

**БЕЛКООПСОЮЗ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

МОЛОДЕЖЬ И НАУКА

**СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
XIII МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ,
ПОСВЯЩЕННОГО 60-ЛЕТИЮ ОСНОВАНИЯ УНИВЕРСИТЕТА**

Гомель, 23–24 мая 2024 г.

Научное электронное текстовое издание

1 электронный оптический диск (CD-R)

Под научной редакцией
кандидата экономических наук, доцента Ю. С. Сиротко



**Гомель
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
2024**

ISBN 978-985-540-661-8

© Учреждение образования «Белорусский
торгово-экономический университет
потребительской кооперации», 2024

МОЛОДЕЖЬ И НАУКА

Научное электронное текстовое издание

Редакционная коллегия:

С. Н. Лебедева, д-р экон. наук, профессор;
Е. П. Багрянцева, канд. техн. наук, доцент;
В. Е. Сычко, д-р техн. наук, профессор;
Ю. С. Сиротко, канд. экон. наук, доцент;
М. В. Тимошенко, канд. экон. наук, доцент;
А. В. Медведев, канд. экон. наук, доцент;
В. И. Маргунова, канд. экон. наук, доцент;
Е. В. Лебедева, канд. физ.-мат. наук, доцент;
Ж. Ч. Коновалова, канд. юрид. наук, доцент;
Е. В. Рощина, канд. техн. наук, доцент;
Е. Г. Федорцова, канд. филол. наук, доцент;
Т. А. Юрис, канд. филос. наук, доцент;
А. Н. Аксенов, канд. ист. наук, доцент

Рецензенты:

Н. В. Кузнецов, канд. экон. наук, доцент Гомельского филиала
Международного университета «МИТСО»;
А. И. Капштык, д-р экон. наук, профессор Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

М 75 **Молодежь и наука [Электронный ресурс]** : сборник научных статей XIII Меж-
дународного форума молодых ученых, посвященного 60-летию университета, Гомель,
23–24 мая 2024 г. / редкол.: С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. Ю. С. Сиротко. –
Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации», 2024. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Загл. с экрана.
ISBN 978-985-540-661-8

Сборник содержит теоретические и практические исследования в области мировой и национальной экономики, современных информационных технологий в экономике, современных тенденций развития экономики и права, бухгалтерского учета, анализа и аудита в условиях цифровизации экономики, финансов, денежного обращения и кредита, товароведения, экспертизы, качества и конкурентоспособности товаров, коммерческой деятельности и логистики, создания устойчивой экосистемы маркетинга в условиях перманентных изменений, социокультурных проблем и тенденций развития современного общества, выдающихся событий Беларуси и сохранения традиций. Молодыми учеными выявлены по данным тематикам проблемные моменты и представлены авторские разработки по решению целого ряда вопросов, затрагивающих интересы общества и государства.

Издание не требует установки на жесткий диск компьютера. На диске расположен файл издания в формате pdf.

МОЛОДЕЖЬ И НАУКА

Сборник научных статей XIII Международного форума молодых ученых,
посвященного 60-летию основания университета

Гомель, 23–24 мая 2024 г.

Научное электронное текстовое издание

Сведения о программном обеспечении:

программы просмотра веб-страниц (браузеры) Opera, Internet Explorer 11 и выше,
Mozilla Firefox, Google Chrome v. 65;
Adobe Reader 9 и выше, Adobe Acrobat Pro; DVD-Rom оптический привод

Минимальные системные требования:

Процессор: 2.33 GHz, Intel® Atom 1.6 GHz.
ОС: Windows 7 и выше.
Оперативная память: 1 GB и более.

За содержание и достоверность информации в материалах сборника отвечают авторы.

Редакторы: М. П. Любошенко, Е. И. Савченко, Ю. Г. Старовойтова
Компьютерная верстка Л. Г. Макарова

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации».
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.
<http://www.i-bteu.by>

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя
печатных изданий № 1/138 от 08.01.2014.
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.

Дата подписания к использованию: 22.05.24.
Тираж 12 экз. Объем 6,0 Мб. 1 электрон. опт. диск (CD-R).

СОДЕРЖАНИЕ

I. МИРОВАЯ И НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА 12

<i>Алексеев Т. С., Домасевич К. А., Ефименко Т. Д.</i> Фискальная политика: проблемы стабилизации в цифровой экономике	12
<i>Артыкова А.</i> Современные экологические проблемы.....	17
<i>Архипова Н. Н., Осипова Е. Н.</i> К вопросу развития туристской отрасли Новосибирской области.....	20
<i>Вахрушева Н. П.</i> Торгово-экономическая деятельность в условиях цифровой экономики: мировой и национальный аспект.....	24
<i>Манцеров Т. Ф., Корсак Е. П.</i> Анализ конкуренции при формировании и развитии общего рынка энергетических ресурсов государств-членов ЕАЭС	27
<i>Матусов Д. П., Дворкина М. А.</i> Процесс адаптации работников: отечественный и зарубежный опыт.....	30
<i>Назаров Т. А.</i> Факторы неустойчивости региональной экономики в современных условиях.....	33
<i>Поленикова Г. И.</i> Основные тенденции развития национальной экономики России	37
<i>Рогова В. В.</i> Методы управления валютно-финансовыми кризисами в Республике Беларусь.....	40
<i>Холикзод Б. Ш., Плотникова Т. В.</i> Проблемы развития туризма в Таджикистане.....	44
<i>Хоронко С. М.</i> Оценка инновационного потенциала регионов Республики Беларусь	46
<i>Фомина М. В., Шуева А. И.</i> Анализ мирового рынка зеленых технологий	50

II. СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ 55

<i>Байбардина Т. Н., Буткевич М. А.</i> Искусственный интеллект в сбыте: тренд или необходимость?	55
<i>Беспалова М. И.</i> Роль и влияние цифровых технологий на формирование и продвижение туристических услуг	59
<i>Драгунова Л. С., Драгунова Е. В., Мищенко В. Ю.</i> Перспективы применения цифровых технологий на предприятиях добывающей отрасли	62
<i>Маткаримов А. И., Мямиев А. Х.</i> Трансформация традиционных экономик под воздействием цифровых технологий.....	65
<i>Матюшонок Е. В., Лебедева Е. В.</i> Анализ преступлений в сфере высоких технологий на территории Республики Беларусь.....	69
<i>Нобатов А. М., Бабаназаров Н. Ш., Мамурджанова Л.</i> Оптимизация корпоративного управления данными через инновационные подходы к анализу и прогнозированию на основе больших данных.....	71
<i>Овезова Г. С., Агабаев Д. Я.</i> Основные понятия и функции статистики окружающей среды.....	74
<i>Тишкова Т. М., Жуковец М. А.</i> Современные информационные технологии в экономике.....	77
<i>Тишкова Т. М., Сузько И. М., Козырев Р. Л.</i> Применение информационных технологий в современной экономике	81
<i>Фильченко Д. В., Дворкина М. А.</i> Использование баз данных в торговле и бизнесе.....	84
<i>Чэнь Юйин</i> Цифровая экономика Китая на фоне цифровой экономической трансформации....	86
<i>Ли Юйянь</i> Исследование оптимизации затрат на беспилотный автомобиль при распределении «последней мили».....	88

III. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА 92

<i>Адасенко А. И., Коновалова Ж. Ч.</i> Проблема конфиденциальности информации в медиации и ответственности медиатора за ее распространение	92
<i>Кожеевников Д. Г., Климович Л. К.</i> Кадровая политика для реализации стратегии устойчивого развития в условиях цифровизации экономики	95
<i>Колоколова Е. О., Ларькина Е. А.</i> Вещные права нанимателя по договору коммерческого найма жилого помещения.....	99

<i>Кузнецов Н. В., Гужова О. А.</i> Перспективы развития технологий искусственного интеллекта в сфере жилищно-коммунального хозяйства.....	102
<i>Лозко П. А., Сиротко Ю. С.</i> Оценка индикаторов достойного труда в Республике Беларусь.....	105
<i>Макарова Н. Н., Макаров В. П.</i> Инструменты защиты внутреннего рынка Республики Беларусь	108
<i>Нилова Е. Е., Кузьменко В. Л.</i> Сущность экономического потенциала	112
<i>Протченко М. А., Нилов Д. Г.</i> Административная ответственность за нарушение правил, обеспечивающих безопасность движения на железнодорожном транспорте: сравнительный анализ законодательства Республики Беларусь и Российской Федерации.....	115
<i>Рыбкина К. В., Петренко Н. И.</i> Разрешение экономических споров в условиях глобализации и цифровизации экономики	118
<i>Сотникова А. В.</i> Моделирование развития малых и средних организаций Республики Беларусь за счет прибыли	121
<i>Усачева О. В., Тиукова О. Е.</i> Анализ влияния нормативно-правовой базы на экономическую эффективность в транспортной отрасли.....	124
<i>Усачева О. В., Фомичева А. М.</i> Человеческий капитал: от теории к практике.....	128
<i>Хулукишинов Д. Е.</i> Методы и инструменты проектного управления предприятием	132
<i>Шипеев Я. Г.</i> Развитие законодательства, регламентирующего медицинское обеспечение лиц, отбывающих наказание в виде лишения свободы в Российской Федерации	136
<i>Шруб Я. Э., Афонченко Т. П.</i> Объект и предмет в преступлениях против порядка осуществления экономической деятельности.....	139

IV. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА, КОНТРОЛЯ И ФИНАНСОВ.....

<i>Абдалова Е. Б., Зотова В. В.</i> Нематериальные активы: новации в учете	143
<i>Антонова М. В., Шутенко А. А.</i> Исследование институциональных аспектов финансового рынка Российской Федерации.....	146
<i>Бакарасов Е. О.</i> Финансовая оптимизация системы управления оборотных активов как эффективного источника финансирования Новосибирского облпотребсоюза	150
<i>Баранцева С. М., Иванов Б. В.</i> Сущность и нормативно-правовая база учета финансовых результатов деятельности предприятия	154
<i>Езерская Т. А., Янголь Е. С.</i> Налогообложение образовательной деятельности: проблемы, пути решения	158
<i>Илатовская М. А., Пушкина А. С.</i> Отражение рисков в отчетах об устойчивом развитии российских нефтегазовых компаний	161
<i>Илатовская М. А., Трофимова А. Ф.</i> Организация бухгалтерского учета в компаниях, производящих автомобили	164
<i>Козлов В. В.</i> Сопутствующие аудиту услуги: экономическая сущность, особенности, уровень развития.....	166
<i>Матюшенко Д., Якубенко Г. А.</i> Современное состояние и пути совершенствования налогообложения блогосферы.....	170
<i>Мороз О. Н., Максимова С. Е.</i> Прогнозирование банкротства как финансовый механизм антикризисного менеджмента для Новосибирского облпотребсоюза	173
<i>Сидоренко Ю. Ю.</i> Метод анализа иерархий для оценки рисков	177

V. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

<i>Байбардина Т. Н., Дант А. К., Бурцева О. А., Гусакова А. А.</i> Состояние и перспективы развития агроэкотуризма в Республике Беларусь.....	181
<i>Байбардина Т. Н., Дант А. К., Ляшкевич А. О., Топленкина В. А.</i> Тенденции и перспективы развития отечественного торгового бизнеса.....	185
<i>Бурцева О. А., Пальцева А. Д.</i> Эволюция некоммерческого маркетинга и его роль в современном обществе.....	188
<i>Гуменников А. П.</i> Наличие и структура складов оптовых организаций в Республике Беларусь.....	191

<i>Гурская С. П., Матюшонок Е. В.</i> Государственное регулирование торговой деятельности в Республике Беларусь: новые аспекты.....	195
<i>Жданова А. С., Перепелкин Н. А.</i> Эффективность работы премиальной доставки еды на примере Яндекс Еда Ultima	199
<i>Казарина О. Н.</i> Реализация экономической политики в трендах фармацевтического ретейла субъектов Приволжского федерального округа.....	202
<i>Колупахо Д. О., Капштык А. И., Савостенко Н. А.</i> Основные подходы к классификации логистических затрат организации.....	205
<i>Кондратьева О. В., Литвинов С. О.</i> Оптовая торговля Новосибирской области: состояние, перспективы развития	209
<i>Коробкин А. З., Рубанова К. И.</i> Современные особенности продвижения продукции на международный рынок	212
<i>Максаева А. К., Гаврилюк С. И.</i> Франчайзинг как современная форма ведения бизнеса.....	216
<i>Максимчик В. С., Сухарко Н. Ю., Капштык А. И.</i> Логистические особенности планирования и организации закупок организации в современных условиях	219
<i>Потапович Е. Ю., Капштык А. И., Савостенко Н. А.</i> Особенности современной сбытовой политики производственных организаций.....	223
<i>Рабушко В. Г., Капштык А. И., Савостенко Н. А.</i> Использование современных логистических подходов при выборе поставщиков продукции	226
<i>Черней А. Д., Емельянова Т. В.</i> Состояние и перспективы развития розничной торговли в Республике Беларусь	230
<i>Черняков М. К., Мухторзода С. С., Чечулин В. М.</i> Особенности конкурентоспособности предприятий торговли	234
<i>Шинкоренко А. С., Серебкова М. В., Капштык А. И.</i> Современные аспекты совершенствования коммерческой работы по сбыту и оптовой продаже товаров.....	237
<i>Якимик А. Я., Головки С. С.</i> Особенности онлайн-сообщества как новый тренд проведения маркетинговых исследований.....	241

VI. ТОВАРОВЕДЕНИЕ, ЭКСПЕРТИЗА, КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ.....244

<i>Антонова Е. Л., Сыцко В. Е., Шаповалов В. М.</i> Модификаторы для получения экспортоориентированных древесно-полимерных композитов.....	244
<i>Багрянцева Е. П., Кузьменкова Н. В., Басак А. М.</i> Ассортимент косметических товаров в торговых организациях потребительской кооперации	247
<i>Багрянцева Е. П., Котоменкова О. Г., Басак А. М.</i> Инновации и современные тенденции развития косметической отрасли	250
<i>Воронина А. А., Гаврилюк С. И.</i> Классификация и характеристика современного ассортимента смартфонов	253
<i>Гладышева А. Д., Ухарцева И. Ю.</i> Исследование влияния факторов внешней среды на свойства упаковочных материалов для пищевых продуктов	257
<i>Григорьева Ю. Д., Виноградова А. В.</i> Сравнительная оценка антимикробного действия эфирных масел	260
<i>Илларионова К. В., Алешина А. В.</i> Оценка качества книжных изданий для детей, реализуемых на потребительском рынке Российской Федерации	263
<i>Кузьменкова Н. В., Кикинева Е. В., Багрянцева Е. П., Шинкоренко А. А.</i> К вопросу оценки показателей качества изделий из пластмасс.....	267
<i>Маркова М. А., Котоменкова О. Г.</i> Анализ потребительских предпочтений на рынке колбасных изделий.....	271
<i>Метелкина Т. С.</i> Анализ конкурентоспособного ассортимента мороженого	274
<i>Рощина Е. В., Бань М. Ф., Супрунец С. А.</i> Научно-практические аспекты совершенствования ассортимента пряничных изделий	277
<i>Тверской В. Р., Нилова Л. П.</i> Анализ липидного профиля кофейных потребительских отходов	280

VII. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА.....	283
<i>Беляева А. В.</i> Связь аналитических центров с политикой США в отношении Китая	283
<i>Герасименко О. Л.</i> Опыт применения инновационных образовательных технологий на занятиях по русскому языку как иностранному.....	287
<i>Горюнова С. А.</i> Социальные сети: особенности коммуникации пользователей	290
<i>Кадимагомедов А. П., Белоус Е. С.</i> Сохранение национального самосознания как тенденция развития современного общества	294
<i>Киеня А. А., Винник А. В., Рылач П. А., Юревич Ю. Д., Сухаревич Е. С., Шачек Т. М.</i> Улучшение качества жизни путем оказания услуг по организации систематического приема лекарственной продукции.....	297
<i>Панфилов А. Н., Панфилова В. М., Панфилов И. А.</i> Образование в киберпространстве: проблемы социальной интеракции.....	301
<i>Рыжковская Т. Л.</i> Развитие предпринимательского потенциала студентов в условиях образовательной среды	304
<i>Юй Хунцзе</i> Развитие и распространение культуры тайцзицюань в Беларуси	307
 VIII. 80-ЛЕТИЕ ОСВОБОЖДЕНИЯ БЕЛАРУСИ ОТ НЕМЕЦКО-ФАШИСТСКИХ ЗАХВАТЧИКОВ: ИСТОРИЯ, ПОДВИГ, ПАМЯТЬ	 310
<i>Анисимов К. В.</i> Операция «Багратион»: возмездие в Белоруссии.....	310
<i>Ахметова А. М., Сейталинова Э. Т.</i> Время мира, принесенное героями	314
<i>Барауля М. С.</i> Взаимодействие партизан Могилевской области с частями Красной армии в ходе проведения операции по освобождению Беларуси	316
<i>Лаптик С. С.</i> Детство, опаленное войной	319
<i>Лепеш О. В.</i> Мемориальная культура Гомельщины как преломление исторической памяти о первоначальном освобождении Беларуси от немецко-фашистских захватчиков осенью 1943 – зимой 1944 гг.	322
<i>Маркова Т. В., Владимиров А. С.</i> Концлагерь на болотах	325
<i>Сейталинова Э. Т., Сейталинов М. Т.</i> Подвиг и героизм казахстанцев в борьбе за освобождение Белоруссии.....	329

CONTENTS

I. WORLD AND NATIONAL ECONOMY	12
<i>Alekseenko T., Domasevich K., Efimenko T.</i> Fiscal policy: problems of stabilization in the digital economy.....	12
<i>Artykova A.</i> Modern ecological problems.	17
<i>Arkhipova N., Osipova E.</i> To the question of development of tourist industry of Novosibirsk region	20
<i>Vakhrusheva N.</i> Trade and economic activity in the conditions of digital economy: global and national aspect	24
<i>Mantserova T., Korsak E.</i> Analysis of competition in the formation and development of the common market of energy resources of the states and development of the common market of energy resources of the EAEU member states.....	27
<i>Matusov D., Dvorkina M.</i> Process of adaptation of workers: domestic and foreign experience.....	30
<i>Nazarov T.</i> Factors of instability of regional economy in modern conditions	33
<i>Polennikova G.</i> Main tendencies of development of the national economy of Russia	37
<i>Rogova V.</i> Methods of management of currency and financial crises in the Republic of Belarus.....	40
<i>Kholikzoda B., Plotnikova T.</i> Problems of tourism development in Tajikistan.....	44
<i>Khoroneko S.</i> Estimation of innovation potential of the regions of the Republic of Belarus.....	46
<i>Fomina M., Shueva A.</i> Analysis of the world market of green technologies.....	50
 II. MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY	55
<i>Baybardina T., Butkevich M.</i> Artificial intelligence in sales: a trend or a necessity?	55
<i>Bespalova M.</i> Role and influence of digital technologies on formation and promotion of tourist services	59
<i>Dragunova L., Dragunova E., Mishchenko V.</i> Prospects of application of digital technologies at the enterprises of extractive industry	62
<i>Matkarimov A., Mamiyev A.</i> Transformation of traditional economies under the influence of digital technologies.....	65
<i>Matyushonok E., Lebedeva E.</i> Analysis of crimes in the sphere of high technologies on the territory of the Republic of Belarus.....	69
<i>Nobatov A., Babanazarov N., Mamurjanova L.</i> Optimization of corporate data management through innovative approaches and forecasting on the basis of big data	71
<i>Ovezova G., Agabaev D.</i> Basic concepts and functions of environmental statistics	74
<i>Tishkovskaya T., Zhukovets M.</i> Modern information technologies in economics	77
<i>Tishkovskaya T., Suzko I., Kozyrev R.</i> Application of information technologies in modern economy	81
<i>Filchenko D., Dvorkina M.</i> Use of databases in trade and business.....	84
<i>Chen Yuying</i> Digital economy of China on the background of digital economic transformation	86
<i>Li Yuyan</i> Cost optimization study of unmanned vehicle under last-mile distribution.....	88
 III. MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ECONOMICS AND LAW	92
<i>Adasenko A., Kononova Zh.</i> The problem of confidentiality of information in mediation and mediator's responsibility for its distribution.....	92
<i>Kozhevnikov D., Klimovich L.</i> Personnel policy for realization of sustainable development strategy in the conditions of digitalization of the economy	95
<i>Kolokolova E., Larkina E.</i> Vest rights of the tenant under the contract of commercial rent of residential premises	99
<i>Kuznetsov N., Guzhova O.</i> Prospects of artificial intelligence technologies development in the sphere of housing and communal services	102
<i>Lozko P., Sirotko Yu.</i> Assessment of decent work indicators in the Republic of Belarus	105
<i>Makarova N., Makarov V.</i> Instruments of protection of the internal market of the Republic of Belarus.....	108
<i>Nilova E., Kuzmenko V.</i> Essence of economic potential	112

Protchenko M., Nilov D. Administrative responsibility for the violation of the rules ensuring the traffic safety on the railway transport: comparative analysis of the legislation of the Republic of Belarus and the Russian Federation	115
Rybkina K., Petrenko N. Resolution of economic disputes in the conditions of globalization and digitalization of economy	118
Sotnikava H. Modeling the development of small and medium organizations of the Republic of Belarus at the account of profit	121
Usacheva O., Tiukova O. Analysis of the influence of the normative-legal base on the economic efficiency in the transport industry	124
Usacheva O., Fomicheva A. Human capital: from theory to practice.....	128
Khulukshinov D. Methods and tools of project management of enterprise.....	132
Shipeev Y. Development of the legislation regulating the medical provision of persons serving a sentence of imprisonment in the Russian Federation	136
Shrub Y., Afonchenko T. Object and subject in crimes against the order of realization of economic activity.....	139

IV. TOPICAL ISSUES OF DEVELOPMENT OF ACCOUNTING, ANALYSIS, CONTROL AND FINANCE

Abdalova, E., Zotova V. Intangible Assets: innovations in accounting.....	143
Antonova M., Shutenko A. Research of institutional aspects of the financial market of the Russian Federation.....	146
Bakarasov E. Financial optimization of the system of current assets management as an effective source of financing of Novosibirsk Regional Consumer Union.....	150
Barantseva S., Ivanov B. Essence and normative-legal base of the financial results of the enterprise activity.....	154
Ezerskaya T., Yangol E. Taxation of Educational Activity: problems, ways of solution	158
Ilatovskaya M., Pushkina A. Reflection of risks in the reports on sustainable development of Russian oil and gas companies	161
Ilatovskaya M., Trofimova A. Organization of accounting in companies producing cars	164
Kozlov V. Audit-related services: economic essence, peculiarities, level of development	166
Matyushenko D., Yakubenko G. Modern state and ways of improvement of taxation of blogosphere	170
Moroz O.N., Maksimova S.E. Bankruptcy Forecasting as a financial mechanism anti-crisis management for Novosibirsk oblpotrebsoyuz.....	173
Sidorenko Yu. Hierarchy analysis method in risk assessment	177

V. TRADE ORGANIZATION AT THE PRESENT STAGE

Baibardina T., Dant A., Burtseva O., Gusakova A. State and prospects for the development of agroecotourism in the Republic of Belarus.....	181
Baibardina T., Dant A., Lyashkevich A., Toplenkina V. Tendencies and prospects of development of domestic trade business.....	185
Burtseva O., Paltseva A. Evolution of noncommercial marketing and its role in modern society	188
Gumennikov A. Presence and structure of warehouses of wholesale organizations in the Republic of Belarus.....	191
Gurskaya S., Matyushonok E. State Regulation of trade activity in the Republic of Belarus: new aspects.....	195
Zhdanova A., Perepelkin N. Efficiency of premium food delivery work on the example of Yandex Food Ultima.....	199
Kazarina O. Realization of economic policy in the trends of pharmaceutical retailing in the Volga Federal District subjects	202
Kolupaho D., Kapshtyk A., Savostenko N. Basic approaches to classifying logistic costs of the organization	205
Kondratyeva O., Litvinov S. Wholesale trade in the Novosibirsk Region: state, prospects of development.....	209

Korobkin A., Rubanova K. Modern peculiarities of product promotion on the international market.....	212
Maksaeva A., Gavriluk S. Franchising as a modern form of doing business.....	216
Maximchik V., Sukharko N., Kapshtyk A. Logistic features of the organization's procurement planning and organization in modern economy.	219
Potapovich E., Kapshtyk A., Savostenko N. Features of modern sales policy of manufacturing organizations	223
Rabushko V., Kapshtyk A., Savostenko N. Use of modern logistic approaches at selection of product suppliers	226
Cherney A., Emelyanova T. State and prospects of retail trade development in the Republic of Belarus.....	230
Chernyakov M., Mukhtozada S. Features of competitiveness of trade enterprises	234
Shinkorenko A., Serebkova M., Kapshtyk A. Modern aspects of the improvement of commercial work on sales and distribution.....	237
Yakimik A., Golovko S. Features of online community as a new trend of marketing research	241

VI. COMMODITY SCIENCE, EXPERTISE, QUALITY AND COMPETITIVENESS OF GOODS..... 244

Antonova E., Sytsko V., Shapovalov V., Zotov S. Modifiers for production of export-oriented wood-polymer composites.....	244
Bahrantsava K., Kuzmiankova N., Basak A. Range of cosmetic products in trade organizations of consumer cooperation	247
Bahrantsava K., Kotomenkova O., Basak A. Innovations and modern trends in the development of the cosmetics industry	250
Voronina A., Gavriluk S. Classification and characteristics of the modern range of smartphones.....	253
Gladysheva A., Ukhartseva I. Study of the influence of environmental factors on the properties of packaging materials for food products	257
Grigorieva Yu., Vinogradova A. Comparative assessment of the antimicrobial effect of essential oils	260
Illarionova K., Alyoshina A. Quality assessment of the book editions for children realized in the consumer market of the Russian Federation.....	263
Kuzmiankova N., Kickinyova Ya., Bahrantsava K., Shinkorenko A. On the issue of assessing figures of merit of plastic products.....	267
Markova M., Kotomenkova O. Analysis of consumer preferences in the sausage market.....	271
Metelkina T. Analysis of the competitive assortment of ice-cream	274
Roschina E., Ban M., Suprunets S. Scientific and practical aspects of improving the assortment of gingerbread products	277
Tverskoy V., Nilova L. Analysis of the lipid profile of coffee consumer waste	280

VII. SOCIO-CULTURAL PROBLEMS AND DEVELOPMENT TRENDS OF MODERN SOCIETY 283

Belyaeva A. Connection of analytical centers with the USA policy towards China	283
Gerasimenko O. Experience of innovative educational technologies application at Russian as a foreign language classes	287
Goryunova S. Social networks: peculiarities of users' communication	290
Kadimagomedov A., Belous E. Preservation of national self-consciousness as a trend of modern society development	294
Kienya A., Vinnik A., Rylach P., Yurevich Y., Sukharevich E., Shachek T. Improving the quality of life by providing services to organize the systematic reception of medicinal products.....	297
Panfilov A., Panfilova V., Panfilov I. Education in cyberspace: problems of social interaction.....	301
Ryzhkovskaya T. Development of entrepreneurial potential of students in the conditions of educational environment.....	304
Yu Hongjie Development and dissemination of taijiquan culture in Belarus	307

VIII. 80TH ANNIVERSARY OF THE LIBERATION OF BELARUS FROM THE NAZI INVADERS: HISTORY, FEAT, MEMORY	310
<i>Anisimov K.</i> Operation “Bagration”: retribution in Belarus	310
<i>Akhmetova A., Seitalinova E.</i> A time of peace brought by heroes	314
<i>Baraulia M.</i> Interaction of the partisans of the Mogilev Region with the Red Army units during the operation on the liberation of Belarus	316
<i>Laptik S.</i> Childhood, scorched by the war	319
<i>Lepesh O.</i> Memorial culture of Gomel Region as a refraction of the historical memory of the initial liberation of Belarus from Nazi invaders in the fall of 1943 – winter 1944	322
<i>Markova T., Vladimirov A.</i> Concentration camp on the marshes	325
<i>Seitalinova E., Seitalinov M.</i> The feat and heroism of the Kazakhs in the struggle for the liberation of Belarus.....	329

I. МИРОВАЯ И НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 336.02:004

Т. С. Алексеенко (atcpetr@mail.ru),

канд. экон. наук, доцент

К. А. Домасевич (karinadomasevich@mail.ru),

студентка

Т. Д. Ефименко (efimenkotimofej8@gmail.com),

студент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА: ПРОБЛЕМЫ СТАБИЛИЗАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В данной статье рассмотрены условия цифровой трансформации экономики. Фискальная политика играет ключевую роль в обеспечении стабильности и развития, однако существуют проблемы, такие как недостаточная адаптация налоговой системы, неравенство доступа к цифровым технологиям, угроза кибербезопасности и неопределенность влияния цифровизации на экономику. Для успешного преодоления этих вызовов необходимо разработать гибкую и инновационную фискальную политику, учитывающую специфику цифровой экономики.

This article discusses the conditions of the digital transformation of the economy. Fiscal policy plays a key role in ensuring stability and development, however there are problems such as insufficient adaptation of the tax system, unequal access to digital technologies, the threat of cybersecurity and the uncertainty of the impact of digitalization on the economy. To successfully overcome these challenges, it is necessary to develop a flexible and innovative fiscal policy that takes into account the specifics of the digital economy.

Ключевые слова: цифровая трансформация; фискальная политика; налоговая система; цифровые технологии; кибербезопасность; цифровизация; экономика.

Key words: digital transformation; fiscal policy; tax system; digital technologies; cybersecurity; digitalization; economy.

Фискальная политика (налогово-бюджетная) представляет собой воздействие государства на экономику посредством формирования величины и структуры государственных расходов, объема трансфертных выплат и системы налогообложения. Государство стимулирует совокупный спрос, увеличивая госрасходы и (или) снижая налоги в периоды спада, и сдерживает его в период подъема, тем самым сглаживая колебания экономического цикла. В макроэкономике принято выделять стимулирующую и сдерживающую фискальную политику. Выделяют также дискреционную и автоматическую фискальную политику.

Дискреционная политика основана на сознательном вмешательстве в налоговую систему и изменении объема государственных расходов с целью воздействия на экономический рост, безработицу и инфляцию. Автоматическая политика базируется на действии встроенных стабилизаторов, обеспечивающих естественное приспособление экономики к фазам деловой конъюнктуры.

Наиболее известными стабилизаторами являются прогрессивная система налогообложения и система социальных пособий. В период экономики подъема растут доходы домохозяйств, что позволяет взимать налоги по более высоким ставкам, вследствие чего темпы роста располагаемых доходов (после вычета налогов и обязательных платежей) начинают отставать от темпа роста национального дохода, а это, в свою очередь, сдерживает рост потребительского спроса. Рост доходов позволяет сократить расходы государства на социальные трансферты. В результате

снижаются темпы роста совокупного спроса. В период экономического спада, наоборот, государство сокращает размеры налогов на корпорации, стимулирует экономический рост.

Опыт Китайской народной республики (КНР) подтверждает эффективность использования различных инструментов налогово-бюджетной политики для стимулирования экономического роста и благосостояния страны. В то же время, налоговая система в этой стране имеет свои особенности и проблемы. Изучая опыт Китая в системе налогообложения можно избежать проблем внутри национальной экономики Республики Беларусь. В сравнении с другими развитыми странами в КНР низкий уровень налогообложения. Что приводит к недостаточной доходности государственного бюджета и затрудняет финансирование социальных программ и инфраструктурных проектов.

Неравномерность в области налогов различных компаний и отраслей создает неравенство и ущерб для экономики. Некоторые компании и индивидуумы могут избегать уплаты налогов через различные уловки и схемы. Отсутствие прозрачности в налоговой системе в Китае приводит к злоупотреблению и уклонению от уплаты налогов.

В целом, налоговая система Китая нуждается в реформах и улучшениях, чтобы справиться с названными проблемами и сделать ее более эффективной и справедливой для всех участников экономики.

Государственная система налогообложения охватывает всю экономическую систему общества и в зависимости от реализуемых целей может быть направлена либо на кратковременное привлечение денежных средств в государственный бюджет, либо на обеспечение долгосрочного экономического роста и стимулирование инвестиций.

На практике правительство Республики Беларусь использует фискальную и денежно-кредитную политику в тесной взаимосвязи.

Важнейшей целью налоговой политики Республики Беларусь является обеспечение финансовыми ресурсами доходной части государственного бюджета, что создает необходимые условия для осуществления функций государства. Одновременно налоговое регулирование позволяет оказывать воздействие на важнейшие воспроизводственные пропорции – соотношение между потреблением, сбережением и инвестированием, перераспределять экономические ресурсы и тем самым корректировать действия рыночного механизма. Безусловно, рост налоговых поступлений в структуре доходов бюджета открывает возможности для активного государственного воздействия на экономику и общество. В Республике Беларусь (РБ) осуществляется поэтапное совершенствование налоговой системы. Проводится корректировка одного из ключевых экономических правовых актов – Налогового кодекса РБ.

До сих пор дискуссионным остается вопрос о возможностях и допустимых пределах копирования налоговых систем России и Казахстана – дружественных нам государств, участников ЕАЭС с учетом их особенностей, связанных с другими масштабами, принципами и структурой экономики, различающимся и географическим положением [1].

Здесь отметим, что на сегодня в РБ довольно высокая нагрузка на предприятия со стороны фонда социальной защиты населения, а это ведет к проблемам найма новых работников и уходу организаций в теневую экономику. Поэтому одним из направлений снижения нагрузки на предприятия РБ является уменьшение начислений в пенсионный фонд, которые составляют 28% с заработной платы работника. К примеру, в России эти отчисления составляют 22%, а в Казахстане – 10%.

Целесообразно было бы изменить и систему начисления взносов в пенсионный фонд РБ. Можно было бы применить и европейскую систему, которая является накопительной вместо применяемой сейчас распределительной. В таком случае можно было бы снять нагрузку с предприятий, уменьшив их взносы на пенсионное страхование работников, а гражданам наоборот увеличить начисления с 1 до 6–7%. В таком случае у предприятий появился бы стимул к найму новых сотрудников и легализации уже работающих, а у граждан – работать на свое будущее в виде пенсии [2].

В тоже время Республика Беларусь стремится сделать налоговую политику максимально эффективной. И основными проблемами налоговой системы являются сложность налогового законодательства, высокая налоговая нагрузка, а также затратное администрирование налогов, что является основными барьерами на пути развития частного сектора и привлечения инвестиций [3].

А для обеспечения максимального благоприятствования экономическому росту большинство мер бюджетно-налоговой политики в РБ должны быть направлены на увеличение доходов. Остальные меры должны фокусироваться на сокращении непроизводительных и неэф-

фактивных расходов (в том числе на поддержку государственных предприятий). Одновременно необходимо усилить справедливость бюджетно-налоговой политики путем сохранения расходов на человеческий капитал и увеличение социальной поддержки нуждающихся. Производительные расходы необходимо сохранить и увеличить по мере возможности, особенно с учетом вероятности глубокого сжатия в 2022 г. и необходимости поддержать последующее восстановление роста.

В тоже время, стимулирующие меры бюджетно-налоговой политики в РБ имеют ограниченный эффект, они позволяют предотвратить банкротство крупных предприятий, рост безработицы и поддержать занятость, но вместе с тем привели к росту государственного долга, увеличили риски бюджетной устойчивости. Из-за этого проблемы, связанные с повышением эффективности экономики РБ, не удастся пока решить. Очевидно, что инструменты бюджетно-налоговой политики в РБ не позволяют этого сделать, необходимы структурные преобразования в экономике. Все же, благодаря политике государства, направленной на совершенствование налоговой системы РБ, удастся сосредоточить финансовые ресурсы на приоритетных и общественно необходимых направлениях развития РБ, что непременно в итоге приведет к стабилизации экономической ситуации и росту экономических показателей.

Денежно-кредитная политика государства должна решать следующие основные задачи:

- обеспечение устойчивости национальной валюты в целях эффективного осуществления платежей и расчетов;
- выработка правил денежного обращения, их регулирование и контроль за их выполнением;
- воздействие на экономическую конъюнктуру путем изменения находящихся в обращении денег.

Для реализации этих задач Центральный банк использует определенный набор инструментов: эмиссию, валютную политику, учетную политику, политику открытого рынка и резервную политику.

Мероприятия кредитно-денежной политики оказывают свое влияние на экономику через изменения в величине и (или) типе денежной массы, что отражается в движении активов и пассивов баланса Центрального банка. В зависимости от того, на изменение какой составляющей денежной массы воздействует Центральный банк, различают и инструменты денежно-кредитной политики: изменение золотых резервов; предоставление займов коммерческим банкам; изменение количества денег в обращении; изменение величины резервов коммерческих банков; изменение величины депозитов правительства.

Фискальная политика играет ключевую роль в обеспечении стабильности экономики в условиях цифровой трансформации. Однако, существуют определенные проблемы и вызовы, с которыми сталкивается правительство при разработке и реализации фискальной политики в цифровой экономике:

- недостаточная адаптация налоговой системы к новым моделям бизнеса; с развитием цифровых технологий возникают новые виды бизнеса, такие как онлайн-платформы и цифровые услуги, что усложняет сбор налогов и требует пересмотра налоговой политики;
- неравенство доступа к цифровым технологиям: цифровая экономика может усилить неравенство между различными группами населения, что требует разработки мер для обеспечения инклюзивности и равноправного доступа к цифровым ресурсам;
- угроза кибербезопасности: с ростом цифровых технологий увеличивается уязвимость экономики к кибератакам и хакерским атакам, что требует дополнительных затрат на обеспечение безопасности информационных систем;
- недостаточное понимание эффектов цифровизации на экономику – быстрое развитие цифровых технологий создает неопределенность относительно их влияния на экономику, что затрудняет прогнозирование и принятие эффективных фискальных мер.

Для успешной стабилизации экономики в условиях цифровой трансформации необходимо разработать гибкую и инновационную фискальную политику, которая учитывает специфику цифровой экономики и решает вышеуказанные проблемы [4, 5].

В наше время цифровые технологии необходимы для любых глубоких изменений. Применение цифровых технологий во всех социальных, экономических, культурных и политических системах приводит к резкому изменению традиционной экономической среды и экономической деятельности. Основное понятие цифровой экономики можно определить как новую экономическую форму, характеризующуюся цифровизацией в сферах производства, управления и распределения, основанную на знаниях, информационных технологиях и интернете,

катализатором которой являются цифровые технологии. Цифровая экономика имеет концептуальное сходство с информационной экономикой, сетевой экономикой и экономикой знаний, но не идентична им. Информационная экономика и сетевая экономика питают экономику знаний, а переплетение и интеграция этих трех составляющих постепенно формируют переход к цифровой экономике. Цифровая экономика охватывает широкий спектр видов деятельности, от электронной коммерции и цифровых платежей до онлайн-рекламы и разработки программного обеспечения. Цифровая экономика изменила то, как мы ведем бизнес и взаимодействуем друг с другом, но она также несет с собой проблемы и перспективы.

Одной из основных проблем является кибербезопасность, которая может быть направлена как против отдельных лиц, так и против организаций и правительства. Эти угрозы могут принимать различные формы, включая вредоносное программное обеспечение, фишинг, выкупное программное обеспечение и атаки с использованием социальной инженерии. По мере того, как все больше предприятий переходят в онлайн, возрастает риск кибератак и утечки данных.

Чтобы противостоять этим угрозам, необходимо принять эффективные меры кибербезопасности. Одна из наиболее важных контрмер – обеспечение безопасности всех подключенных к сети устройств, включая компьютеры и мобильные устройства. Этого можно достичь с помощью брандмауэров, антивирусного программного обеспечения и регулярного обновления операционных систем и приложений.

Еще одной важной контрмерой является использование надежных механизмов аутентификации, таких как двухфакторная аутентификация, для предотвращения несанкционированного доступа к конфиденциальным данным и приложениям. Это также помогает предотвратить атаки методом социальной инженерии, которые основаны на манипулировании людьми для получения доступа к конфиденциальной информации.

Аналогичным образом, шифрование является важным инструментом сетевой безопасности, поскольку оно предотвращает кражу данных и несанкционированный доступ. Важно шифровать все конфиденциальные данные, как при передаче, так и в состоянии покоя, и использовать надежные алгоритмы и протоколы шифрования.

Цифровое неравенство также является проблемой, порожденной цифровой экономикой, и относится к неравенству в доступе к цифровым технологиям и навыкам между различными группами населения (сельское и городское население, людей с низким и высоким уровнем дохода, а также разные страны). Цифровой разрыв может усугублять существующее неравенство и препятствовать экономическому росту, поскольку те, кто не имеет доступа к цифровым технологиям, могут быть исключены из участия в цифровой экономике.

