

это выгодное предложение: вам стоит подождать год и получить 110000 р., потому что в этом случае вы и инфляцию обгоните и заработаете больше, чем при открытии счета в банке.

Таким образом, для экономически активных субъектов хозяйствования, способных извлекать прибыль, превышающую процент по депозиту, вам целесообразно использовать 100000 сегодня.

Также следует взять деньги, если на них предполагаете купить нечто, что целый год будет приносить вам ту или иную полезность. Так, если вам не хватает 100000, чтобы купить квартиру и перестать жить на арендованной вами жилплощади, деньги надо взять. Потому что тогда вы на целый год дольше сможете жить в собственном жилье.

Конечно, могут быть и другие ситуации, которые повлияют на ваш выбор, однако денежная иллюзия связана именно с учетом инфляции, а также процента по депозиту.

Итак, в основе формирования финансовых тактик и стратегий, принятия решений о том, вложить деньги или отложить, лежит денежная иллюзия. Однако универсальных стратегий и тактик гарантированного финансового успеха не существует, и, применяя финансовые инструменты, нужно оценивать альтернативы, рассматривать различные направления.

Литература

1. Ариели, Дэн. Предсказуемая иррациональность / Дэн Ариели. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012.
2. Канеман, Даниэль. Думай медленно решай быстро / Даниэль Канеман – М. : АСТ, 2014.
3. Роджер Дули. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя / Роджер Дули. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012.
4. Ариэли, Д. Позитивная иррациональность. Как извлекать выгоду из своих нелогичных поступков / Д. Ариэли. – М. : Манн, Иванов, и Фербер, 2010.

ПРОБЛЕМА МОТИВАЦИОННЫХ УСТАНОВОК СТУДЕНТОВ ПРИ ПОЛУЧЕНИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

А. С. Гузаревич

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

Научный руководитель М. Н. Андриянчикова

Мотивационная установка – это задание для себя, запланированное, но отсроченное, или намерение, которое будет осуществлено при появлении нужной ситуации, повода. Ее можно рассматривать как латентное состояние готовности к удовлетворению потребности, реализации намерения.

Проблема формирования мотивационной установки студента влияет на успешность в профессиональной деятельности, тесно связана с мотивационной подсистемой и требует обращения к научно-теоретическому и экспериментальному материалу. В условиях подготовки к самостоятельной профессиональной деятельности будущего специалиста мотивационного объяснения требуют такие стороны активности субъекта как: мотивационные векторы, мотивационный резонанс, мотивационная сфера личности, установка личности на успешность в профессиональной деятельности (возникновение, продолжительность, устойчивость, направленность, преднастройка на будущие события и т. д.). Изменения в мотивационной сфере успешных специалистов обнаруживают соответствие между мотивационно-личностным смыслом труда, его объективным содержанием, направленностью лич-

ности на успешность.

Изменение мотивационной сферы может являться инструментом коррекции адаптации студентов, а изменение условий адаптации влиять на изменение их учебной мотивации, что, в свою очередь, повысит эффективность получаемого образования.

Для изучения уровня мотивации потенциальных работников было проведено исследование мотивированности студентов на получение расширенных знаний и самосовершенствование. Для этого была определена генеральная выборка, в которую вошли студенты 1–3 курсов высших учебных заведений Гомельской области в возрасте от 17 до 23 лет. Результаты исследования представлены на рис. 1 и 2.

