных курсов для различных регионов Китая в системе начальных и средних школ, чтобы помочь нынешним ученикам лучше и быстрее понять культуру разных этнических групп, проживающих в КНР, и лучше интегрироваться в мультикультурную семью Китая [5].

Таким образом, мы можем отметить, что внедрение идей поликультурного образования в систему начальных школ КНР является не только теоретической потребностью многонациональной культуры, но и необходимостью социально-культурного развития страны. Поликультурное начальное образование в КНР постоянно совершенствуется в сторону расширения целевых ориентиров и содержательного наполнения. Согласимся с современными исследователями в данном направлении и признаем, что эффективная, качественная образовательная система, поликультурная по форме и содержанию, должна быть национально ориентированной и строиться с учетом исторической специфики каждой конкретной страны. Поликультурное образование должно стать «действенным средством обеспечения гуманитарной безопасности и консолидации общества, его устойчивого социально-экономического развития» [6, с. 131].

Литература

1. 多元文化教育在中国[J]. 宋秀艳. 教育文化论坛. – 2017. – N 6. – P. 30–34. = Сун Сюянь. Мультикультурное образование в Китае // Форум образования и культуры. – 2017. – № 6. – С. 30–34.
2. 文化自信与多元文化教育[J]. 任成孝, 任嘉蕊. 教育理论与实践. – 2019. – N 28. – P. 65–68. = Рен Чэнсяо, Рен Цзяруй. Культурная уверенность и многокультурное образование // Теория и практика образования. – 2019. – № 28. – С. 65–68.
3. 我国多元文化教育理论本土化之路回顾[J]. 许可峰, 胡漂. 当代教育与文化. – 2019. – N 3. – P. 99–103. = Сюй Кэфэн, Ху Пяо. Обзор пути локализации теории многокультурного образования в Китае // Соврем. образование и культура. – 2019. – № 3. – С. 99–103.
4. 我国多元文化教育研究现状与热点的可视化分析[J]. 张静. 教育文化论坛. – 2018. – N 6. – P. 87–92. = Чжан Цзин. Визуальный анализ состояния и горячих точек исследований в области многокультурного образования в Китае // Форум по вопр. образования и культуры. – 2018. – № 6. – С. 87–92.
5. 国民团结视阈下的多元文化教育政策解析[J]. 严庆, 谭野. 贵州民族研究. – 2020. – N 8. – P. 53–56. = Янь Цин, Тань Е. Анализ политики многокультурного образования под порогом национального единства // Гуйчжоуское нац. исслед. – 2020. – № 8. – С. 53–56.
6. Палиева, Т. В. Модель совершенствования поликультурного дошкольного образования в Республике Беларусь / Т. В. Палиева // Вестн. Моск. гор. пед. ун-та. Сер. Педагогика и психология. – 2022. – Т. 16, № 4. – С. 131–150.

УДК 657.22

**ВНЕДРЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ
ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В СТРАНЫ
ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА**

А. В. Шипуль, В. В. Лычникова

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель Г. Г. Виногоров

Сближение бухгалтерского учета стран ЕАЭС с МСФО является важным шагом на пути к углублению экономической интеграции и повышению конкурентоспособности Союза. Этот процесс требует значительных усилий, но он принесет существенные преимущества для экономик стран ЕАЭС.

Ключевые слова: ЕАЭС, МСФО, финансовая отчетность, основные средства, унификация бухгалтерского учета.

**IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL FINANCIAL
REPORTING STANDARDS IN THE COUNTRIES
OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION**

A. V. Shipul, L. A. Lychnikova

Belarus State Economic University, Minsk

Science supervisor G. G. Vinohorov

The convergence of the accounting of the EAEU countries with IFRS is an important step towards deepening economic integration and increasing the competitiveness of the Union. This process requires significant efforts, but it will bring significant benefits to the economies of the EAEU countries.

Keywords: EAEU, IFRS, financial statements, fixed assets, unification of accounting.

Многие организации по всему миру составляют и представляют финансовую отчетность внешним пользователям. Вместе с тем существуют различия между показателями отчетности, которые обусловлены целым рядом обстоятельств социального, экономического и юридического характера, а также тем, что при установлении национальных требований в разных странах во внимание принимаются потребности разных пользователей финансовой отчетности.

Республика Беларусь является одним из основных участников ЕАЭС. Экономическое сотрудничество имеет важное значение для обеих сторон. Взаимодействие между Беларусью и ЕАЭС охватывает различные аспекты экономики, торговли, инвестиций и других сфер, что способствует сближению с едиными стандартами финансовой отчетности.

Одним из подходов к решению проблемы унификации бухгалтерского учета является создание системы Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). Применение МСФО позволяет сократить масштаб расхождений принципов учета, применимых в разных странах, гармонизировать нормативные акты, стандарты бухгалтерского учета и процедуры, касающиеся подготовки и представления финансовой отчетности.

Сближение национальных стандартов бухгалтерского учета стран ЕАЭС с Международными стандартами финансовой отчетности представляет собой длительный и сложный процесс, но имеющий важное значение для экономической интеграции и развития в рамках Союза.