Для решения проблемы цифрового разрыва важно содействовать цифровой интеграции и обеспечить доступность цифровых технологий для всех. Одной из основных мер по устранению цифрового неравенства является расширение доступа к цифровой инфраструктуре, такой как широкополосный интернет, мобильные сети и цифровые устройства. Этого можно достичь за счет государственных инвестиций в цифровую инфраструктуру и политики, стимулирующей частные инвестиции. Помимо расширения доступа к цифровой инфраструктуре, важно также обеспечить подготовку и обучение цифровым навыкам тех, кто не имеет доступа к цифровой инфраструктуре. Это может включать программы обучения, программы цифровой грамотности и партнерство со школами, библиотеками и общественными центрами.

Еще одной мерой по устранению цифрового разрыва является содействие разработке цифрового контента и услуг, учитывающих потребности и интересы недостаточно обслуживаемых сообществ. Это может включать инициативы по продвижению местного контента и цифровых услуг, доступных для людей с ограниченными возможностями или языковыми барьерами.

Цифровая экономика влечет за собой острую нехватку технических специалистов в таких областях, как кибербезопасность, разработка программного обеспечения, анализ данных и искусственный интеллект. Этот дефицит является серьезной проблемой для организаций, поскольку он может препятствовать их способности внедрять инновации и конкурировать в условиях цифровой экономики [6–8].

Одной из основных мер по решению проблемы нехватки квалифицированных работников является развитие образования и обучения цифровым навыкам. Другой мерой является поощрение разнообразия и инклюзивности в цифровых кадрах, поскольку, как показывают исследования, разнообразные кадры способствуют развитию инноваций и навыков решения проблем. Это может включать инициативы по продвижению женщин и непредставленных групп в циф-

ровых профессиях, а также создание доброжелательной и инклюзивной культуры на рабочем месте.

Для решения проблемы нехватки квалифицированных работников в конкретных областях, таких как кибербезопасность или аналитика данных, может потребоваться создание стимулов для привлечения работников в эти сферы. Это может включать конкурентоспособную заработную плату, льготы и возможности карьерного роста.

В заключение следует отметить, что цифровая экономика создает множество проблем, к которым следует относиться серьезно. Угрозы кибербезопасности могут быть направлены против отдельных лиц, организаций и правительства, и для снижения рисков необходимы эффективные контрмеры. Цифровой разрыв еще одна серьезная проблема, требующая решений для расширения доступа к цифровой инфраструктуре и обучения цифровым навыкам, а также содействия развитию цифрового контента и услуг, отвечающих потребностям недостаточно обслуживаемых сообществ. Наконец, нехватка квалифицированных работников в ключевых областях является серьезной проблемой, требующей таких решений, как обучение цифровым навыкам и тренинги, содействие многообразию и инклюзивности цифровой рабочей силы, а также создание стимулов для привлечения работников в конкретные области. Решив эти проблемы, мы сможем обеспечить доступность преимуществ цифровой экономики для всех, сведя к минимуму риски и недостатки.

Список использованной литературы

4. **Kazan Digital Week** : 2022 : материалы Междунар. форума, Казань, 21–24 сент. 2022 г. / Кабинет Министров Республики Татарстан ; под ред. Р. Н. Минниханова. – Казань, 2022. – С. 304–309.

1. **Киевич, А. В.** Евразийская интеграция: этапы становления и перспективы развития / А. В. Киевич, О. В. Король // Экон. науки. – 2016. – № 134. – С. 123–129.

2. **Киевич, А. В.** Анализ денежных доходов населения в РБ / А. В. Киевич // Современные аспекты экономики. – 2018. – № 4 (249). – С. 10–17.

3. **Ливенский, В. М.** Анализ налоговой нагрузки на экономику Республики Беларусь / В. М. Ливенский, М. И. Лисовский // Современные аспекты экономики. – 2019. – № 5 (261). – С. 176–180.

5. **Левин, К.** Цифровая трансформация: изменение бизнеса с помощью цифровых технологий / К. Левин, Т. Кристиансен. – М. : Вильямс, 2017.

6. **Смит, Д., Зугель, Б.** Фискальная политика: теория и практика / Д. Смит, Б. Зугель. – М. : Изд. дом «Дело», 2015.

7. **Грибов, Ю.** Налоговая система: проблемы и перспективы развития / Ю. Грибов, А. Морозов. – М. : Норма, 2016.

8. **Шмидт, Э., Коул, Д.** Кибербезопасность: угрозы и защита в цифровом мире / Э. Шмидт, Д. Коул. – СПб. : БХВ-Петербург, 2018.

СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

В статье рассматриваются современные экологические проблемы, вызванные антропогенной деятельностью и оказывающие существенное влияние на состояние окружающей среды и качество жизни человека. Анализируются такие проблемы, как загрязнение атмосферы, изменение климата, истощение озонового слоя, загрязнение водных ресурсов и почвы, вымирание видов и потеря биоразнообразия. Определяются основные причины возникновения этих проблем, а также возможные пути их решения путем внедрения экологически чистых технологий, рационального использования природных ресурсов, экологического образования и повышения уровня экологической ответственности общества.

The article discusses modern environmental problems caused by anthropogenic activities and having a significant impact on the state of the environment and the quality of human life. Issues such as air pollution, climate change, ozone depletion, water and soil pollution, species extinction and loss of biodiversity are analyzed. The main causes of these problems are determined, as well as possible ways to solve them through the introduction of environmentally friendly technologies, rational use of natural resources, environmental education and increasing the level of environmental responsibility of society.

Ключевые слова: экологическая проблема; антропогенная деятельность; загрязнение атмосферы; климатические изменения; озоновый слой; водные ресурсы; почва; биоразнообразие; экологически чистые технологии; природные ресурсы; экологическое образование.

Key words: environmental problem; anthropogenic activity; air pollution; climate change; ozone layer; water resources; soil; biodiversity; environmentally friendly technologies; natural resources; environmental education.

Одним из национальных богатств любой страны мира являются ее природные ресурсы. Это относится к природным ресурсам, которые изучены, учтены и имеют экономическое значение для национальных ресурсов. Природные ресурсы, статистически учтенные на определенную дату, называются учтенными. Экономически значимые – это производительные силы, природные ресурсы, которые могут быть использованы для производства товаров, пригодных для производства и оказания услуг.

Природные ресурсы (леса, вода, земля, полезные ископаемые, представители флоры и фауны и др.) являются основной составляющей экономического богатства страны. Они часто определяют положение страны в международном разделении труда. Широкое использование природных ресурсов приводит к истощению этих ресурсов. Экологическая статистика имеет большое значение при планировании и прогнозировании использования природных ресурсов и обращения с отходами. Эта информация также очень важна для оценки природных ресурсов.

Охрана планового природопользования требует полной, правильной и достоверной информации о расположении природных ресурсов на территории страны, эффективности их использования в различных нуждах, эффективности природоохранных мероприятий. Все это обнажает необходимость статистического изучения природных ресурсов, что требует классификации ресурсов. Для достижения заявленных целей, исходя из статистических данных, должны быть выполнены следующие требования:

– состав и объем природных ресурсов (вода, земля, леса, недра, воздушное пространство, растительный и животный мир, их расположение);

– состояние всех ресурсов (воды, земли, леса, воздушного пространства, флоры и фауны);

– состояние компонентов окружающей среды (земли, воды, атмосферы);

– различное воздействие хозяйственной деятельности на окружающую среду;

– добыча некоторых месторождений природных ресурсов;

– меры по снижению воздействия человека на окружающую среду;

– влияние окружающей среды на здоровье человека, его возраст и поколение;

– загрязнение окружающей среды и ее компонентов;

– систематическое использование природных ресурсов;

– вывоз и переработка промышленных и бытовых отходов;

– финансирование вопросов, связанных с охраной окружающей среды;

– экономическая эффективность и др.

Хотя вышеупомянутые показатели имеют уникальные характеристики, каждый из них взаимосвязан и ориентирован на решение экологических проблем [1–9].

В зависимости от масштабов воздействия хозяйственной деятельности человека на окружающую среду экологические проблемы принято разделять на глобальные и локальные. Глобальные экологические проблемы напрямую связаны с местными экологическими проблемами.

Существуют возобновляемые и невозобновляемые источники энергии для удовлетворения спроса на энергию. Солнечная, ветровая, гидроэлектрическая, приливная и некоторые другие источники энергии являются возобновляемыми, поскольку их использование человеком не приводит к изменению их запасов. Уголь, нефть, газ, торф и уран относятся к невозобновляемым источникам энергии и полностью теряются при переработке.

Потребляемые источники энергии – нефть, уголь и газ наряду с ураном (атомная энергетика) будут основными источниками энергии в ближайшие десятилетия и по-прежнему будут составлять наибольшую долю производства энергии, основанной на использовании углеводородного сырья. Однако ограниченность запасов нефти и газа очевидна. Перспектива их активного использования видна лишь через несколько десятилетий. За этот период объекты добычи нефти и газа должны быть заменены другими.

Основной движущей силой климата является Солнце. Например, глобальное потепление является одной из основных причин ветров и океанских течений, а активность Солнца ответственна за потепление атмосферы и магнитные бури. Кроме того, на климат влияют изменения орбиты Земли, ее магнитного поля, размеров континентов и океанов, извержения вулканов. Все это является естественными причинами изменения климата. До недавнего времени они, и только они, определяли изменение климата. Половина изменений температуры до 1950 г. может быть связана с Солнцем и вулканической активностью (солнечная активность вызывает повышение температуры и уменьшение активности вулканов). Основным антропогенным эффектом является усиление парникового эффекта, влияние которого на изменение климата в восемь раз превышает влияние солнечной активности за последние двести лет.

Изменение климата – это изменение климата Земли в целом или отдельных ее регионов во времени, что означает реальную статистику изменения климата по многолетним показателям по всем направлениям, от десятилетий до миллионов лет. Изменение климата вызвано такими явлениями, как парниковый эффект, который приводит к глобальному потеплению. Здесь есть три взаимосвязанных понятия: изменение климата, парниковый эффект и глобальное потепление. Парниковый эффект – явление, при котором солнечное тепло, попадающее в атмосферу Земли, удерживается на Земле под действием парниковых газов. Эти газы включают углекислый газ и метан, которые все чаще присутствуют в атмосфере. Его увеличение вызвано не только сжиганием топлива, но и вырубкой лесов, попаданием фреонов в атмосферу, неправильным ведением сельского хозяйства и другими видами деятельности.

Изменение климата – это не только повышение температуры. По результатам наблюдений повышается уровень Мирового океана, тают ледники и вечная мерзлота, реки все больше понижаются, изменился характер течения рек. Кроме того, есть и другие глобальные изменения, напрямую связанные с нестабильностью климата. Особенно это проявляется в увеличении частоты и тяжести опасных погодных условий, а также в широком распространении опасных инфекционных заболеваний. Эти ситуации представляют угрозу не только устойчивому функционированию экосистем и мировой экономики, но и жизни и здоровью людей.

Учитывая значительное негативное воздействие изменения климата на экономическое развитие, природные ресурсы и борьбу с бедностью, преодоление этих проблем является неотъемлемой частью достижения устойчивого развития. Разработка недорогих и крупномасштабных решений проблемы изменения климата может помочь странам перейти к низкоуглеродной экономике в будущем. Экономическая деятельность человека оказывает реальное влияние на климат, и это воздействие усиливается с каждым годом. Сегодня не важно, виноват человек или нет, он должен принять все возможные меры, чтобы остановить изменение климата и не допустить повышения температуры. В то же время необходимо адаптироваться к новым условиям и по возможности успешно использовать их на самом высоком уровне.

Изменение климата также должно изменить подходы к производству продуктов питания и управлению сельским хозяйством. Повышение температуры, изменение количества осадков, изменчивость климата и распространение вредителей и болезней являются последствиями изменения климата и угрожают продуктивности сельского хозяйства, что приводит к неблагоприятным последствиям для глобальной продовольственной безопасности. Чтобы удовлетворить растущий спрос на продовольствие, сельское хозяйство и продовольственные системы должны адаптироваться к негативному воздействию и неблагоприятным последствиям изменения климата и стать более устойчивыми и продуктивными.

Одной из основных форм изменения климата является глобальное потепление. Глобальное потепление – это постепенное повышение средней температуры вокруг Земли. Глобальное потепление – это долгосрочное повышение средней температуры климатических систем Земли. Оно продолжается уже более века и его основной причиной является антропогенный фактор. Десятилетие с 2010 по 2019 г. было самым теплым десятилетием за всю историю наблюдений. По данным Межправительственной группы экспертов по изменению климата, 2020 г. является вторым самым теплым годом в зарегистрированной истории (самый жаркий год – 2016 г., а все рекордные максимумы наблюдаются после 2015 г.). В 2020–2021 гг. зафиксирована максимальная концентрация трех основных парниковых газов (диоксид углерода, метан, оксид азота) в атмосфере.

Последствия глобального потепления включают повышение уровня моря, изменение количества осадков в разных регионах и более частые экстремальные погодные явления, такие как жара. Чем выше температура, тем выше испарение и выше потери. Но потери не зашкаливают. Если один регион подвержен наводнениям, другой регион страдает от засухи.

Климатическая система ощущает внешние воздействия, которые способны сделать или охладить климат. К таким последствиям относятся изменения газового состава атмосферы (накопление парниковых газов). Атмосфера Земли преобразует падающую на нее световую энергию Солнца в ультрафиолетовые лучи, испускаемые Землей в космос. Парниковые газы усложняют эту ситуацию, поглощая ультрафиолетовое излучение и удерживая энергию из атмосферы в космос. Добавляя парниковые газы в атмосферу, люди увеличивают количество ультрафиолетового излучения в атмосфере, что приводит к повышению температуры поверхности Земли.

В результате воздействия различных антропогенных факторов увеличивается количество накапливаемых в атмосфере парниковых газов. К таким факторам относятся: сжигание топлива, использование аэрозолей, выброс тяжелых промышленных отходов, химикатов, используемых при обработке сельскохозяйственных земель, животноводческих операциях, вырубке лесов, свалках. К основным парниковым газам относятся водяной пар (ответственный за 36–70% парникового эффекта, исключая облака), углекислый газ (9–26%), метан (4–9%) и озон (3–7%). Водяной пар характеризуется способностью конденсироваться и накапливаться в атмосфере в зависимости от температуры воздуха.

Глобальное потепление создает опасные ситуации, ведущие к таянию морского льда и истончению арктического морского льда. В результате многие виды арктических животных, птиц и растений находятся под угрозой исчезновения. В низких и высоких широтах дожди более часты и обильны, а в тропических и субтропических регионах – наоборот, климат более сухой. Экосистемы разбалансированы: по всему миру часты наводнения, засухи и ураганы.

Список использованной литературы

1. **Баландин, Р. К.** Экологические проблемы: от мифов к реальности / Р. К. Баландин. – М. : Вече, 2002. – 480 с.
2. **Бринчук, М. М.** Экологическое право / М. М. Бринчук. – М. : Юристъ, 2004. – 670 с.
3. **Величко, Н. Н.** Современные экологические проблемы и их влияние на здоровье человека / Н. Н. Величко, А. Н. Величко // Наука и образование сегодня. – 2016. – № 5. – С. 15–22.
4. **Гридэл, Т. Е.** Промышленная экология / Т. Е. Гридэл, Б. Р. Алленби. – М. : Бином. Лаборатория знаний, 2012. – 587 с.
5. **Каплин, В. Г.** Экологическая безопасность и устойчивое развитие / В. Г. Каплин, В. Н. Ложкин, О. Е. Саенко. – М. : Academia, 2010. – 304 с.
6. **Маврищев В. В.** Основы экологии / В. В. Маврищев. – Минск : Вышэйшая школа, 2013. – 447 с.
7. **Сазонов, Э. В.** Экология городской среды / Э. В. Сазонов. – СПб. : ГИОРД, 2009. – 312 с.
8. **Серов, Г. П.** Экологическая безопасность и устойчивое развитие региона / Г. П. Серов. – М. : ИЭА РАН, 2011. – 110 с.
9. **Шилов, И. А.** Экология / И. А. Шилов. – М. : Высшая школа, 2005. – 512 с.

К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В данной статье рассмотрены ресурсы Новосибирска и Новосибирской области, которые формируют туристическую отрасль. Цель исследования – рассмотреть возможности использования ресурсного потенциала Новосибирской области для дальнейшего развития туристской отрасли с целью привлечения туристических потоков в регион.

This article examines the resources of Novosibirsk and the Novosibirsk region, which form the tourism industry. The purpose of the study is to consider the possibilities of using the resource potential of the Novosibirsk region for further development of the tourism industry in order to attract tourist flows to the region.

Ключевые слова: Новосибирск; Новосибирская область; природные ресурсы; исторические ресурсы; культурные достопримечательности; туризм.

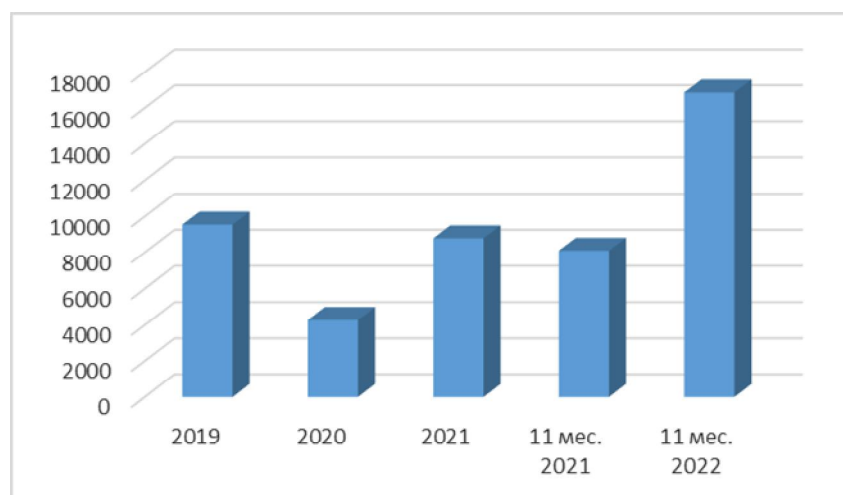
Key words: Novosibirsk; Novosibirsk region; natural resources; historical resources; cultural attractions; tourism.

Новосибирская область – довольно молодая и динамично развивающаяся зона Российской Федерации, которая занимает не последнее место на туристической карте. Главное преимущество региона его географическое положение. Новосибирская область расположена на пересечении важнейших транспортных путей, и это стало весомым фактором ее инвестиционной привлекательности и деловой активности.

В последние годы Новосибирская область заявила о себе как о крупном туристском центре Сибири.

Новосибирскую область ежегодно посещают около 2 млн туристов. За период 2022 г. регион посетили 1 932 тыс. чел. Данный факт позволил занять двенадцатое место среди российских городов по объему, предоставленных туристам, платных услуг (рисунок) [1].

Объем платных туристских услуг, млн р.



По данным 2020 г. наблюдалось снижение объема туристских услуг на 55%. Можем предположить, что 2022 г. оказался трудным для всей мировой индустрии туризма, из-за пандемии COVID 2019. В 2021 г. рост платных туристских услуг увеличился на 106% и составил 8 788,3 млн р. (за 11 месяцев 8 096,6 млн р.). 2022 г. отмечается ростом объема платных услуг в сфере туризма, за 11 месяцев составил 16,8 млн р., что превысило показатели за аналогичный период 2021 г. практически в два раза.

Новосибирская область богата разнообразными ресурсами для проведения досуга: удивительная природа, минеральные источники и лечебные грязи, тысячи соленых и пресных озер,

охотничьи и рыболовные угодья, горнолыжные спуски и речные сплавы. Все это позволяет жителям и гостям города интересно и увлекательно провести время в любой период года.

Лидирующее место по привлекательности ресурсов Новосибирской области занимают минеральные воды, которые могут конкурировать с минеральными водами Кавказа [2]. Санатории области, такие как санаторий «Краснозерский», «Доволенский» и «Озеро Карачи» разработали и успешно предлагают лечебные программы на основе минерализованных вод. Например, озеро Карачи располагает отличными целительными ресурсами – высокоминерализованной рапой и биологически активными лечебными грязями.

Область обладает бальнеологическими ресурсами – это лечебные грязи озер Лебяжье и Горькое в Чистоозерном и Купинском районах области [2].

Новосибирская область богата охраняемыми природными территориями с туристическими возможностями, уникальным природным и историко-культурным потенциалом – это Сибирская тайга, степи, возвышенности, горы и пещеры, водоохранные зоны, водопады.

В области насчитывается 25 государственных биологических заказника регионального значения, и 54 памятника природы, разработано более 20 экологических маршрутов. Отметим, что выделенные ресурсы дали толчок к развитию экологического туризма на территории области. В настоящее время в регионе популярными экотропами являются: «Караканский бор», «Бердские скалы», «Обская и Шарчинская степь», «Беловский водопад», «Водопад Бучило», «Барсуковая пещера» [3].

Помимо природных ресурсов в регионе весомое значение для развития туристской отрасли играют исторические ресурсы. На территории Новосибирской области насчитывается около 2,5 тыс. памятников истории и культуры (из них 70% составляют памятники археологии). В музеях Новосибирской области можно познакомиться с археологическими коллекциями [3].

Новосибирская область – это социально-культурный центр Сибири. Регион привлекает большое количество гостей из других городов России, а также иностранных граждан событиями: фестивали, международные выставки и научные форумы, круглый год работают театры и музеи. Организуются экскурсионные туры по городу и районам области.

Главные культурные достопримечательности города.

Городской торговый корпус (здание Новосибирского областного краеведческого музея), один из старейших музейных центров региона. «...Историко – культурная ценность музея заключается в том, что он тесно связан с историей Новониколаевска – будущего Новосибирска и становлением городского самоуправления» [3].

Художественный музей, в котором неизменными экспозициями являются картины Н. Рериха, уникальная коллекция старинных икон, полотна художников XVIII–XX вв. Кроме этого в художественном музее, проводят выставки знаменитых музеев России. Так, с 26 июля по 15 октября 2023 г. прошла выставка «Василий Суриков. К 175-летию со дня рождения», а с 9 февраля 2024 г. в музее представлена выставка мирового художника Питера Пауля Рубенса.

Музей железнодорожной техники под открытым небом, привлекает экспонатами начала XX в. Музей дает возможность познакомиться с тепловозами, электровозами, снегоуборочной техникой, ходившей по Западно-Сибирской дорожной магистрали за всю ее историю.

В Академгородке расположен историко-архитектурный музей под открытым небом, где сосредоточены уникальные памятники архитектуры и археологии региона. Музейные зоны, расположенные на территории доступны для посещения: усадьба старожилов Восточной Сибири XIX в., Казымский острог, ветряная мельница на «ряже», нанайский промысловый амбар, бурятская войлочная юрта. Музей позволяет ознакомиться с традициями, бытом и культурой большинства народов Сибири.

Особый интерес у жителей и гостей г. Новосибирска вызывают театры – «Сибирский Коллизей» или Новосибирский государственный академический театр оперы и балета (НОВАТ), драматические театры «Красный факел», «Старый Дом», «На левом берегу», молодежный театр «Глобус», кукольный театр и Новосибирский театр музыкальной комедии.

Новосибирск не только культурный центр, но и научный мегаполис, который в первую очередь ассоциируется с Академгородком, Наукоградом Кольцово, Технопарком.

В регионе развита выставочно-ярмарочная деятельность, традиционно привлекающая в область множество заинтересованных путешественников из соседних российских регионов и стран СНГ. Новосибирский Экспоцентр один из самых крупных выставочных центров в азиатской части России. На территории Экспоцентра в течение года проводятся тематические выставки, сочетающиеся с научными мероприятиями.

Регион имеет огромный потенциал для развития религиозных туров. Новосибирская область славится монастырями, храмами, святыми источниками о которых знают далеко за пределами региона. Например, путешественник совершающий религиозное паломничество, может посетить Вознесенский кафедральный собор, Православный приход в честь Рождества Пресвятой Богородицы, Православный приход в честь Серафима Саровского, Храм святых новомучеников российских, церковь в честь Успения Божьей матери, святой источник (с. Ложок Искитимского района) [3].

Проанализировав ресурсную основу, необходимую для развития туристической деятельности на территории региона выделим основные виды туризма, которые пользуются большой популярностью: деловой, событийный, транзитный, оздоровительный, рекреационный, культурно-познавательный, детский туризм, экстремальный, экологический, религиозный, этнический и др. [4]. Детальное описание популярных видов туризма по городу и районам области представлены в таблице.

Виды туризма по районам Новосибирской области

Вид туризма	Объекты туризма	Город (район) сосредоточения объекта туризма
Деловой	Международный выставочный комплекс (МВК) «Новосибирск Экспоцентр» – ведущая деловая площадка региона, в котором проходят межгосударственные деловые встречи, отраслевые и специализированные региональные и международные форумы, конгрессы, конференции и презентации, самым популярным мероприятием в «Экспоцентре» является ежегодный международный форум «Технопром», проводимый в конце лета	Город Новосибирск
Событийный	Ежегодные мероприятия: зимний средневековый фестиваль «Сибирский плацдарм», Транссибирский «Арт-фестиваль», Межрегиональный театральный фестиваль «Ново-Сибирский транзит», Сибирский фестиваль молодежных субкультур ZNAKI, фестиваль «Сибирский огонь», День города	Город Новосибирск
	Городской фестиваль исторической реконструкции и боевого фехтования «Княжий двор», национальный праздник «Сабантуй», «Праздник плуга», «Рождественские колядки», «Масленица», «Сорочинская ярмарка»	Колыванский район
	Авиашоу	Село Мочище
	Фестиваль песчаных фигур «Сибирь безбрежная», фестиваль производителей «Бердский пельмень», творческий конкурс «Модная провинция»	Город Бердск
	Раз в два года проходит международный фестиваль «Играй, гармонь!» им. Г. Заволокина	Ордынский район
Оздоровительный (рекреационный)	На территории города и области имеется 23 санаторно-курортной организации различной ценовой категории, с различными видами лечения и дополнительными услугами для любого возраста; популярные санаторные курорты – «Доволенский», «Краснозерский», «Озеро Карачи», «Парус» и др.	Поселок Кудряши, город Бердск, Доволенский, Чановский, Купинский районы
Культурно-познавательный	Ежегодный «Рождественский фестиваль искусств», Всероссийская выставка-ярмарка «Покровская осень», «Встречи в Сибири» – международный фестиваль документальных фильмов, концертный зал им. А. М. Каца, консерватория, театры, памятники архитектуры, музеи Солнца, городской центр истории новосибирской книги, музей авиации им. А. И. Покрышкина, музей истории и архитектуры Сибири им. С. Н. Баландина, музей истории Западно-Сибирской железной дороги	Город Новосибирск
Спортивно-приключенческий	Дайвинг, мраморный карьер	Село Абрашино, Ордынский район
	Дайвинг, Даниловское озеро	Кыштовский район
	Горнолыжные трассы	Село Новососедово, Искитимский район, село Юрманка, Маслянинский район
	Рафтинг, сплавы на байдарках, катамаранах, каноэ или каякинг	правый приток реки Обь, река Каракан, село Завьялово, Искитимский район
	Сибирский фестиваль бега им. А. Раевича (ежегодно, в первую субботу сентября)	Город Новосибирск

Окончание

Вид туризма	Объекты туризма	Город (район) сосредоточения объекта туризма
Этнический (этнографический)	Комплекс Юрт-Акбалык исторического, этнографического и археологического культурного наследия одной из ветвей сибирских татар, проведение мастер-классов по производству лодок-долбленок	Село Юрт-Акбалык, Колыванский район
	Село Новая Качемка, поселение татар-переселенцев с Поволжья, где соблюдаются традиции, проводятся национальные праздники	Убинский район
Экологический (сельский)	Мини-кластер «Апи Хуторок» в селе Битки, гончарная мастерская в селе Мереть, гостевой дом «В гостях у бабушки»	Сузунский район
	Суенгинский водопад, молочная ферма «ЭкоНива», Березовские скалы и скала «Собачий камень»	Маслянинский район
	«Каменистая степь у села Новососедово», водопад «Бучило», «Беловский водопад», государственный природный заказник «Легостаевский», гора «Зверобой», Бердские скалы, река «Малый Ик», скала «Альпинист» на реке Бердь, «Каменные ворота», «Форт Хаски», экопоселение «Благодара»	Искитимский район
	Экоферма и контактный зоопарк, «Никольская ярмарка»	Мошковский район
Научный	Академгородок, биотехнопарк, наукоград Кольцово, Парк чудес «Галилео», где посетителям можно познакомиться с законами физики, планетарий Новосибирска	Город Новосибирск
Детский	Цирк, зоопарк, кукольный театр, Фестиваль игр, Шествие елочных игрушек 2024 г.	Город Новосибирск
	Детские лагеря с оздоровительными программами, палаточные лагеря, полевые лагеря	Село Боровое, Новосибирский район, Искитимский район, город Бердск, Ордынский и Коченевский районы
Религиозный	Православные храмы и религиозные сооружения других конфессий в Новосибирске, деревянные сельские храмы, святой источник в селе Ложок, старообрядческие сооружения	Город Новосибирск, Искитимский район, г. Бердск, Ордынский и другие районы области

Таким образом, Новосибирская область – современный мегаполис, с выгодным географическим положением, обладающий разнообразными ресурсами, которые можно разделить на две группы:

- природно-климатические ресурсы (минеральные воды, лечебные грязи, соленые и пресные озера, пещеры, водопады и др.);
- историко-культурные ресурсы (памятники истории и культуры, памятники археологии, театры, музеи, научные центры, храмы и др.).

Комплекс ресурсов дал толчок к развитию таких видов туризма, как событийный, религиозный, экологический, культурно – познавательный, лечебный и др.

Список использованной литературы

1. **Итоги** развития туризма Новосибирской области [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития Новосибирской области. – Режим доступа: https://econom.nso.ru/sites/econom.nso.ru/wodby_files/files/page_374/o_razvitiit_turizma_v_nso_itogi_2022_itog.pdf. – Дата доступа: 25.02.2024.
2. **Официальный** сайт Новосибирской ассоциации туристских организаций (НАТО) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nato-nsk.ru/>. – Дата доступа: 27.02.2024.
3. **Официальный** сайт туристско-информационного центра города Новосибирска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://welcome-novosibirsk.ru/>. – Дата доступа: 27.02.2024.
4. **Территориальный** орган Федеральной службы государственной статистики по Новосибирской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://novosibstat.gks.ru/statistic/>. – Дата доступа: 21.02.2024.

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В данной статье проанализированы тенденции цифровизации мировой экономики и обозначены особенности и основные направления торгово-экономической деятельности национальной экономики в условиях формирования цифровой экономики.

This article analyzes the trends in the digitalization of the world economy and outlines the features and main directions of trade and economic activity of the national economy in the conditions of the formation of the digital economy.

Ключевые слова: цифровая экономика; мировой рынок электронной торговли; информационный продукт; информационная услуга; электронная коммерция; электронная торговля.

Key words: digital economy; global e-commerce market; information product; information service; e-commerce; e-commerce.

Информационный рынок – система экономических, организационных и правовых отношений по продаже, покупке и распространению информационных ресурсов, технологий, продукции и услуг. Объектами информационного рынка являются информационные продукты и услуги. Производство мировых товаров и услуг в год растет на 10%, а информационных продуктов и услуг – на 30% и более.

Электронная коммерция формирует принципиально новый уровень отношений между поставщиком и потребителем на глобальном мировом уровне, нивелируя географические и социально-политические границы. Электронная коммерция (e-commerce) охватывает всю коммерческую деятельность, осуществляемую через электронные сети, включая продажу товаров и услуг, перевод средств, деятельность по онлайн-маркетингу, сбор и обработку данных. Более узкое определение фокусируется в первую очередь на предоставлении потребительских товаров и услуг через каналы онлайн-продаж, т. е. сети розничной электронной торговли, предназначенные для продажи продуктов (товаров и услуг) конечным потребителям [1].

Основными видами электронной коммерции являются электронный обмен данными (Electronic Data Interchange, EDI), электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT), электронная торговля (e-trade), электронные деньги (e-cash), электронный маркетинг (e-marketing), электронный банкинг (e-banking), электронные страховые услуги (e-insurance).

Объем мирового рынка электронной коммерции в 2024 г. оценивается примерно в 6,3 трлн долл. США. Ожидается, что это число продолжит расти в течение следующих нескольких лет, доказывая, что бизнес-модель электронной коммерции становится все более прибыльным вариантом для компаний. Онлайн-продажи продолжают расти. В 2025 г. мировые продажи электронной коммерции, по прогнозам, вырастут до 6,9 трлн долл. США, а в 2026 г. увеличатся еще на 600 млрд долл. США и составят 7,5 трлн долл. США. По оценкам, к 2027 г. мировые розничные продажи электронной коммерции превысят 8 трлн долл. США. С 2021 по 2027 гг. ежегодные продажи электронной коммерции в мире, по прогнозам, увеличатся на 3 млрд долл. США. Это означает общее увеличение на 61,1% и среднегодовые темпы роста на 8,3%. Основными игроками на рынке электронной коммерции являются Китай и США. Продажи электронной коммерции в этих двух странах составили в 2023 г. более 4,1 трлн долл. США. Фактически, более половины из десяти крупнейших компаний родом либо из Китая, либо из США [2].

Факторами роста объемов электронной коммерции последние пять лет эксперты называют пандемию коронавируса, которая ускорила переход к онлайн-покупкам, и проникновение мобильных технологий в жизнь потребителей. Например, количество людей, совершающих онлайн-покупки по всему миру, выросло на 8,3% в 2022 г. и достигло 4,11 млрд и почти 60% этих онлайн-покупок было потрачено на мобильные устройства. Фактически, продажи мобильной коммерции также будут расти. В 2024 г. общий объем продаж с мобильных устройств, по прогнозам, достигнет 2,5 трлн долл. США по сравнению с 2,2 трлн долл. США в 2023 г. [2].

Нами изучены и уточнены последние тенденции на мировом рынке онлайн-торговли:

– полная кастомизация. Все больше онлайн-магазинов внедряют технологии анализа поведения пользователей, связанные с искусственным интеллектом и машинным обучением. Интеллектуальные технологии позволяют составить точный портрет клиента, изучить его покупательские привычки и поведение в сети. Благодаря этому магазины лучше понимают каждого пользователя и делают наиболее привлекательные индивидуальные предложения;

– Photo Shopping. Благодаря умному поиску товаров по изображению можно отыскать в интернет-магазинах понравившуюся вещь, даже не зная ее названия или бренда;

– голосовой поиск. Многие люди используют Alexa, Google Assistant, Siri для осуществления покупок, платежей, проверки баланса;

– использование видео-контента. Видео-контент, размещенный в интернет-магазине прямо на странице товара, благоприятно влияет на покупательскую способность клиентов, а также повышает лояльность к продавцу, увеличивая продажи на 60–80%;

– покупки через мессенджеры. Молодые люди привыкли общаться через мессенджеры, поэтому они все чаще и покупки делают через мессенджеры, для них это удобно и привычно;

– онлайн-примерка. Новые решения позволяют потребителям сразу увидеть, как будет смотреться та или иная вещь в интерьере. Так можно выбирать товары для дома, одежду, бытовую технику и другие категории товаров;

– рост роли маркетплейсов. В течение последних десяти лет маркетплейсы отвоевывают позиции у обычных интернет-магазинов. Amazon, Alibaba, Ebay, а также крупнейшие национальные маркетплейсы занимают почти половину общего объема рынка;

– устойчивое слияние онлайн- и офлайн-покупок. Омниканальность сегодня не просто тренд, а необходимость. В интернет вышли не только люди, но и умные машины, которые ищут товары для своих хозяев. Поэтому нужно строить мультиканальные системы продаж, сочетающие интернет-магазин и офлайн-витрину товаров;

– мгновенная доставка. 96% покупателей хотят доставку в течение 24 ч. Сейчас некоторые онлайн-магазины предлагают такую возможность, доставляя товар в день заказа домой, в офис или специальную точку самовывоза;

– непрерывное общение с клиентом с помощью чат-ботов. Очень многие онлайн-продавцы используют искусственный интеллект для постоянного (днем и ночью) общения со своими клиентами. Сейчас с помощью чат-бота можно уточнить любой вопрос, заказать еду на дом, купить билеты на мероприятие;

– переход B2B в онлайн. Уже сейчас 89% покупателей ищут нужный B2B-товар онлайн.

Республика Беларусь имеет значительный потенциал на пути создания цифровой экономики, фундаментом которой являются традиционные отрасли (промышленность, агропромышленный комплекс, энергетика, строительство, транспорт, торговля), обеспечивающие базовые жизненные потребности человека. Цифровизация является неотъемлемой частью инновационного развития Республики Беларусь, приоритеты которого определены в Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг. Внедрение информационно-коммуникационных и передовых производственных технологий в отрасли национальной экономики и сферы жизнедеятельности общества главная цель государственной программы «Цифровое развитие Беларуси на 2021–2025 гг.» [3].

Приоритетами «Цифровой повестки Евразийского экономического союза (ЕАЭС) до 2025 года», принятой Решением Высшего Евразийского экономического совета Евразийского экономического союза стали: цифровая прослеживаемость движения продукции, товаров, услуг и цифровых активов; цифровая торговля; цифровые транспортные коридоры; цифровая промышленная кооперация; соглашение об обороте данных (в том числе о защите персональных данных); система регулятивных песочниц.

В феврале 2019 г. на форуме в Алматы «Цифровая повестка в эпоху глобализации 2.0. Инновационная система Евразии» были обсуждены четыре стартовавших совместных проекта стран-членов ЕАЭС:

– Евразийская сеть промышленной кооперации, субконтракции и трансфера технологий. Основная цель проекта – благодаря обмену информацией стимулировать создание евразийских производственных цепочек добавленной стоимости, которые приведут к созданию евразийских транснациональных компаний (ТНК);

– цифровая экосистема обеспечения трудоустройства и занятости граждан государств-членов ЕАЭС. Цель проекта – создание Евразийской электронной биржи труда;

– цифровая экосистема цифровых транспортных коридоров ЕАЭС. Проект позволит оптимизировать процессы перевозки и декларирования грузов за счет использования единых

электронных документов, электронных пломб и меток грузов, а также унификацию экспедиторских сервисов;

– система цифровой прослеживаемости товаров. Проект призван помочь бизнесу, потребителям и госорганам видеть весь путь товара от производства до потребителя с целью упрощения взаимодействия всех участников цепочки.

По оценкам экспертов, реализация цифровой повестки может обеспечить к 2025 г. рост занятости на цифровом пространстве ЕАЭС в отрасли информационно-коммуникационных технологий на 66,4%, что обеспечит дополнительный рост общей занятости на 2,5% и дополнительный прирост объема экспорта услуг информационно-коммуникационных технологий до 74%.

Наиболее популярными видами электронной коммерции в Республике Беларусь являются электронная торговля (e-trade), электронный банкинг (e-banking), электронные деньги (e-cash), электронный маркетинг (e-marketing), электронный обмен данными (Electronic Data Interchange, EDI).

В Республике Беларусь используются следующие виды электронных продаж:

- коммерческое взаимодействие между компаниями (рынок B2B): b2b.by, bntdtorg;
- розничная электронная торговля (рынок B2C): 21vek.by, wildberries.by, evroopt.by, onliner.by;
- взаимодействие потребителей между собой (рынок C2C): kufar.by, ladoni.by, minsk.irr.by, slanel.by;
- взаимодействие коммерческих структур с государственными организациями (рынок B2G): goszakupki.by, icetrade.by, zakupki.butb.by;
- взаимодействие частных лиц с государственными структурами (рынок C2G): модели электронного бизнеса C2G могут содержать элементы электронной коммерции, например, для сбора налогов.

Наиболее популярными интернет-магазинами в Республике Беларусь являются: «21 век», «ОМА», Aliexpress, Xistore.by, Imarket. В 2021–2023 гг. крупные российские маркетплейсы проявили небывалую активность на белорусском рынке: Ozon официально стал частью e-commerce в Беларуси, а Wildberries объявил о запуске программы открытия брендированных пунктов выдачи заказов. Кроме этого, белорусы продолжают активно покупать на китайском Aliexpress. Местные игроки тоже не стояли на месте. Onliner провел ребрендинг, а количество интернет-магазинов, продающих на Deal.by превысило 7 000 по всей стране – 80% интернет-предпринимателей находятся в Минске, а в регионах по количеству продавцов лидируют Гомельская и Брестская области [4].

В Республике Беларусь существует большой потенциал развития интернет-торговли. Для этого в нашей стране имеются все необходимые составляющие для успешного развития электронной торговли, а именно: внедрение высокоскоростного интернета по всей стране; компактность – относительно небольшая территория республики, что способствует доставке товара в любую точку страны в течение суток; мобильный интернет; низкие цены на трафик; популяризация использования сети Интернет населением [5].