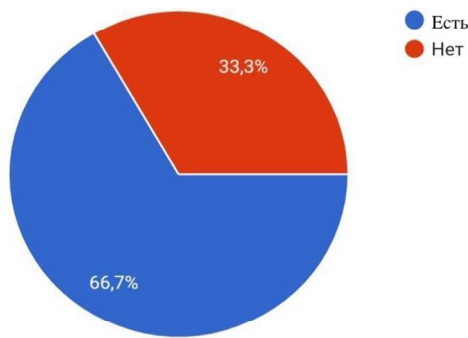


Рис. 1. Способность к адаптации в новом коллективе

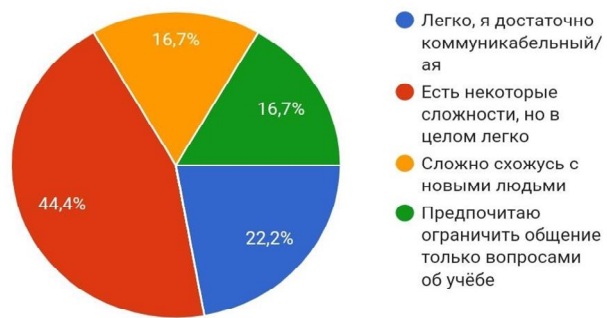


Рис. 2. Желание взаимодействовать в новом коллективе с новым коллективом

Большинство людей при попадании в новый коллектив сталкиваются с трудностями в общении с новыми людьми, а также, как мы видим на второй диаграмме, не всегда охотно вступают с ними в контакт (рис. 3).

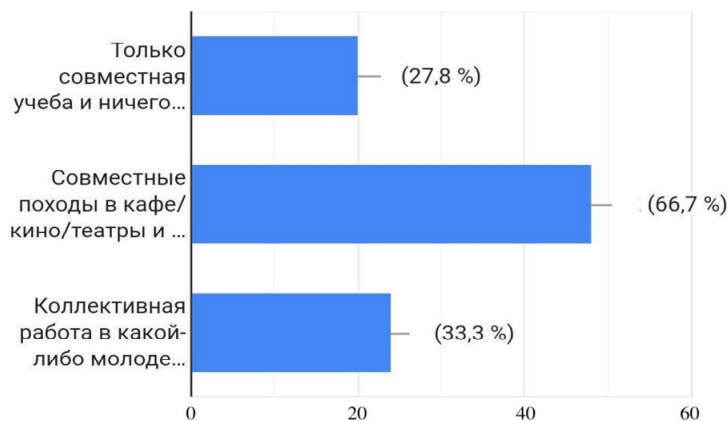


Рис. 3. Способы сближения в коллективе

Студенты наиболее склонны проводить свое время вне учреждения высшего образования для большего сближения друг с другом и налаживания межличностных связей (рис. 4).

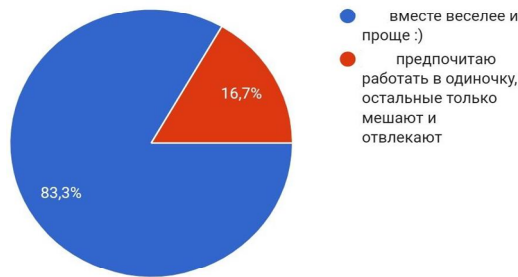


Рис. 4. Совместная учебная работа

Студенты более склонны к совместной учебной работе, ведь она сближает и помогает выполнять задания быстрее.

Всего лишь около 30 % студентов проявляют активность в участии в научных конференциях, остальные 70 % относятся к данным мероприятиям без особого интереса. Интерес проявляется лишь тогда, когда появляется возможность получить финансовое вознаграждение или хотя бы помощь с будущим трудоустройством. Без поощрений не захочет работать ни один студент (рис. 5 и 6).

Достаточно актуальный вопрос в наше время: «Как студенты относятся к дистанционному обучению? Более 70 % студентов относятся к нему положительно, однако большинство все же предпочитает классический вариант получения образования (т. е. посещение университета). Диаграммы на рис. 7 и 8 это подтверждают.