На примере учета основных средств сравним некоторые стандарты Республики Беларусь, Российской Федерации в сравнении с МФСО. (см. таблицу).

**Сравнительная характеристика положений МСФО, БНБУ, РСБУ
по учету основных средств**

Критерии	МСФО	БНБУ	РСБУ
Признание	Первоначальная стоимость объекта основных средств подлежит признанию в качестве актива только в том случае, если а) признается вероятным, что организация получит связанные с данным объектом будущие экономические выгоды; б) первоначальная стоимость данного объекта может быть надежно оценена. Ограничений по стоимости нет	Необходимо одновременное выполнение следующих условий: активы предназначены для использования в течение срока свыше 12 месяцев; первоначальная стоимость активов может быть достоверно определена; активы способны приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем	Необходимо выполнение четырех условий: объект имеет материально-вещную форму, объект предназначен для использования в ходе обычной деятельности, объект предназначен для использования в течение срока, превышающего 12 месяцев (либо обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев), объект способен в будущем принести экономическую выгоду
Оценка основных средств	Оцениваются по первоначальной стоимости.	Оцениваются по первоначальной стоимости на основании акта о приеме-передаче основных средств	Оцениваются по первоначальной стоимости
Срок использования	Определяется исходя из предполагаемой полезности актива для организации	Определяется каждым собственником с даты принятия их к бухгалтерскому при вводе в эксплуатацию в годах (соответствующем им количеству месяцев)	Определяется организацией при принятии объекта к бухгалтерскому учету на основе нормативно-правовых и других ограничений использования этого объекта
Методы начисления амортизации	– линейный метод; – тод уменьшаемого остатка; – метод списания стоимости пропорционально объему продукции	– линейный способ; – нелинейный способ; – производительный способ	– линейный способ; – способ уменьшаемого остатка; – способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования; – способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

Окончание

Критерии	МСФО	БНБУ	РСБУ
			Применение одного из способов начисления амортизации по группе однородных объектов основных средств производится в течение всего срока полезного использования объектов, входящих в эту группу

Источник. Собственная разработка на основе [1, 2].

Во всех стандартах объекты основных средств признаются в качестве активов в случае, что этот объект способен принести экономическую выгоду. В сравнении с МСФО остальные стандарты требуют больше условий для признания объектов основных средств. Объект основных средств, удовлетворяющий критериям признания в качестве актива, оценивается по первоначальной стоимости. Срок использования во всех случаях определяется исходя из полезности активов для организации. Сравнивая методы начисления амортизации, можно сделать вывод, что линейный метод используется во всех стандартах учета. В РСБУ наблюдается широкий спектр расчета амортизации основных средств, позволяющий учитывать не только национальные особенности стран, но и индивидуальные условия работы организации.

Несмотря на сближение, национальные системы бухгалтерского учета стран ЕАЭС все еще имеют ряд отличий от МСФО. Это связано с историческими особенностями развития учета, а также с различиями в экономических и правовых системах стран.

Применение МСФО позволяет сделать финансовую отчетность более понятной и сопоставимой для инвесторов и других заинтересованных сторон. Это способствует повышению доверия к компаниям и привлечению новых инвестиций. МСФО выступают в роли международного стандарта финансовой отчетности, позволяя компаниям, применяющим их, быть более конкурентоспособными на мировом рынке.

Благодаря унификации бухгалтерского учета, компании, ведущие деятельность в разных странах ЕАЭС, могут оптимизировать свои процессы и снизить затраты на учет и отчетность.

Этот процесс может потребовать изменений в национальном законодательстве, разработки новых стандартов бухгалтерского учета, обучения специалистов и адаптации информационных систем компаний. Однако в результате сближения бухгалтерского учета с МСФО компании получают возможность представлять свою финансовую отчетность в соответствии с международными стандартами, что повысит доверие со стороны инвесторов и улучшит доступ к международным рынкам капитала.

Л и т е р а т у р а

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 12.04.2024.
2. Международные стандарты финансовой отчетности : учеб. пособие / А. С. Тетерлева ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 176 с.

Научное издание

БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

МАТЕРИАЛЫ XVII Международной научной конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых

Гомель, 23–24 мая 2024 года

**В двух частях
Часть 1**

Ответственный за выпуск *Н. Г. Мансурова*

В авторской редакции

Компьютерная верстка: *Н. Б. Козловская, И. П. Минина*

Подписано в печать 15.11.24.

Формат 60x84/8. Бумага офсетная. Гарнитура «Таймс».

Ризография. Усл. печ. л. 34,41. Уч.-изд. л. 28,20.

Тираж 11 экз. Заказ № 703/23.

Издатель и полиграфическое исполнение

Гомельский государственный

технический университет имени П. О. Сухого.

Свидетельство о гос. регистрации в качестве издателя

печатных изданий за № 1/273 от 04.04.2014 г.

246746, г. Гомель, пр. Октября, 48