Список использованной литературы

1. Головенчик, Г. Г. Цифровая экономика / Г. Г. Головенчик, М. М. Ковалев. – Минск : Изд. центр БГУ, 2019. – 395 с.
2. Global Ecommerce Sales Growth Report [Electronic resource] // shopify.com. – Mode of access: <https://www.shopify.com/id/blog/global-ecommerce-sales/>. – Date of access: 23.03.2024.
3. О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 гг. [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 2 февр. 2021 г., № 66 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2024.
4. Число интернет-магазинов в Беларуси с начала года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/>. – Дата доступа: 17.03.2024.
5. Беларусь демонстрирует рост онлайн-продаж и интернет-магазинов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thinktanks.by/>. – Дата доступа: 17.03.2024.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ ОБЩЕГО РЫНКА ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ГОСУДАРСТВ – ЧЛЕНОВ ЕАЭС

В данной статье выполнен анализ конкурентных отношений в энергетике стран ЕАЭС при формировании единого рынка энергии и мощности.

This article analyses competitive relations in the energy sector of the EAEU countries during the formation of a unified energy and capacity market.

Ключевые слова: энергетика; ЕАЭС; единый рынок энергии и мощности; правила регулирования; конкуренция; индекс Херфиндаля – Хиршмана; индекс Холла – Тайдмана.

Key words: energy; EAEU; unified energy and capacity market; regulation rules; competition; Herfindahl-Hirschman index; Hall-Taidman index.

Мировой опыт управления энергетическими рынками представлен следующими основными моделями: вертикально-интегрированная; единого закупщика; независимого производителя и конкурентная модель, каждая из которых имеет свои преимущества и недостатки [1].

Как показал анализ, наиболее популярной является конкурентная модель ввиду очевидных преимуществ для частных инвесторов при вхождении на рынок. Модель единого закупщика, предусматривающая значительное влияние на функционирование отрасли государства, распространена на территории Европы. В странах, где энергетический сектор является естественной монополией, используется вертикально-интегрированная модель управления энергетикой [1].

В поисках путей повышения эффективности, как энергетики, так и экономики страны в целом мировой практикой накоплен значительный опыт в использовании различных направлений реформирования электроэнергетики в более конкурентный и эффективный вид экономической деятельности. Это может быть осуществлено, в частности, посредством:

- приватизации (главным образом акционирования) предприятий электроэнергетики;
- перестройки структуры энергетики;
- либерализации или дерегулирования (ослабления государственного регулирования) в энергетике.

Цели преобразований, которые осуществляются в электроэнергетических секторах разных стран мира, различны. Прежде всего, они определяются состоянием электроэнергетики на момент реформирования, экономическим положением страны, а также объемами инвестиций в электроснабжение.

На текущий момент по странам, входящим в Евразийский экономический союз (ЕАЭС), отличия в полноте обеспечения энергетическими ресурсами, в подходах к управлению энергетикой, роли государства в этом процессе, формировании тарифов на энергию, степени вовлечения предпринимательских структур в технологический процесс производства энергии, достаточно существенны. Поэтому подписанное Соглашение о методологии формирования индикативных (прогнозных) балансов газа, нефти и нефтепродуктов в рамках ЕАЭС позволит определить единые, унифицированные методологические подходы к разработке союзных балансов энергетических ресурсов [2, 3].

В создаваемом общем энергетическом рынке, в тоже время, присутствует неравномерность интересов стран-участниц. Богатые на ресурсы Россия и Казахстан перераспределяют имеющиеся ресурсы для производства энергии Армении, Кыргызстану и Республике Беларусь и, таким образом, закрепляют свое доминирующее положение на рынке ресурсов. Практика прошедших лет свидетельствует о развитии двухстороннего сотрудничества стран, в том числе и в области энергетики, где лидером является Российская Федерация, которая активно вовлечена в деятельность различных структур [2, 4].

Учитывая значительные различия в действующих моделях национальных рынков стран ЕАЭС, было установлено, что при формировании общего энергетического рынка (ОЭР) стран ЕАЭС не будут отменены национальные рынки. Вновь создаваемый рынок станет дополнительным, на котором будут действовать общие правила для трансграничной торговли внутри ЕАЭС.

Регламент действия рынка должны определять следующие документы, разработка которых еще не завершена:

- правила взаимной торговли электрической энергией на ОЭР ЕАЭС;
- правила доступа к услугам по межгосударственной передаче электрической энергии (мощности);
- правила определения и распределений пропускной способности межгосударственных сечений;
- правила информационного обмена на ОЭР ЕАЭС.

Как показал анализ национальных энергетических рынков стран-членов ЕАЭС, в Республике Беларусь и в Киргизской Республике рынок отсутствует. В Российской Федерации и в Республике Казахстан энергетика функционирует по модели конкурентного двухуровневого рынка электрической энергии, а в Армении – единственный покупатель–продавец. Соответственно, в этих странах рынок представлен оптовым рынком энергии и мощности, и розничным рынком (Армения). Проведенный анализ показал, что при вхождении в ОЭР страны имеют различные стартовые условия, что вызовет в последствии, объективные трудности при гармонизации работы рыночных структур [1].

Общепринято, что при исследовании конкурентных отношений чаще всего ограничиваются расчетом одного из показателей структуры. Например, Федеральная антимонопольная служба России при оценке уровня конкуренции на оптовом рынке электроэнергии рассчитывает доли крупнейших фирм и выделяет организации, занимающие доминирующее положение в первой и второй ценовых зонах. Однако, по мнению специалистов, указанный подход к оценке конкуренции является недостаточным, так как определяет только рыночную силу производителей и не отражает других аспектов оптового рынка электрической энергии, с помощью которых можно комплексно подойти к такой оценке.

Для более глубокого анализа уровня конкуренции на национальном энергетическом рынке могут быть использованы следующие направления:

- баланс рыночной силы производителей и потребителей электроэнергии;
- барьеры входа и выхода;
- степень государственного влияния.

Каждое из указанных направлений требует своих оцениваемых показателей (таблица).

Оцениваемые показатели уровня конкуренции на рынке энергии

Направления анализа конкуренции	Оцениваемые показатели
Баланс рыночной силы производителей и потребителей электроэнергии	Доля трех крупнейших фирм (структурный показатель); Индекс Херфиндала – Хиршмана (HHI) (структурный показатель); Доли ценовых заявок потребителей и производителей на рынке на сутки вперед
Барьеры входа и выхода	Сопоставление цен (конкурентного отбора мощности и договоров о предоставлении мощности; Структура включенного генерирующего оборудования
Степень государственного влияния	Сопоставление долей конкурентных и не рыночных механизмов в структуре торгов электроэнергией и мощностью; Сравнение условий торговли оптовой и розничной генераций; Объем перекрестного субсидирования

Для оценки конкуренции на рынках энергии чаще всего используют технико-экономические показатели, например, установленную мощность. Однако, для получения более полной картины, их можно дополнить традиционными экономическими показателями деятельности рыночных структур.

Для оценки уровня конкуренции на национальных энергетических рынках стран-членов ЕАЭС воспользуемся следующими структурными показателями:

- индекс Херфиндала – Хиршмана, который рассчитывается как сумма квадратов долей, занимаемых на рынке всеми действующими на нем продавцами;

– индекс принимает значения от нуля (в случае совершенной конкуренции, когда на рынке бесконечно много продавцов) до единицы (когда на рынке действует только одна фирма, производящая 100% выпуска); при расчете рыночных долей в процентах, индекс принимает значения в диапазоне от 0 до 10 000;

– индекс Холла – Тайдмана (НТ) учитывает не только рыночные доли фирм, но и степень их значимости (ранги, R). Рассчитывается на основе сопоставления относительных рангов фирм на рынке.

Для рынка совершенной конкуренции значение данного показателя равно нулю, для рынка монополии – равное единице.

Анализ свидетельствует о следующем:

– для всех стран, кроме Российской Федерации, национальный энергетический рынок можно охарактеризовать, как высококонцентрированный рынок, так как значения индекса Херфиндала – Хиршмана больше 1800. Для энергетического рынка России этот показатель равен 1 281,26, что позволяет охарактеризовать рынок как умеренно-концентрированный рынок;

– индекс Холла – Тайдмана (НТ) принимает значения от 0,136 (Армения) до 0,726 (Киргизия), что говорит о существенных отличиях в странах по уровню монополии на рынке. То есть, для Армении и Российской Федерации характерно наличие конкурентной среды в энергетике. Энергетика Киргизии близка к монополии;

– энергетика Республики Беларусь, единственная из стран-членов ЕАЭС, имеет вертикально-интегрированную, не рыночную структуру;

– наиболее развитым энергетическим рынком следует признать рынок Казахстана и Российской Федерации;

– в Республике Беларусь и в Киргизии тарифы на энергию регулируются государством. В Российской Федерации тарифы для юридических лиц формируются на рынке, а для физических лиц – регулируются государством. В Казахстане предельные цены регулируются государством. В Армении регулирование тарифов осуществляется специально созданным органом – государственной Комиссией по регулированию общественных услуг.

В целом, национальные рынки энергии можно охарактеризовать как высококонцентрированные с отдельными крупными игроками на нем. Следует отметить, что это могут быть как организации только государственной формы собственности (Республика Беларусь), так и кооперативной, частной и иностранной. Отличия по формам собственности могут наблюдаться и по источникам генерации. Например, для атомной энергетики характерна государственная форма собственности. В тоже время, генерация с использованием возобновляемых источников энергии (ВИЭ), чаще всего характеризуется частной формой собственности.

Особенности существующих национальных энергетических рынков должны предопределить и этапность вхождения стран в ОЭР. Для функционирования полноценного ОЭР необходимо учитывать особенности энергетических систем стран-партнеров, сложившийся уровень конкуренции на рынке, наличие нормативно-законодательной базы в сфере энергетики и ее гармонизация с другими странами, соблюдение баланса экономических интересов и др.

Список использованной литературы

1. **Манцерава, Т. Ф.** Особенности конкуренции и рынки в энергетике / Т. Ф. Манцерава, Е. П. Чиж // Женщины-ученые Беларуси и Казахстана : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 марта 2018 г. / Респ. ин-т высш. шк. ; редкол. : И. В. Казакова [и др.]. – Минск, 2018. – С. 304–307.

2. **Манцерава, Т. Ф.** Основные подходы к использованию ВИЭ в ЕАЭС / Т. Ф. Манцерава, Е. П. Корсак // Материалы форума «Развитие интернационализации и экономической интеграции в новых реалиях» в рамках 19-го Международного научного семинара «Мировая экономика и бизнес-администрирование» : XXI Междунар. науч.-техн. конф. «Наука – образованию, производству, экономике», Минск, 23–24 марта 2023 г. / Бел. нац. техн. ун-т. – Минск, 2023. – С. 42–44.

3. **Манцерава, Т. Ф.** Развитие альтернативной энергетики стран ЕАЭС [Электронный ресурс] / Т. Ф. Манцерава, Е. П. Корсак // Актуальные вопросы экономики в современных условиях: материалы Междунар. науч. конф. / Кабардино-Балкар. гос. ун-т им. Х. М. Бербекова. – Нальчик, 2022. – Т. 1. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

4. **Ефанова, Е. В.** Политика энергетической безопасности стран ЕАЭС: приоритеты и противоречия / Е. В. Ефанова, А. А. Кирпота // Русская политология. – 2019. – № 2 (11). – С. 31–37.

ПРОЦЕСС АДАПТАЦИИ РАБОТНИКОВ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

В статье рассмотрен процесс адаптации сотрудников в организации, его этапы. Отдельное внимание было уделено рассмотрению отечественного и зарубежного опыта адаптации работников, а также предложены авторские этапы адаптации для отечественных организаций.

The article discusses the process adaptation of employees in the organization, its stages. Special attention was paid to the consideration of domestic and foreign experience in the adaptation of employees, as well as the author's stages of adaptation for domestic organizations were proposed.

Ключевые слова: адаптация; кадровый менеджмент; этапы процесса адаптации; виды адаптации.

Key words: adaptation; personnel management; stages of the adaptation process; types of adaptation.

Кадровый менеджмент выступает главным направлением успешной деятельности организации. Для многих организаций сохранение кадров является серьезной проблемой. В нашей статье мы хотим отметить тот факт, что эффективная работа организации зависит не только от грамотного подбора персонала, но и от процесса адаптации новых сотрудников. Адаптация персонала в организации – необходимая часть кадрового менеджмента. Хорошо организованный проект по адаптации персонала – гарант получения отдачи и проявления инициативы, закрепляемости работника в организации. Адаптацию персонала часто путают с испытательным сроком, однако основное отличие адаптации от испытательного срока в том, что испытательный срок направлен только на профессионализацию сотрудника, тогда как адаптация – в том числе и на социализацию.

Под адаптацией (от лат. *adaptatio* – приспособление) понимается процесс приспособления работника к изменяющимся условиям внешней среды, производства, труда, жизни [1].

Правильное осуществление адаптации определяет эффективность последующей деятельности на рабочем месте, а ее отсутствие может привести к нежелательным установкам работника.

Процесс адаптации состоит из четырех этапов:

Этап 1. Оценка уровня подготовленности новичка необходима для разработки наиболее эффективной программы адаптации. Если сотрудник имеет не только специальную подготовку, но и опыт работы в аналогичных подразделениях других компаний, период его адаптации будет минимальным. Однако следует помнить, что даже в этих случаях в организации возможны непривычные для него варианты решения уже известных ему задач. Поскольку организационная структура зависит от ряда параметров, таких, как технология деятельности, внешняя инфраструктура и персонал, новичок неизбежно попадает в какой-то степени в незнакомую ему ситуацию. Адаптация должна предполагать как знакомство с производственными особенностями организации, так и включение в коммуникативные сети, знакомство с персоналом, корпоративными особенностями коммуникации, правилами поведения и т. д.

Этап 2. Ориентация – практическое знакомство нового работника со своими обязанностями и требованиями, которые к нему предъявляются со стороны организации. Значительное внимание, например в компаниях США, уделяется адаптации новичка к условиям организации. К этой работе привлекаются как непосредственные руководители новичков, так и сотрудники служб по управлению персоналом.

Этап 3. Действенная адаптация. Этот этап состоит в собственно приспособлении новичка к своему статусу и значительной степени обуславливается его включением в межличностные отношения с коллегами. В рамках данного этапа необходимо дать новичку возможность активно действовать в различных сферах, проверяя на себе и апробируя полученные знания об организации. Важно в рамках этого этапа оказывать максимальную поддержку новому сотруднику,

регулярно вместе с ним проводить оценку эффективности деятельности и особенностей взаимодействия с коллегами.

Этап 4. Функционирование. Этим этапом завершается процесс адаптации, он характеризуется постепенным преодолением производственных и межличностных проблем и переходом к стабильной работе. Как правило, при спонтанном развитии процесса адаптации этот этап наступает после 1–1,5 лет работы. Если же процесс адаптации регулировать, то этап эффективного функционирования может наступить уже через несколько месяцев. Такое сокращение адаптационного периода способно принести весомую финансовую выгоду, особенно если в организации привлекается большое количество персонала [2].

В Республике Беларусь процесс адаптации персонала еще не слишком развит либо развит на начальном уровне. Следует отметить, что особое внимание процессу адаптации персонала в компании уделяется в большей степени в крупных международных компаниях, имеющих свои офисы в Минске, и наследующих корпоративные стандарты головного офиса. Также достаточно развит процесс адаптации персонала в белорусских IT-компаниях.

Рассмотрим виды адаптации на примере зарубежных компаний:

1. Secondment, или вторичное обучение – метод, основанный на обмене сотрудниками на определенное время. Например, новый работник переходит в другой департамент компании, чтобы приобрести новые знания, навыки работы, подробнее погрузиться в работу смежного отдела. В результате такого метода у работника повышается трудоспособность, творческий подход в решении нестандартных задач и т. д. Помимо этого у работника уменьшается время адаптации к изменению, например, коллектива.

2. Buddying (от английского друг, приятель) – социальный метод адаптации, который предполагает оказание взаимопомощи или взаимоподдержки членов коллектива, чтобы добиться общей поставленной перед ними цели или задачи. Этот метод основан на предоставлении друг другу объективной и честной обратной связи и поддержки в выполнении целей и задач и в освоении новых навыков. Этот принцип отличается отсутствием какой-либо иерархичности и наличием постоянной двусторонней обратной связи. Такой метод позволяет улучшить отношения между персоналом, сплотить его. Помимо этого работники могут обмениваться полученным во время работы опытом и знаниями, что является одним из примеров самостоятельного обучения персонала компании без привлечения бизнес-тренеров.

3. E-learning предполагает смешанное или дистанционное обучение работников. Для его проведения используются компьютерные технологии, формат которых зависит от уровня и возможностей работника и самой компании. Если взять обычные курсы для работников, то они отнимают огромное количество времени на обучение, так как разбираются теоретические материалы, которые работнику могут быть уже не нужны. Предлагаемый метод более гибкий и индивидуальный, позволяет учитывать имеющиеся у работника теоретические знания, что снижает время на обучение.

4. Job Shadowing – такой метод напоминает наставничество, однако помимо обычного обучения работника он предполагает его полное сопровождение в течение всего трудового дня. Также такой метод предполагает обсуждение с более опытным сотрудником (наставником) любых вопросов, возникающих у нового работника. Метод предполагает, что новый сотрудник становится как бы тенью опытного сотрудника, везде следует за ним, наблюдает и таким образом обучается новой профессии и постепенно вливается в коллектив [3].

Анализ опыта работы зарубежных компаний показывает, что процесс адаптации – далеко не простой процесс, у него не существует универсального правила формирования программы адаптации и ее реализации. Он задействует разные направления адаптации конкретного работника: от разработки индивидуальных стратегий преодоления проблем адаптации до психосоциальной поддержки.

Согласно исследованию Jobvite, проведенному в 2018 г., 30% соискателей уволились с работы в течение первых 90 дней, назвав культуру компании и повседневную работу, не отвечающую ожиданиям, двумя наиболее частыми причинами ухода [3].

В Германии схема адаптации персонала максимально схожа с белорусской. В стране существует специальный закон, в котором прописаны нормы правового режима организации. Этот нормативный документ требует от работодателя полного ознакомления нового специалиста с условиями труда и со спецификой его сферы деятельности, а также представление его будущим сотрудникам по работе. Для этих целей используют личностное общение и тренинги. Новичок проходит ознакомление с нормативными документами, процедурами, получает советы со стороны старших по должностной категории.

Что касается Японии, то программа адаптации новых сотрудников в Японии может достигать двух лет. Она включает в себя: профессиональную подготовку, изучение истории, принципов и целей организации. Для укрепления командного духа новых сотрудников в период адаптации могут поселить в общежитие фирмы. Значительную роль в адаптации персонала играет наставничество. По мнению японцев это один из самых эффективных методов адаптации персонала. Руководители компании стремятся привлечь молодых специалистов со школьной скамьи. Они считают, что отсутствие навыков в работе говорит об их готовности воспринимать правила поведения, которые были приняты в этой организации. После окончания университета за каждым молодым специалистом закрепляется наставник, который, как правило, является выпускником того же университета. Он знакомится с его семьей, бывает у него дома, помогает адаптироваться на новом месте и разрешает возможные конфликты. Такое наставничество проводится до 35 лет. Во время адаптации в Японии новые сотрудники на протяжении трех месяцев проходят подготовку по разработанной фирмой программе. Эта программа построена таким образом, чтобы развить мощный корпоративный дух уже на этапе обучения.

Что касается США, то хорошим примером адаптации служит компания Apple, в которой персонал играет ключевую роль. Первый рабочий день в компании Apple начинается с ознакомительной программы. Каждый новый сотрудник получает пакет, в котором находятся: стикеры Welcome to Apple, документ из HR-отдела и футболка с надписью года начала работы в компании и новый iMac, который должен быть установлен самостоятельно, без технической поддержки. Также в Apple акцент делается на то, как сотрудник будет приспосабливаться к условиям работы в компании самостоятельно и как будет проявлять себя в тех или иных ситуациях. Компания Apple берет в свою команду только сильных и целеустремленных людей, поэтому то, насколько сам сотрудник готов приложить усилия для своей адаптации в компании является важным моментом [3].

Таким образом, процесс адаптации для Республики Беларусь, на наш взгляд, должен выглядеть следующим образом:

- подготовка рабочего места для нового работника (оснащение офисной мебелью и необходимой оргтехникой рабочего места);
- закрепление наставника руководителем;
- представление нового работника коллективу;
- проведение экскурсии по организации, посещение музея;
- посвящение в работники предприятия (вручение сувениров с фирменным логотипом; просмотр видеофильма об истории организации; выступление генерального директора и т. д.);
- организация и проведение адаптационного тренинга для нового работника;
- мониторинг первой недели работы нового работника;
- выполнение плана адаптации: руководитель контролирует текущее выполнение задач, а также ход выполнения мероприятий по адаптации;
- оценка выполненного плана нового работника. Предоставление обратной связи по итогам прохождения адаптации. Адаптация считается пройденной успешно, если работник усвоил и закрепил необходимый объем информации, требуемый для выполнения функциональных обязанностей, выстраивает эффективные коммуникации с сотрудниками организации;
- закрытие плана адаптации нового работника.

В настоящее время возникла необходимость обоснования современной системы взглядов на сущность адаптационного процесса, так как произошла смена мировоззрения и начался процесс переоценки существующей системы ценностей. Грамотно и аккуратно проводимая программа адаптации способна сократить количество затрат организации, увеличить ценность рабочего места, положительно повлиять на поддержание командного духа, т. е. деятельности компании в целом.

Список использованной литературы

1. **Ежукова, И. Ф.** Трудовая адаптация сотрудников [Электронный ресурс] / И. Ф. Ежукова // Концепт. – 2017. – № S1. – Режим доступа: <http://ekoncept.ru/2017/470002.htm>. – Дата доступа: 15.03.2024.
2. **Андреева, Т. В.** Адаптация сотрудников на рабочем месте / Т. В. Андреева // Управление персоналом. – 2011. – № 4. – С. 33–35.
3. **Зарубежный** опыт адаптации персонала, или учимся у лучших [Электронный ресурс] // Центр корпоративного обучения персонала «РЕКТОР». – 2020. – Режим доступа: <https://rector.by/publications-zarubezhnyiy-opyit-adaptatsii-personala-ili-uchimsya-u-luchshih.html>. – Дата доступа: 25.03.2024.

ФАКТОРЫ НЕУСТОЙЧИВОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В данной статье проанализированы факторы неустойчивости региональной экономики.

The factors of instability of regional economy are analyzed in this article.

Ключевые слова: устойчивость; стабильность; сбалансированность; равновесие; развитие.

Key words: sustainability; stability; instability; balance; development.

Устойчивость – состояние системы, при котором возможно противостояние как внутренним неблагоприятным факторам развития, так и агрессивным внешним воздействиям [1]. Понятия «стабильность» и «сбалансированность» имеют некоторые сходства с понятием «устойчивость». Стабильность – состояние системы, сохранение ее признаков и параметров в любых ситуациях. Сбалансированность – состояние системы, при котором сохраняются основные пропорции и соотношения между ее элементами. Понятие «равновесие» предполагает достижение определенного результата в экономике, совпадение интересов субъектов рынка.

Устойчивое развитие – это развитие, при котором достигается удовлетворение жизненных потребностей ныне живущих людей и сохраняется возможность удовлетворить его потребности для будущих поколений [2]. Экономическая самостоятельность региона выражает степень обеспеченности его экономическими ресурсами, позволяющими проводить самостоятельную экономическую политику. Устойчивое развитие региона – это способность региона обеспечивать постоянное повышение промышленного производства, уровня жизни населения, а также противостоять различным неблагоприятным факторам.

На наш взгляд, можно выделить следующие причины неустойчивости региональной экономики: неэффективные межбюджетные отношения; отсутствие или нехватка природных ресурсов; нехватка или недостаточная квалификация трудовых ресурсов; недостаточно диверсифицированный или неэффективный промышленный комплекс; высокий уровень преступности или коррупции; стихийные бедствия; загрязнение окружающей среды и др.

Для анализа устойчивости экономики необходимо проанализировать ряд важных показателей: валовой внутренний продукт (ВВП) (рисунок 1), минимальный размер оплаты труда (МРОТ) (рисунок 2) и инфляцию (рисунок 3).

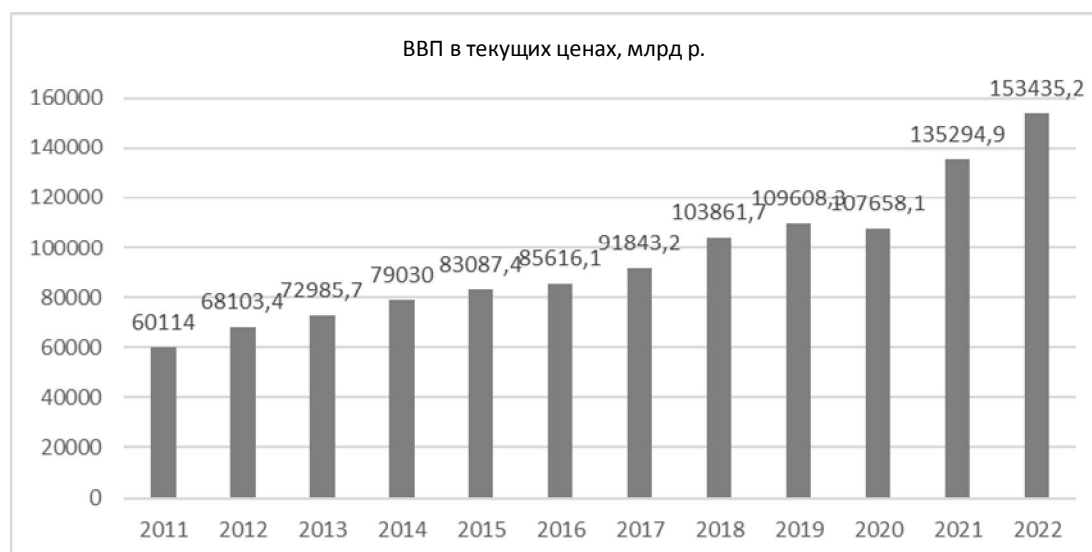


Рисунок 1 – ВВП в текущих ценах с 2011 г.

ВВП (в текущих ценах) с 2011 г. [3] практически каждый год повышался. Исключение составляет лишь 2020 г. (распространение пандемии COVID-19).

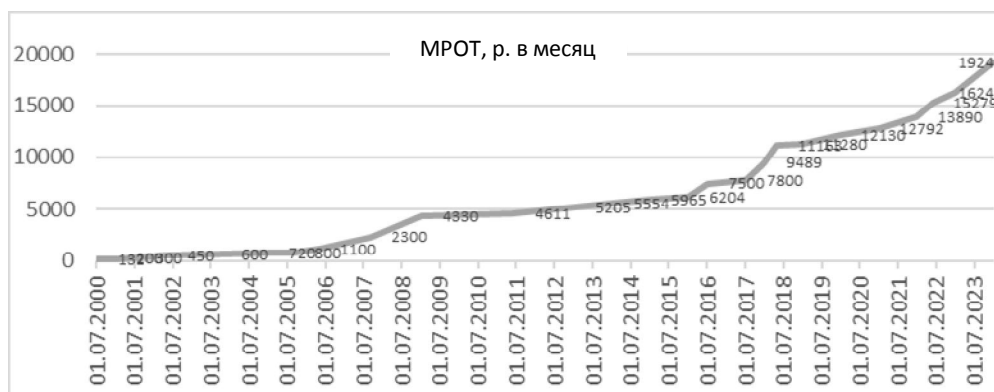


Рисунок 2 – Минимальный размер оплаты труда в РФ с 2000 г.

Минимальный размер оплаты труда с 2000 г. [4] повышался каждый год. Наиболее резкие повышения МРОТ были в 2008, 2018, 2022–2023 гг.



Рисунок 3 – Инфляция в РФ с 2000 г.

Инфляция очень неравномерна, но прослеживаются определенные закономерности. Скачки инфляции были в 2008 г. (мировой экономический кризис, вызванный ипотечным кризисом в США), в 2014 г. (присоединение Крыма и последовавшие за этим санкции), и в 2022 г.

Размер МРОТ следует рассматривать во взаимосвязи с инфляцией, хотя их графики обладают низкой степенью корреляции. Это связано с тем, что Федеральные законы, утверждающие размер МРОТ, принимаются с определенной периодичностью и уже после того, как выросла инфляция, т. е. имеется некий временной промежуток, запаздывание. Инфляция же формируется непредсказуемо. Росстату следует регулярно актуализировать методики расчета инфляции, так как расчетная инфляция не всегда отражает реальный масштаб роста цен.

В последние годы в региональной экономике появились новые малоизученные факторы, такие как пандемии и неблагоприятная геополитическая обстановка.

В 2020 г. начала распространяться пандемия COVID-19. Введенные Государственными органами запреты и ограничения по-разному сказывались на отдельных видах деятельности: культурно-развлекательные и спортивные заведения полностью лишились доходов, а доставка продуктов на дом и интернет-магазины, напротив, вышли в рост. Самые жесткие ограничительные меры затронули авиаперевозки, гостиничный бизнес, общественное питание и сферу услуг, включающую организацию досуга, развлечений, спорта и туризма. Снижение сырьевого и несырьевого экспорта из-за падения мирового спроса сочеталось с уменьшением импорта в результате закрытия границ и каналов международных отношений, что расширяло возможности для импортозамещения. На социально-экономические процессы, вызванные новым коронавирусом, наложилось резкое падение мировых цен на нефть.

По данным «Информации для ведения мониторинга социально-экономического положения субъектов Российской Федерации в январе-мае 2020 г.», разработанной Федеральной службой государственной статистики РФ, самое большое снижение деловой активности наблюдалось в секторе услуг и в торговле, в меньшей мере пострадали обрабатывающая промышлен-

ность и строительство, в добывающей отрасли весьма ощутимое сокращение производства произошло в мае. Более жесткие ограничения и с широким охватом вводились и сохранялись на деятельность организаций сферы услуг, в строительстве и в промышленности они достаточно быстро были сняты, в торговле запреты сохранялись, но касались лишь части видов деятельности. Введенные ограничения негативно повлияли на экономическую активность в стране: в среднем она сократилась почти на четверть. Ограничительные меры, последовавшие за распространением COVID-19 в стране, привели к значительным экономическим потерям, деловая активность в первые два месяца после их введения снизилась в среднем на четверть. Негативное влияние этих мер имело очень разную степень проявления в регионах: некоторые пострадали незначительно, в то время как в других падение экономической активности наблюдалось более чем вдвое. Городская экономика оказалась более устойчивой к ограничительным мероприятиям по сравнению со средними показателями деловой активности. Благодаря диверсифицированной структуре урбанистическая система располагает более широкими адаптационными возможностями и с меньшими потерями проходила первый период чрезвычайных мер. Малый бизнес оказался фактором, поддерживающим экономику регионов [5].

В 2020–2021 гг. в связи с пандемией проявился кризис на рынке полупроводников. От него пострадали отрасли машиностроения, автомобилестроения, микроэлектроники и бытовой электроники. Дефицит полупроводников выразился в снижении предложения высокотехнологичной продукции, что подняло цены и разогнало инфляцию.

В 2022 г. Россия вступила в новый непростой период геополитической напряженности, характеризующийся в том числе беспрецедентным санкционным давлением и радикальным изменением логистических цепочек и рынков экспорта и импорта. Продажа углеводородов стала более сложной и менее прибыльной. Многие международные торговые связи вынужденно переориентировались на другие направления. В отношении России были введены санкции, запрещающие импорт или экспорт отдельных товаров.

По данным Росстата, в 2022 г. ВВП в рыночных ценах в соответствии с методологией системы национальных счетов (СНС) составлял 98,8% показателя 2021 г. [6]. В текущих ценах ВВП в 2021 г. составлял 135 773,7 млрд р., а в 2022 г. – 155 350,3 млрд р. [7]. Однако в постоянных ценах 2021 г. ВВП составил 135 294,9 млрд р., а в 2022 г. – 132 494,7 млрд р. ВВП снизился, но не сильно. Номинальный объем ВВП в 2023 г. составил 171 041,0 млрд р. [8]. Индекс его физического объема относительно 2022 г. – 103,6%, индекс-дефлятор – 106,3%. На увеличение ВВП – (+) 3,6% наибольшее влияние оказал рост индексов физического объема добавленной стоимости в следующих отраслях: обрабатывающие производства – (+)7,0%; строительство – (+)7,0%; оптовая и розничная торговля – (+)7,3%; транспортировка и хранение – (+)3,2%; гостиницы и рестораны – (+)10,0%. Рост физического объема ВВП сложился за счет увеличения внутреннего конечного спроса (+9,1%) при сокращении чистого экспорта.

Расходы на конечное потребление в целом возросли на 5,4% преимущественно за счет расходов домашних хозяйств – (+6,1%), расходы сектора государственного управления увеличились на 3,6%, некоммерческих организаций, обслуживающих домашние хозяйства – на 1,8%. Валовое накопление возросло на 19,8% в большей степени за счет прироста запасов материальных оборотных средств. Валовое накопление основного капитала, включая прирост ценностей, увеличилось на 10,5%.

Структура основных компонентов ВВП в 2023 г. относительно 2022 г. сместилась в сторону увеличения доли внутреннего конечного спроса: расходов на конечное потребление – с 64,9 до 68,7%, валового накопления – с 22,5 до 27,0%. Доля чистого экспорта сократилась с 12,6 до 4,3%.

За двенадцать месяцев 2023 г. рост индекса производства по сравнению с январем-декабром 2022 г. показали обрабатывающие производства – (+)7,5% и энергетический сектор – ((+)0,2%). Сырьевой сектор показал снижение объемов добычи полезных ископаемых по сравнению с январем-декабром 2022 г. на ((–)1,3%) [9].

Важную роль играет импортозамещение. Например, произошел переход на отечественную пищевую упаковку, а также замещен отбеливатель для офисной бумаги, который ранее импортировался из Финляндии. Стоит отметить следующую особенность: если раньше отрасль высокотехнологической продукции существовала по законам экономики (например, микросхемы было дешевле ввозить из-за рубежа), то сейчас ведущую роль играет принцип технологического суверенитета (в критических отраслях необходимо налаживать отечественное производство), и некоторые экономические законы не работают. Налаживание полного цикла выпуска микроэлектроники чрезвычайно дорого и сложно. Ни одна компания и страна не выпускает

микросхемы по полному циклу. Для экономической целесообразности выпуска микросхем также нужен доступ на мировой рынок. Тем не менее, развитие микроэлектроники в России, несомненно, выступит катализатором развития смежных отраслей.

Можно сделать вывод, что экономика России достаточно стойко переносит кризисный период, однако он еще не пройден. Негативные прогнозы относительно падения российской экономики не сбылись, были выстроены новые логистические цепочки, однако имеет место нехватка трудовых ресурсов. Нынешняя экономическая и геополитическая ситуация имеет сильнейшее влияние на региональную экономику России. Экономистам еще только предстоит изучить нынешние факторы неустойчивости региональной экономики, так как в истории еще не было таких периодов. Стоит учитывать также возросший по сравнению с XX в. уровень глобализации и цифровизации. Многие экономические законы не работают, трудно делать какие-либо прогнозы. Однако экономика циклична, кризисы сменяются периодами подъема, поэтому есть основания для оптимизма.

Список использованной литературы

1. **Воробьева, И. П.** Устойчивость экономики и проблемы ее обеспечения в современной России / И. П. Воробьева // Вестн. Томск. гос. ун-та. – Томск. – 2012. – № 1(17). – С. 17–25.
2. **Хайруллов, Д. С.** Проблемы устойчивости социально-экономического развития региона / Д. С. Хайруллов, Л. М. Еремеев // Вестн. Казан. гос. агр. ун-та. – Казань. – 2012. – № 1. – С. 73–76.
3. **Федеральная** служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/ps/accounts/>. – Дата доступа: 27.03.2024.
4. **Величина** прожиточного минимума в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33936/8bf43d584df4ac39ddec19c36e7654dce95bdb62/. – Дата доступа: 27.03.2024.
5. **Коломак, Е. А.** Экономические последствия COVID-19 для регионов России / Е. А. Коломак // ЭКО. – 2020. – № 12. – С. 143–153.
6. **Федеральная** служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://showdata.gks.ru/report/277382/>. – Дата доступа: 27.03.2024.
7. **Федеральная** служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://showdata.gks.ru/report/280029/>. – Дата доступа: 27.03.2024.
8. **Федеральная** служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/230009>. – Дата доступа: 27.03.2024.
9. **Федеральная** служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/229429>. – Дата доступа: 27.03.2024.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

В данной статье рассматривается необходимость развития национальной экономики в экономическом сотрудничестве и партнерстве с дружескими странами, а также в направлении цифровизации различных сфер экономики и преобразовании энергетических отраслей.

This article discusses the need to develop the national economy in economic cooperation and partnership with friendly countries, as well as in the direction of digitalization of various sectors of the economy and the transformation of energy industries.

Ключевые слова: национальная экономика; торговые отношения; экономические санкции; дружеские страны; цифровизация; государственная безопасность; транспортная инфраструктура; логистика.

Key words: national economy; trade relations; economic sanctions; friendly countries; digitalization; state security; transport infrastructure; logistics.

Российская Федерация сегодня занимает одно из главных мест в экономическом, политическом и социальном аспекте развития мира. В последнее время в условиях глобальных противоречий, ограничений в форме выдвинутых санкций Россия направила свои усилия на сохранение своей государственной безопасности, своих национальных интересов, при этом активно разрабатывает и осуществляет свои инициативные проекты с дружественными странами.

Россия имеет четкую позицию на мировой платформе, несмотря на изменения социально-экономического характера, через которые ей пришлось пройти за последние десятилетия, активно участвует в масштабных преобразованиях экономических связей с другими государствами.

Национальная экономика характеризует комплекс экономических взаимосвязей прежде внутри страны. Но будучи открытой экономикой, российская экономическая система на себе испытывает влияние уходящих и вновь возникающих политических, экономических отношений с другими странами [1, с. 109].

Сегодняшний этап развития российской экономики специалисты называют третьим и связан он с переходом от сырьевой экономики к новой национальной экономике – цифровой, высокотехнологичной.

Одной из причин такого перехода стали санкции, выдвинутые по отношению к России и контекст политических, экономических отношений с недружественными странами.

Основными проблемами, с которыми столкнулась экономика России и успешно их преодолела стали:

- резкое падение цен на энергоресурсы;
 - введение антироссийских ограничений и временное падение платежеспособности национальной валюты;
 - падение курсов акций ведущих компаний России на мировом рынке;
 - падение доходов населения и уровня жизни.
- При этом необходимо отметить плюсы, установленных санкционных ограничений:
- быстрый рост отечественных компаний взамен ушедших западных;
 - открытие российскими компаниями филиалов на территории дружественных стран;
 - осуществление государственной поддержки ключевым отраслям национальной промышленности;
 - государство принимает активное участие в развитии экономических процессов на всех уровнях;
 - развитие легкой промышленности, малого предпринимательства в тех секторах экономики, где стала ощущаться нехватка импорта.

Основные направления развития национальной экономики России связаны с цифровизацией, преобразованием логистических связей, развитием промышленности и производственных сил (рисунок).

Основные направления развития экономики России [2]



Прекращение деятельности отдельных российских предприятий и потеря ими своей доли на рынке было вызвано очередным пакетом санкций. Выходом из этой ситуации и расширением совместного перспективного производства стало установление логистических и производственных связей на юго-восточном направлении, сотрудничество с Турцией, Индией, Китаем и рядом других дружественных стран. Контрагенты из Азиатско-Тихоокеанского региона обеспечили поставку в Россию товаров, исключенных из импорта недружественных стран, прежде всего товаров высоких технологий.

Развитие нового шелкового пути представляет для России интерес в направлении развития экономического сотрудничества, не только с Китаем, но и с другими странами, которые расположены вблизи нового пути. Финансирование Транссибирской и Байкало-Амурской железнодорожных магистралей установило новое экономическое взаимодействие с морскими портами Дальнего Востока.

Сегодня Россия старается количественно и качественно улучшить транспортную и логистическую сеть с азиатскими странами, что приведет к росту торговых оборотов, экспорту и развитию инфраструктуры.

Одним из важных элементов инфраструктуры является транспортная инфраструктура. С точки зрения перспективности, наиболее выгодным проектом развития инфраструктуры транспортных связей, является транспортный коридор «Север-Юг». Его продвижение обеспечит России появление новых партнерств торговой и инвестиционной направленности с государствами Евразии.