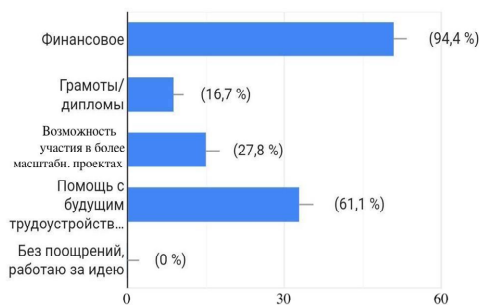


Рис. 5. Участие в конференциях

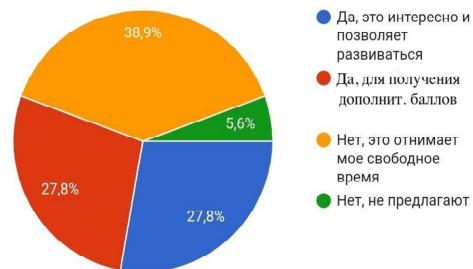


Рис. 6. Виды поощрений за участие в научной деятельности

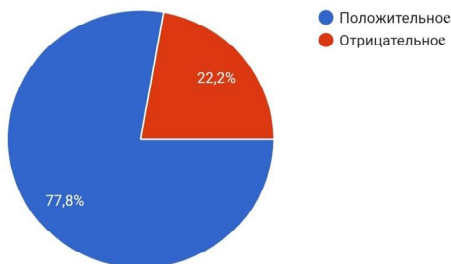


Рис. 7. Отношение к дистанционному обучению

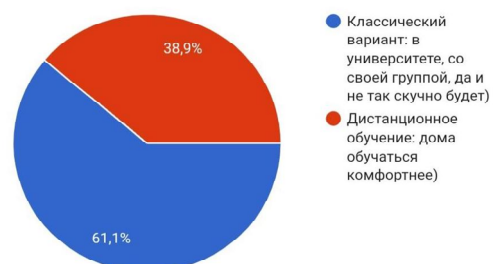


Рис. 8. Выбор формы образования

Из данного исследования можно сделать вывод, что менее 50 % студентов мотивированы на получение расширенных знаний, из которых у приблизительно 30 % студентов отсутствует умение формировать потенциальные установки для получения расширенных знаний. В связи с этим необходимо повышать уровень мотивированности студентов, поднимая уровень их заинтересованности в обучении, а также изменяя и улучшая сам процесс образования.

Литература

1. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом : учебник / А. Я. Кибанов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Инфра-М, 2016. – 438 с.
2. Макарова, И. К. Управление человеческими ресурсами: уроки эффективного HR-менеджмента / И. К. Макарова. – М. : Дело, 2015. – 420 с.
3. Варакулина, М. В. Система управления персоналом предприятия: концептуальная модель и механизм ее реализации : монография / М. В. Варакулина. – Брест : БрГУ, 2019. – 178 с.

РАЗВИТИЕ СЕТЕВЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ МАГАЗИНОВ КАК ИНДИКАТОР СОСТОЯНИЯ УРОВНЯ ЖИЗНИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. В. Пархомец, В. Ю. Процко

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

Научный руководитель О. Г. Винник

Экономика в Республике Беларусь всегда находится в движении, всегда в постоянном развитии, поэтому происходит трансформация рыночных отношений, которая затрагивает все субъекты рынка, важное место среди которых занимает торговля. Это важная составляющая экономики государства. Ее состояние, а также эффективность значительно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие производства товаров народного потребления.

Конкуренция никогда не стоит на месте, но всегда усиливается, и в связи с этим в коммерции активно развиваются **розничные сети**, представляющие собой совокупность коммерческих предприятий под общим управлением.

Сети магазинов – это как минимум два совместно принадлежащих и контролируемых розничных магазина, продающих товары аналогичного ассортимента, имеющих совместную службу закупок и продаж и, возможно, схожий архитектурный дизайн.

Что же такое розничные торговые сети?

Розничные торговые сети – это группа розничных продавцов и других торговых единиц, расположенных на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания клиентов под общим управлением. Это основное организационно-техническое звено, по которому товары доставляются к потребителю и удовлетворяются его потребности в различных потребительских товарах. Розничная торговая сеть дает возможность быстро, удобно, с минимальными затратами сил и времени приобрести необходимые товары и услуги в условиях свободного выбора в удобном количестве, недалеко от места работы и жилья.

Розничный рынок Республики Беларусь вступил в стадию бурного развития, интеграции торговли и передела сфер влияния. Существенные изменения произошли в структуре розничного рынка республики: увеличилась доля крупных торговых организаций в розничном товарообороте, что связано с развитием сетевой торговли в