Следующим направлением развития национальной экономики на современном этапе стало проведение этапа цифровизации отраслей экономики. Ключевыми моментами для современных российских предприятий становится внедрение цифровых технологий в производстве и ведении бизнеса. Отечественные компании внедряют цифровые технологии в процесс управления, на этапе реализации товаров и услуг, а также в механизмы контроля и финансового анализа [3].

Так, любая предпринимательская деятельность, которая производится посредством информационного канала – интернета, выступает примером цифровой экономики. Использование инструментов цифровизации должно стать одним из главных элементов современных компаний. Национальные организации активно участвуют в формировании электронной экономики, используя digital-маркетинг.

Отрасли, которые внедряют цифровые технологии и получают высокие результаты – это здравоохранение, транспорт, агропромышленный и рыбохозяйственный комплексы, государственное управление, образование, строительство и городское хозяйство.

Так, например искусственный интеллект используют при создании «умных ферм», представляющих полностью роботизируемый объект, где не используется труд человека. Состояние, процесс созревания сельскохозяйственных культур отслеживают беспилотные летательные аппараты. Развитие вертикального земледелия возможно только благодаря специальной системе датчиков, которые оптимизируют условия выращивания растений в вертикально расположенных слоях [4].

Всеобъемлющие внешние ограничения сделали необходимым создать лучшие условия для развития инновационного технологического процесса и искоренить зависимость от иностранных государств. Поэтому прогрессивное технологическое развитие требует высокой безопасности в сфере распространения информационных технологий. В связи с этим новый национальный приоритет – информационная безопасность – впервые вошел в обновленную стратегию национальной безопасности России.

Новая стратегия безопасности направлена на защиту от следующих угроз безопасности в кибернетической сфере:

- применение информационных и компьютерных технологий в целях нарушения внутренних дел в России;
- организация хакерских компьютерных атак на российские информационные платформы;
- установление контроля над сетевыми информационными базами в РФ;
- распространение ложной информации с помощью цифровых технологий [5].

Последним направлением развития национальной экономики России выступает функционирование топливно-энергетического комплекса, который обеспечивает энергетическую безопасность страны, а также стимулирует развитие экономики и социального обеспечения в стране. Один из наиболее актуальных способов преобразования комплекса в отношении добычи, переработки, потребления и экспорта сырьевых энергоресурсов в первую очередь следует выделить необходимость переориентации экспорта на страны Азиатско-Тихоокеанского региона, разработку новых и реконструкцию имеющихся материально-технических ресурсов и элементных баз, а также осуществление цифровой трансформации комплекса.

Список использованной литературы

1. **Национальная экономика** : учебник и практикум / Т. О. Разумова, В. М. Кульков, И. М. Теняков [и др.]. – М. : Юрайт, 2019. – 485 с.
2. **Мурсалян, А. В.** Цифровизация экономики и ее влияние на отдельные сектора экономики / А. В. Мурсалян, Т. А. Бочкова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 4–2(86). – С. 47–50.
3. **Ахмедова, С. Р.** Влияние национального проекта «Цифровая экономика» на промышленность России / С. Р. Ахмедова, А. Р. Есина // Проблемы и перспективы развития промышленности России : материалы VII междунар. науч.-практ. конф., Москва, 26 марта 2020 г. – М., 2020. – С. 18–23.
4. **Огнивцев, С. Б.** Цифровизация экономики и экономика цифровизации АПК / С. Б. Огнивцев // Междунар. с.-х. журн. – 2019. – № 2. – С. 77–80.
5. **Савин, С. О.** О подходах России к международной информационной безопасности / С. О. Савин // Междунар. жизнь. – 2022. – № 4. – С. 130–132.

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ВАЛЮТНО-ФИНАНСОВЫМИ КРИЗИСАМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье исследуются методы управления валютно-финансовыми кризисами в национальной экономике Республики Беларусь в период 1998–2020 гг. Дана оценка эффективности применяемым методам.

The article examines the methods of managing monetary and financial crises in the national economy of the Republic of Belarus in 1998–2020. An assessment of the effectiveness of the methods is given.

Ключевые слова: дефицит платежного баланса; обменный курс; рефинансирование; ставка рефинансирования; корзина валют; инфляция; девальвация.

Key words: balance of payment deficit; exchange rate; refinance; refinance rate; currency basket; inflation; devaluation.

История Республики Беларусь как независимого государства начинается с 1991 г. после распада СССР. В 1991–2020 гг. произошли четыре кризиса с валютно-финансовой природой: платежный кризис 1998–1999 гг., валютно-финансовые кризисы 2009, 2011 и 2014–2015 гг.

Кризис 1998–1999 гг. в Республике Беларусь разгорелся из-за накопления дисбалансов в экономике и дестабилизации внешнеторговых отношений, устоявшихся в рамках СССР, а также ввиду влияния финансового кризиса в России в этот период. Основными дисбалансами стали резкое падение внутреннего спроса на экспортных рынках и возрастание конкуренции с импортными товарами; снижение рентабельности предприятий (май 1998 г. – 7,8%, 1997 г. – 26%); рост доли убыточных предприятий (1998 г. – 24%, 1997 г. – 13,7%); неплатежеспособность в отраслях (значительное превышение кредиторской задолженности над дебиторской). Этот разрыв подстегивался высокой инфляцией: предприятия стремились отложить платежи для уменьшения суммы долга, что привело к потере оборотного и основного капиталов. Все это происходило в условиях фиксированного обменного курса, высокого уровня налогообложения (из-за инфляции облагалась не только реальная прибыль, но и часть издержек производства), а государство поддерживало неперспективные сектора экономики и предприятия [1].

Монетарные власти поставили цель расширения кредитования. Национальный банк Республики Беларусь – (НБРБ) выдал банкам целевые рублевые кредиты на сумму более 25,3 трлн р. на кредитование агропромышленного сектора (10,1 трлн р.), жилищного строительства (14 трлн р.), компенсацию вкладов населения. Для финансирования дефицита госбюджета НБРБ проводил его прямое кредитование через покупку государственных ценных бумаг (ГЦБ) при их первичном размещении и после перепродажи на условиях «до погашения» и через операции РЕПО на различные сроки; для поддержки банковского сектора – рефинансирование банков через целевые кредиты (60%), покупку ГЦБ (27,3%), покупку иностранной валюты по операциям СВОП (11%) и выдачу резервных кредитов (1,7%).

Для предотвращения инфляции и девальвации белорусского рубля НБРБ ввел обязательное резервирование части привлеченных ресурсов, для нейтрализации роста денежной массы принята высокая норма обязательных резервов, стимулирование инвестирования банков и привлечения иностранной валюты населения через льготирование резервов; реализовал продажи ГЦБ для изымания денег, выпуск краткосрочных ценных бумаг; организовал кредитование государственных программ за счет ресурсов коммерческих банков.

Цель процентной политики – доступность кредитных средств для предприятий и создание условий для формирования ресурсной базы банков. Ставка рефинансирования была установлена на уровне, сопоставимом с темпами инфляции. Во втором квартале 1998 г. произошло замедление темпов инфляции и НБРБ снизил базовую ставку рефинансирования с 50 до 38%, что было неверным решением, так как экономика еще недостаточно стабилизировалась и ее резкое снижение не способствовало сжатию денежной массы. Финансовый кризис в России усугубил положение и ставка рефинансирования была повышена до 48%.

На валютном рынке наблюдался недостаток иностранной валюты и проблемы в оплате стратегического импорта (бартерные расчеты составили свыше 30% экспорта). На внутреннем

валютном рынке начали функционировать два рынка, разница официального курса и на рынке нерезидентов увеличилась. Для повышения ценовой конкурентоспособности экспорта и создания условий для выравнивания сальдо платежного баланса осуществлена девальвация более высокими темпами чем инфляция (девальвация 348% при инфляции 281,7%). Также были предприняты попытки перехода к единому валютному курсу, но в 1998–1999 гг. положительные результаты не были достигнуты. Инфляция до середины 1998 г. была ежемесячно стабильно до 4%, но неокончательно стабилизовавшаяся экономика и влияние российского кризиса ускорили инфляцию, обусловившую необходимость проведения девальвации.

Начало 2000-х гг. обозначилось относительной макроэкономической стабильностью: курс белорусского рубля был стабильным, инфляция – в пределах нормы. Но мировой финансово-экономический кризис негативно повлиял на национальную экономику.

Влияние кризиса появилось во втором полугодии 2008 г.: внешний спрос на национальные товары и услуги сжался (упал экспорт: 2009 г. к 2008 г. – 69,3%), внешние и внутренние кредитные ресурсы сократились. Результатом сжатия экспорта стало снижение темпов роста валового внутреннего продукта (ВВП) (2008 г. – 10,2%, 2009 г. – 0,2%), рецессия в сфере промышленного производства (2009 г. к 2008 г. – 78,2%, предприятия стали работать на склад). С середины 2008 г. наблюдалось несоответствие спроса и предложения иностранной валюты (валютная выручка сократилась с 4,2 млрд долл. США до 2,5 млрд долл. США при увеличении спроса с 0,55 млрд долл. США до 1,2 млрд долл. США), наблюдался отток иностранного капитала и сокращение рублевых депозитов населения. Для поддержки курса национальной валюты НБРБ продавал иностранную валюту (более 4,5 млрд долл. США); ожидаемый эффект достигнут не был: в начале 2009 г. была проведена разовая девальвация на 20% к основным валютам и отменено валютное кредитование населения.

Для пополнения резервов иностранной валюты правительство прибегло к внешнему финансированию (стабилизационный кредит международного валютного фонда (МВФ): внешний госдолг вырос с 10 до 16,1% ВВП, внутреннего госдолга упал с 6,6 до 5,8% ВВП. В 2009 г. также наблюдался высокий спрос населения на иностранную валюту при одновременном сокращении предложения ввиду роста инфляционно-девальвационных ожиданий. Во время кризиса возросла доля нерентабельных и низкорентабельных организаций с 42,2% в 2008 г. до 47,4% в 2009 г. Удельный вес организаций, получивших чистый убыток по итогам 2009 г., в их общем количестве составил 7,1% против 5% в 2008 г. В 2009 г. по сравнению с 2008 г. отмечен более высокий уровень просроченной кредиторской и дебиторской задолженности: первая на 01.01.2010 г. составила 6,08 трлн р. (рост с 1.01.2009 г. на 16,3%); вторая – 7,24 трлн р. (рост с 01.01.2009 г. на 37,8%) [2].

Цель курсовой политики в 2009 г. – поддержание ценовой конкурентоспособности белорусской продукции. Была проведена разовая корректировка обменного курса белорусского рубля. НБРБ осуществил переход к использованию привязки курса к корзине иностранных валют (доллар США, евро и российский рубль) в рамках 5% горизонтального коридора. Динамика реального курса белорусского рубля носила благоприятный для развития внешней торговли характер. Так, снижение реального эффективного курса белорусского рубля в декабре 2009 г. по отношению к декабрю 2008 г. составило 19,4%, в том числе к российскому рублю – 16,6% [3].

НБРБ оказывал необходимую ресурсную поддержку банкам и манипулировал ставкой рефинансирования и процентными ставками для сглаживания кризисных процессов. С 01.12.2009 г. вследствие замедления инфляционных процессов, стабилизации ситуации на депозитном рынке и для повышения доступности кредитов НБРБ осуществил снижение ставки рефинансирования на 0,5 п. п., установив ее на уровне 13,5%. [4]. В целом кризисные явления были сглажены: рост ВВП (на начало 2011 г. 5,3%), увеличение объема внешней торговли (в 2010 г. к 2009 г. на 20,5%). Денежная масса и обменные курсы росли незначительно. Отрицательными факторами были рост дефицита счета текущих операций (минус 14,5% ВВП в 2010 г., минус 8,3% ВВП в 2011 г.) и отрицательного сальдо первичных доходов (минус 13,1% в 2010 г.), быстрый рост индекса потребительских цен. Это привело к дестабилизации экономики и потребовало проведения срочных мероприятий для стабилизации ситуации.

На фоне ускорения обесценивания национальной валюты НБРБ увеличил коридор колебания до 8%, принял меры по регулированию порядка совершения операций на внутреннем валютном рынке и приостановил валютные интервенции. Жесткая монетарная политика способствовала формированию множественности валютных курсов. 22.03.2011 г. НБРБ прекратил продажу валюты банкам для удовлетворения спроса населения через обменные пункты (продажа только полученной от населения валюты). НБРБ расширил коридор колебаний до 12%; про-

вел единовременную корректировку обменного курса на увеличение стоимости корзины валют на 71%, но перечисленные операции не стабилизировали валютный рынок. Другими мерами были дополнительные торговые сессии на фондовой бирже и переход к режиму управляемого плавления обменного курса. Из-за проведения корректировки обменного курса денежная масса существенно выросла (в 2,2 раза с 2010 г.) [5].

В 2011 г. процентная ставка использовалась как основной инструмент реализации монетарной политики для защиты рублевых вкладов от инфляции. С 1.06.2011 г. НБРБ перешел на рефинансирование банков только посредством стандартных инструментов и на рыночных условиях, приостановлена выдача им кредитов овернайт (кроме государственных банков); с ноября приостановлены все доступные операции при поддержке ликвидности только посредством двухсторонних операций между банками. В июне – августе НБРБ прекратил прямую денежную эмиссию и продолжил повышать ставки рефинансирования для поддержания уровня ликвидности. В условиях жесткой монетарной политики правительство стало размещать на счетах коммерческих банков больше собственных средств, увеличивая банковскую ликвидность.

Для удовлетворения потребности в национальной валюте и покрытия дефицита текущего счета во второй половине 2011 г. осуществлено внешнее финансирование, способствовавшее росту резервных активов до 8 млрд долл. США (средства Антикризисного фонда ЕврАзЭС 3 млрд долл. США), синдицированного кредита Сбербанка для ОАО «Беларуськалий» (часть зачислена в резервы), средства от приватизации компанией ОАО «Газпром» компании ОАО «Белтрансгаз».

Для определения реального рыночного курса рубля фондовая биржа провела дополнительные торги 14.09.2011 г., после чего была проведена девальвация к корзине валют на 190%. С 20.10.2011 г. был осуществлен переход к единой сессии (официальный курс к долл. США – 8 680 р.). К концу 2011 г. обменный курс относительно стабилизировался, даже было отмечено его незначительное укрепление [6]. 2012–2013 гг. были отмечены напряженностью в валютной сфере, но с перспективами на стабилизацию экономической среды. Разгоревшийся энергетический кризис в 2014 г. косвенно повлиял на состояние белорусской экономики.

До 2014 г. цены на нефть устойчиво росли, достигнув 100 долл. США за баррель, после чего произошло резкое снижение ее стоимости на 50% ввиду сокращения добычи странами-экспортерами нефти (ОПЕК). Так как экономика России имеет сырьевую направленность, то падение нефтяных котировок негативно отразилось на состоянии ее валютного рынка. Из-за привязки белорусского рубля к корзине валют, в которой есть российский рубль, валютный кризис в России негативно отразился на национальном валютном рынке. Отрицательное сальдо внешней торговли за четвертый квартал 2014 г. усилило девальвационный тренд белорусского рубля: до декабря 2014 г. НБРБ осуществлял контролируемую девальвацию (12,6% к доллару США, 2% к евро); за декабрь 2014 г. национальная валюта обесценилась на 9,3% к доллару США и на 8% к евро. Ввиду валютного кризиса в России белорусский рубль укрепился к российскому на 28,6% [7].

В 2014 г. наблюдалось стойкое превышение спроса над предложением иностранной валюты, особенно со стороны населения. Это означало развитие спекулятивной атаки. Ответной мерой НБРБ было повышение ставки рефинансирования с 20 до 25% и привязка белорусского рубля к корзине валют с увеличением удельного веса российского рубля до 40%. Этот механизм привязки белорусского рубля к корзине валют реализовывался на основе операционного правила проведения валютных интервенций, предусматривающих минимизацию продажи валюты НБРБ и обеспечение динамики валютного курса рубля с учетом спроса и предложения на валютном рынке с одновременным ограничением волатильности стоимости корзины валют в течение торговой сессии. Если на торгах Белорусской валютно-фондовой биржи (БВФБ) спрос превышает предложение по всем трем торгуемым иностранным валютам, то стоимость корзины валют растет и наоборот [7].

Все это сопровождалось значительным оттоком рублевых депозитов (18.12.2014 г. – 2 трлн р.). В ответ НБРБ и правительство 19.12.2014 г. ввели временный комплекс чрезвычайных мер, направленных на пресечение спекулятивной атаки на национальную валюту: налог на биржевые операции на торгах БВФБ в размере 30%; комиссионный сбор с граждан и предприятий (30%), покупающих валюту на внебиржевом рынке; верхний предел рублевых ставок по срочным депозитам граждан в размере, не превышающем 50% (для банков); ограничения по кредитованию в иностранной валюте юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, имеющих валютную выручку; норма обязательной продажи валютной выручки экспортерами была увеличена до 50% (сокращение до 40% – 25.02.2015 г., до 30% – 01.04.2015 г.).

С помощью ограничений НБРБ провел скачкообразную девальвацию обменного курса национальной валюты. Но во второй половине августа 2015 г. вновь произошло падение курса белорусского рубля к доллару США на 15%, евро на 18,7% и российскому рублю на 4,1%. За 2015 г. девальвация белорусского рубля к доллару США составила 56% с 11 900 р. (01.01.2015 г.) до 18 569 р. (01.01.2016 г.), к евро на 40,4% с 14 460 р. (01.01.2015 г.) до 20 300 р. (01.01.2016 г.), к российскому рублю на 23,2% с 207 р. (01.01.2015 г.) до 255,33 р. (01.01.2016 г.). В рамках проведенной ступенчатой административной девальвации национальной валюты правительство быстро сбалансировало валютный рынок, чему способствовал жесткий контроль НБРБ.

На основании проведенного исследования сделаем выводы о методах управления валютно-финансовых кризисов в национальной экономике (таблица).

Особенности валютно-финансовых кризисов в Республике Беларусь

	1998–1999	2009	2011	2014–2015
Особенности	дефицит платежного баланса (счет текущих операций); девальвация национальной валюты; привлечение внешнего финансирования; множественность валютных курсов (1998–1999 и 2011 гг.); ухудшение состояния предприятий в следствие сокращения экспорта и проведение их кредитования; высокий спрос населения на иностранную валюту			
Основные мероприятия	расширение кредитования экономики; рефинансирование банков; повышение ставки рефинансирования и нормы обязательных резервов			
Особые меры	девальвация большими темпами, чем темпы инфляции	привязка обменного курса к корзине валют (доллар США, евро, российский рубль)	режим управляемого плавления обменного курса	меры пресечения спекулятивной атаки на национальную валюту; доля российского рубля в корзине валют 40%
Примечание – Собственная разработка на основе источников [1–7].				

Таким образом, с начала XI в. кризисные явления стали происходить чаще и сильнее влиять на состояние экономики Республики Беларусь. Следует отметить, что все кризисы имеют внешние предпосылки, которые, накладываясь на постоянный дефицит платежного баланса, создают условия для дестабилизации внутреннего валютного рынка. НБРБ использует полный инструментарий монетарной политики для максимального сглаживания кризисных явлений.

Список использованной литературы

1. **Енин, Ю. И.** Платежный кризис в Беларуси: основные причины и направления преодоления / Ю. И. Енин, В. В. Пинигин, А. А. Матяс // Бел. эконом. журн. – 1998. – № 3. – С. 4–14.
2. **Дубенецкий, Н. А.** Беларусь и мировой финансово-экономический кризис: мягкая амортизация / Н. А. Дубенецкий, С. Б. Тарасевич // Соц.-экон. развитие организаций и регионов Беларуси: устойчивость, развитие и инновации. – 2012. – № 1. – С. 150–153.
3. **Годовой** отчет Национального банка Республики Беларусь 2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 29.03.2024.
4. **Морозов, Р. Н.** Республика Беларусь и всемирный финансово-экономический кризис (2008–2009 гг.) / Р. Н. Морозов // Журн. истор., политолог. и междунар. исслед. – 2017. – № 4 (63). – С. 96–99.
5. **Левкович, А. П.** Генезис и эволюция валютного кризиса 2011 г. в Республике Беларусь / А. П. Левкович // Научные труды Белорусского государственного экономического университета : сб. ст. / М-во образования Респ. Беларусь, Бел. гос. экон. ун-т ; ред. кол.: В. Н. Шимов (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГЭУ, 2014. – С. 235–242. – (Вып. 7).
6. **Годовой** отчет Национального банка Республики Беларусь 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 29.03.2024.
7. **Усоцкий, В. Н.** Денежно-кредитная политика Национального банка Беларуси в 2010–2016 гг. / В. Н. Усоцкий // Часоп. экан. рэформ. – 2017. – № 3 (27). – С. 125–131.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ТАДЖИКИСТАНЕ

Статья посвящена проблемам развития туризма в Таджикистане в условиях растущего мирового спроса на туристические услуги. Достижения управления для устойчивого развития является основой формирования целостной конкурентоспособной национальной экономики, это касается всех отраслей, в том числе и туристического сектора республики Таджикистан.

The article is devoted to the problems of tourism development in Tajikistan in the context of growing global demand for tourism services. Management achievements for sustainable development are the basis for the formation of an integrated competitive national economy, this applies to all sectors, including the tourism sector of the Republic of Tajikistan.

Ключевые слова: туризм; Республика Таджикистан; проблемы развития; туристические услуги; индустрия; стратегии развития туризма.

Key words: tourism; Republic of Tajikistan; development problems; tourism services; industry; Tourism development strategies.

Из года в год туристическая отрасль, находясь на пути своего развития и совершенствования, играет значимую роль в обеспечении занятости и повышении уровня жизни населения, так как данная отрасль экономики непродовольственной сферы непосредственно оказывает влияние на социально-экономическое развитие страны в общем, и Республики Таджикистан в частности.

Мы знаем, что туризм в Таджикистане считается одной из трех сфер, наряду с гидроэнергетикой и горнорудной промышленностью, на которую возлагаются большие надежды в плане развития экономики данной республики.

Таджикистан имеет большие перспективы развития туристической сферы. По итогам соответствующей деятельности в 2023 г. данная республика оказалась на видном месте в мировых рейтингах стран по развитию туристической отрасли. У Таджикистана есть возможности и преимущества, которые на сегодняшний день создает республика для приезжающих туристов с точки зрения активного и культурологического туризма [1]. Инвесторы других регионов в этом секторе могут найти много интересного. Но, несмотря на такие положительные моменты, существуют определенные проблемы в развитии туристического сектора.

Во-первых, в туристической отрасли Таджикистана представлено очень ограниченное количество направлений. Эта республика славится и привлекательна для туристов из других стран, в первую очередь, своей удивительно красивой природой, богатыми историческими ценностями, такими как замки, старинные сооружения, петроглифы и прочие. Следовательно, можно было бы привлекать путешественников, организовывая сплавы на реках, каякинг на озерах, походы в горы, открывая велодорожки в красивых местах, развивая велотуризм в Таджикистане [2].

Во-вторых, качество сервиса не на самом высоком уровне. В Таджикистане количество отелей со средним и низким уровнями сервиса превышает количество отелей с уровнем сервиса выше среднего, просторными меблированными номерами, возможностью индивидуального обслуживания, дополнительными услугами и удобным месторасположением. Некоторые путешественники жалуются на то, что во многих регионах нет даже доступа к сети Интернет. Такое низкое качество туристических услуг снижает конкурентоспособность региона.

В-третьих, недостаточная информация о Республике Таджикистан на тех ресурсах, которыми пользуются иностранные туристы. Они не могут получить сведения о новых не исследованных интересных местах в республике. Кроме этого, местное население не говорит на иностранных языках, поэтому многие туристы, путешествующие самостоятельно, не смогут добраться до пункта назначения.

Важно отметить тот факт, что проблема отсутствия фиксированных цен все еще остается актуальной. Жители Европы, Америки и Японии желают иметь фиксированные цены на туры. Торг является умирающей практикой в развитых странах. Поэтому, если цены не публичные, туристы просто игнорируют такие туры в пользу иностранных туристических агентов.

Проблема роста турпотока в Таджикистан определяется высокими ценами на авиаперелеты, которые достигают до 400 долл. США на человека, и на турпакеты, а также отсутствие полностью сформированных и обкатанных турпродуктов, которые были бы понятны туристам. Поэтому Таджикистан проигрывает Узбекистану, Киргизии и Казахстану по известности и достопримечательностям [3].

Решением двух последних проблем является цифровизация туристических услуг и всей туристической системы в целом. Так как мы живем в XXI в., который является веком информационных технологий, необходимо создать некую туристическую онлайн платформу по Таджикистану, которая содержала бы в себе все сопутствующие сервисы – авиабилеты, отели, достопримечательности и заведения, которые могут быть полезны путешественникам и тем, кто приезжает в страну по работе. В добавок этому, нужно запустить и мобильное приложение по туризму.

В-четвертых, Таджикистан считается регионом с одним туристическим сезоном. Таджикистан – страна с резко континентальным засушливым климатом, зависящим от высоты. В низине наблюдается погода, характерная для субтропиков, на средней высоте умеренно тепло, высоко в горах – преимущественно холодно. Так как туристов здесь главным образом интересуют горы, они воздерживаются от поездок в республику осенью, зимой и весной. Если в июле в горах столбик термометра колеблется между отметками от +4 до +15 °С, то зимой высоко в горах морозы зачастую достигают –27 °С. Причем с конца осени и до начала весны в горах наблюдаются бураны высокой силы, а у подножья гор в конце лета – затяжные песчаные бури [4].

В Таджикистане можно наблюдать различный климат и природу, уникальную только для этой республики. У туристов есть возможность за один день окунуться в арктические постоянные снега Памира из палящего зноя Вахшской долины и насладиться привлекательными пейзажами предгорий и заснеженными вершинами горного климата. Важно лишь продумать, как все это совмещать, продумать развитие туризма именно в осенний, зимний и весенний периоды, чтобы круглый год иметь поток туристов и, в конце концов, иметь стабильный доход от этого.

В «Стратегии развития туризма в Республике Таджикистан на период до 2030 г.» подчеркнуто, что, хотя и предпринимаются определенные меры по увеличению посещаемости страны иностранными туристами, туристические ресурсы республики еще используются не должным образом, зачастую не соответствуют современным международным туристическим стандартам, а также не в полной мере созданы благоприятные условия для туристов. Следовательно, своей главной целью данная стратегия определяет продолжение реформы туристической отрасли и повышение ее вклада в социально-экономическое развитие страны [5].

Туристская индустрия Таджикистана продолжает укреплять позиции, утраченные за время пандемии COVID-19, и у страны имеется достаточный потенциал для развития туризма. Однако для этого необходимы определенные усилия, как со стороны жителей, так и со стороны государства.

Существуют решения, которые могут помочь преодолеть проблемы развития туризма в Таджикистане.

С одной стороны, это повышение туристической привлекательности региона.

С другой стороны, улучшение использования туристической инфраструктуры и материально-технической базы отрасли.

Еще одним решением является создание условий для увеличения продолжительности пребывания туристов в стране.

Таким образом, проблема развития туризма в Таджикистане все еще остается актуальной. Проблемными остаются вопросы создания развитой туристской инфраструктуры, продвижения туристических услуг и подготовки кадров для туристской отрасли страны.

Для решения данных вопросов можно рекомендовать следующее:

- наращивание туристического потенциала Таджикистана на основе имеющихся туристских ресурсов и инноваций;
- укрепление кадрового потенциала сектора туризма в стране;
- представление туристских ресурсов как национального бренда;
- информационное обеспечение сектора туризма;
- маркетинг и продвижение туристских продуктов посредством участия в международных выставках;
- изменить подход к организации туристической инфраструктуры, формировать ее в соответствии с мировыми стандартами.

Список использованной литературы

1. Азимов, Б. Б. Культурное, историческое и природное наследие Таджикистана как основа развития культурно-познавательного туризма / Б. Б. Акимов // Вестн. Таджикск. нац. ун-та. Серия соц.-экон. и обществ. наук. – 2020. – №. 8. – С. 79–83.
2. Сангинов, Д. Ш. Туризм в республике Таджикистан теория и практика правового регулирования : монография / Д. Ш. Сангинов. – Душанбе: «Эр – граф», 2014. – 210 с.
3. Туристическая инфраструктура, подорожание авиабилетов и другие проблемы развития туризма в Таджикистане [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vecherka.tj/archives/54952>. – Дата доступа: 18.01.2024.
4. Курганова, П. В. Перспективы и проблемы развития туризма в Республике Таджикистан / П. В. Курганова // Науч.-практ. электрон. журн. «Аллея Науки». – 2021. – № 6 (57). – 25 с.
5. О стратегии развития туризма в Республике Таджикистан на период до 2030 года [Электронный ресурс] : постановление Правительства Республики Таджикистан, 1 авг. 2018 г., № 372 // adlia.tj. – Режим доступа: http://www.adlia.tj/show_doc.fwx?rgn=132279&conttype=4. – Дата доступа: 17.01.2024.

УДК 330.101

С. М. Хоронько (novikova.svetlana.m@mail.ru),

аспирант

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье проведена оценка инновационного потенциала регионов Республики Беларусь и в целом страны с выделением его составных элементов и показателей.

The article assesses the innovative potential of the regions of the Republic of Belarus and the country as a whole, highlighting its components and indicators.

Ключевые слова: инновация; потенциал; элементы; показатели; группы; ресурсы; результаты; методика; оценка; ранг.

Key words: innovation; potential; elements; indicators; groups; resources; results; methodology; assessment; rank.

В современном мире особое внимание уделяется формированию экономики знаний, где динамика экономического роста зависит от эффективности механизма производства и использования этих знаний. Для обоснования стратегического развития регионов, промышленных организаций необходимо производить оценку инновационного потенциала соответственно. Ряд исследуемых методик оценки инновационного потенциала позволил определить важные принципы, которые можно применить при разработке авторской методики оценки инновационного потенциала регионов и промышленных организаций. Задача построения методики оценки инновационного потенциала заключается, в первую очередь, в выработке показателей для сравнения регионов и промышленных организаций.

Так в таблице 1 были выделены значимые показатели оценки инновационного потенциала регионов Республики Беларусь.

Оценка инновационного потенциала регионов Республики Беларусь, на наш взгляд, должна проводиться по двум основным группам показателей: ресурсы и результаты. Ресурсы включают в себя две подгруппы: «Функционирующие ресурсы» и «Потенциал на стадии подготовки». Подгруппа «Функционирующие ресурсы» включает в себя 5 подгрупп. Данные подгруппы являются ресурсами, которыми пользуются регионы, т. е. они являются активными. Подгруппа «Потенциал на стадии подготовки» включает в себя два показателя, которые рассматривают человеческий потенциал, находящийся на стадии обучения, т. е. студентов. Данные показатели важны при оценке, так как они могут принимать участие в научной и инновационной деятельности регионов, в том числе и в университетах во время обучения, однако они еще не обладают той информацией и знаниями, которые будут получены в конце обучения (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели оценки инновационного потенциала регионов Республики Беларусь

Наименование показателя	
1. Ресурсы	
1.1. Функционирующие ресурсы	
1.1.1. Человеческий потенциал	
1	Выпуск специалистов с дипломом о высшем образовании, чел.
2	Выпущено специалистов с дипломом магистра, чел.
3	Выпуск из аспирантуры, чел.
4	Выпуск из докторантуры, чел.
5	Доля персонала, занятого научными исследованиями и разработками, %
6	Доля исследователей в общем количестве научного персонала, %
7	Доля исследователей с высшим образованием в общем количестве исследователей, %
8	Доля кандидатов наук в общем количестве исследователей, %
9	Доля докторов наук в общем количестве исследователей, %
1.1.2. Финансовый потенциал	
1.1.2.1. Творческий потенциал	
1	Доля текущих затрат на научные исследования, %
2	Доля затрат на фундаментальные научные исследования, %
3	Доля затрат на прикладные научные исследования, %
4	Доля затрат на экспериментальные разработки, %
5	Доля затрат на инновации в разрезе обучения и подготовки персонала, связанных с инновациями, %
1.1.2.2. Общие затраты	
1	Доля затрат организаций промышленности на инновации, %
2	Доля затрат на инновации в разрезе оплаты труда, %
1.1.3. Техничко-технологический потенциал	
1	Коэффициент обновления основных средств, %
2	Коэффициент износа основных средств, %
1.1.4. Дополнительный потенциал	
1	Доля организаций промышленности, осуществляющих затраты на инновации, %
2	Объем выполненных научных исследований и разработок, оказанных услуг на 1 исследователя, тыс.р.
3	Число организаций, выполняющих НИиР на 1 исследователя, ед.
1.1.5. Инфраструктурный потенциал	
1	Технопарки, ед.
2	Центры трансфера технологий, ед.
3	Субъекты инфраструктуры, ед.
1.2. Потенциал на стадии подготовки	
1	Численность студентов в учреждения высшего образования по профилю образования на 1 УВО, чел.
2	Численность магистрантов, чел.
2. Результаты	
1	Доля объема отгрузки инновационной продукции, %
2	Отгружено новой продукции для внутреннего рынка, %
3	Отгружено новой продукции для мирового рынка, %
4	Доля экспорта в общем экспорте страны, %
5	Доля экспорта в общем объеме отгруженной инновационной продукции, %
6	Количество проектов по осуществлению инновационной деятельности, приходящихся на 1 организацию, ед.
Примечание – Источник: собственная разработка.	

Так на основании показателей, представленных в таблице 1 была рассчитана авторская методика оценки инновационного потенциала регионов Республики Беларусь, базирующаяся на авторских формулах сопоставления данных, имеющих разные единицы измерения, что представлено в итоговой таблице 2.

Таблица 2 – **Итоговая оценка показателей инновационного потенциала регионов Республики Беларусь за 2020–2021 гг.**

Наименование показателя	Брестская область		Витебская область		Гомельская область		Гродненская область		г. Минск		Минская область		Могилевская область	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Итоговая оценка инновационного потенциала региона	27,51	28,414	29,105	30,169	32,063	35,435	29,177	29,543	42,586	40,808	34,142	33,133	24,269	22,1
Ресурсы	22,607	23,369	25,36	26,782	23,405	26,581	23,643	24,838	34,563	33,81	26,135	25,233	18,926	17,233
Функционирующие ресурсы	21,412	20,378	22,978	23,476	21,418	24,391	20,828	21,547	32,049	31,525	26,135	25,233	17,941	15,852
Человеческий потенциал	6,611	7,099	6,747	7,448	7,478	8,012	7,4	8,685	12,428	12,532	9,357	9,576	6,897	6,134
Финансовый потенциал	5,959	4,867	7,315	7,561	7,999	9,278	5,715	6,014	9,034	9,088	8,987	8,113	6,249	5,358
Творческий потенциал	4,809	3,927	4,195	4,251	4,499	5,558	5,115	5,094	7,554	7,858	6,877	6,433	4,469	3,788
Общие затраты	1,15	0,94	3,12	3,31	3,5	3,72	0,6	0,92	1,48	1,23	2,11	1,68	1,78	1,57
Технико-технологический потенциал	2,026	1,293	1,826	1,497	1,663	3,004	2,665	1,629	2,185	1,474	2,268	1,889	1,521	1,219
Дополнительный потенциал	3,649	3,952	3,923	3,803	1,611	1,43	2,715	2,886	3,235	3,264	2,356	2,488	2,107	1,974
Инфраструктурный потенциал	3,167	3,167	3,167	3,167	2,667	2,667	2,333	2,333	5,167	5,167	3,167	3,167	1,167	1,167
Потенциал на стадии подготовки	1,195	2,991	2,382	3,306	1,987	2,19	2,815	3,291	2,514	2,285	0	0	0,985	1,381
Результаты	4,903	5,045	3,745	3,387	8,658	8,854	5,534	4,705	8,023	6,998	8,007	7,9	5,343	4,867
Ранг	6	6	5	4	3	2	4	5	1	1	2	3	7	7
Примечание – Собственная разработка на основании источников [1–7].														

Проанализировав расчетные данные таблицы 2 можно отметить, что лидирующие позиции по уровню развития инновационного потенциала регионов Республики Беларусь как в 2020 г., так и в 2021 г. занимает г. Минск, при этом уровень развития его инновационного потенциала снизился на 4,18, в том числе за счет снижения следующих элементов: общих затрат, технико-технологического потенциала, потенциала на стадии подготовки и результатов инновационной деятельности (недоиспользованный потенциал в 2021 г. = 23,192); Гомельская область, которая повышается на 1 позицию и занимает 2 место в 2021 г. по сравнению с 2020 г., в том числе, за счет роста следующих элементов: человеческого потенциала, творческого потенциала, общих затрат, технико-технологического потенциала, потенциала на стадии подготовки и результатов инновационной деятельности (недоиспользованный потенциал = 28,565); Минская область, которая занимает 3 место в 2021 г. в связи со снижением следующих элементов: творческого потенциала, общих затрат, технико-технологического потенциала и результатов инновационной деятельности (недоиспользованный потенциал = 30,867). Последние места занимают Брестская (недоиспользованный потенциал = 35,586) и Могилевская (недоиспользованный потенциал = 41,9) области. Таким образом, для повышения уровня развития их инновационного потенциала необходимо использовать опыт лидирующих регионов страны. Гомельской области следует стремиться к показателям г. Минска, а именно повышению человеческого потенциала, творческого потенциала, дополнительного потенциала, инфраструктурного потенциала, потенциала на стадии подготовки, которые в большой степени влияют на развитие инновационного потенциала и инновационной деятельности. Брестской и Могилевской областям необходимо стремиться использовать опыт развития инновационного потенциала всех вышеперечисленных регионов, чтобы повысить свои показатели или достичь уровня развития регионов, занимающих 5 и 4 места. Регионы, занимающие 6 и 7 места, характеризуются низким уровнем развития человеческого потенциала и других элементов, которые в свою очередь зависят от него (инфраструктурный, дополнительный, технико-технологический потенциалы и др.). Витебская область обладает значительным человеческим потенциалом и финансовым потенциалом, однако по сравнению с Брестским регионом (6 место), неэффективно использует ресурсы, в которых имеет преимущество (таблица 2).

По результатам проведенной методики оценки инновационного потенциала регионов выделяется 5 групп (А – лидерство, В – развитие выше среднего, С – среднее значение при высокой разнице в максимальном и минимальном значении показателя, D – ниже среднего развитие,

Е – низкий уровень развития), характеризующие развитие каждого показателя по регионам Республики Беларусь и общее состояние развития инновационного потенциала страны.

Так, среди регионов группа А занимает наименьшую позицию среди других групп, что означает, низкий уровень высоких лидерских качеств среди регионов по показателям и доказывает необходимость развития элементов инновационного потенциала, а также недоиспользование потенциальных возможностей. Наибольшее значение соответствует группе С, где регионы развиваются средне по сравнению с максимальным и минимальным значением по рассматриваемому показателю. Однако следует отметить высокий уровень развития регионов в целом, как сумму групп А, В и С, равную 143 из 224. Низкий уровень развития наблюдается по показателям D и E, равную 81 из 224. Тогда рассчитанная эффективность составляет 1,77 ($\Theta = (A + B + C) / (D + E)$), что является не высоким результатом относительно оценки лидерских качеств и использования потенциальных возможностей страны.

Список использованной литературы

1. **Наука** и инновационная деятельность в Республике Беларусь = Science and innovation activity in the Republic of Belarus : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2022. – 94 с.
2. **О научной** и инновационной деятельности в Республике Беларусь в 2020 г. : стат. бюл. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск : [б. и.], 2020. – 115 с.
3. **О научной** и инновационной деятельности в Республике Беларусь в 2021 г. [Электронный ресурс] : стат. бюл. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2020. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_bulletin/index_50314/. – Дата доступа: 02.03.2023.
4. **Регионы** Республики Беларусь : стат. сб. : в 2 т. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь : редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2022. – 732 с. – 1 т.
5. **Регионы** Республики Беларусь : стат. сб. : в 2 т. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2022. – 588 с. – 2 т.
6. **Статистический** ежегодник : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь : редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2022. – 374 с.
7. **Субъекты** инновационной инфраструктуры / под ред. А. Г. Шумилина. – Минск : БелИСА, 2020. – 98 с.

АНАЛИЗ МИРОВОГО РЫНКА ЗЕЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В работе проанализирован мировой рынок зеленых технологий, являющийся одним из методов достижения устойчивого развития в ходе растущей обеспокоенности во всем мире по поводу сокращения ресурсов возобновляемых источников энергии, растущего уровня загрязнения и изменения климата.

The paper analyzes the global market for green technologies, which are one of the methods of achieving sustainable development in the course of growing concern around the world about the reduction of renewable energy resources, increasing pollution and climate change.

Ключевые слова: «зеленые» технологии; мировой рынок; факторы; электроавтомобили; Nest Renew.

Key words: “green” technologies; global market; factors; electric vehicles; Nest Renew.

В последние годы в условиях реализации стратегии экологически ориентированного роста все большее количество стран ускоренными темпами развивают «зеленые» технологии, которые открывают новые возможности перед бизнесом, обусловленные большим спросом со стороны потребителей. Вследствие этого, с каждым годом масштабируется и совершенствуется мировой рынок «зеленых» технологий, привлекающий большое количество аналитиков.

Необходимо отметить, что на современном этапе до сих пор нет четко определенного понятия «зеленых» технологий (таблица 1).

Таблица 1 – Вариация определений и трактовок сущности понятия «зеленых» технологий

Сущность определения	Авторы и источники
«Зеленые» технологии – технологии, которые могут сократить издержки и повысить производительность, уменьшая при этом давление, оказываемое на окружающую среду	Барашева Г. А., Егорова М. С. [1, с. 50]
«Зеленая» технология – это такая технология создания готового изделия, при реализации которой на основе интегрального показателя, оценивающего ее составляющие параметры, можно получить наилучшие показатели энергоэффективности, безопасности, безотходности и комфорта на протяжении всего жизненного цикла в конкретных условиях внутренней и внешней среды	Теличенко В. И. [2, с. 366]
«Зеленые» технологии – технологии, главной целью которых является снижение, негативное воздействие на окружающую среду, что в конечном результате должно привести к улучшению качества жизни и здоровья людей	Логинова Т. В. [3, с. 29]
«Зеленые» технологии – экологически безопасные технологии	Программа ООН по окружающей среде [4]
«Зеленые» технологии – сектор экономики, который производит товары и услуги, способствующие рациональному использованию природных ресурсов	Международная организация труда [5]
«Зеленые» технологии следует рассматривать как технологические инновации, направленные на снижение выбросов парниковых газов, энергосбережение и переход к более устойчивой экономике	Всемирный банк [6]
Примечание – Составлено авторами на основе источников [1–6].	

Таким образом, широкая трактовка «зеленых» технологий определяет данное понятие как инновационные решения, которые способствуют более эффективному использованию ресурсов, сокращению выбросов загрязняющих веществ в окружающую среду и снижению негативного влияния на климат и биосферу. Из этого следует, что мировой рынок «зеленых» технологий относится к сектору экологических инноваций и технологий. Этот рынок включает в себя широкий спектр продуктов и услуг, включая возобновляемые источники энергии, энергоэффективность, утилизацию отходов, водоочистку, устойчивое сельское хозяйство и др.

Необходимо отметить, что мировой рынок «зеленых» технологий является относительно небольшим с точки зрения создания прямых рабочих мест, связанных с инвестициями непосредственно в проекты, но имеет большой потенциал для роста. Объем исследуемого рынка в 2023 г. составил 16,53 млрд долл. США и по прогнозам ожидается, что к 2032 г. достигнет 89,18 млрд долл. США со среднегодовым темпом роста около 21% (рисунок 1) [7]. При этом ключевыми игроками на мировом рынке экологически чистых технологий и устойчивого развития включают:

- 1) General Electric Company (США);
- 2) Enablon (Франция);
- 3) Salesforce.com Inc. (США);
- 4) Microsoft Corporation (США);
- 5) Schneider Electric (Франция);
- 6) Engie Impact (США);
- 7) Sensus (США);
- 8) Enviance (США);
- 9) InteleX Technologies Inc. (Канада);
- 10) CropX Inc. (США)

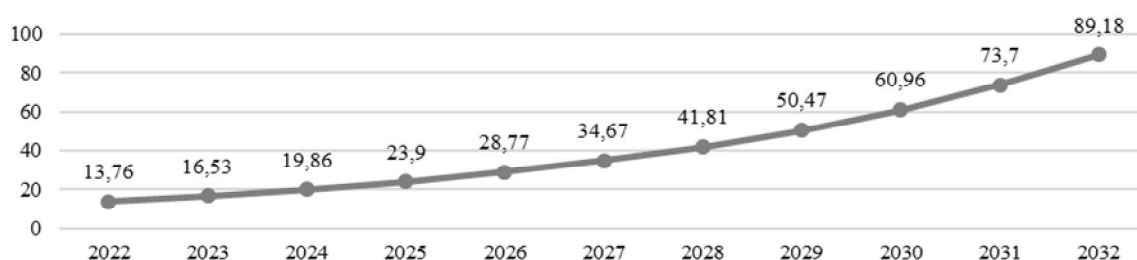


Рисунок 1 – Объем и прогноз роста мирового рынка «зеленых» технологий в 2022–2032 гг., млрд долл. США [7]

Основными факторами, влияющими на рост исследуемого рынка, являются следующие:

- экологическая осведомленность и сознательность (растущая осведомленность во всем мире об экологических проблемах, включая деградацию окружающей среды и изменение климата, является основной движущей силой рынка экологически чистых технологий. Предприятия и потребители ищут экологически чистые решения, позволяющие уменьшить выбросы углекислого газа и отходов в результате своей деятельности);

- государственная поддержка и регулирование (благоприятная государственная политика и регулирование, включая налоговые льготы, стимулы и целевые показатели выбросов, способствуют использованию «зеленых» технологий);

- экономические преимущества (внедрение «зеленых» технологий может привести к сокращению затрат на энергию, улучшению производительности и снижению зависимости от источников энергии с высокими ценами);

- технологический прогресс и инновации (развитие новых технологий, таких как солнечная энергия, ветряная энергия, электромобили, энергоэффективные здания и др., играет важную роль в росте рынка «зеленых» технологий).

В связи с этим отметим, что с 2020 г. правительства во всем мире помогли мобилизовать около 1 трлн долл. США на мероприятия, связанные с энергоэффективностью, такие как модернизация зданий, проекты в области общественного транспорта и инфраструктуры, а также поддержка в производстве электромобилей. Это составляет примерно 250 млрд долл. США в год, которые будут использоваться в период с 2020 по 2023 гг., что эквивалентно 2/3 общих расходов на восстановление экологически чистой энергии.

Основное преимущество электромобилей – это то, что они питаются от электричества от зарядных станций или от устройств самозарядки, таких как турбокомпрессоры. В 2022 г. продажи электромобилей составили 10,5 млн долл. США, что составляло 73%. Ранее требовалось 5 лет, с 2012 по 2017 г., чтобы продажи электромобилей выросли со 100 тыс. долл. США до 1 млн долл. США, что подчеркивает экспоненциальный характер роста продаж электромобилей. Также в 2022 г. общая доля рынка электромобилей составила 13% (рисунок 2).

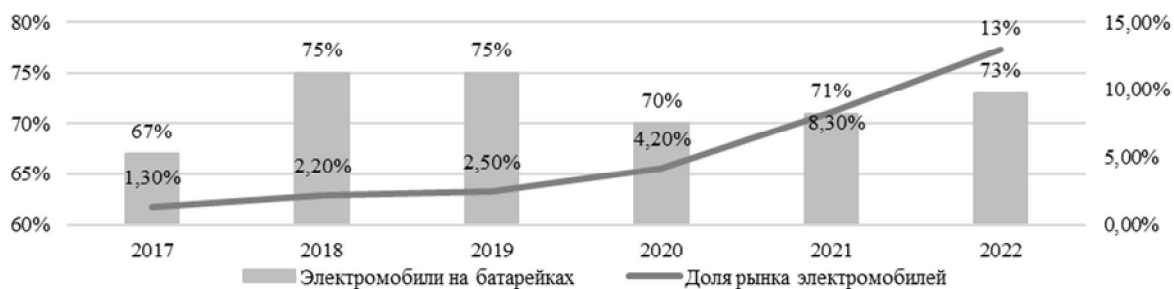


Рисунок 2 – Динамика доли рынка электромобилей в 2017–2022 гг. [8]

Отметим, что к 2035 г. ожидается, что на долю электромобилей придется 2/3 мировых продаж легковых автомобилей [8].

Рассмотрим более детально географию продаж электромобилей (рисунок 3).

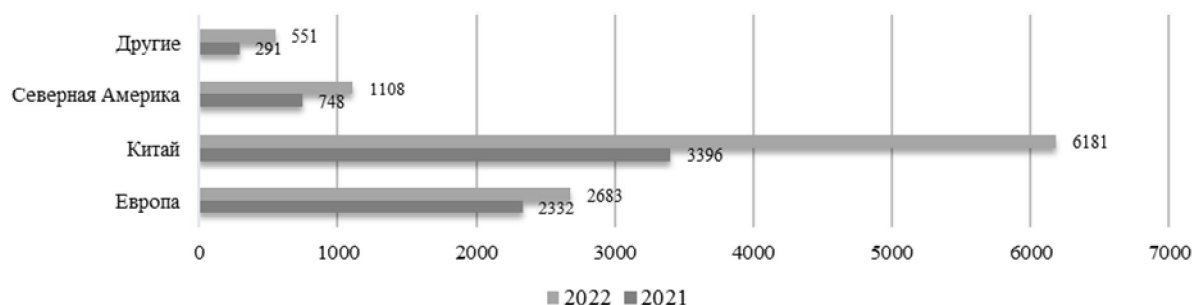


Рисунок 3 – Динамика объемов продаж электромобилей в странах мира в 2021–2022 гг., шт. [8]

Исходя из данных рисунка 3, в Европе продажи электромобилей в 2022 г. увеличились на 15% по сравнению с 2021 г. Незначительный рост обусловлен нехваткой комплектующих и разворачиванием боевых действий в Украине. Продажи электромобилей в США и Канаде показали лучшие результаты, увеличившись на 48% в годовом исчислении. Китайский рынок электромобилей в 2022 г. увеличился на 82% относительно 2021 г.

Стоит отметить, что добровольное объявление целей в области электромобилей становится все более распространенным явлением в автомобильной промышленности (таблица 2).

Таблица 2 – Выбор целей автопроизводителей по электрофикации легковых автомобилей на 2022–2023 гг.

Автопроизводитель	Цель
Mitsubishi	Планы по обеспечению 100% продаж электромобилей к 2035 г. и 50% продаж электромобилей к 2030 г. в экологических целях на 2030 г.
Jaguar	Планируется перейти на полностью электрическую технологию к 2025 г.
BYD	Прекращение производства автомобилей с ДВС; с марта 2022 г. производит только электромобили
Toyota	3,5 млн ежегодных продаж электромобилей к 2030 г. и выпуск 30 моделей BEV
Volkswagen	К 2030 г. доля полностью электрических транспортных средств превысит 70% продаж в Европе и 50% продаж в Китае и США, а к 2040 г. почти 100% будут составлять ZEVs
Ford	Треть продаж будет полностью электрической к 2026 г. и 50% к 2030 г., а все электрик-продажи в Европе к 2030 г.
BMW	50% продаваемых автомобилей будут полностью электрическими к 2030 г. или ранее
Geely	К 2025 г. 20% продаж автомобилей будет электрическими
Mercedes	Все вновь выпущенные автомобили будут полностью электрическими с 2025 г.
Примечание – Составлено авторами на основе источников [8–9].	

Касаемо «умных» и экологических (eco-friendly) домов, стоит отметить, что новая программа Nest Renew, разработанная Google, помогает поддерживать экологически чистую энергию в домах. Электричество, питающее дома, поступает из разных источников энергии, которые различаются в зависимости от времени суток – в основном это смесь чистой энергии

(например, солнечных и ветряных электростанций) и энергии, основанной на ископаемом топливе (например, газа и угля). Energy Shift, взаимодействуя с термостатом Nest, автоматически переключает потребление электроэнергии на отопление и охлаждение на время, когда сеть чище, не жертвуя при этом комфортом. Он также может настроить расписание используемого термостата для более эффективной работы в холодное и жаркое время года [10, с. 123].

Также программа Nest Renew предоставляет ежемесячные отчеты о влиянии на окружающую среду. Данное влияние возможно расширить, заработав Renew Leafs и задействовав их в рамках программы Energy Impact Program Nest Renew. Значок листа на термостате Nest указывает на экономию энергии. Данный лист возможно заработать путем выполнения ежемесячных заданий, например, стиркой белья в холодном режиме для экономии энергии и т. д.

Помимо различных программ, все большую популярность приобретают сборные дома, которые строятся за пределами строительной площадки, а затем собираются на месте, что сокращает время строительства и минимизирует отходы.

Отметим, что сегмент «зеленого» строительства занимает наибольшую долю рынка «зеленых» технологий в 2022 г. (рисунок 4).



Рисунок 4 – Сегментация мирового рынка «зеленых» технологий в 2022 г., % [7]

Таким образом, «зеленые» технологии могут успешно применяться в различных отраслях экономики, что находит отражение в государственной политике многих стран мира. Также инвестирование в данные технологии становится важным вкладом в будущее и способом активно участвовать в решении глобальных проблем.

Список использованной литературы

1. Барышева, Г. А. Зеленые технологии: определение понятия, этапы становления и роль в устойчивом развитии экономики / Г. А. Барышева, М. С. Егорова // Теория и практика обществ. развития. – 2019. – № 12(142). – С. 48–54.
2. Теличенко, В. И. «Зеленые» технологии среды жизнедеятельности: понятия, термины, стандарты / В. И. Теличенко // Вестн. МГСУ. – 2017. – Т. 12, № 4 (103). – С. 364–372.
3. Логинова, Т. В. «Зеленые» технологии – основа оздоровления экологии / Т. В. Логинова // Инновации. – 2019. – № 9(251). – С. 29–32.
4. UNEP – UN Environmental Programme [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.unep.org/ru>. – Date of access: 24.03.2024.
5. International Labour Organization [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.ilo.org/>. – Date of access: 24.03.2024.
6. World Bank Group [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.worldbank.org/>. – Date of access: 21.02.2024.
7. Green Technology and Sustainability Marker Report 2024 [Electronic resource] // [www.precedenceresearch.com](https://www.precedenceresearch.com/green-technology-and-sustainability-market). – Mode of access: <https://www.precedenceresearch.com/green-technology-and-sustainability-market>. – Date of access: 15.03.2024.

8. **The electric** vehicle world sales database [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.ev-volumes.com/country/total-world-plug-in-vehicle-volumes/>. – Date of access: 17.02.2024.
9. **Electric** Vehicles [Electronic resource] // International Energy Agency. – Mode of access: <https://www.iea.org/energy-system/transport/electric-vehicles#tracking>. – Date of access: 24.02.2024.
10. **Kuzmenko, S.** Google's environmental sustainability / S. Kuzmenko., A. Shueva // Дорожная карта мировой экономики : материалы 1-й Всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. интернет-конф., Донецк, 23 нояб. 2023 г. – Донецк, 2023. – С. 122–124.

II. СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ

УДК 658.8

Т. Н. Байбардина (bibardina@mail.ru),

канд. экон. наук, доцент

М. А. Буткевич (dlia-aspiranta@yandex.ru),

аспирант

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В СБЫТЕ: ТРЕНД ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ?

В статье акцентировано внимание на актуальность использования искусственного интеллекта в сбытовой деятельности, обусловленной развитием цифрового маркетинга, цифровизацией экономики и общества, AI-трансформацией и важностью клиентоориентированности. Сегодня, в период интенсивного роста как количества, так и качества нейронных сетей, маркетологам и специалистам по сбыту необходимо осваивать новые компетенции и передовые требования, предполагающие эффективное использование нейросетей. Возможности нейронных сетей – эффективный инструмент сбытовой политики, применяемый с целью повышения конкурентоспособности, креативности в методах и подходах, увеличения продаж организаций и их клиентоориентированности.

The article focuses on the relevance of the use of artificial intelligence in sales activities due to the development of digital marketing, digitalization of the economy and society, AI-transformation and the importance of customer orientation. Today, in a period of intensive growth in both the quantity and quality of neural networks, marketers and sales professionals need to master new competencies and advanced requirements that involve the effective use of neural networks. The capabilities of neural networks are an effective marketing policy tool used to increase competitiveness, creativity in methods and approaches, increase sales of organizations and their customer orientation.

Ключевые слова: бизнес; маркетинг; сбыт; конкурентоспособность; клиентоориентированность; нейронные сети; искусственный интеллект (AI); тренд.

Key words: business; marketing; sales; competitiveness; customer orientation; neural networks; artificial intelligence (AI); trend.

Ежедневный «правильный» выбор руководителей в управленческих решениях в целях обеспечения устойчивого развития существующего бизнеса генерируется в условиях динамичности внешней и внутренней среды организаций. Технический прорыв в информационных и компьютерных технологиях позволил «упростить» управление бизнесом и сопутствующими процессами, в том числе и сбытовой деятельностью, например, прогнозировать спрос покупателей; анализировать информацию о рынках сбыта, конкурентах; покупателях; обосновать оптимальность выбранной стратегии сбыта и т. д.

В современных реалиях крупный и средний действующий бизнес без использования средств информационных технологий (далее – ИТ) в своей деятельности, ее прогнозировании и при принятии управленческих решений является неэффективным и неконкурентным.

Представители бизнеса в своей деятельности предполагают рост доходов, прибыли, количества клиентов, количества и качества товара (услуг). Конкурентные преимущества в современных реалиях находятся в руках тех, кто умеет грамотно использовать появившиеся новые инструменты с учетом цифровизации бизнеса и общества, AI-трансформации.

Испокон веков потребность человечества в самосохранении подталкивала к тому, чтобы свести к минимуму возможные негативные последствия, при этом максимально увеличить вероятность положительного исхода той или иной ситуации. Важная роль маркетингового исследования и дальнейшего прогнозирования заключается в том, что оно определяет взаимосвязи явлений объективной реальности в будущем, приумножает разнообразие, при этом выбор вари-

антов развития исследуемой проблемы или системы расширяется, благодаря чему возможно принятие оптимальных с позиции эффективности управленческих решений. Люди нацелены на изменение будущего к лучшему. Особенность прогнозирования заключается в том, что она описывает суть процессов и объектов, недоступных восприятию и проверке на практике непосредственно в текущий момент времени [1].

На данный момент, несмотря на то, что в процессе прогнозирования деятельности участников крупного и среднего бизнеса учитываются риски, это является недостаточным, чтобы в полной мере оценить перспективы развития отечественных организаций в длительном периоде, а также выстроить грамотную сбытовую политику в результате влияния множества факторов.

В настоящее время глобализация и технологические инновации изменили мир. Возникли серьезные проблемы, международные конфликты и терроризм, глобальные финансовые и экономические кризисы, политические нестабильности и революции, эпидемии известных и новых заболеваний, нарушения международных экономических связей, проблемы организованной преступности, возрастание киберрисков.

Рост интереса к интернет-ресурсам, как со стороны обычных пользователей, так и бизнеса, смещение продаж из офлайн- в онлайн-сферу, сбор персональных данных и предпочтений покупателей, популярность социальных сетей и интернет-сообществ предопределили появление массива цифровых данных, требующих изучения, структуризации и систематизации для дальнейшего использования в бизнесе с целью его дальнейшего роста. Мировая практика отмечает ключевую роль онлайн-сообществ и социальных сетей в современном маркетинге, их возможности для взаимодействия в режиме реального времени с аудиторией, увеличения узнаваемости бренда и укрепления отношений с клиентами для повышения конкурентоспособности [2].

Сегодня умение применять ряд передовых техник и методов для проведения маркетинговых исследований «цифрового потребителя» является основным требованием к маркетологу. Применение алгоритмов искусственного интеллекта и нейросетей позволяет определить взаимосвязь между различными параметрами с неявными на первый взгляд связями. Обработка огромного потока исходных данных после проведения маркетингового исследования и их оценка затратны и длительны. Грамотным решением является выполнение данного этапа с помощью нейросети или искусственного интеллекта. Маркетолог обеспечивает ввод массива данных после проведения маркетингового исследования в интернет-пространстве и формирование запроса для нейросети. Искусственный интеллект выявит изменения показателей и их зависимость между собой, даст рекомендации по эффективному использованию денежных средств, росту продаж и прогнозы в других направлениях деятельности организации. Эффективность данных методов прогнозирования продаж и роста выручки подтверждается аналитиками [3].

Нейронные сети обладают безграничным набором инструментов, который способен оказать посильную помощь в развитии фирмы и вывести ведение бизнеса на совершенно новый уровень. Системы с искусственным интеллектом способны к самообучению. Сегодня для бизнеса умение использовать в работе нейросети является залогом конкурентоспособности.

Можно привести следующие примеры эффективно реализованных решений с использованием искусственного интеллекта:

- Интегрирование возможностей искусственного интеллекта через собственную платформу помогает предоставить важные исследования, прогнозные показатели и составить рекомендации для специалистов (по продажам, маркетингу, обслуживанию клиентов). Бизнес получает возможность более эффективно оценить потенциального клиента, найти персональный подход для взаимодействия с клиентами и составить оптимальные маркетинговые кампании, позволяющие повысить продажи и удовлетворенность потребителей.

- Использование искусственного интеллекта для анализа данных о клиентах и оптимизации управления запасами в фешн-ритейле позволило идентифицировать покупательские паттерны, актуальные стили и предпочтения в регионах. Компания улучшила настройки своих маркетинговых кампаний и смогла составить более точный ассортимент товаров для каждого своего магазина, что отразилось на увеличении продаж и снижении затрат на хранение.

- Один из глобальных ритейлов внедрил прогнозирование спроса на основе искусственного интеллекта для улучшения цепочки поставок и маркетинговых усилий. Анализируя поведение, предпочтения и тренды клиентских предпочтений, он смог оптимизировать маркетинговые кампании, сформировал улучшенный ассортимент товаров и сократил потери, в результате увеличились продажи, повысилась операционная эффективность.

- Организация по маркетинговому программному обеспечению внедрила возможность по автоматическому созданию контента, предиктивная оценка потенциальных клиентов и оптими-

зация времени отправки электронных писем. В результате были оптимизированы маркетинговые усилия, улучшен ориентир на целевую аудиторию, повышен уровень вовлеченности, в результате произошло повышение конверсий и увеличение продаж.

- Использование глобальным производителем автомобилей чат-ботов на основе искусственного интеллекта для улучшения опыта клиентов и генерации большего количества потенциальных клиентов повысило вовлеченность клиентов и способствовало повышению конверсии для команд продаж, предоставляя мгновенную поддержку и информацию потенциальным клиентам.

- Косметический бренд использует чат-бот на основе искусственного интеллекта в Facebook Messenger. Этот чат-бот помогает клиентам находить и покупать продукты, предоставляя персонализированные рекомендации, улучшая удовлетворенность клиентов и увеличивая продажи.

- Онлайн-ритейлер модной одежды представил инструмент поиска на основе искусственного интеллекта для улучшения опыта покупок. Позволяя клиентам искать товары с помощью изображений, улучшил обнаружение продуктов, увеличил вовлеченность клиентов и повысил конверсию продаж.

- Компания по производству напитков начала использовать аналитические инструменты на основе искусственного интеллекта для оптимизации своих маркетинговых кампаний и запусков новых продуктов. При помощи использования инструментов на основе искусственного интеллекта для анализа поведения и предпочтений клиентов она создала более целевые и эффективные маркетинговые кампании, что привело к увеличению продаж и повышению осведомленности о бренде.

- Страховая компания использует алгоритмы машинного обучения для анализа данных клиентов и предоставления персонализированных маркетинговых рекомендаций агентам, что приводит к улучшению нацеливания на целевую аудиторию и увеличению продаж.

- Сеть ресторанов быстрого питания приобрела платформу персонализации на основе искусственного интеллекта с целью улучшения опыта клиентов. Используя искусственный интеллект для предоставления персонализированных рекомендаций меню на основе таких факторов, как время суток, погода и предпочтения клиента, организатор заметил увеличение вовлеченности клиентов и продаж через Drive Thru и цифровые каналы.

- Платформа автоматизации маркетинга интегрировала технологии искусственного интеллекта для улучшения своих маркетинговых возможностей. Функции на основе искусственного интеллекта, такие как предиктивное содержание, оценка потенциальных клиентов и анализ путей клиента, позволили бизнесам оптимизировать свои маркетинговые усилия, что привело к повышению уровня вовлеченности и увеличению продаж.

Таким образом, положительными результатами внедрения искусственного интеллекта являются следующие:

- Улучшенный клиентский опыт. Искусственный интеллект, используемый для персонализированных рекомендаций, виртуальных помощников и чат-ботов, позволяет улучшить клиентский опыт, создавая индивидуальный контент, обеспечивая мгновенную поддержку и эффективность коммуникаций. В результате произошло увеличение удовлетворенности клиентов, лояльности и повышение конверсии.

- Увеличение продаж и доходов. Оценка маркетинговых кампаний, оптимизация продуктов и анализ потенциальных клиентов при помощи искусственного интеллекта помогли бизнесам сфокусироваться на перспективных клиентах, что привело к увеличению конверсии продаж, доходов и общего роста бизнеса.

- Улучшенная эффективность маркетинга. Проведение анализа на основе искусственного интеллекта и последующая генерация идей позволяют бизнесам лучше понимать своих клиентов и тенденции рынка, путем этого достигается создание более целевых, актуальных и эффективных маркетинговых кампаний. В результате появляется вовлеченность клиентов, осведомленность о бренде и повышение инвестиций в маркетинговые усилия.

- Оптимизация операций и снижение затрат. Искусственный интеллект помогает бизнесам оптимизировать различные аспекты своей деятельности (управление запасами, стратегии ценообразования и управление цепочкой поставок). В результате достигается повышение эффективности, сокращение потерь и снижение операционных затрат.

- Принятие решений на основе данных. Искусственный интеллект обеспечивает получение бизнесом ценных инсайтов и возможностей прогнозирования, что позволяет им принимать

обоснованные решения на основе данных, улучшать стратегическое планирование и распределение ресурсов.

– Повышение креативности и инноваций. Инструменты искусственного интеллекта (генерация контента и оптимизация дизайна) помогают бизнесам оптимизировать творческие процессы, автоматизировать рутинные задачи и исследовать новые идеи по повышению производительности и инновационным результатам.

– Повышение конкурентоспособности. Синергия специалистов и искусственного интеллекта дает бизнесам конкурентное преимущество в их отраслях, предлагая лучшие продукты и услуги, улучшая их маркетинговые усилия и усилия продаж, оптимизируя их операции.

Важно осознавать потенциал искусственного интеллекта в принятии решений на его базе, которые открывают беспрецедентные возможности для роста, инноваций и достижения выдающихся результатов. Используя технологии искусственного интеллекта, можно открывать новые уровни успеха в привлечении клиентов, персонализации и принятии решений.

Технологии искусственного интеллекта не только меняют методы работы бизнеса, но и открывают новые возможности для инноваций, позволяют понять, что значит быть лидером в области продаж и маркетинга.

Интерес к использованию искусственного интеллекта и нейросетей в организациях обоснованно растет. Сегодня нейросеть способна сэкономить бюджет организации (рекламных кампаний и маркетинговых исследований). С помощью искусственного интеллекта можно определить, в какой из ресурсов стоит вкладывать финансовые средства для увеличения продаж, упростить однотипные операции, сократить трудозатраты, повысить эффективность аналитических вычислений. Поэтому данный сектор будет дальше исследоваться и развиваться как учеными, так и руководителями организаций, программистами, маркетологами и другими специалистами.

Сегодня остро стоит необходимость в подготовке специалистов, владеющих современными подходами и соответствующих реалиям современного «цифрового» общества, понимающих специфику запросов нейросетей и умеющих адаптировать инструменты искусственного интеллекта под определенный бизнес.

Список использованной литературы

1. **Актуальные** проблемы маркетинга XXI века : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21–22 марта 2019 г. / Ин-т бизнеса БГУ ; редкол. : Н. В. Черченко (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2019. – 120 с.

2. **Перспективы** использования технологий машинного обучения и искусственного интеллекта в маркетинге [Электронный ресурс] / Т. Н. Байбардина [и др.] // Молодежь и наука : сб. науч. ст. XII междунар. форума молодых ученых, Гомель, 19 мая 2023 г. / редкол. : С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. канд. экон. наук, доцента Н. В. Кузнецова. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2023. – С. 181–184.

3. **Нейросеть** для розницы [Электронный ресурс] // Retail.ru. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/sistemnye-tehnologii-neyroset-dlya-roznitsy>. – Дата доступа: 22.04.2024.

РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

В данной статье проводится анализ роли цифровых технологий в туристической индустрии, исследуется влияние веб-сайтов, мобильных приложений, виртуальной реальности, искусственного интеллекта и других инновационных средств на восприятие и выбор туристами услуг. Рассматриваются актуальные тенденции, проблемы и перспективы развития в области цифровизации туристического сектора.

This article analyzes the role of digital technologies in the tourism industry, researches the impact of websites, mobile applications, virtual reality, artificial intelligence and other innovative tools on the perception and choice of services by tourists. The current trends, problems and prospects of development in the field of digitalization of the tourism sector are considered.

Ключевые слова: цифровизация; цифровые технологии; туристические услуги; информационно-коммуникационная среда.

Key words: digitalization; digital technologies; travel services; information and communication environment.

Современный туризм переживает значительные изменения под влиянием стремительного развития цифровых технологий. Они меняют способ, которым люди планируют, бронируют и совершают поездки. Цифровые инструменты предоставляют туристам доступ к огромному количеству информации и позволяют им легко сравнивать цены, читать отзывы и многое другое.

В условиях реализации национального проекта «Цифровая экономика Российской Федерации» туризм, как высококонкурентная и информационно насыщенная отрасль, остро нуждается в цифровизации. Переход на новый уровень ведения бизнеса позволит повысить конкурентоспособность и оперативно реагировать на меняющиеся запросы потребителей [1].

В эпоху массовой цифровизации привлечение внимания туристов становится первостепенной задачей для туристического бизнеса. Стратегия развития туризма в России до 2035 года также акцентирует внимание на необходимости перестройки бизнес-процессов в соответствии с парадигмой цифровой экономики [2].

Цифровизация в туризме выражается в нескольких ключевых направлениях, нацеленных на повышение эффективности и комфорта для всех участников рынка.

Первое направление – *перевод государственных услуг в электронную форму*. Упрощение и ускорение процедур для туристов и предприятий, сделавших важные шаги в сфере электронной отчетности. Электронная отчетность, в свою очередь, направлена на снижение издержек и повышение прозрачности для всех участников рынка, что обеспечивает более эффективное взаимодействие.

Интеграция информационных систем помогает избежать дублирования информации и оптимизировать процессы взаимодействия. Такая мера позволяет функционировать единой, хорошо согласованной системе, благодаря которой предоставляемая информация характеризуется большей оперативностью и точностью.

Развитие цифровых решений необходимо для взаимодействия с сообществом. Вовлечение экспертов и предпринимателей в развитие туризма через цифровые платформы и инструменты стимулирует инновационные идеи и способствует созданию благоприятной среды для роста отрасли [3, с. 781].

Еще одним важным направлением цифровизации в сфере туризма, по мнению Е. С. Милинчук, является создание *туристской экосистемы* для развития внутреннего туризма. Онлайн-платформы, объединяющие всех участников рынка, формируют улучшенный клиентский опыт. Интеграция с внешними данными и социальными платформами не только расширяет возможности, но и привлекает новых клиентов. Разработка сервисов и мобильных приложений, со своей стороны, реализует функции, гарантирующие успешное продвижение туристических продуктов России на цифровом рынке [4, с. 506].

Среди приоритетных концепций цифровизации, выделенных Правительством Российской Федерации, представлены инновационные подходы, позволяющие улучшить туристический опыт и содействовать развитию отрасли. Можно выделить следующие значимые инициативы:

– *Туристский маркетплейс и централизованное продвижение.* Примером служит создание единой платформы для бронирования туров, билетов, отелей, интегрированной с информацией о достопримечательностях, маршрутах и отзывами. Данная практика облегчает процесс планирования путешествий и делает условия для туристов более комфортными.

– *Мультиязычные сервисы помощи туристам.* Мобильное приложение с многоязычным чат-ботом обеспечивает туристов информацией, навигацией и возможностью бронирования услуг, что способствует комфортному пребыванию и взаимодействию с местной средой.

– *Электронная туристская карта гостя.* Использование электронных карт с QR-кодами, предоставляющих доступ к информации о скидках, маршрутах и возможность онлайн-оплаты услуг, в значительной степени повышает уровень сервиса и удовлетворенности туристов.

– *Прозрачная система оценки качества.* Независимый портал с отзывами гарантирует прозрачность и объективность оценок туров, отелей и ресторанов. Формируются надежные рейтинги, улучшается качество услуг.

– *Визуализация и онлайн-экскурсии.* Инновационные 3D-туры и виртуальные прогулки расширяют возможности знакомства с местами. Туристы заранее погружаются в атмосферу будущих поездок.

– *Сервисы дополненной реальности.* Использование AR-приложений для навигации и интерактивных карт с информацией о достопримечательностях – специфический опыт взаимодействия с окружающей средой.

– *Big Data и искусственный интеллект.* Прогрессивные технологии направлены на персонализированные рекомендации, прогнозирование спроса и оптимизацию ценообразования, способствуя более эффективному управлению туристическими ресурсами.

– *Онлайн-построение маршрутов.* Сервисы с онлайн-построением маршрутов (бронирование билетов и отелей) учитывают предпочтения пользователей, реализуя тем самым индивидуализированный подход.

– *Электронная площадка для самозанятых.* Создание платформы для самозанятых, предоставляющей информацию о гидах и экскурсоводах с отзывами и рейтингами, совершенствует процедуру выбора туристических услуг и нацелено на рост профессиональной активности.

– *Мультимедийные приложения.* Аудио- и видеогиды, интерактивные карты и QR-коды дают туристам возможность максимально насытить свой опыт, обогащая его мультимедийными элементами и визуальными впечатлениями [4, с. 506–507].

В качестве дополнительных примеров можно назвать системы онлайн-бронирования билетов на поезда и самолеты, онлайн-бронирования столиков в ресторанах, онлайн-оплаты услуг такси, онлайн-регистрации в отелях, онлайн-чатов для связи с туристическими операторами и отелями, онлайн-отзывов о турах и отелях, а также систему электронных виз.

Важность реализации перечисленного заключается в повышении доступности и качества туристских услуг; усилении конкурентоспособности российской туристической индустрии; привлечении большего количества туристов в Россию, а также в стимулировании развития внутреннего и въездного туризма.

Цифровая революция не только трансформирует туризм в целом, но и оказывает серьезное влияние на развитие туризма. Цифровые инструменты сокращают путь от ознакомления с туром до его покупки, а автоматизированные системы мгновенно анализируют запросы и предоставляют актуальную информацию. Благодаря агрегаторам сегодня можно легко сравнивать цены, условия и отзывы о разных предложениях.

В то же время, как справедливо указывают Е. В. Вишневская, Т. Б. Климова и И. В. Богомазова, цифровизация приводит к некоторым трудностям для туристической индустрии. Модификация потребностей туристов и новые возможности их удовлетворения требуют перестройки экономических отношений. Традиционная модель, где клиент формирует спрос, а производитель его удовлетворяет, претерпевает изменения. Эволюция планирования поездок и анализ спроса открывают иные экономические выгоды от цифровых технологий. К примеру, значительно расширяют возможности туристической индустрии интернет-технологии и мобильный маркетинг; технологии VR/AR позволяют заранее ознакомиться с особенностями туристского продукта и организацией поездки; интерактивная среда вовлекает туристов и представителей туристического бизнеса, что расширяет клиентский кругозор, особенно для туристов с ограниченными возможностями; искусственный интеллект в туристической индустрии ускоряет реализацию билетов, номеров и туров. Персональные рекомендации, чат-боты, системы онлайн-бронирования с динамическим ценообразованием, виртуальные туры по достопримечательностям – все это способствует развитию туристической индустрии.

мечательностям и отелям – все это становится неотъемлемой частью современного туризма [5, с. 5–6].

Цифровизация открывает новые возможности для развития туризма. Она трансформирует потребности туристов, перестраивает экономические отношения в туристической индустрии и выдвигает новые проблемы, требующие инновационных идей. Среди них можно отметить персональные рекомендации туров и предложений на основе истории поиска пользователя; чат-боты для онлайн-поддержки и ответов на вопросы; системы онлайн-бронирования с динамическим ценообразованием; виртуальные туры по достопримечательностям, отелям и др.

Цифровизация влияет на все сферы туризма, меняя его структуру. Т. Г. Соболевская в своей работе выделяет три главных направления, по которым происходит трансформация.

В первую очередь, *производители туристических услуг* активно внедряют цифровые технологии, ускоряя операции и расширяя каналы продвижения. Прямое взаимодействие с потребителем осуществляется через цифровые платформы и агрегаторы, что делает возможной оптимизацию бизнес-процессов и привлечение новой аудитории, с учетом повышения потенциальной прибыли.

Туристические предприятия также видоизменяются. В основном инновации касаются минимизации издержек. Расширение аудитории достигается посредством мониторинга предпочтений и персонализации предложений, а увеличение доходов осуществляется через более точную оценку спроса и эффективный адресный маркетинг.

Самим *туристам* цифровизация предоставляет доступ к более широкой и простой информации. Повышается туристская грамотность, что делает выбор туров более осознанным и помогает самостоятельному планированию поездок. Расширение границ выбора обеспечивается доступом к предложениям от разных производителей и возможностью сравнения. Туристы также получают свободу выбора, имея возможность приобретать туры напрямую [6, с. 7].

Туристические компании уже не могут ограничиваться ролью посредников. Их задача – стать генераторами новых туристских идей. Это происходит за счет использования новейших информационных технологий, адаптации предложения под каждого клиента и охвата всех этапов взаимодействия с ним.

Развитие информационно-коммуникационной среды в туризме – непрерывный процесс. Туристические компании, игнорирующие эти технологии, рискуют остаться позади конкурентов. Использование информационно-коммуникационной среды позволяет повысить качество обслуживания клиентов и открыть новые возможности для развития бизнеса.

Рассмотрим пример. Так, туристическая компания внедряет комплексную информационно-коммуникационную среду, включающую следующее:

- Единый информационный портал. На нем представлены сведения о турах, рейсах, отелях, визах, страховках, отзывы путешественников.
- Чат-бот. Он доступен круглые сутки, отвечает на вопросы, помогает с бронированием туров.
- Система персональных рекомендаций. Она анализирует предпочтения пользователей и предлагает туры, максимально соответствующие их интересам.
- VR-приложение. Оно позволяет «примерить» тур перед покупкой, совершив виртуальную прогулку по отелю и окрестностям.

Благодаря информационно-коммуникационной среде, компания значительно повышает конкурентоспособность, увеличивает количество клиентов, улучшает их отзывы и не только.

Внедрение цифровых технологий существенно упрощает процессы информационно-коммуникационного взаимодействия между производителями туристических услуг и конечными потребителями, делая их автоматизированными. Цифровизация в туристской отрасли принимает разнообразные формы и часто сопровождается вытеснением традиционных туристических организаций с рынка. Развитие туристического бизнеса в эпоху цифровой экономики обеспечивает его адаптивность к переменам и повышает уровень конкурентоспособности в современном мире, насыщенном цифровыми технологиями.

Список использованной литературы

1. **Программа** «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/614/events/>. – Дата доступа: 20.02.2024.
2. **Стратегия** развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс] : Распоряжение Правительства Рос. Федерации, 20 сент. 2019 г., № 2129-р. –

Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/#1000>. – Дата доступа: 20.02.2024.

3. **Медиатехнологии** в продвижении российских туристических услуг / К. Г. Григорян [и др.] // Российские регионы в фокусе перемен : сб. докл. XVII междунар. конф., Екатеринбург, 17–19 ноября 2022 г. – Екатеринбург : Ажур, 2023. – С. 779–784.

4. **Милинчук, Е. С.** Цифровая трансформация туристической отрасли в России: основные направления / Е. С. Милинчук // Гуманитарные науки в новой реальности: проблемы, подходы, ценности : сб. тр. X Междунар. науч. конф., 14 апреля 2022 г. / редкол. : И. В. Бибина (отв. ред.) [и др.]. – Саратов : Саратов. ун-т, 2022. – С. 502–510.

5. **Вишневская, Е. В.** Роль внедрения мультимедийного и интерактивного контента для повышения туристской привлекательности территории / Е. В. Вишневская, Т. Б. Климова, И. В. Богомазова // Науч. результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2014. – № 2. – С. 4–9.

6. **Соболевская, Т. Г.** Цифровизация – двигатель трансформации индустрии туризма в эпоху цифровых технологий / Т. Г. Соболевская // Маркетинг и логистика. – 2021. – № 3 (35). – С. 59–67.

УДК 004.9

Л. С. Драгунова (LSDragunova@yandex.ru),

доцент

Сибирский университет потребительской кооперации

Е. В. Драгунова (Dragunova@corp.nstu.ru),

канд. экон. наук, доцент

В. Ю. Мищенко (crazychanel24@mail.ru),

студент

Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, Российская Федерация

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ДОБЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ

В данной статье акцент сделан на проблемах и перспективах внедрения цифровых технологий Индустрии 4.0 в деятельность предприятий добывающей отрасли. Выделены факторы, влияющие на скорость и масштаб внедрения цифровых технологий, перспективные технологии распределены по трем типам процессов: операционные, управления и руководства. На основе анализа нефинансовых отчетов российских компаний определены общие для них планируемые мероприятия по внедрению цифровых технологий. Перечислены эффекты, которые могут быть достигнуты при успешном внедрении цифровых технологий.

The opportunities and threats for the introduction of the new digital technologies or Industry 4.0 in mining enterprises are discussed in this article. Factors that influence the speed and scale of implementation of digital technologies are highlighted. Core digital technologies are distributed across three types of processes: operational, management and leadership. Planned measures for the introduction of digital technologies common to Russian mining companies are highlighted based on an analysis of non-financial reports. The effects that can be achieved with the successful implementation of digital technologies are presented.

Ключевые слова: цифровые технологии; добывающие предприятия; Индустрия 4.0; эффекты цифровой трансформации.

Key words: digital technologies; mining enterprises; industry 4.0; effects of digital transformation.

Добывающая промышленность практически во всем мире воспринимается как консервативная и испытывающая проблемы с внедрением инноваций, ассоциируется с высокими затратами, негативным воздействием на окружающую среду и проблемами безопасности. Ужесточение законодательных условий стран, необходимость следования концепции Mining 4, глобальная повестка усиления социальной ответственности компаний приводят к положительным изменениям: внедряются современные цифровые технологии, решения принимаются на основе обработки огромных массивов данных, используются методы предиктивной аналитики, наиболее опасные работы переносятся на промышленных роботов, однако темпы их внедрения пока ниже, чем в других отраслях (рисунок).

**Использование цифровых технологий в организациях,
занимающихся добычей полезных ископаемых в 2022 г., %**



Примечание – Составлено авторами по данным источника [1].

Среди ИТ-трендов развития на 2024 г. в горнодобывающей отрасли выделяют создание единой цифровой платформы, импортозамещение и разработку более гибких цифровых решений, совместную разработку программных продуктов, сквозную автоматизацию «от добычи до обработки» [2]. Цифровизация дает возможность добывающим компаниям достичь положительных эффектов в производительности, рентабельности производства, эффективности рабочих процессов, безопасности труда [3]. Они ищут новые способы стать более эффективными и прибыльными, что часто может означать расширение масштабов деятельности, внедрение новых технологий, а также инвестиции, необходимые для удовлетворения растущего мирового спроса на сырьевые товары. Скорость и масштаб внедрения цифровых технологий зависит от размера предприятий. Горнодобывающие предприятия с высокими темпами производства выбирают и применяют цифровые технологии, соответствующие их потребностям. Проблема внедрения цифровых технологий имеет большее значение у небольших предприятий (нишевых предприятий, работающих на одной площадке), так как им требуются программные решения, которые ориентированы на собственные возможности и потребности и применимы к их масштабу операций.

В исследовании 2020 г. немецких ученых показана интенсивность внедрения цифровых технологий на действующих рудниках в зависимости от дохода компаний [4]. Авторы выяснили, что автоматизация бизнес-процессов осуществляется на предприятиях независимо от дохода; системы усовершенствованного управления технологическими процессами и технологии обработки больших данных активно внедряются в компаниях, имеющих доход выше 1 млрд долл. США; машинное обучение чаще применяют в компаниях с доходом 1–5 млрд долл. США и более 30 млрд долл. США и т. д. Результативность цифровых технологий для операционных процессов, процессов управления и руководства различна [5]. В первой категории наибольший вклад (сильное воздействие) вносят автоматизация (automation), удаленные операционные центры, промышленный интернет вещей (IIoT), носимые устройства (Wearables), среднее воздействие оказывают дроны и роботизация (Drone Technology, Robotics), которые применяются для проверки или мониторинга в опасных зонах, куда люди не могут или не должны входить. Для совершенствования процессов управления необходимы IIoT-платформы, на которые приходят данные об операционных процессах от различных датчиков и устройств интернета вещей. Для улучшения процесса принятия решений и своевременного информирования об отклонениях от плана производства необходимы управление большими данными, облачные вычисления и расширенная аналитика данных. Данные интегрированной платформы можно использовать для имитационного моделирования и визуализации информации о различных операционных процессах или отдельных единицах оборудования.

Для добывающих предприятий, в которых наблюдается более высокий уровень цифровых технологий на уровне процессов руководства, особо опасны кибератаки, поэтому в данной категории процессов наиболее важны технологии кибербезопасности. Поскольку профили должностей и требуемые навыки меняются вместе с внедрением цифровых технологий, компа-

ниям необходимо предлагать своим сотрудникам возможности адаптироваться к изменениям, желательно без отрыва от работы, поэтому второй технологией, которая оказывает «среднее» влияние, является электронное обучение. Данная технология также способствует более быстрой подготовке новых сотрудников, а также обучению студентов, в будущем планирующих работать в добывающей отрасли.

Добывающие компании должны быть оснащены инновационными технологиями и высококвалифицированной рабочей силой, это зависит от инвестиций, которых не хватает. Нежелание инвестировать в сектор может замедлить переход к новой концепции, а также замедлит процесс перехода на экологически чистые источники энергии и достижение нулевых выбросов. Анализ нефинансовых отчетов (отчетов об устойчивом развитии, экологических отчетов) ряда российских компаний горно-металлургической промышленности показывает, что при выделении и анализе существенных тем цифровизация является одной из приоритетных, среди произведенных и планируемых мероприятий можно выделить автоматизацию внутренних процессов, связанных с устойчивым развитием, внедрение систем видеоаналитики (безопасность и охрана труда), программ советчиков на производстве, идентификацию источников выбросов, проработку и внедрение инновационных и цифровых решений в сфере энергетики, внедрение информационных систем для автоматизированного формирования экологической отчетности, запуск и поддержку цифровых платформ, предназначенных для реализации проектов, направленных на повышение качества жизни в регионах присутствия, цифровизацию и автоматизацию цепочек поставок.

Компании добывающей отрасли инвестируют в стартапы и внедряют инновации, которые повышают эффективность, экономическую жизнеспособность и устойчивость горнодобывающих операций. Обзор новых технологий и стартапов в горнодобывающей отрасли, выполненный в январе 2023 г. StartUs Insights, показывает вклад наиболее перспективных технологий в развитие отрасли: автоматизация процессов (22%), промышленный интернет вещей (IIoT) (20%), технологии, направленные на достижение целей устойчивого развития (16%), искусственный интеллект (14%), носимые технологии (14%), виртуальное моделирование (9%), аддитивное производство (3%), облачные вычисления (2%). Тепловая карта, созданная с помощью платформы StartUs Insights Discovery, показывает, что наибольшая активность стартапов наблюдается в Великобритании и Соединенных Штатах Америки [6].

Если говорить об экономическом эффекте от цифровизации добывающих предприятий в России, стоит обратить внимание на практическое отсутствие накопленной статистики, в том числе связанной с тем, что предприятия еще не закончили начатую трансформацию, однако уже есть определенные результаты. Согласно недавнему докладу Всемирного экономического форума, к 2025 г. цифровизация в горнодобывающей и металлургической промышленности может создать потенциальную добавленную стоимость для отрасли, клиентов, общества и среды на уровне 425 млрд долл. США; потенциальную ценность для отрасли – 320 млрд долл. США; снижение выбросов CO₂ – 610 млн т, а также спасти 1 000 жизней и предотвратить предположительно 44 000 травм. К перечисленным преимуществам можно добавить сокращение общих затрат на 10–15%, рост производительности карьеров на 5–15%, производительности обогатительных фабрик до 20%, производительности персонала – до 50%, среднетехнической скорости – на 8–12, а также вклад в годовой EBIDTA – от 2 до 5% [7].

Список использованной литературы

1. **Индикаторы** цифровой экономики: 2024 : стат. сб. / В. Л. Абашкин [и др.]. – М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. – С. 202–204.
2. **Цифровизация** горнодобывающей промышленности. Названы основные тренды развития ИТ в горнодобывающей отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru>. – Дата доступа: 04.03.2024.
3. **Цифровая** трансформация в горнодобывающей отрасли // Обзор RCT – 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://assets.rct-global.com/uploads/2020/11/RCT_Digitisation-in-Mining-paper_SBBK1120001_RU_V8_LR.pdf. – Дата доступа: 04.03.2024.
4. **Barnewold, L.** Identification of digital technologies and digitalisation trends in the mining industry [Electronic resource] / L. Barnewold, B. G. Lottermoser // International Journal of Mining Science and Technology – 2020. – Vol. 30, Iss. 6. – P. 747–757. – Mode of access: <https://doi.org/10.1016/j.ijmst.2020.07.003>. – Date of access: 12.03.2024.

5. **Assessment** of the effects of global digitalization trends on sustainability in mining. Part I: Digitalization processes in the mining industry in the context of sustainability / ed. E. Clausen [et al.]. – Hannover : Federal Institute for Geosciences and Natural Resources. – 2020. – 59 p.

6. **Top 8 Mining Trends & Innovations in 2023** [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/mining-trends/>. – Date of access: 12.03.2024.

7. **Цифровизация** горно-металлургической отрасли России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://yakov.partners/upload/iblock/65d/yl70r0z1xy1p1z8ip2ax3n8bkf79mrlp/in_digital_we_trust.pdf. – Дата доступа: 20.03.2024.

УДК 330.342

А. И. Маткаримов (arismount@gmail.ru),
преподаватель

А. Х. Мямиев (mamiyevannanazar@gmail.com),
преподаватель

Туркменский государственный
институт экономики и управления
г. Ашхабад, Туркменистан

ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ЭКОНОМИК ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В данной статье рассматривается влияние цифровых технологий на традиционные экономические системы. Рассматривается изменение структуры рынков, трансформация бизнес-моделей и воздействие на занятость. Анализируются примеры успешного применения цифровых технологий в различных отраслях экономики. Делается вывод о необходимости адаптации экономических институтов и регуляторных механизмов к новым реалиям цифровой экономики.

This article examines the impact of digital technologies on traditional economic systems. Changing in market structure are being considered, the transformation of business models and the impact on employment. Examples of successful application of digital technologies in various sectors of the economy are analyzed. The conclusion is made about the need to adapt economic institutions and regulatory mechanisms to the new realities of the digital economy.

Ключевые слова: цифровые технологии; экономика; бизнес-модели; занятость; инновации.

Key words: digital technologies; economics; business models; employment; innovation.

Цифровая революция действует как сейсмическая сила, разрывая структуру традиционной экономики и оставляя за собой фундаментально измененный ландшафт. Эта волна инноваций, подпитываемая неустанным прогрессом интернета, мобильных технологий и больших данных, не просто меняет то, как мы совершаем покупки или заказываем поездку; меняет саму структуру того, как товары и услуги производятся, распределяются и потребляются.

Одна из самых глубоких трансформаций связана с растущей цифровой экономикой. В этом секторе, охватывающем всю экономическую деятельность, чему способствуют информационные и коммуникационные технологии (ИКТ), наблюдается рост. Платформы электронной коммерции стали цифровыми стимулами розничной торговли, предоставляя потребителям доступ к глобальному рынку, наполненному продуктами по конкурентоспособным ценам. Модели экономики совместного потребления, такие как Uber и Airbnb, бросают вызов отраслям, способствуя более равноправному подходу к предоставлению услуг. Эти цифровые платформы действуют как посредники, напрямую соединяя поставщиков и потребителей, оптимизируя рынок, минуя традиционных посредников и создавая более эффективную экосистему.

Влияние цифровых технологий выходит далеко за рамки производства. Аналитика больших данных с ее способностью получать более глубокое понимание поведения клиентов, дает компаниям возможность разрабатывать целенаправленные маркетинговые кампании и предоставлять гиперперсонализированный опыт. Можно представить себе мир, в котором опыт онлайн-покупок предвосхищает потребности, предлагая дополнительные продукты или скидки на товары. Этот уровень настройки, изменяемый большими данными, изменяет способы взаимодействия компаний со своими клиентами [1–4].

Облачные вычисления действуют как великий уравниватель, предоставляя любым предприятиям доступ к мощным вычислительным ресурсам и программному обеспечению, которые когда-то были исключительной прерогативой крупных корпораций. Эта демократизация технологий выравнивает правила игры, создавая динамичную среду для инноваций. Раньше малый

бизнес мог с трудом позволить себе высокие первоначальные затраты на лицензии на программное обеспечение или мощные серверы. Теперь, благодаря облачным вычислениям, эти ресурсы легко доступны по принципу оплаты по мере использования, что позволяет даже зарождающемуся стартапу конкурировать в глобальном масштабе. Предприниматели в развивающейся стране имели бы ноутбуки с доступом к Интернету, имели бы доступ к тому же программному обеспечению для проектирования и производства, которое используют признанные компании. Это дало бы им возможность воплощать свои идеи в жизнь и конкурировать на мировом рынке.

Однако трансформация не обходится без проблем. Темпы перемен могут дезориентировать, требуя постоянного повышения квалификации и адаптации. Призрак цифрового неравенства, разрыв между теми, кто имеет и не имеет доступа к технологиям, выглядит огромным, угрожая усугубить существующее неравенство. Если бы значительная часть населения не обладала необходимой цифровой грамотностью для участия в онлайн-экономике, это еще больше лишало их возможностей для роста и развития. Это требует сосредоточения усилий на преодолении цифрового разрыва посредством инициатив, которые обеспечивают доступ к интернету, программы цифровой грамотности и возможности обучения для всех слоев общества.

Проблемы конфиденциальности данных и постоянная угроза кибератак требуют тщательного рассмотрения и создания надежной нормативной базы. Поскольку общество становится все более зависимым от цифровой инфраструктуры, надежные меры кибербезопасности имеют первостепенное значение для защиты конфиденциальной информации и обеспечения бесперебойного функционирования цифровой экономики. Если бы финансовое учреждение столкнулось с утечкой данных, которая раскрывает личную и финансовую информацию его клиентов, это могло не только подорвать доверие к институту, но и бесперебойное функционирование финансовой системы.

Несмотря на эти проблемы, цифровая революция представляет собой уникальную возможность для традиционных экономик. Охватывая цифровые технологии и поощряя культуру инноваций, экономика может стать более эффективной, конкурентоспособной и инклюзивной. Правительства и бизнес должны занять активную позицию. Это может включать создание необходимой инфраструктуры, повышение цифровой грамотности во всех слоях общества и обеспечение равного доступа к огромным преимуществам цифровой экономики. Если бы самые отдаленные деревни имели доступ к высокоскоростному интернету, то это позволило бы местным ремесленникам связываться с глобальной аудиторией и продавать изделия ручной работы. Это способствует экономической инклюзивности и дает людям возможность участвовать в мировой торговле [5–8].

Можно выделить следующие проблемы:

– Смещение рабочих мест. Автоматизация, вызванная цифровыми технологиями, может привести к потере рабочих мест. Правительствам и образовательным учреждениям необходимо инвестировать в программы переподготовки, чтобы работники получили необходимые навыки. Если бы можно было предоставить уволенным работникам обучение программированию, анализу данных или другим востребованным цифровым навыкам, то они могли найти новые возможности.

– Рост «экономики свободного заработка». Несмотря на гибкость, «экономика свободного заработка» часто сопровождается отсутствием гарантий занятости и льгот. Нормативно-правовую базу, возможно, придется адаптировать, чтобы обеспечить справедливое обращение и систему социальной защиты для фрилансеров. Портативные планы льгот могли бы перемещать рабочих с одной работы на другую, обеспечивая ощущение безопасности и стабильности.

– Этические соображения. Использование искусственного интеллекта в алгоритмах вызывает этические проблемы, связанные с предвзятостью и прозрачностью. Регулирующим органам необходимо разработать руководящие принципы ответственной разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта.

Цифровая революция – это не просто технологический апгрейд, а также фундаментальная реструктуризация функционирования экономики. Это похоже на переход от аграрной эпохи к промышленной революции, когда цифровые инструменты заменяют лошадиные силы и паровые двигатели.

Доминирование «экономики данных».

Данные стали новой жизненной силой современной экономики, стимулируя инновации и создавая совершенно новые экономические ландшафты. Аналитика больших данных позволяет предприятиям получать более глубокое понимание поведения клиентов, операционных процес-

сов и рыночных тенденций. Гиганты розничной торговли могли бы использовать историю покупок клиентов для прогнозирования моделей покупок и персонализации маркетинговых кампаний, предлагая дополнительные товары и привлекая клиентов целевыми скидками. Такой подход, основанный на данных, способствует повышению вовлеченности клиентов и приводит к увеличению продаж и лояльности к бренду.

Помимо качества обслуживания клиентов, большие данные позволяют компаниям оптимизировать операции. Анализируя данные о производственных линиях, производители могут выявлять узкие места и неэффективность, что приводит к оптимизации процессов и снижению затрат. Прогнозируемое обслуживание становится реальностью. Данные датчиков оборудования позволяют предвидеть необходимость технического обслуживания, предотвращая дорогостоящие поломки и обеспечивая бесперебойную работу. Это не только экономит деньги предприятия, но также сводит к минимуму время простоя производства и максимизирует эффективность.

Экономика совместного потребления и трансформация труда.

Такие платформы, как Uber и Airbnb, разрушили традиционные отрасли, способствуя развитию экономики совместного использования. Эта одноранговая модель предлагает уникальные преимущества как работникам, так и потребителям. Частным лицам гиг-экономика обеспечивает гибкость и автономию. Графические дизайнеры-фрилансеры могли бы свободно выбирать проекты, устанавливать собственные расценки и работать по собственному графику. Этот стиль работы позволяет лучше сбалансировать работу и личную жизнь и подходит тем, кто ищет карьерный путь, в большей степени основанный на проектах.

Для потребителей экономика совместного потребления предлагает расширенный доступ к услугам и ресурсам по конкурентоспособным ценам. Путешественники могли бы бронировать доступное жилье через Airbnb, изучать местную культуру, проживать в доме, а не в обычном гостиничном номере. Это не только приносит пользу путешественнику, но и дает домовладельцам возможность получать дополнительный доход, сдавая в аренду свободное пространство.

Однако экономика совместного потребления также создает проблемы. Отсутствие традиционных отношений между работодателем и работником может оставить работников без пособий и гарантий занятости. Нормативно-правовую базу необходимо адаптировать, чтобы обеспечить справедливое обращение и систему социальной защиты для этих работников, способствуя созданию более сбалансированной экосистемы в рамках экономики совместного использования.

Хотя цифровая трансформация предлагает огромный потенциал, движение по этому пути требует признания и решения ряда важнейших проблем. Цифровой разрыв, разрыв между теми, кто имеет и не имеет доступа к технологиям и цифровой грамотности, создает двухуровневую экономическую систему. Для преодоления этого разрыва решающее значение имеют инициативы, такие как доступные программы доступа в интернет, обучение цифровой грамотности для всех слоев общества и оснащение школ необходимыми технологическими ресурсами.

Еще одной актуальной проблемой является кибербезопасность. Поскольку экономика становится все более зависимой от цифровой инфраструктуры, надежные меры кибербезопасности необходимы для защиты конфиденциальных данных, финансовых транзакций и критически важной инфраструктуры от кибератак. Правительствам и предприятиям необходимо инвестировать в инфраструктуру кибербезопасности, внедрять надежные меры защиты данных и обучать общественность методам кибергигиены.

Цифровые технологии могут стать мощным выравнителем, расширяя возможности развивающихся стран, способствуя финансовой инклюзивности, расширяя возможности электронной коммерции и улучшая доступ к основным услугам. Платформы мобильного банкинга, такие как M-Pesa в Кении, обеспечивают доступ к финансовым услугам для населения, не охваченного банковскими услугами, что позволяет им более активно участвовать в цифровой экономике. Платформы электронной коммерции, такие как Jumia в Африке, позволяют местным ремесленникам и предприятиям связываться с глобальной аудиторией и продавать свою продукцию на мировой арене, стимулируя местную экономику и продвигая международную торговлю. Телемедицина дает проблеск надежды отдаленным районам с ограниченным доступом к здравоохранению. Врачи из отдаленных деревень могли бы консультироваться со специалистом из крупного города через платформу видеоконференцсвязи, гарантируя, что пациенты получают необходимую медицинскую помощь независимо от их местоположения.

Инвестиции в цифровое будущее.

Чтобы в полной мере использовать потенциал цифровой трансформации и решить связанные с ней проблемы, необходимы инвестиции в нескольких важнейших областях. Расширение доступа к высокоскоростному интернету в недостаточно обслуживаемых регионах является важным первым шагом на пути к обеспечению справедливого участия в цифровой экономике. Образовательным учреждениям необходимо адаптировать свои учебные программы, чтобы научить людей цифровым навыкам, необходимым на современном рабочем месте.

Непрерывные исследования и разработки в таких областях, как искусственный интеллект, робототехника и кибербезопасность, имеют решающее значение для поддержания конкурентоспособности в глобальной цифровой экономике. Правительствам, предприятиям и академическим учреждениям необходимо сотрудничать в развитии культуры инноваций, гарантируя, что эти технологии разрабатываются и применяются ответственно, с должным учетом потенциальных социальных и экономических последствий.

Будущее экономики неразрывно связано с нашей способностью адаптироваться и принять цифровую трансформацию. Признавая проблемы, инвестируя в решения и поощряя культуру инноваций, мы можем открыть будущее, в котором цифровые технологии расширяют возможности людей, устраняют экономические различия и создают более инклюзивную и процветающую глобальную экономику.

Преобразование, вызванное цифровыми технологиями, – это не просто вопрос технологического прогресса, а также фундаментальная реструктуризация экономических систем. В ходе этой продолжающейся трансформации ключевой момент заключается в использовании возможностей цифровых инструментов для создания процветающего будущего для всех, одновременно снижая связанные с этим риски. Инвестируя в образование, инфраструктуру и кибербезопасность, а также поощряя дух инноваций и сотрудничества, мы можем сформировать будущее, в котором процветание и справедливость станут не привилегиями избранных, а краеугольными камнями инклюзивной и процветающей глобальной экономики. Эта цифровая революция представляет собой непростое, но волнующее путешествие, а выбор, который мы делаем сегодня, будет определять экономический ландшафт завтрашнего дня.

Список использованной литературы

1. **Авдеева, И. Л.** Трансформация экономики под воздействием цифровизации: преимущества и риски / И. Л. Авдеева, Т. А. Головина // Экономика и упр.: проблемы, решения. – 2017. – № 12 (8). – С. 41–49.
2. **Бабкина, Е. Ю.** Цифровая трансформация: подходы к определению понятия и основные характеристики / Е. Ю. Бабкина, Т. Ю. Кудрявцева // Вестн. Санкт-Петерб. ун-та. Экономика. – 2020. – Т. 36, № 2. – С. 261–295.
3. **Бухт, Р.** Определение, концепция и измерение цифровой экономики / Р. Бухт, Р. Хикс // Вестн. междунар. орг. – 2020. – Т. 13, № 2. – С. 143–172.
4. **Веселов, Ю. С.** Цифровая экономика: основные аспекты и проблемы развития / Ю. С. Веселов // Вестн. УРФУ. Сер. Экономика. – 2021. – Т. 16, № 5. – С. 698–714.
5. **Казанцев, А. К.** Влияние цифровизации на трансформацию традиционных экономических систем / А. К. Казанцев, Н. Н. Киселева // Изв. СПбГЭУ. – 2022. – № 3 (131). – С. 7–12.
6. **Козырев, А. Н.** Цифровая экономика и ее влияние на развитие экономических систем и человеческой деятельности / А. Н. Козырев, С. А. Смирнов // Вестн. СПбГУ. Экономика. – 2020. – № 3. – С. 324–345.
7. **Кузнецов, Б. Т.** Цифровые технологии и их влияние на трансформацию экономических систем / Б. Т. Кузнецов // Экономика и менеджмент систем упр. – 2021. – № 4 (38). – С. 5–15.
8. **Лещенко, Я. А.** Влияние цифровизации экономики на трансформацию трудовых отношений / Я. А. Лещенко, В. А. Лопатин // Экономика труда. – 2021. – Т. 8, № 7.

АНАЛИЗ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В данной работе рассмотрены наиболее серьезные правонарушения в сфере высоких технологий. Проведен анализ деятельности злоумышленников на территории Республики Беларусь. Цель исследования – рассмотреть проблемы информационной безопасности и определить подходы для их преодоления.

This paper examines the most serious offenses in the field of high technology. An analysis of the activities of criminals on the territory of the Republic of Belarus was carried out. The purpose of the study is to consider information security problems and identify approaches to overcome them.

Ключевые слова: киберпреступность; сфера высоких технологий; сеть «Интернет»; профилактика преступлений.

Key words: cybercrime; high technology sphere; Internet; crime prevention.

Современный этап развития мирового сообщества характеризуется стремительным развитием научно-технического прогресса, в который включается и сфера высоких технологий. Трудно представить, чтобы у современного человека не было компьютера, ноутбука или смартфона, с помощью которых он получает доступ к благам глобальной компьютерной сети «Интернет».

Правонарушения в сфере высоких технологий включают в себя различные виды преступлений, связанных с использованием компьютеров, глобальной сети «Интернет», электронной почты, социальных сетей и других технологий. Это могут быть такие преступления, как хакерство, кибермошенничество, кибертерроризм, распространение вредоносного программного обеспечения, кража личной информации и многие другие.

В настоящее время можно выделить следующие основные методы социальной инженерии, используемые злоумышленниками для совершения противоправных действий:

– «Вишинг» – это осуществление звонков под видом сотрудников банков, правоохранительных органов и других учреждений, организаций. Как правило, злоумышленник пользуется сервисом по подмену номера телефона и указывает абонентский номер, принадлежащий какому-либо банку, или схожий с ним, а также осуществляет звонки с использованием различных мессенджеров.

– «Фишинг» – это несанкционированный доступ к конфиденциальной информации с использованием подменных интернет-ресурсов (максимально схожих по внешним признакам и доменному имени с оригиналом), где необходимо ввести личные данные, либо путем интернета (смс-рассылки, содержащей вредоносное программное обеспечение).

«Успех» вышеуказанных методов напрямую зависит от способности злоумышленников манипулировать человеческими чувствами (страхом, любопытством, симпатией, тщеславием и жадностью). Рассматриваемые преступления совершаются, как правило, в составе групп, участники которых лично не знакомы друг с другом.

Проблемы информационной безопасности постоянно усугубляются процессами проникновения практически во все сферы деятельности общества технических средств обработки и передачи данных (вычислительных систем). На протяжении последних пяти лет фиксируется существенный рост преступлений в сфере высоких технологий, в том числе связанных с хищением денежных средств посредством использования возможностей глобальной компьютерной сети «Интернет», а также информационно-коммуникационных технологий. В 2021 г. в Республике Беларусь зарегистрировано свыше 14 500 таких хищений, что более чем в 7 раз превысило уровень пятилетней давности (2 069) [1].

Увеличение количества преступлений в IT-сфере происходит наряду с ростом количества абонентов сети «Интернет», доли населения, использующей информационные технологии при проведении финансовых операций. Интернет-банкинг и платежные сервисы постепенно завое-

вызывают статус основных платформ для заказа банковских и иных услуг, осуществления денежных переводов и управления расчетными счетами. В 2023 г. значительно выросло количество преступлений с использованием фишинговых ссылок.

В настоящее время более 85% населения пользуется интернетом. Согласно аналитическим данным Национального банка Республики Беларусь, в настоящее время число банковских платежных карт, находящихся в обращении в Республике Беларусь, превышает 15,2 млн. Доля безналичных операций в 2021 г. составила 63,8% от всех совершенных платежей в белорусских рублях.

Анализ деятельности злоумышленников на территории Республики Беларусь показал, что с 2022 г. идет активный рост противоправных деяний в IT-сфере, совершаемых с использованием фишинговых ссылок (в большинстве случаев направлены на хищение денежных средств граждан, разместивших объявление или покупавших какой-либо товар посредством крупнейшей площадки объявлений Республики Беларусь «Kufar.by»), а также увеличилось количество преступлений по сравнению с прошлым годом, когда потерпевшие отзывались на «уловки» преступников и, будучи обманутыми, сами осуществляли переводы денежных средств на счета с реквизитами, указанными злоумышленниками. Наиболее часто злоумышленниками использовались фишинговые ссылки со следующими доменными именами: «kufar.dostavka-by.com», «kufar.by-transfer.ca», «kufar.by-getdostavka.com», «kufar.items-by.com», «autolight.order-by.com», «kufar.by-ordering.com», «evropochta.by-c.ca», «www-kufar.by» и «evropocgta.deliver-by.online», с использованием которых совершено более 450 преступлений [1].

В текущем году все чаще жертвами киберпреступников становятся граждане в возрасте от 16 до 35 лет, что обусловлено увеличением количества преступлений в IT-сфере, предусмотренных ст. 209 Уголовного кодекса Республики Беларусь (на 45% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года), когда потерпевшие сами осуществляли переводы денежных средств на счета с реквизитами, указанными злоумышленниками [2].

При совершении указанных преступлений злоумышленники создают поддельные интернет-магазины, учетные записи различных торговых марок в мессенджерах и социальных сетях (Instagram, Telegram и др.), в которых размещаются объявления о продаже (покупке) какого-либо имущества, пользующегося спросом, выставляется цена, как правило, ниже рыночной. В настоящее время для совершения противоправных действий также стал активно использоваться раздел интернет-сайта «Onliner.by», посвященный сдаче жилья в аренду, злоумышленники размещают объявления о сдаче квартиры по заниженной стоимости. После того как граждане откликаются на объявления, злоумышленники осуществляют с ними общение с использованием глобальной компьютерной сети «Интернет» (социальных сетей и мессенджеров), в ходе чего предлагают различными способами произвести оплату (предоплату) [2].

В уголовном праве Беларуси закреплена ответственность за ряд преступлений против информационной безопасности, указанных в гл. 31 Уголовного кодекса Республики Беларусь. В отношении нарушений авторских прав с использованием компьютерных технологий уголовное право Республики Беларусь не предусматривает каких-либо специальных норм. Некоторые из рассмотренных составов преступлений имеют свои аналоги в Кодексе об административных правонарушениях Республики Беларусь, указанные в ст. 22.6 «Несанкционированный доступ к компьютерной информации» и ст. 10.7 «Причинение имущественного ущерба». Основное отличие – размер ущерба и степень общественной опасности деяний [3–4].

На данный момент в Республике Беларусь существует управление по противодействию киберпреступности (Управление «К»), которое осуществляет меры по борьбе с преступлениями в сфере высоких технологий.

Для борьбы с преступлениями в сфере высоких технологий в Беларуси действует специальное законодательство и правоохранительные органы, такие как Министерство внутренних дел Республики Беларусь, Комитет государственной безопасности Республики Беларусь.

На данный момент современное законодательство в Республике Беларусь, а также в различных странах включает нормы, регулирующие киберпреступность. Для борьбы с такими преступлениями существуют законы, технические и организационные меры защиты, а также учреждения, обеспечивающие реагирование и расследование. Однако динамичное развитие технологий и улучшение способности киберпреступников подчеркивают важность постоянного совершенствования мер по борьбе с преступлениями в сфере высоких технологий. Эффективная кибербезопасность требует постоянного совершенствования, адаптации к новым угрозам и сотрудничества как внутри страны, так и на международном уровне. Современные технологии создают новые угрозы, защита от них также должна эволюционировать.

Список использованной литературы

1. **Об отдельных** вопросах противодействия преступлениям, совершаемым с использованием возможностей глобальной сети «Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mpt.gov.by/ru/ob-otdelnyh-voprosah-protivodeystviya-prestupleniyam-sovershaemym-s-ispolzovaniem-vozmozhnostey>. – Дата доступа: 12.02.2024.
2. **Министерство** связи и информатизации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mpt.gov.by/ru/ob-otdelnyh-voprosah-protivodeystviya-prestupleniyam-sovershaemym-s-ispolzovaniem-vozmozhnostey>. – Дата доступа: 14.02.2024.
3. **Кодекс** Республики Беларусь об административных правонарушениях [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 18 дек. 2020 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 18 дек. 2020 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.etalonline.by>. – Дата доступа: 11.02.2024.
4. **Уголовный** кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 2 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 24 июня 1999 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document>. – Дата доступа: 16.02.2024.

УДК 658.512

А. М. Нобатов (arslan.nobatov@gmail.com),
ст. преподаватель

Н. Ш. Бабаназаров (narly233@gmail.com),
преподаватель

Л. Мамурджанова (narly233@gmail.com),
студент

Туркменский государственный
институт экономики и управления
г. Ашхабад, Туркменистан

ОПТИМИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДАННЫМИ ЧЕРЕЗ ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ И ПРОГНОЗИРОВАНИЮ НА ОСНОВЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ

Данная статья посвящена возможностям оптимизации корпоративного управления данными с использованием инновационных подходов к анализу и прогнозированию на основе больших данных. В современной бизнес-среде, характеризующейся постоянным ростом объема и сложности данных, эффективное управление информацией становится критически важным для достижения конкурентных преимуществ. Рассматриваются современные технологии анализа данных, такие как машинное обучение, алгоритмы глубокого обучения и статистические методы, их применение в контексте корпоративного управления. Особое внимание уделяется разработке инновационных стратегий анализа данных, которые позволяют не только эффективно обрабатывать и интерпретировать большие объемы информации, но и прогнозировать будущие тенденции и поведение клиентов, что способствует принятию обоснованных стратегических решений. Результаты исследования должны способствовать выявлению оптимальных практик и рекомендаций по улучшению корпоративного управления данными с использованием инновационных подходов к анализу и прогнозированию на основе больших данных.

This article explores the possibilities of optimizing enterprise data management through innovative approaches to Big Data analytics and forecasting. In today's business environment, which is characterized by a constant increase in the volume and complexity of data, effective information management is becoming critical to achieving competitive advantage. Modern data analysis technologies such as machine learning, deep learning algorithms and statistical methods and their application in the context of business management will be reviewed. Special attention is given to the development of innovative data analytics strategies that not only enable efficient processing and interpretation of large amounts of information, but also predict future trends and customer behavior to facilitate informed strategic decision-making. The results of the study should contribute to identify best practices and recommendations for improving enterprise data management through innovative approaches to big data analytics and forecasting.

Ключевые слова: корпоративное управление данными; инновации; анализ больших данных; прогнозирование; машинное обучение; алгоритмы глубокого обучения.

Key words: enterprise data management; innovation; big data analytics; predictive analytics; machine learning; deep learning algorithms.

В цифровую эпоху, характеризующуюся распространением данных, организации все больше осознают важность эффективного управления данными для стимулирования роста биз-

неса и инноваций. С появлением технологий больших данных предприятия получили доступ к огромным объемам структурированных и неструктурированных данных, что открывает беспрецедентные возможности для анализа и получения информации. Однако огромный объем, скорость и разнообразие данных создают серьезные проблемы для традиционных подходов к управлению данными. Чтобы эффективно использовать потенциал больших данных, организации должны внедрить инновационные методологии анализа данных и прогнозирования. Целью статьи является исследование оптимизации управления корпоративными данными посредством внедрения инновационных подходов к анализу и прогнозированию на основе больших данных.

Инновационные подходы к анализу данных.

Одной из основ оптимизации управления корпоративными данными является внедрение инновационных подходов к анализу данных. Традиционные методы анализа данных, такие как ручная обработка и простые статистические методы, больше не подходят для обработки сложных больших данных. Вместо этого организации обращаются к передовым аналитическим методам, включая машинное обучение и алгоритмы глубокого обучения, чтобы извлечь ценную информацию из больших и разнообразных наборов данных. Алгоритмы машинного обучения, такие как обучение с учителем, обучение без учителя и обучение с подкреплением, обеспечивают автоматическое распознавание образов и прогнозное моделирование, тем самым облегчая принятие решений на основе данных. Алгоритмы глубокого обучения превосходно справляются с обработкой неструктурированных данных, таких как изображения, текст и аудио, выявляют сложные закономерности и взаимосвязи. Используя эти инновационные подходы к анализу данных, организации могут выявлять скрытые тенденции, новые возможности и снижать риски, тем самым повышая свою конкурентоспособность на рынке [1].

Выделяют следующие инновационные подходы к анализу данных:

- Машинное обучение. Этот подход позволяет компьютерным системам обучаться на основе опыта и данных, без программирования. Алгоритмы машинного обучения могут анализировать данные, выявлять паттерны и делать прогнозы на основе полученных знаний.

- Глубокое обучение – это раздел машинного обучения, который использует искусственные нейронные сети с несколькими слоями для анализа данных. Этот подход позволяет обрабатывать большие объемы неструктурированных данных, таких как изображения, звук и текст, извлекать высокоуровневые признаки и абстракции из этих данных.

- *Анализ текста.* Этот подход включает в себя использование методов обработки естественного языка для анализа текстовых данных, таких как отзывы, комментарии и социальные медиа. Алгоритмы анализа текста могут автоматически классифицировать тексты, извлекать ключевые слова и выявлять настроения и эмоции, что полезно для понимания общественного мнения и потребительских предпочтений.

- *Обработка изображений.* Этот подход включает в себя использование компьютерного зрения и других методов анализа изображений для обработки и интерпретации визуальных данных. Алгоритмы обработки изображений могут распознавать образцы, объекты и лица на изображениях, что полезно для автоматической классификации и анализа визуальной информации [2].

Прогнозирование на основе больших данных.

Помимо анализа данных, решающую роль в оптимизации управления корпоративными данными играет прогнозирование на основе больших данных. Прогнозная аналитика (разновидность расширенной аналитики) предполагает использование статистических алгоритмов и методов машинного обучения для анализа исторических данных и прогнозирования будущих событий или тенденций. Анализируя закономерности и взаимосвязи в больших наборах данных, прогнозная аналитика позволяет организациям предвидеть рыночные тенденции, предпочтения клиентов и результаты бизнеса, тем самым направляя принятие стратегических решений и распределение ресурсов. Например, прогнозную аналитику можно использовать для прогнозирования спроса на продукцию, оптимизации управления запасами и персонализации маркетинговых кампаний. Более того, прогнозные модели могут постоянно уточняться и обновляться в ответ на меняющуюся динамику рынка и условия бизнеса, обеспечивая постоянную актуальность и точность [3]. Используя возможности прогнозной аналитики, организации могут получить конкурентное преимущество, оставаясь на шаг впереди и принимая решения на основе данных.

Прогнозирование на основе больших данных представляет собой процесс использования объемных, разнообразных и быстро поступающих данных для прогнозирования будущих событий, тенденций и результатов. В отличие от традиционных методов прогнозирования, которые

могут быть ограничены объемом данных и сложностью модели, прогнозирование на основе больших данных позволяет использовать мощные алгоритмы машинного обучения и анализа данных для выявления более сложных взаимосвязей.

Этот подход к прогнозированию имеет ряд преимуществ:

– *Учет большего объема данных.* Прогнозирование на основе больших данных позволяет учитывать гораздо больший объем информации, включая структурированные и неструктурированные данные, такие как текст, изображения и видео. Это позволяет создавать более точные и надежные прогнозы, основанные на всестороннем анализе доступной информации.

– *Обнаружение скрытых паттернов.* Большие объемы данных могут содержать скрытые паттерны и взаимосвязи, которые невозможно выявить с помощью традиционных методов анализа. Прогнозирование на основе больших данных позволяет использовать передовые методы машинного обучения и алгоритмы глубокого обучения для обнаружения этих скрытых паттернов и взаимосвязей, что способствует более точным прогнозам.

– *Автоматизация и оптимизация процесса прогнозирования.* Прогнозирование на основе больших данных может быть автоматизировано с использованием специализированных алгоритмов и инструментов анализа данных. Это позволяет ускорить процесс прогнозирования, снизить затраты на его выполнение и улучшить его точность.

– *Повышение конкурентоспособности.* Компании, которые могут эффективно использовать данные для прогнозирования будущих тенденций и результатов, обладают значительным конкурентным преимуществом. Прогнозирование на основе больших данных позволяет компаниям быстро реагировать на изменяющиеся рыночные условия, оптимизировать свои бизнес-процессы и принимать более обоснованные стратегические решения [4].

Несмотря на значительные преимущества, предлагаемые инновационными подходами к анализу данных и прогнозированию, организации сталкиваются с рядом проблем при их внедрении. Во-первых, качество и надежность данных имеют первостепенное значение для точного анализа и прогнозирования. Низкое качество данных, включая неточности, неполноту и несогласованность, может снизить эффективность прогнозных моделей и привести к ошибочным выводам. Поэтому организации должны инвестировать в процессы и технологии управления данными, чтобы обеспечить целостность и согласованность данных из разных источников. Во-вторых, масштабируемость и вычислительная сложность алгоритмов расширенной аналитики создают проблемы для организаций с ограниченными ресурсами. Развертывание и поддержка сложных аналитических моделей может потребовать значительных вычислительных ресурсов, опыта и инфраструктуры, которые могут быть не всегда доступны для всех организаций. Более того, интерпретируемость и прозрачность прогнозных моделей имеют важное значение для завоевания доверия и признания заинтересованных сторон. Модели «черного ящика», такие как нейронные сети глубокого обучения, часто лишены интерпретируемости, что затрудняет понимание основных процессов принятия решений и обоснование результатов модели [5]. Таким образом, организации должны найти баланс между точностью модели и ее интерпретируемостью, принимая во внимание конкретный бизнес-контекст и нормативные требования.

Оптимизация управления корпоративными данными с помощью инновационных подходов к анализу и прогнозированию на основе больших данных имеет огромный потенциал для повышения эффективности и конкурентоспособности организаций. Используя передовые методы аналитики, такие как машинное обучение и прогнозная аналитика, организации могут получить полезную информацию из обширных наборов данных, что позволяет принимать обоснованные решения и стратегическое планирование. Однако успешная реализация этих инновационных подходов требует решения различных проблем, включая качество данных, масштабируемость и интерпретируемость модели. Поэтому организациям необходимо принять целостный подход к управлению данными, охватывающий управление данными, инфраструктуру и развитие талантов, чтобы реализовать все преимущества анализа больших данных. Используя инновационные подходы к анализу данных и прогнозированию, организации могут получить конкурентное преимущество в современной экономике.

Список использованной литературы

1. **Davenport, T. H.** Competing on Analytics: The New Science of Winning / T. H. Davenport, J. Harris. – Harvard Bus. Press, 2007. – 218 p.
2. **Provost, F.** Data Science for Business: What You Need to Know about Data Mining and Data-Analytic Thinking / F. Provost, T. Fawcett. – O'Reilly Media, 2013. – 408 p.

3. **Mayer-Schönberger, V.** Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think / V. Mayer-Schönberger, K. Cukier. – Harper Business, 2014. – 272 p.

4. **The Parable of Google Flu: Traps in Big Data Analysis** / D. Lazer [et al.] // Science. – 2014. – Vol. 343. – P. 1203–1205.

5. **McAfee, A.** Big Data: The Management Revolution / A. McAfee, E. Brynjolfsson // Harvard Bus. Rev. – 2012. – Vol. 10, № 10. – P. 61–67.

УДК 502.3

Г. С. Овезова (aknabatartykova@gmail.com),

ст. преподаватель

Д. Я. Агабаев (aknabatartykova@gmail.com),

ст. преподаватель

*Туркменский государственный
институт экономики и управления
г. Ашхабад, Туркменистан*

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ФУНКЦИИ СТАТИСТИКИ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

В данной статье рассматриваются основные понятия и функции статистики окружающей среды, которая является важным инструментом для мониторинга и оценки состояния окружающей среды. Рассматриваются ключевые аспекты статистики окружающей среды, такие как сбор данных, анализ и интерпретация, а также ее роль в формировании экологической политики и принятии решений.

This article discusses the basic concepts and functions of environmental statistics, which are an important tool for monitoring and assessing the state of the environment. Reviews key aspects of environmental statistics, such as data collection, analysis and interpretation, as well as its role in environmental policy and decision making.

Ключевые слова: экологическая проблема; антропогенная деятельность; загрязнение атмосферы; климатические изменения; озоновый слой; водные ресурсы; почва; биоразнообразие; экологически чистые технологии; природные ресурсы; экологическое образование.

Key words: environmental problem; anthropogenic activity; air pollution; climate change; ozone layer; water resources; soil; biodiversity; environmentally friendly technologies; natural resources; environmental education.

Одним из национальных богатств любой страны мира являются ее природные ресурсы. Это относится к природным ресурсам, которые изучены, учтены и имеют экономическое значение для национальных ресурсов. Природные ресурсы, статистически учтенные на определенную дату, называются учтенными. Экономически значимые – это производительные силы, природные ресурсы, которые могут быть использованы для производства товаров, пригодных для производства, оказания услуг.

Природные ресурсы (леса, вода, земля, полезные ископаемые, представители флоры и фауны и др.) являются основной составляющей экономического богатства страны. Они часто определяют положение страны в международном разделении труда. Широкое использование природных ресурсов приводит к истощению. Экологическая статистика имеет большое значение при планировании и прогнозировании использования природных ресурсов и обращения с отходами. Эта информация также очень важна для оценки природных ресурсов.

Охрана планового природопользования требует полной, правильной и достоверной информации о расположении природных ресурсов на территории страны, эффективности их использования в различных нуждах, эффективности природоохранных мероприятий. Все это отражает необходимость статистического изучения природных ресурсов, что требует классификации ресурсов. Для достижения заявленных целей, исходя из статистических данных, должны быть выполнены следующие требования:

– состав и объем природных ресурсов (вода, земля, леса, недра, воздушное пространство, растительный и животный мир, их расположение);

– состояние всех ресурсов (воды, земли, леса, воздушного пространства, флоры и фауны);

– состояние компонентов окружающей среды (земли, воды, атмосферы);

– различное воздействие хозяйственной деятельности на окружающую среду;

– добыча некоторых месторождений природных ресурсов;

– меры по снижению воздействия человека на окружающую среду;

– влияние окружающей среды на здоровье человека, его возраст и поколение;

– загрязнение окружающей среды и ее компонентов;

- систематическое использование природных ресурсов;
- вывоз и переработка промышленных и бытовых отходов;
- финансирование вопросов, связанных с охраной окружающей среды;
- экономическая эффективность.

Хотя вышеупомянутые показатели имеют уникальные характеристики, каждый из них взаимосвязан и ориентирован на решение экологических проблем.

В зависимости от масштабов воздействия хозяйственной деятельности человека на окружающую среду экологические проблемы принято разделять на глобальные и локальные. Глобальные экологические проблемы напрямую связаны с местными экологическими проблемами.

Существуют возобновляемые и невозобновляемые источники энергии. Солнечная, ветровая, гидроэлектрическая, приливная энергия и некоторые другие источники энергии являются возобновляемыми, поскольку их использование человеком не приводит к изменению их запасов. Уголь, нефть, газ, торф и уран относятся к невозобновляемым источникам энергии и полностью теряются при переработке.

Потребляемые источники энергии – нефть, уголь и газ наряду с ураном (атомная энергетика) будут основными источниками энергии в ближайшие десятилетия и по-прежнему будут составлять наибольшую долю производства энергии, основанной на использовании углеводородного сырья. Однако ограниченность запасов нефти и газа очевидна. Перспектива их активного использования видна лишь через несколько десятилетий. За этот период объекты добычи нефти и газа должны быть заменены другими.

Основной движущей силой климата является Солнце. Например, глобальное потепление является одной из основных причин ветров и океанских течений, а активность Солнца ответственна за потепление атмосферы и магнитные бури. Кроме того, на климат влияют изменения орбиты Земли, ее магнитного поля, размеров континентов и океанов, извержения вулканов. Все это является естественными причинами изменения климата. До недавнего времени только они определяли изменение климата. Половина изменения температуры до 1950 г. может быть связана с Солнцем и вулканической активностью (солнечная активность вызывает повышение температуры и уменьшение активности вулканов). Основным антропогенным эффектом является усиление парникового эффекта, влияние которого на изменение климата в 8 раз превышает влияние солнечной активности за последние двести лет [1–4].

Изменение климата – это изменение климата Земли в целом или отдельных ее регионов во времени, что означает реальную статистику изменения климата по многолетним показателям по всем направлениям, от десятилетий до миллионов лет. Изменение климата вызвано такими явлениями, как парниковый эффект, который приводит к глобальному потеплению. Здесь есть три взаимосвязанных понятия: изменение климата, парниковый эффект и глобальное потепление. Парниковый эффект – явление, при котором солнечное тепло, попадающее в атмосферу Земли, удерживается на Земле под действием парниковых газов. Эти газы включают углекислый газ и метан, которые все чаще присутствуют в атмосфере. Его увеличение вызвано не только сжиганием топлива, но и вырубкой лесов, попаданием фреонов в атмосферу, неправильным ведением сельского хозяйства и другими видами деятельности.

Изменение климата – это не только повышение температуры. По результатам наблюдений, повышается уровень Мирового океана, тают ледники и вечная мерзлота, реки все больше понижаются, изменился характер течения рек. Кроме того, есть и другие глобальные изменения, напрямую связанные с нестабильностью климата. Особенно это проявляется в увеличении частоты и тяжести опасных погодных условий, а также в широком распространении опасных инфекционных заболеваний. Эти ситуации представляют угрозу не только устойчивому функционированию экосистем и мировой экономики, но и жизни, здоровью людей [5–8].

Учитывая значительное негативное воздействие изменения климата на экономическое развитие, природные ресурсы и борьбу с бедностью, преодоление этих проблем является неотъемлемой частью достижения устойчивого развития. Разработка недорогих и крупномасштабных решений проблемы изменения климата может помочь странам перейти к низкоуглеродной экономике в будущем. Экономическая деятельность человека оказывает реальное влияние на климат, это воздействие усиливается с каждым годом. Сегодня не важно, виноват человек или нет, он должен принять все возможные меры, чтобы остановить изменение климата и не допустить повышения температуры. В то же время необходимо адаптироваться к новым условиям и по возможности успешно использовать их на самом высоком уровне.

Изменение климата оказывает прямое негативное воздействие на сельскохозяйственный сектор. Изменение климата также должно изменить подходы к производству продуктов пита-

ния и управлению сельским хозяйством. Повышение температуры, изменение количества осадков, изменчивость климата и распространение вредителей и болезней являются последствиями изменения климата и угрожают продуктивности сельского хозяйства, что приводит к неблагоприятным последствиям для глобальной продовольственной безопасности. Чтобы удовлетворить растущий спрос на продовольствие, сельское хозяйство и продовольственные системы должны адаптироваться к неблагоприятным последствиям изменения климата и стать более устойчивыми, продуктивными.

Одной из основных форм изменения климата является глобальное потепление. Глобальное потепление – это постепенное повышение средней температуры вокруг Земли. Глобальное потепление – это долгосрочное повышение средней температуры климатических систем Земли. Оно продолжается уже более века, его основной причиной является антропогенный фактор. Десятилетие с 2010 по 2019 гг. было самым теплым десятилетием за всю историю наблюдений. По данным Межправительственной группы экспертов по изменению климата, 2020 г. является вторым самым теплым годом в зарегистрированной истории (самый жаркий год – 2016 г., а все рекордные максимумы наблюдаются после 2015 г.). В 2020–2021 гг. зафиксирована максимальная концентрация трех основных парниковых газов (диоксид углерода, метан, оксид азота) в атмосфере.

Последствия глобального потепления включают повышение уровня моря, изменение количества осадков в разных регионах и более частые экстремальные погодные явления, такие как жара. Чем выше температура, тем выше испарение и выше потери. Потери не зашкаливают. Если один регион подвержен наводнениям, другой регион страдает от засухи.

Климатическая система ощущает внешние воздействия, которые способны изменить климат. К таким последствиям относятся изменения газового состава атмосферы (накопление парниковых газов). Атмосфера Земли преобразует падающую на нее световую энергию Солнца в ультрафиолетовые лучи, испускаемые Землей в космос. Парниковые газы усложняют эту ситуацию, поглощая ультрафиолетовое излучение и удерживая энергию из атмосферы в космос. Добавляя парниковые газы в атмосферу, люди увеличивают количество ультрафиолетового излучения в атмосфере, что приводит к повышению температуры поверхности Земли.

В результате воздействия различных антропогенных факторов увеличивается количество накапливаемых в атмосфере парниковых газов. К таким факторам относятся сжигание топлива, использование аэрозолей, выброс тяжелых промышленных отходов, химикатов, используемых при обработке сельскохозяйственных земель, животноводческих операциях, вырубке лесов, свалках. К основным парниковым газам относятся водяной пар (ответственный за 36–70% парникового эффекта, исключая облака), углекислый газ (9–26%), метан (4–9%), озон (3–7%). Водяной пар характеризуется способностью конденсироваться и накапливаться в атмосфере в зависимости от температуры воздуха.

Глобальное потепление создает еще более опасные ситуации, ведущие к таянию морского льда и истончению арктического морского льда. В результате многие виды арктических животных, птиц и растений находятся под угрозой исчезновения. В низких и высоких широтах дожди более часты и обильны, а в тропических и субтропических регионах – климат более сухой. Экосистемы разбалансированы, по всему миру часты наводнения, засухи и ураганы.

Список использованной литературы

1. **Статистика** окружающей среды : учеб. / под ред. проф. А. Н. Багриновского. – М. : РАГС, 2008. – 472 с.
2. **Захаров, В. М.** Статистика окружающей среды : учеб. пособие / В. М. Захаров. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 272 с.
3. **Захаров, В. М.** Статистика окружающей среды : практикум / В. М. Захаров. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 184 с.
4. **Петрова, О. В.** Статистика окружающей среды : конспект лекций / О. В. Петрова. – М. : МГУ, 2015. – 120 с.
5. **Дубовик, Н. В.** Статистика окружающей среды : электрон. учеб. / Н. В. Дубовик. – М. : МИЭЭ, 2016.
6. **Экономическая** статистика природопользования : учеб. / под ред. проф. А. Н. Багриновского. – М. : РАГС, 2010. – 528 с.
7. **Экологическая** статистика : учеб. / под ред. проф. В. И. Данилова-Данильяна. – М. : МГУ, 2012. – 640 с.
8. **Статистика** : учеб. / под ред. проф. А. А. Суспицына. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 672 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ

В данной статье рассматриваются основные аспекты применения информационных технологий в экономике, а также анализируется их влияние и воздействие на различные секторы национальной экономики.

This article examines the main aspects of the use of information technologies in the economy, as well as analyzes their impact and impact on various sectors of the national economy.

Ключевые слова: информационные технологии; искусственный интеллект; машинное обучение; блокчейн; интернет вещей.

Key words: information technology; artificial intelligence; machine learning; blockchain; Internet of things.

Информационные технологии в связи со всеобщей компьютеризацией вышли на принципиально новый уровень, их суть – это передача, хранение, обработка и восприятие информации [1]. Разработка информационных технологий является очень затратным видом деятельности, который требует качественной подготовки специалистов и наукоемкой техники, их реализация нередко сравнима с революционными преобразованиями, так как они обеспечивают более эффективное управление организациями, улучшают качество принимаемых решений и способствуют повышению конкурентоспособности. Поэтому на данный момент информационные технологии в экономике, их изучение и разработка являются одними из актуальных задач для специалистов.

Сегодня мы наблюдаем появление и активное использование новых технологий, таких как искусственный интеллект, блокчейн, интернет вещей и др. Одним из наиболее перспективных направлений является использование искусственного интеллекта и машинного обучения, так как они являются основой для создания инноваций и трансформации экономики. Искусственный интеллект позволяет автоматизировать рутинные и монотонные процессы, а машинное обучение предоставляет возможность анализировать большие объемы данных и находить скрытые закономерности. Это позволяет организациям оптимизировать свои процессы, создавать новые продукты и повышать их качество. Поэтому данные технологии становятся доминирующей частью технологической индустрии, помогая организациям достигать цели и принимать важные решения. Искусственный интеллект – это наука и технология создания компьютерных алгоритмов и программ, которые функционируют как интеллектуальные системы: обучаются и сохраняют информацию на основе опыта, оценивают и применяют абстрактные концепции, используют полученные знания, чтобы влиять на окружающую среду [2]. Искусственный интеллект включает в себя машинное обучение, обработку естественного языка, компьютерное зрение, робототехнику и многое другое. Он представляет собой компьютерные системы, способные выполнять задачи, требующие интеллектуальных способностей, таких как распознавание образов, анализ данных и обучение.

Машинное обучение – это подраздел искусственного интеллекта, который позволяет компьютерным системам учиться на основе данных, а не на основе предопределенных правил [3]. Система обрабатывает возможные варианты ответов, сравнивая существующие данные, находит оптимальное решение, используя различные алгоритмы.

Таким образом, технологии искусственного интеллекта и машинного обучения помогают анализировать большие объемы данных, выявлять закономерности и принимать более обоснованные решения, используются для следующих целей:

– Автоматизация процессов. Алгоритмы машинного обучения могут обрабатывать и анализировать данные клиентов, определять их наиболее вероятные потребности и предлагать подходящие товары или услуги, а также позволяют создавать чат-боты и другие системы автоматического обслуживания клиентов, что снижает нагрузку на персонал и дает возможность быстро реагировать на запросы клиентов.

– Коммуникация. Помогает автоматизировать корреспонденцию и обрабатывать большие объемы сообщений. Это позволяет улучшить связь с клиентами, повысить качество и быстроту ответов и улучшить взаимодействие с партнерами. Могут использоваться для создания персонализированных рекламных кампаний, которые соответствуют интересам конкретных клиентов. Это увеличивает вероятность продажи товаров или услуг.

– Управление ресурсами. Помогают бизнесу управлять ресурсами более эффективно, что позволяет сократить расходы и повысить прибыль, а также помогают улучшить управление запасами, что позволяет избежать необходимости иметь больше складского пространства и сохранить внешние затраты. Кроме того, могут использоваться для сокращения трудозатрат на рутинные работы, такие как обработка больших объемов данных и управление отчетностью.

– Прогнозирование вредных действий. Искусственный интеллект и машинное обучение также могут использоваться для предотвращения рисков поставки и обслуживания, так как позволяют собирать и анализировать данные об аварийных ситуациях, пожарах и других опасностях на производстве, что помогает работникам предотвращать подобные ситуации.

Следует помнить, что эти технологии требуют особого внимания и должны использоваться с осторожностью.

Одной из главных проблем, связанных с искусственным интеллектом и машинным обучением, является безопасность и защита данных. Сбор и использование больших объемов данных клиентов и партнеров может иметь серьезные последствия в случае нарушения конфиденциальности. Бизнес должен обеспечить правильную защиту данных и механизмы противодействия утечкам и кибератакам.

Вторая проблема – это опасность в виде дискриминации по различным критериям, таким как раса, пол и социальный статус. Это может привести к нарушениям прав человека и плохому имиджу для бизнеса.

Третья проблема – это человеческие ошибки. Искусственный интеллект и машинное обучение могут быть подвержены ошибкам в результате неправильного программирования, отсутствия полной информации или других факторов. Такие ошибки могут привести к драматическим последствиям. Поэтому должны быть обеспечены дополнительные меры контроля и автоматического уведомления в случае обнаружения таких ошибок, чтобы соответствующие специалисты могли вмешаться и предотвратить возможные последствия.

Четвертая проблема – это нарушение этических аспектов. Искусственный интеллект и машинное обучение могут быть использованы не только для решения проблем, но также для причинения вреда людям или животным и даже для создания автономных оружейных систем и других опасных технологий. Этические проблемы в работе должны попытаться выявить и решить их до того, как они приведут к нежелательным последствиям. Для того, чтобы обеспечить безопасность в использовании искусственного интеллекта и машинного обучения, бизнес должен соблюдать законы и правила при работе с этими технологиями.

Выделяют следующие недостатки использования искусственного интеллекта:

– Сбои. Перекладывая множество сложных задач на искусственный интеллект, не стоит забывать, что любая машина может давать сбои. Небольшая ошибка в вычислениях может привести к потере важных данных, подлежащих обработке машиной.

– Противостояние. Постоянное совершенствование логических процессов может обособить искусственный интеллект от человечества. Агрессивное воздействие одного государства в своих интересах способно вызвать опасные и непредсказуемые последствия. Стоит только искусственному интеллекту решить, что человек является угрозой, как вымирание людей станет вопросом времени. Контроль всех производств и устройств ставит человека перед лицом потенциальной угрозы.

– По мере того, как искусственный интеллект станет заменять человека в различных сферах, все больше людей останутся без работы. Степень замены человеческого труда на роботизированный интеллект еще трудно представить, но маловероятно, что последствия будут в пользу обычных людей.

Выделяют следующие преимущества использования искусственного интеллекта:

– Изучение. Искусственный разум лучше всего подходит для различного рода механической деятельности. Безопасное изучение глубин морей и океанов, космоса не подходит ни для людей, ни для обычных машин. Искусственный интеллект, в свою очередь, может подстроиться под ситуацию без угрозы вреда здоровью. Любые эксперименты, испытания с помощью искусственного интеллекта будут происходить намного быстрее и дешевле, чем это может сделать человек.

– Работа. Сейчас ни одно производство не является полностью автоматическим, так как машина не может оценить результат своих действий. Искусственный интеллект способен не только управлять сотнями заводов по всему миру, одновременно без остановок, но еще и проверять оценку качества. Это позволит удешевить производство. Также можно будет наладить работу на вредных и опасных объектах, где существует возможность смертности и травмоопасности.

Еще одной важной технологией является блокчейн. Блокчейн – это технология распределенного реестра, где информация хранится и меняется одновременно у каждого пользователя системы. Блокчейн состоит из цепочки блоков, которые связаны между собой. Каждый новый блок содержит информацию о предыдущем [4]. В системе нет центрального органа, который мог бы изменять или удалять информацию в цепочке. Суть работы блокчейна состоит в проведении прозрачных и безопасных транзакций.

Выделяют следующие основные преимущества блокчейн-технологии перед традиционной финансовой системой:

- Скорость операций.
- Прозрачность. У каждого пользователя сети есть доступ ко всем существующим в ней блокам. Участники сети видят все данные, внесенные в блокчейн, за исключением личных данных. Это делает его анонимным.
- Неизменность. Пользователь не может изменить данные в уже существующем блоке, так как для этого ему понадобится подтверждение более 50% участников сети.
- Безопасность. Блокчейн использует технологию смарт-контрактов, которые с помощью алгоритмов контролируют выполнение операции и соблюдение заранее прописанных условий.
- Равноправие. Все пользователи системы участвуют в формировании блокчейна.

Наиболее активное применение технологии блокчейн – криптосфера. Кроме криптовалют блокчейн интегрируется и в другие направления финансовой сферы: фондовые рынки (автоматизирует и ускоряет расчеты по ценным бумагам), банковские услуги (платежи и денежные переводы, кредитование), страхование (позволяет страховой компании и клиенту наблюдать за процессом обработки страхового случая в режиме реального времени, автоматизирует страховые выплаты, делает транзакции безопаснее и прозрачнее), управление активами (дает возможность каждому участнику сети напрямую взаимодействовать с активами, автоматизировать управление фондом с повышенной безопасностью, точностью данных и сокращением задержек при проведении транзакций).

Однако блокчейн может быть применен не только в финансовой сфере. Например, может использоваться для создания систем голосования и выборов, где результаты голосования не могут быть подделаны или изменены. Он также используется для управления цепочками поставок и обеспечения прозрачности и подлинности товаров, особенно в продовольственной промышленности [5]. Тем не менее, существуют и некоторые проблемы, связанные с блокчейном. Одна из главных проблем заключается в том, что блокчейн-технология все еще находится в стадии развития, ее применение ограничено технически и экономически. Кроме того, в некоторых случаях блокчейн может подвергаться атакам, что также может стать причиной риска. Блокчейн-технология имеет огромный потенциал для трансформации экономики и общества в целом. Ее децентрализованный характер и защита от подделки данных могут помочь улучшить многие аспекты нашей жизни (от финансовых услуг до голосования).

Блокчейн-технология является одним из наиболее инновационных и перспективных направлений в области информационных технологий. Ее широкое применение может привести к безопасному, децентрализованному миру, так как технология позволяет создавать безопасные и надежные системы хранения и передачи данных.

Еще одна важная информационная технология, которая позволяет собирать и анализировать данные, полученные от различных устройств, – это интернет вещей. Интернет вещей (IoT) – это концепция, которая заключается в том, что все устройства могут быть подключены к интернету и обмениваться информацией друг с другом. Это открывает новые возможности для автоматизации и оптимизации различных процессов, например, в производстве, здравоохранении, сельском хозяйстве и т. д. [3; 6–7].

Главное отличие интернета вещей от обычных автоматизированных систем управления – это количество обрабатываемых данных [7]. Сотни тысяч сигналов каждую секунду поступают на сервер и сразу обрабатываются. Благодаря этому пользователь в режиме реального времени видит работу оборудования. Эта уникальная технология способна объединить окружающие физические объекты в единую систему, а эту систему – в систему систем. Она дает возможность

управлять объектами, получать информацию и предвидеть ошибки. Интернет вещей дает организациям совершенно новые способы управления и мониторинга удаленно выполняемых операций. Он позволяет контролировать удаленно расположенные объекты и постоянно передает информацию в хранилище данных. Работа пользователей происходит в IoT-платформе. Это специальная среда, в которой можно получать аналитическую информацию, формировать отчеты, настраивать оповещения и управлять устройствами. В платформе можно работать с готовыми решениями для конкретных задач: мониторинг станков, управление дронами, отслеживание местоположения. Можно создавать собственные решения. IoT-системы работают в режиме реального времени и обычно состоят из сети умных устройств и облачной платформы, к которой они подключены с помощью WiFi, Bluetooth или других видов связи. Изучение категории интернета вещей показывает, что несмотря на то, что это сравнительно новая концепция сети передачи данных, тем не менее она востребована, это технология нашего ближайшего будущего. Можно смело назвать интернет вещей двигателем прогресса, инициатором инноваций во всех сферах жизнедеятельности, способом развития экономики, принятия профессиональных решений в управлении.

Использование информационных технологий оказывает значительное влияние на экономику. Во-первых, они способствуют снижению затрат на производство и транспортировку товаров и услуг, что приводит к снижению цен и повышению конкурентоспособности организаций. Во-вторых, они позволяют улучшить качество принимаемых решений, что повышает эффективность работы организаций. В-третьих, информационные технологии стимулируют создание новых рабочих мест и развитие новых видов деятельности в экономике.

Таким образом, современные информационные технологии являются ключевым фактором развития экономики и повышения ее конкурентоспособности. Их внедрение становится необходимостью для успешного конкурентного выживания на рынке и обеспечения устойчивого роста. Они позволяют оптимизировать процессы, снижают затраты и повышают эффективность работы организаций, что приводит к улучшению качества жизни населения. Однако, чтобы максимально использовать потенциал информационных технологий, необходимо разрабатывать новые подходы и методы их применения, а также обеспечивать доступ к ним для всех слоев населения.

Список использованной литературы

1. **Информационные** технологии в экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=607377#text>. – Дата доступа: 16.02.2024.
2. **Применение** искусственного интеллекта в экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2019/article/2018016087>. – Дата доступа: 16.02.2024.
3. **Искусственный** интеллект. Перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vc.ru/ml/703936-iskusstvennyy-intellekt-i>. – Дата доступа: 16.02.2024.
4. **Технология** блокчейн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.s-group.io/ru/media-center/blockchain-technology>. – Дата доступа: 16.02.2024.
5. **Блокчейн:** будущее экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dzen.ru/a/ZEPfawbAd2-HcruC>. – Дата доступа: 16.02.2024.
6. **Овсенко, Г. А.** SMART-решения и системы искусственного интеллекта / Г. А. Овсенко // Информ. технологии в строит., соц. и экон. системах. – 2021. – № 2 (24). – С. 71–74.
7. **Современные** технологии в экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.habr.com/articles/474796>. – Дата доступа: 16.02.2024.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В данной статье исследуется роль информационных технологий в современной экономике, также определяется суть информационных технологий, которые в связи с всеобщей компьютеризацией вышли на глобальный уровень развития. Определяются актуальные вопросы информационной экономики, которые изменяют экономику в целом.

This article examines the role of information technologies in the modern economy, as well as defines the essence of information technology, which, due to universal computerization, has reached a global level of development. The current issues of the information economy that change the economy as a whole are determined.

Ключевые слова: информационные технологии; цифровая экономика; информатизация общества; информационная экономика; IT-специалисты.

Key words: information technology; digital economy; informatization of society; information economy; IT specialists.

Создание и функционирование информационных систем в управлении экономикой тесно связано с развитием информационных технологий – главной составной части автоматизированных информационных систем.

Сегодня информационные технологии играют большую роль в развитии современной экономики. Сейчас достаточно часто можно услышать такие понятия, как виртуальная или информационная экономика. Это обусловлено тем, что информационные технологии и экономика – две достаточно тесно связанные области, которые в совокупности дают положительный экономический эффект, а также положительный производственный результат. Без применения новейших информационных технологий современная экономика не сможет динамично и быстро развиваться, а государство будет находиться в списке отстающих. Современные информационные технологии в экономике применяют с целью эффективной и оперативной компьютерной обработки информационных ресурсов, их передачи на любые расстояния в минимальные сроки.

Информационная экономика изменила функцию денег, которые на современном этапе выступают в роли средства расчетов. Сегодня благодаря развитию информационных технологий появился виртуальный банкинг и системы оплаты, которые играют значительную роль в развитии современной экономической деятельности государства.

Кроме того, информационные технологии в экономике – это комплекс действий, которые осуществляются над экономической информацией с помощью компьютеров и другой техники с целью получения положительного оптимального результата.

В экономике информационные технологии нужны для эффективной обработки, сортировки и отбора данных с целью осуществления максимально эффективного процесса взаимодействия человека и вычислительной техники для того, чтобы удовлетворить потребности в информации, а также для осуществления оперативного взаимодействия.

Помимо этого информационные технологии служат эффективным инструментом в принятии экономически важных решений и участвуют в процессе эффективного управления в любой сфере человеческой деятельности. Современные модели информационных технологий дают дополнительные возможности для просчета и прогноза экономически важного результата, чтобы на его основании принимать правильное и взвешенное управленческое решение. Также эти модели дают возможность осуществить подсчет совокупного экономического эффекта, риски и гибкость показателей системы.

В настоящее время большая часть общества занимается созданием, обработкой и внедрением информации. Поэтому современное общество называется информационным обществом. Сейчас информационные технологии востребованы во всех сферах человеческой деятельности.

Информационные технологии часто понимаются как набор методов сбора, хранения, преобразования и передачи информации.

Появление и развитие информационных технологий оказывает огромное влияние на мировую экономику. Информационные технологии в экономике – это серия действий над информацией для достижения благоприятных результатов. В последние годы индустрия информационных технологий и средств обработки данных стала важной составляющей современной экономики. Таким образом, информационные технологии являются производительной силой, оказывающей значительное влияние на экономический рост.

В экономике информационные технологии подразумевают применение в своей деятельности компьютеров, средств связи, кабельного телевидения, принтеров, сканеров, обучающих программ. Появляются новые виды предпринимательства (информационный бизнес) фирмы по разработке и внедрению компонентов информационной среды.

Информационные технологии – это опыт всего человечества, который веками накапливался в форматированном виде, пригодном для использования. Они концентрируют научные знания и материалистический опыт для осуществления социальных процессов, сохраняя при этом трудовые, временные, энергетические и материальные ресурсы. С каждым днем эта роль возрастает с чрезмерной силой. Это явление объясняется теми свойствами, которыми обладают информационные технологии.

Под информационными технологиями понимают совокупность технических средств, программных продуктов, технологических процессов и методов сбора, обработки, хранения, вывода и распространения информации. Предназначение информационных технологий заключается в снижении трудоемкости процессов использования информационных ресурсов, а также в повышении их надежности и оперативности [1].

Методы информационных технологий в экономике – это способы применения информационных технологий для решения задач и достижения целей в экономической сфере. Они позволяют автоматизировать и оптимизировать процессы управления, анализа данных, коммуникации и принятия решений в экономической деятельности.

Можно выделить следующие методы информационных технологий в экономике:

- Автоматизация бизнес-процессов. Одним из основных методов информационных технологий в экономике является автоматизация бизнес-процессов. Это означает замену ручного выполнения задач на автоматическое выполнение с использованием компьютерных программ и систем. Например, автоматизация учета и финансов, управления запасами, обработки заказов и т. д. позволяет сократить время и ресурсы, улучшить точность и эффективность работы.

- Анализ данных и прогнозирование позволяют собирать, хранить и анализировать большие объемы данных, что помогает в принятии решений и прогнозировании различных экономических явлений. С помощью специальных алгоритмов и программ можно выявить закономерности, тренды и прогнозировать будущие события. Например, анализ данных о продажах позволяет определить популярность товаров и предсказать спрос на них в будущем.

- Электронная коммерция – это метод информационных технологий, который позволяет осуществлять торговлю и проводить бизнес-операции через интернет. Он включает в себя создание и управление интернет-магазинами, электронными платежными системами, онлайн-банкингом и другими электронными сервисами. Это позволяет организациям расширить свою клиентскую базу, увеличить продажи и улучшить обслуживание клиентов.

- Виртуализация и облачные технологии позволяют использовать вычислительные ресурсы и программное обеспечение удаленно через интернет. Это позволяет организациям сократить затраты на оборудование и обслуживание, увеличить гибкость и масштабируемость систем, а также повысить безопасность данных. Например, организации могут арендовать виртуальные серверы или использовать облачные сервисы для хранения и обработки данных.

- Интернет вещей – это метод информационных технологий, который позволяет связывать физические объекты с интернетом и обмениваться данными между ними. Это позволяет создавать «умные» системы и устройства, которые могут собирать и анализировать данные, управлять процессами и взаимодействовать с другими устройствами. Например, умный дом может автоматически управлять освещением, отоплением и безопасностью на основе собранных данных.

Обработка данных в любой информационной системе (в том числе и в экономической) осуществляется с помощью использования технических средств. Основными из них на данный момент являются компьютер, устройства ввода-вывода (монитор, мышь, клавиатура и пр.), оргтехника, линии связи, оборудование сетей. Главным техническим компонентом современных информационных систем является микропроцессор [2].

Создание систем обработки и саму обработку данных в экономических информационных системах обеспечивают программные средства. Основным программным средством является операционная система (сегодня распространены Windows, Linux, MacOS), которая работает на том или ином процессоре (сегодня распространены Intel, AMD).

Программные средства современных информационных технологий в экономике можно классифицировать следующим образом:

- операционные системы – это главные программы компьютера, которые в виде надстроек управляют другими программами и файловыми системами, распределением памяти и других ресурсов информационной системы;

- системы программирования – это программы, которые используются для проектирования экономических информационных систем;

- программы технического обслуживания – это программы, которые используются для эксплуатации компьютера, выявления ошибок при сбоях, восстановления испорченных программ и данных;

- прикладные приложения – это универсальные информационные технологии общего назначения (например, интернет, электронная почта, текстовые и табличные редакторы);

- предметные приложения – это типовые пакеты программ решения конкретных задач (например, 1С, Project Expert).

Эти методы информационных технологий в экономике имеют свои преимущества и ограничения, их применение зависит от конкретных задач и потребностей организаций [3].

Благодаря современным информационным технологиям экономика динамично и стремительно развивается. В настоящее время информационные технологии используются во всех сферах экономики и получили свое применение в эффективной и стремительной компьютерной обработке информации, ее передаче на любое расстояние в значительно короткий промежуток времени.

Образовательный компонент тесно связан с внедрением информационных технологий в экономику. Для того чтобы в полном объеме использовать возможности компьютеризации, нужно иметь достаточный уровень подготовки специалистов. Для этого компании нанимают специалистов, которые смогут обучить персонал работе на персональном компьютере.

Сегодня информационные технологии играют важную роль в развитии современной экономики. На данном этапе развития общества зачастую используются следующие понятия: виртуальная или информационная экономика. Таким образом, взаимосвязь информационных технологий и экономики – это два тесно связанных компонента, которые в результате совместной деятельности получают положительный экономический эффект, а также значимый производственный результат.

Применение информационных технологий в современной экономике имеет огромное значение для развития бизнеса и обеспечения конкурентоспособности организаций. Информационные технологии позволяют автоматизировать процессы, улучшить управление ресурсами, расширить географию бизнеса, повысить качество услуг и увеличить эффективность деятельности организации.

Однако для успешного применения информационных технологий необходимо учитывать не только их технические аспекты, но и социальные, организационные и этические аспекты. Важно обеспечить безопасность данных, обучить персонал использованию новых технологий, а также создать благоприятную корпоративную культуру для успешной интеграции информационных технологий в бизнес-процессы.

Таким образом, современные информационные технологии играют ключевую роль в развитии экономики, обеспечивая организациям конкурентные преимущества и новые возможности для роста. Важно осознавать потенциал цифровых инструментов и активно использовать их для улучшения бизнес-процессов и взаимодействия с клиентами.

Список использованной литературы

1. **Одинцов, Б. Е.** Современные информационные технологии в управлении экономической деятельностью (теория и практика) : учеб. пособие / Б. Е. Одинцов, А. Н. Романов, С. М. Догучаева. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 373 с.

2. **Карташева, О. В.** Современные информационные технологии в экономике и управлении : учеб. пособие / О. В. Карташева. – М. : Прометей, 2024. – 100 с.

3. **Лавренова, О. А.** Информационные технологии в экономике : пособие / О. А. Лавренова, Б. А. Железко. – Минск : БНТУ, 2021. – 129 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БАЗ ДАННЫХ В ТОРГОВЛЕ И БИЗНЕСЕ

В статье рассматриваются различные области применения баз данных в бизнесе, такие как управление запасами, аналитика продаж, управление клиентскими отношениями, прогнозирование и планирование, оптимизация операций и обеспечение безопасности данных, а также представлены конкретные примеры и практические рекомендации по использованию баз данных в каждой из этих областей.

The article examines various business applications of databases, such as inventory management, sales analytics, customer relationship management, forecasting and planning, operations optimization, and data security, and provides specific examples and practical recommendations for using databases in each of these areas regions.

Ключевые слова: базы данных; аналитика продаж; управление торговыми операциями; управление запасами; анализ продаж; конфиденциальность информации.

Key words: databases; sales analytics; trade operations management; inventory management; sales analysis; information confidentiality.

Современный бизнес не может обойтись без баз данных, которые стали неотъемлемой частью его операционной деятельности. Они играют ключевую роль в управлении запасами, анализе продаж, укреплении клиентских отношений и других аспектах бизнеса. С каждым днем объем данных, генерируемых компаниями, растет, эффективное использование этой информации становится критическим фактором успеха в конкурентной среде.

При большом количестве данных необходимо умение правильно их анализировать и интерпретировать. В этом контексте базы данных выступают как надежный инструмент, обеспечивающий структурирование, хранение и доступ к информации в удобной форме. Они позволяют автоматизировать множество рутинных операций, освобождая время и ресурсы для более важных задач.

Базы данных играют критическую роль в управлении торговыми операциями, обеспечивая компаниям необходимые инструменты для эффективного контроля и анализа различных аспектов бизнеса. Рассмотрим две ключевые области, в которых базы данных имеют важное значение для торговли.

1. Управление запасами:

– Отслеживание уровня запасов. Базы данных позволяют в режиме реального времени отслеживать количество товаров на складе, их распределение по различным местам хранения и текущее состояние запасов.

– Прогнозирование спроса. Анализ данных о продажах и исторических трендах позволяет компаниям делать прогнозы спроса на товары, что помогает оптимизировать уровень запасов и избежать недостатка или излишков товаров.

– Оптимизирование инвентаризации. Благодаря базам данных компании могут оптимизировать процессы инвентаризации, минимизировать потери и улучшить эффективность складских операций.

2. Аналитика продаж:

– Выявление тенденции продаж. Анализ данных о продажах из базы данных позволяет выявлять ключевые тенденции и паттерны в поведении покупателей, что помогает компаниям адаптировать свою стратегию продаж и маркетинга.

– Оценка эффективности маркетинга. С помощью баз данных можно отслеживать результаты маркетинговых кампаний и оценивать их эффективность, что позволяет компаниям инвестировать ресурсы в наиболее успешные каналы привлечения клиентов.

– Идентификация ключевых клиентов и товаров. Анализ данных позволяет идентифицировать наиболее ценных клиентов и наиболее продаваемые товары, что позволяет компаниям фокусироваться на удовлетворении потребностей своей ключевой аудитории и оптимизировать ассортимент товаров.

– Реляционные базы данных (RDBMS). Выделяют следующие: MySQL, PostgreSQL, Oracle Database, Microsoft SQL Server. В реляционных базах данных данные организованы в виде таблиц, связанных между собой по ключам. Они влияют на бизнес и торговлю следующим образом. Реляционные базы данных широко используются для хранения информации о клиентах, товарах, заказах и других аспектах бизнеса. Они обеспечивают структурированное хранение данных и поддерживают ACID (атомарность, согласованность, изолированность, долговечность) для обеспечения надежности транзакций [1–2].

Могут быть и другие виды баз данных, такие как временные базы данных, колоночные базы данных, облачные базы данных и т. д., каждый из которых имеет свои особенности и применение в бизнесе и торговле.

Выбор конкретного типа базы данных зависит от потребностей компании, характера ее данных и задач, которые необходимо решить. Правильно выбранная база данных поможет бизнесу эффективно управлять данными, повышать производительность и принимать обоснованные решения на основе анализа информации.

Конфиденциальность информации является одним из ключевых аспектов безопасности данных и включает в себя несколько важных мероприятий для защиты конфиденциальности:

– Шифрование данных – применение алгоритмов шифрования для защиты данных в покое и движении. Шифрование данных на уровне базы данных, при передаче данных по сети и при их хранении на диске. Использование криптографических методов для обеспечения конфиденциальности информации, таких как асимметричное и симметричное шифрование.

– Управление доступом – определение и контроль доступа к данным на уровне ролей и прав пользователей. Установка минимальных привилегий для каждого пользователя в соответствии с их ролью и функциями. Внедрение механизмов аутентификации и авторизации для обеспечения подлинности пользователей и контроля доступа к данным.

– Мониторинг и аудит – ведение журналов аудита для отслеживания действий пользователей с данными. Мониторинг и анализ журналов аудита с целью выявления аномальной или подозрительной активности. Регулярный анализ логов безопасности и реагирование на инциденты безопасности в реальном времени.

– Физическая безопасность и защита инфраструктуры – защита физической инфраструктуры, включая серверные помещения, центры обработки данных и оборудование хранения. Использование мер защиты от внешних угроз, таких как охрана периметра, видеонаблюдение и биометрическая аутентификация. Обеспечение надежности сетевой инфраструктуры с помощью мер безопасности, таких как брандмауэры, VPN и защита от DDoS-атак.

– Обучение и осведомленность пользователей – проведение обучающих программ и тренингов для сотрудников по вопросам безопасности данных. Поддержание осведомленности о современных угрозах информационной безопасности и методах их предотвращения. Подчеркивание важности соблюдения политики безопасности и регулярного обновления паролей.

Можно привести следующие компании, которые используют базы данных для своего бизнеса:

– Amazon. Amazon использует базы данных для хранения и анализа миллионов товаров и информации о клиентах. Базы данных позволяют Amazon предлагать персонализированные рекомендации товаров и оптимизировать процессы доставки и управления запасами.

– Netflix. Netflix использует базы данных для хранения информации о предпочтениях пользователей, истории просмотра и контента. Эти данные анализируются для персонализации рекомендаций фильмов и сериалов, что улучшает пользовательский опыт и увеличивает лояльность клиентов.

– Tesla. Tesla собирает огромное количество данных с каждого своего электромобиля, включая информацию о пробеге, состоянии батареи, технических характеристиках и датчиках безопасности. Базы данных используются для управления процессом обновлений, отслеживания версий программного обеспечения и предоставления персонализированных обновлений для каждого автомобиля.

– Wargaming Limited. Wargaming использует базы данных для хранения информации об игроках, их прогрессе, достижениях, покупках и взаимодействии с игрой. Базы данных игры содержат информацию о виртуальных товарах, ценах, торговых операциях и внутриигровой экономике. Это позволяет Wargaming управлять виртуальной экономикой игры, анализировать влияние изменений в ценовой политике на поведение игроков и принимать соответствующие решения.

В ходе исследования были рассмотрены различные аспекты применения баз данных в торговле и бизнесе, включая управление запасами, аналитику продаж, управление клиентскими отношениями, прогнозирование и планирование, оптимизацию операций и обеспечение безопасности данных.

Базы данных стали неотъемлемой частью операционной деятельности компаний, играя ключевую роль в управлении данными, анализе информации и принятии стратегических решений.

Приведенные примеры успешного использования баз данных в компаниях, таких как Amazon, Netflix, Tesla, Wargaming Limite и др., подчеркивают важность баз данных для оптимизации процессов, повышения эффективности и обеспечения конкурентоспособности на рынке.

Особое внимание было уделено вопросам безопасности данных, так как защита конфиденциальности информации является критически важной для любого бизнеса в современном цифровом мире.

Данное исследование позволило более глубоко понять роль и значение баз данных в современном бизнесе и торговле, а также их влияние на операционную деятельность компаний. Рассмотренные примеры успешного использования баз данных демонстрируют, как правильное управление данными может способствовать росту и развитию бизнеса в условиях современной рыночной конкуренции.

Список использованной литературы

1. **Бизнес.** Образование. Экономика [Электронный ресурс] : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 6–7 апреля 2023 г. / Ин-т бизнеса БГУ ; редкол. : В. В. Манкевич [и др.]. – Минск : Ин-т бизнеса БГУ, 2023.

2. **Инновационные** решения в управлении бизнес-процессами [Электронный ресурс] : материалы Междунар. заоч. науч.-практ. конф., Минск, 15–30 октября 2020 г. / Ин-т бизнеса БГУ ; редкол. : А. В. Кривко-Красько [и др.]. – Минск : Ин-т бизнеса БГУ, 2021.

УДК 334.021.1

Чэнь Юйин (hongzhaji0621@gmail.com),

аспирант, магистр экономики

Институт бизнеса

Белорусского государственного университета

г. Минск, Республика Беларусь

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА КИТАЯ НА ФОНЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Цифровая экономика является важной поддержкой нового витка промышленной революции в Китае и играет существенную роль в создании современной рыночной экономической системы. Поэтому в контексте новой эпохи необходимо активно способствовать взаимопроникновению цифровых технологий и реальной экономики и в полной мере использовать преимущества цифровых ресурсов для создания новых форм промышленной организации и методов промышленного развития.

The digital economy is an important support for the new round of the industrial revolution in China and plays a significant role in creating a modern market economic system. Therefore, in the context of the new era, it is necessary to actively promote the interpenetration of digital technology and the real economy, and make full use of the advantages of digital resources to create new forms of industrial organization and methods of industrial development.

Ключевые слова: цифровая экономика; киберпространство; цифровая трансформация; рыночная экономическая система.

Key words: digital economy; cyberspace; digital transformation; market economic system.

Текущее состояние развития цифровой экономики Китая.

Согласно Отчету о развитии цифрового Китая (2022 г.), опубликованному Администрацией киберпространства Китая, по состоянию на конец декабря 2022 г. масштаб цифровой экономики страны достиг 50,2 трлн юаней, что на 10,3% больше, чем в 2021 г., что составляет 10% валового внутреннего продукта (41,5%), а ее экономический объем поднялся на второе место в мире. Соответствующие данные в отраслевом масштабе представлены в нижеприведенной таблице [1].

Текущее состояние масштаба цифровой промышленности Китайской Народной Республики в 2022 г.

Сектор промышленности	Производство электронной информации	Программный бизнес	Основные отрасли промышленного интернета
Операционный доход, трлн юаней	15,4	10,81	1,2
Тренд, %	Рост – 5,5	Рост – 11,2	Рост – 15,5

Цифровая экономика продолжает быстро развиваться, что также привело к совершенствованию системы цифровых ресурсов. По текущим данным, общее количество базовых станций 5G в стране к концу 2022 г. достигло 2,312 млн, охватывая 561 млн пользователей. Только за этот год объем данных превысил 8,1 ЗБ, а общий национальный резерв данных составил 724,5 ЭБ, что на 21,1% больше, чем в 2021 г. Важными производственными факторами цифровой экономики являются цифровые знания и информация. Отрасль постепенно меняет свою бизнес-модель и движется в сторону модернизации и искусственного интеллекта.

Текущее состояние развития цифровых финансов.

Цифровые финансы Китая прошли через два этапа развития. Во-первых, с 1990-х гг., в связи с популяризацией интернета, традиционная финансовая индустрия постепенно развивала диверсифицированные онлайн-услуги бэк-офиса, такие как телефонный банкинг, банкоматы, мобильный банкинг и онлайн-банкинг и другие модели работы терминалов, перенимая опыт развитых стран.

Во-вторых, с 2013 г., когда искусственный интеллект, большие данные, блокчейн, облачные вычисления и другие связанные технологии начали использоваться все чаще, официально начался переход к финансовой эре интернета в Китае. Люди не только создали интеллектуальные, мобильные и основанные на сценариях комплексные онлайн-платформы обслуживания, основанные на операционных характеристиках традиционных финансовых учреждений, но также разработали онлайн-краудфандинг, онлайн-потребительское финансирование, мобильные платежи через интернет, управление активами через интернет, новые финансовые услуги, такие как онлайн-платежи, кредитование и интернет-страхование успешно модернизировали и трансформировали промышленную структуру.

Таким образом, индустрия цифровых финансов Китая в последние годы продемонстрировала стремительный рост. Медианное число выросло с 33,6 до 334,8, увеличившись почти в 9 раз [2].

Модернизация промышленной структуры.

Цифровая финансовая индустрия непрерывно распространяется на всю производственную цепочку. Масштаб розничных онлайн-транзакций по всей стране превысил 1,379 млрд юаней, из которых на товары приходится 27,2% от общего объема розничных продаж во всем обществе. Уровень сельскохозяйственного производства составляет 25%, уровень числового управления в промышленном производстве составляет 58,6%, а уровень проникновения инструментов проектирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ составляет 77,0%. В то же время среди компаний, перечисленных в технологическом совете, 40% относятся к компаниям, связанным с цифровыми финансами, а 35% котируются на GEM. Появляются новые операционные модели, что способствует внутренней и внешней оптимизации традиционных промышленных структур [3].

Управление экономикой с помощью инноваций.

С развитием и ростом цифровой экономики Китайской Народной Республики исходные производственные факторы рынка постепенно были полностью реорганизованы.

С одной стороны, благодаря продвижению и применению цифровых технологий, ряд традиционных отраслей с низкими производственными мощностями и небольшим коэффициентом социального вклада быстро вытесняется с рынка [4]. Цифровая индустрия использует интеллектуальные технологии больших данных для добычи, сбора, анализа, обработки, очистки и применения оригинальных промышленных данных.

С другой стороны, цифровая трансформация экономики полностью интегрировала новые и старые факторы производства. В этом процессе компаниям необходимо постоянно обновлять формы продукции и в то же время совершенствовать свои бизнес-системы и модели обслуживания, изучая и оценивая потребности рынков, отраслей и групп потребителей [5].

Динамическая корректировка.

Это заставляет предприятия ускорять темпы инноваций и модернизации, позволяя им в полной мере использовать преимущества «цифровых возможностей» для корректировки собст-

венных промышленных моделей, тем самым способствуя дальнейшему качественному развитию рыночной экономики.

Было проанализировано качественное экономическое развитие и цифровая трансформация в контексте цифровых финансов, подчеркивается ряд последствий цифровой трансформации для качественного развития. Предприятиям и правительству необходимо правильно понимать тенденции развития новой эры, постоянно повышать уровень построения цифровой экономики, чтобы эффективно улучшать условия функционирования рынка и способствовать безопасному повышению уровня социально-экономического строительства.

Список использованной литературы

1. **Государственное** информационное управление Китая по интернету. Отчет о развитии цифрового Китая (2022 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cac.gov.cn/2023-05/22/c_1686402318492248.htm. – Дата доступа: 20.02.2024.

2. **Пан, И.** Исследование влияния и механизма цифрового финансирования на цифровую трансформацию предприятий / И. Пан, Ц. Чжан // Исслед. пром. технологий. – 2022. – № 20. – С. 28–38.

3. **Шидэ, Д.** Цифровое развитие и улучшение возможностей предоставления финансовых услуг в этнических регионах / Д. Шидэ, Х. Цзэсуо // Журн. Центрально-Южного ун-та национальностей (изд. гуманитар. и соц. наук). – 2021. – № 12. – С. 137–144.

4. **Юй, Х.** Эмпирическое исследование влияния развития цифрового инклюзивного финансирования на доходы сельских жителей / Х. Юй // Сельскохозяйств. наука Аньхой. – 2023. – № 1. – С. 219–221.

5. **Вэй, Л.** Развитие финансовых технологий и цифровая трансформация предприятий / Л. Вэй, Т. Суяо, У. Фэй // Исслед. в обл. упр. наукой и технологиями. – 2022. – № 20. – С. 28–38.

УДК 658.7

Li Yuyan (iamyanyanplus@gmail.com),

PhD Student

*School of Business of Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus*

COST OPTIMISATION STUDY OF UNMANNED VEHICLE UNDER LAST-MILE DISTRIBUTION

Unmanned vehicles, as an important technology to address the needs of large-scale decentralized and real-time distribution in last-mile logistics, are of great significance in advancing the development of information technology in the logistics industry under the modern economy. This paper explores the cost optimization path of the unmanned vehicle distribution mode by modeling and simulating methods for unmanned vehicle distribution and traditional distribution.

Беспилотные автомобили, как важная технология для удовлетворения потребностей крупномасштабного децентрализованного распределения в режиме реального времени в логистике «последней мили», имеют большое значение для развития информационных технологий в логистической отрасли в условиях современной экономики. В данной статье рассматривается оптимизация затрат при распределении беспилотных автомобилей путем моделирования и симуляции методов распределения беспилотных автомобилей и традиционного распределения.

Key words: logistics; last-mile distribution; unmanned vehicles; cost; modeling and simulation methods.

Ключевые слова: логистика; логистика «последней мили»; беспилотные автомобили; стоимость; методы моделирования и имитации.

With people's pursuit of a high-quality life and the rapid development of information technology, unmanned vehicle distribution, with its flexibility and high efficiency, has become a new choice for logistics enterprises to ease the pressure of last-mile distribution [1]. However, how to reduce the total distribution cost under the unmanned vehicle delivery mode is still an important issue for logistics companies [2]. This paper combines the operational characteristics and demands of Alibaba's "Cainiao" logistics enterprise, takes into account the dynamics of the order, the time window, and the range and loading capacity of the unmanned vehicle, establishes a soft time window distribution model with the goal of minimizing the total distribution cost, designs a rolling time-domain optimized distribution algorithm, and carries out a numerical simulation study. This is of great practical significance to the sustainable development of the logistics industry [3].

To verify the superiority of the unmanned vehicle delivery model, this paper analyzes the total delivery cost of the traditional delivery model and the unmanned vehicle delivery model.

Assuming that the distribution range of the platform is a network graph and all orders are generated in real time in the network graph, there are n orders, and the order sequence is denoted as $\sigma = o_1, o_2, \dots, o_n$, and the generated order information is denoted as $O_i = r_i, w_i, s_i, ET_i, LT_i$, where r_i denotes the release time of the order, w_i denotes the weight of the order, s_i denotes the location of the delivery point, ET_i denotes the earliest acceptable delivery time, and LT_i denotes the latest acceptable delivery time, $i \in I = \{1, 2, \dots, n\}$. The distribution center uses an unmanned delivery vehicle for distribution, and the order O_i is picked up at the time t_{-i} , and the vehicle travels at a uniform speed v_i during the distribution process. If the actual delivery time $\bar{t}_i$ of the order is later than the time window requested by the customer, it incurs a certain waiting cost or penalty cost, and the out-of-range time is denoted by D_i , and the penalty coefficient is U . The distance between s_i and s_j is l_{ij} , and the transportation cost per unit of distance is only related to the traveling distance and is independent of the order weight, denoted as A_1 . The vehicle needs to return to the distribution center after completing a single delivery task before it can re-execute the next distribution task. The set of all possible paths is P , the k path is p_k , and the distance traveled by path p_k is l_{p_k} . t_{ipk} denotes the pickup time of the order O_i at path p_k . $\bar{t}_{ipk}$ denotes the delivery time at path p_k order O_i , the maximum distance travelled by the vehicle is B_1 , and the maximum capacity is F_1 . t is the current time, which is treated as discrete data, and T denotes the set of current times. The decision variables are z_{pk} and x_{it} , and the value of z_{pk} is 1 if path p_k is used and 0 otherwise. The value of x_{it} is 1 if order O_i is being serviced at moment t and 0 otherwise. Being serviced means that order O_i has been picked up but not yet delivered. The total distribution cost C when all orders are being served consists of fixed cost C_1 , transport cost C_2 , and penalty cost C_3 , and Labour costs C_4 .

Therefore, the model construction under the unmanned distribution model is:

$$\text{Min}Z = C_1 + \sum_{p_k \in P} z_{p_k} l_{p_k} \cdot A_1 + \sum_{i \in I} D_i \cdot U.$$

The constraints of model are:

$$\sum_{i \in I} x_{it} w_i \leq F_2, t \in T.$$

The model construction under the traditional distribution model is:

$$\text{Min}\bar{C} = \bar{C}_1 + \sum_{p_k \in P} z_{p_k} l_{p_k} \cdot A_2 + \sum_{i \in I} D_i \cdot U + \bar{C}_4.$$

The constraints of model are:

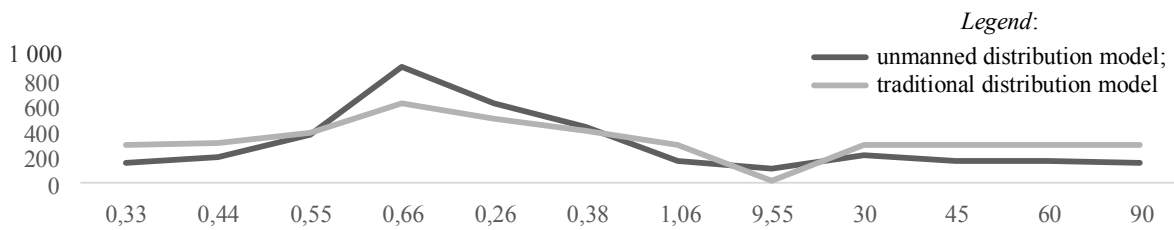
$$\sum_{p_k \in P} z_{p_k} l_{p_k} \leq B_2.$$

Taking ‘‘Cainiao’’ online platform as an example, the platform’s distribution center is the origin, the radius is 3km, the number of orders is 30, the time is 90min, the time window interval is 60min as the standard, the simulation is carried out through the MATLAB software, the number of vehicles is 1, and the length of the initial rolling domain is 10min, and the value of the objective function is obtained by averaging 50 times for each round of data simulation. Each round of data simulation 50 times to take the average value, and get the objective function value. In order to facilitate the analysis of the main factors affecting the total distribution cost, the order quantity density is defined as follows: order quantity density is the ratio of the number of orders to the simulation time. When the number of orders is 30, 40, 50, or 60, respectively, divided by the simulation time of 90 minutes, the order quantity density is calculated as 0.33, 0.44, 0.55, and 0.66, respectively; the order area density is defined as follows: the order area density is the ratio of the number of orders to the area of the distribution area. When the number of orders is 30, divided by the area of distribution area $\pi, 9\pi, 25\pi, 36\pi$, respectively, the order area density is calculated as 9.55, 1.06, 0.38, and 0.26. The following result is obtained (Table, Figure).

Cost analysis with simulation data, Unit: RMB

Indicators		Unmanned distribution model			Traditional distribution model		
		Penalty costs	Transport costs	Total	Penalty costs	Transport costs	Total
Order quantity density	0.33	14.3	67.2	163.7	23.8	33.6	291.8
	0.44	10.5	116.1	208.8	14.4	70.6	319.4
	0.55	75.0	217.1	374.2	16.4	135.5	385.9
	0.66	466.6	365.0	913.8	189.5	207.5	631.4
Order area density	0.26	364.6	184.8	631.6	149.0	121.3	504.7
	0.38	208.4	153.8	444.4	64.0	107.0	405.4
	1.06	15.7	71.4	169.3	18.6	39.1	292.2
	9.55	0.0	36.0	118.2	0.0	9.5	23.9
Time interval	30	72.9	64.6	219.7	27.1	33.2	294.6
	45	27.4	65.7	175.4	24.7	32.4	291.6
	60	15.7	71.4	169.3	18.6	39.11	292.2
	90	17.45	60.4	160.1	29.7	31.4	295.6

Comparison of total cost with different parameters, Unit: RMB



It can be concluded that, firstly, the order quantity density has a greater impact on the total distribution cost. When the order density is greater than 0.55, the cost of unmanned vehicle distribution is greater than the cost of traditional distribution. This is because the driving speed of unmanned vehicles is slower, and the penalty cost formed by the excessive number of orders at the same time, resulting in order overtime, is much greater than the penalty cost incurred in the traditional delivery mode. Second, the longer the time interval, the more significant the impact on the unmanned vehicle distribution mode, and the cost of the unmanned vehicle distribution mode is smaller than the traditional distribution mode. The vehicle traveling speed is slow in unmanned vehicle distribution mode, and increasing the time window interval can effectively reduce the number of overtime orders and lower the penalty cost. In the traditional mode, manpower costs account for a larger proportion of the total cost, which is a non-reducible cost. Finally, the combination of the two distribution modes can effectively reduce the total cost of distribution when the density of the number of orders is large or the density of the order area is small. When the density of the order area is large or the density of the number of orders is small, the penalty cost accounts for a higher proportion of the total cost of delivery, and the use of a single delivery mode will lead to serious order overruns due to the limited distribution speed and distribution capacity. For example, unmanned vehicles can be responsible for a large number of short-distance orders with a more concentrated delivery location, and traditional distribution modes can be responsible for more urgent long-distance orders.

In conclusion, the following optimization path is proposed.

First, accurately assess the distribution capacity of unmanned vehicles and reasonably determine order parameters. Enterprises reasonably assess the distribution capacity according to the size of the scale of operation, according to the type of operation and the characteristics of the goods ordered by the customer, under the premise of ensuring the timeliness of order delivery, appropriately increasing the available distribution vehicles, or appropriately reducing the scope of distribution, optimizing the cost and timeliness of unmanned vehicle distribution, and improving customer satisfaction. According to the previous order data, the time of the peak order period under normal circumstances can be surmised, which facilitates the adjustment of the distribution strategy in advance, reduces the distribution cost, and promotes the further popularization of unmanned vehicle distribution.

Second, a flexible choice of distribution mode. For distribution needs in different scenarios, logistics enterprises can adjust the distribution mode according to the specific situation, and try to deliver orders centrally to save capacity. It can also be based on the distribution range of traffic condi-

tions, traffic flow, pick-up point environment, and other characteristics of the choice of “IT + traditional distribution” mode, to achieve the minimization of distribution costs, and promote the further development of last-mile distribution logistics.

And last, improve the regulations related to unmanned distribution vehicles on the road, and accelerate information technology innovation. To further promote the development of unmanned vehicle distribution modes, it is necessary to continue to strengthen and improve the relevant laws and regulations, standardize the safety regulations to protect unmanned vehicles on the road, clarify the unmanned vehicle's driving area or driving time, set up a regional responsible person to ensure the vehicle's driving safety and traffic safety, and ensure that the unmanned distribution vehicle can deliver the order safely. Accelerate the further innovation of information technology under last-mile logistics, reduce the cost of vehicle manufacturing, and promote the innovation of the logistics industry.

References

1. **Yuyan, L.** Optimisation paths for distribution logistics under digital resilience / L. Yuyan // Business. Innovations. Economics. – 2023. – P. 183–189.
2. **Yuyan, L.** Innovative development of distribution logistics under digital transformation / L. Yuyan // Business. Education. Economics : international scientific and practical conference. – 2023. – P. 438–441.
3. **Yuyan, L.** Digital logistics development under eurasian economic integration / L. Yuyan // Science – Education, Production, Economy : XXI international scientific and technical conference. – 2023. – P. 78–79.

III. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

УДК 347.961.3

А. И. Адасенко (adasenkoa@gmail.com),
студент

Ж. Ч. Коновалова (konovalova65@mail.ru),
канд. юрид. наук, доцент
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПРОБЛЕМА КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ ИНФОРМАЦИИ В МЕДИАЦИИ И ОТВЕТСТВЕННОСТИ МЕДИАТОРА ЗА ЕЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ

В статье рассмотрен один из принципов процедуры медиации в Республике Беларусь – конфиденциальность. Рассмотрены вопросы отнесения информации, которая может быть разглашена медиатором вне данной процедуры в Республике Беларусь, а также в Германии и Российской Федерации. Проанализированы правовые нормы об ответственности медиатора за разглашение конфиденциальной информации в Республике Беларусь. По итогам анализа приведенной темы сделан вывод о необходимости законодательно закрепить ответственность медиатора и систематизировать информацию, разглашаемую медиатором в определенных случаях.

The article discusses one of the principles of the mediation procedure in the Republic of Belarus – confidentiality. The issues of attributing information that may be disclosed by a mediator outside of this procedure in the Republic of Belarus, as well as in Germany and the Russian Federation, are considered. The legal norms on the responsibility of a mediator for the disclosure of confidential information in the Republic of Belarus are analyzed. Based on the results of the analysis of the above topic, it was concluded that it is necessary to legislate the responsibility of the mediator and systematize the information disclosed by the mediator in certain cases.

Ключевые слова: конфиденциальность; медиатор; медиация; ответственность; досудебный способ защиты прав граждан.

Key words: confidentiality; mediator; mediation; responsibility; pre-trial way to protect the rights of citizens.

Традиционно разрешение правовых конфликтов осуществляется с помощью правосудия. Однако не всегда целесообразно решать возникающие конфликтные ситуации в судебном порядке.

Медиация – одна из технологий альтернативного урегулирования споров с участием третьей нейтральной, беспристрастной, не заинтересованной в данном конфликте стороны – медиатора, который помогает сторонам выработать определенное соглашение по спору досудебного разбирательства, при этом стороны полностью контролируют процесс принятия решения по урегулированию конфликта и условия его разрешения.

Одним из важнейших принципов досудебного урегулирования споров посредством медиации является конфиденциальность. Данный принцип закреплен Законом Республики Беларусь «О медиации» от 12 июля 2013 г. № 58-З, а также постановлением Министерства юстиции Республики Беларусь «Об утверждении Правил этики медиатора» от 17 января 2014 г. № 15, постановлением Совета Министров Республики Беларусь «Об утверждении Правил проведения медиации» от 28 декабря 2013 г. № 1150 [1–3].

Согласно вышеупомянутому закону, принцип конфиденциальности заключается в невозможности разглашения третьим лицам информации, которая стала известна сторонам медиации в результате проведения процедуры медиации. Такая обязанность по неразглашению информации установлена как для медиатора, так и для сторон.

Так, в ст. 16 Закона Республики Беларусь «О медиации» от 12 июля 2013 г. № 58-З отмечается, что при проведении медиации сохраняется конфиденциальность всей информации, от-

носящейся к медиации, если стороны не договорились об ином, за исключением информации о заключении соглашений о применении, прекращении медиации. Медиатор не вправе разглашать информацию, относящуюся к медиации и ставшую ему известной при ее проведении, без письменного согласия сторон. Такое же условие раскрытия медиатором информации, относящейся к процедуре медиации, закреплено Федеральным Законом «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» от 27 июля 2010 г. № 193-ФЗ [4].

В случае, если медиатор получил от одной из сторон информацию, относящуюся к медиации, он может раскрыть такую информацию другой стороне только с согласия стороны, предоставившей эту информацию.

Стороны, медиатор, а также другие лица, участвовавшие в медиации, независимо от того, связаны ли судебное разбирательство, третейское разбирательство со спором, который являлся предметом медиации, не вправе ссылаться, если стороны не договорились об ином, в ходе судебного или третейского разбирательства на информацию, полученную в ходе медиации, о мнениях или предложениях, высказанных одной из сторон в отношении возможного урегулирования спора, равно как и о готовности одной из сторон принять предложение другой стороны об урегулировании спора; заявлениях и признаниях, сделанных одной из сторон [1, ст. 16].

В свою очередь, постановлением Министерства юстиции Республики Беларусь «Об утверждении Правил этики медиатора» от 17 января 2014 г. № 15 отмечается, что при проведении медиации сохраняется принцип конфиденциальности всей информации, относящейся к медиации, если стороны не договорились об ином. Однако к исключению относится информация о заключении соглашений о применении и прекращении медиации.

Отмечается также, как и в Законе Республики Беларусь «О медиации» от 12 июля 2013 г. № 58-З, что в случае, если медиатор получил от одной из сторон информацию, относящуюся к медиации, он может раскрыть такую информацию другой стороне только с согласия стороны, предоставившей эту информацию [2, пункт 10].

В свою очередь, в Германии Законом «О медиации», в частности параграфом 4 установлена норма, содержащая обязанность медиатора обеспечивать конфиденциальность по отношению к сведениям, ставшим ему известными в результате проведения процедуры медиации.

Необходимо отметить, что в этом случае имеются исключения. Они составляют сведения, которые нужны для исполнения медиативного соглашения, а также те сведения, раскрытие которых способствует уклонению различного рода нарушений в области прав детей или иных психически нестабильных лиц, в том числе сведения, которые являются общеизвестными и не затрагивают ничьих прав.

Исходя из представленных норм действующего законодательства о принципах проведения процедуры медиации, следует сделать вывод о том, что в настоящее время существует законодательное регулирование правил раскрытия конфиденциальной информации медиатором, но не установлены конкретные случаи, когда возможно или обязательно раскрытие такой информации медиатором. Поэтому не до конца понятно, где заканчиваются гарантии свидетельского иммунитета медиатора.

Например, в соответствии с Кодексом Республики Беларусь о браке и семье, если государственные органы, иные организации, граждане располагают сведениями о детях-сиротах, детях, оставшихся без попечения родителей, детях, находящихся в социально опасном положении, обязаны немедленно сообщить об этом в комиссию по делам несовершеннолетних, орган опеки и попечительства, другие государственные организации, уполномоченные законодательством осуществлять защиту прав и законных интересов детей [5, ст. 117].

Исходя из данной статьи, медиатор, как физическое лицо, обязан уведомить о соответствующих нарушениях, указанных выше, несмотря на то, что в соответствии со своими полномочиями он этого сделать не может.

Также под вопросом сохранение конфиденциальных данных в связи с осуществлением процедуры медиации в случае проведения в отношении медиатора оперативно-следственных мероприятий. Например, возникает вопрос о конфиденциальности документации, составленной и оформленной медиатором в связи с проведением медиации.

В свою очередь, сохранность информации также обеспечивается Гражданским процессуальным кодексом Республики Беларусь. Так, в ст. 92 указано, что медиатор, к которому стороны обращались для урегулирования конфликтной ситуации, не может быть допрошен в качестве свидетеля относительно обстоятельств, которые ему стали известны в связи с исполнением обязанностей представителя, медиатора, примирителя или защитника [6, ст. 92].

Наравне с правами и обязанностями следует отметить ответственность за распространение конфиденциальной информации медиатором.

Так, действия медиатора, противоречащие законодательству и нарушающие права и законные интересы третьих лиц, могут быть обжалованы в судебном порядке. Нарушение медиатором дважды в течение 12 мес. подряд Правил этики медиатора влечет прекращение действия свидетельства медиатора [2, пункт 20].

Гражданским кодексом Республики Беларусь, в свою очередь, установлены общие основания ответственности за причинение вреда, которые также могут быть применены к медиатору. Так, вред, причиненный личности или имуществу гражданина, а также вред, причиненный имуществу юридического лица, подлежит возмещению в полном объеме лицом, причинившим вред [7, ст. 933].

Таким образом, в действующем законодательстве имеется проблема отнесения информации, которая может быть разглашена медиатором для определенных целей. Для решения данной проблемы следует внести соответствующие изменения в Закон Республики Беларусь «О медиации» от 12 июля 2013 г. № 58-З, установив, что медиатор имеет право разглашать информацию без согласия сторон в исключительных случаях.

Следует внести изменения в нормы об обязанности медиатора соблюдать конфиденциальность сведений, ставших известными в связи с проведением медиации, а с другой стороны, предоставить медиатору дополнительные гарантии, позволяющие сохранять конфиденциальность.

Проблему привлечения медиатора к ответственности также можно решить путем закрепления медиатора в перечень лиц, которые не могут разглашать информацию, а также наложив на медиатора штраф, при нарушении принципа конфиденциальности.

Список использованной литературы

1. **О медиации** [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 58-З : в ред. от 17 июля 2023 г. № 292-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

2. **Об утверждении** Правил этики медиатора [Электронный ресурс] : постановление М-ва юстиции Респ. Беларусь, 17 янв. 2014 г., № 15 // Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/>. – Дата доступа: 16.03.2024.

3. **Об утверждении** Правил проведения медиации [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 28 дек. 2013 г., № 1150 // Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21301150>. – Дата доступа: 06.02.2024.

4. **Об альтернативной** процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации) [Электронный ресурс] : Федер. Закон, 27 июля 2010 г., № 193-ФЗ : в ред. от 26 июля 2019 г. № 197-ФЗ // КонсультантПлюс. Законодательство Российской Федерации. – М., 2024.

5. **Кодекс Республики Беларусь о браке и семье** [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 3 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 24 июня 1999 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

6. **Гражданский** процессуальный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 10 дек. 1998 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 18 дек. 1998 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

7. **Гражданский** кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 19 нояб. 1998 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В статье обоснована необходимость совершенствования и реализации стратегии устойчивого развития организации и кадровой политики в условиях цифровизации экономики, создания высокотехнологичного, конкурентоспособного, эффективного и современного продукта и производства на основе проекта «умный офис» или «умный дом», позволяющего повышать качество жизни и безопасность.

The article substantiates the need to improve and implement the organization's sustainable development strategy and personnel policy in the context of digitalization of the economy, creating a high-tech, competitive, efficient and modern product and production based on the "smart office" or "smart home" project, which allows improving the quality of life and safety.

Ключевые слова: концепция; стратегия; цифровизация; цифровая экономика; стратегия устойчивого развития.

Key words: concept; strategy; digitalization; digital economy; sustainable development strategy.

Для адаптации к трансформации внешних и внутренних условий социально-экономического развития в процессе реализации Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь в условиях цифровизации проводится ее корректировка с документами Содружества Независимых Государств (СНГ), Евразийского экономического союза и др.

Впервые связь между экономическим развитием и деградацией окружающей среды была обсуждена в 1972 г. на проходившей в Стокгольме Конференции Организации Объединенных Наций (ООН). После Конференции была разработана Программа ООН по проблемам окружающей среды (ЮНЭП), являющаяся до настоящего времени ведущим документом по решению глобальных экологических проблем и всемирным пропагандистом действий по защите и улучшению экологии. В 1993 г. ООН учредила Всемирную комиссию по окружающей среде и развитию (ВКОСР), в 1992 г. в Рио-де-Жанейро по решению Генеральной Ассамблеи была проведена Конференция ООН (ЮНСЕД-92), известная под названием «Встреча на высшем уровне по проблемам земли». На встрече на высшем уровне была принята программа «Повестка дня – XXI век» – всеобъемлющий план глобальных действий во всех областях устойчивого развития, а также декларация Рио-де-Жанейро по окружающей среде и развитию, в которой определены права и обязанности государств [1].

Третьего января 2024 г. утверждена Концепция государственной кадровой политики Республики Беларусь, которая устанавливает единые подходы к формированию и реализации государственной кадровой политики и представляет собой совокупность положений, определяющих цели, задачи, принципы, приоритетные направления и механизмы ее реализации. В Концепции используются следующие понятия:

– Государственная кадровая политика – деятельность государства по созданию целостной системы формирования и эффективного использования трудовых ресурсов, развития кадрового потенциала отраслей экономики и сфер деятельности, ориентированного на решение актуальных и перспективных экономических, социальных и политических задач, а также по обеспечению кадровой безопасности.

– Кадровая безопасность – состояние защищенности государства, отраслей экономики и сфер деятельности, регионов и организаций от внутренних и внешних рисков, вызовов и угроз, связанных с кадрами и их потенциалом.

– Кадровые технологии – формы, методы, процедуры и инструменты, направленные на формирование, использование и развитие кадрового потенциала.

– Кадровый потенциал – способность кадров эффективно решать стоящие перед ними актуальные и перспективные задачи. Определяется численностью кадров, уровнем их образования, профессионально-квалификационной, половозрастной структурой, характеристиками трудовой, социально-патриотической, инновационной и творческой активности.

Цель государственной кадровой политики – формирование кадрового потенциала, способного обеспечивать эффективное решение актуальных и перспективных задач общественно-политического и социально-экономического развития страны, а также создание условий и механизмов, направленных на обеспечение кадровой безопасности. Достижение поставленной цели обеспечивается решением следующих задач:

- вовлечение трудоспособного населения в трудовую деятельность;
- обеспечение качественного кадрового потенциала и удовлетворение потребностей общества в квалифицированных кадрах;
- эффективное использование трудовых ресурсов и их оптимальное распределение между отраслями и регионами страны;
- совершенствование системы подбора и расстановки кадров с учетом их квалификации, профессиональных и личностных качеств, а также работы с резервами кадров;
- мотивация эффективного труда, повышение профессионализма и компетентности работников; совершенствование форм и методов оценки кадров и результатов их деятельности;
- обеспечение правовых гарантий и создание условий для работы и профессиональной карьеры [2].

Общими направлениями государственной кадровой политики являются следующие: принятие дополнительных мер по противодействию тенденциям, оказывающим негативное влияние на кадровую безопасность; совершенствование механизма прогнозирования и планирования потребности в кадрах; упорядочение процессов трудовой миграции в целях сохранения и развития кадрового потенциала; стимулирование кадров к повышению производительности труда и уровня квалификации, а также создание благоприятных условий для работы и профессиональной карьеры; формирование действенных резервов кадров, планомерная подготовка лиц, включенных в резервы, к занятию соответствующих должностей; выработка научно обоснованных методов и форм идеологической работы, направленной на формирование гражданской ответственности, патриотическое воспитание и создание благоприятного психологического климата в трудовых коллективах; расширение сферы применения цифровых технологий в кадровой работе с учетом необходимых мер безопасности и др.

Цифровая экономика – это деятельность, непосредственно связанная с развитием цифровых компьютерных технологий, включая предоставление различных услуг, таких как онлайн-сервисы, краудфандинг, интернет-торговля, электронные платежи и др.

Цифровая экономика в последние годы является объектом пристального изучения. Современное стратегическое развитие демонстрирует повышенный интерес мирового сообщества к проблемам экологического воздействия, социального и экономического неравенства между странами и отдельными слоями населения. Под эгидой ООН, международных политических и экономических союзов проводится работа по продвижению Целей устойчивого развития, которые направлены на решение перечисленных проблем на мировом и региональном уровне. Для эффективной реализации ряда обозначенных целей важно развивать инструменты устойчивого развития, искать новые пути решения глобальных задач на уровне стран и отдельных субъектов (регионов, городов и компаний). Одним из наиболее перспективных инструментов на микроуровне является применение цифровизации в качестве фактора устойчивого развития. Современная экономика основана на постоянном совершенствовании: улучшении, модернизации и изобретении новых моделей управления, продуктов системы управления.

Развитие инструментов в последние годы напрямую связано с понятием «цифровизация». Многими авторами цифровизация ошибочно рассматривается как отдельный процесс по автоматизации компании, который связывают исключительно с ростом производительности труда и модернизацией производства. Однако современный подход предполагает комплексное изучение любого процесса и явления. Именно поэтому важно проводить теоретическое и практическое обоснование влияния цифровизации на улучшение экономических показателей компании, снижение ее воздействия на экологию и развитие отношений с заинтересованными сторонами. Чтобы развить организацию и сформировать ее устойчивое развитие необходимо создать определенные оптимальные условия ее функционирования, развивать достигнутые успехи, исправить допущенные ошибки, своевременно просчитывать возможные риски при формировании стратегии и принять меры по устранению имеющихся недостатков [1–3].

В Концепции отмечается, что для дальнейшей *цифровизации кадровой работы* необходимо следующее:

- совершенствовать информатизацию процессов прогнозирования рынка труда для объективной оценки потребности экономики в кадрах;

– развивать специализированные информационные сервисы для профориентационной работы с гражданами, выявления их профессиональных наклонностей и выстраивания карьерной траектории;

– ускорить внедрение информационно-коммуникационных технологий в целях повышения качества кадровой работы;

– создать единую информационную систему для электронного взаимодействия государственных органов в области государственной кадровой политики;

– уделять должное внимание вопросам повышения информационной безопасности в условиях изменения среды деятельности и развития недобросовестной конкуренции.

Цифровизация экономики активизирована с марта 2018 г., начал действовать Декрет «О развитии цифровой экономики», подписанный Президентом Республики Беларусь документ, который эксперты назвали «революционным», дающим серьезные конкурентные преимущества в создании цифровой экономики XXI в. и развития Беларуси как IT-страны. Его цель – не только привлечение мировых IT-компаний и поддержание уникального делового климата для представителей сферы, но и создание комфортной обстановки для жизни людей в условиях внедрения высоких технологий для повышения конкурентоспособности экономики страны. Документ, получивший неофициальное название «Декрет о ПВТ 2.0», стал ключевым для белорусского Парка высоких технологий (ПВТ), который благодаря широкой государственной поддержке является одним из приоритетов экономического развития страны. Инвесторов привлекает специальный правовой режим, закрепленный до 2049 г. [3–5].

Рост использования пользователями интернета, увеличение доли мобильного трафика, количества и продолжительности сессий в интернете сформировали термин «always on» (всегда включен).

Все больше различных категорий продуктов переходят в формат онлайн-торговли. Statista делит рынок электронной коммерции на пять сегментов:

– Fashion.

– Электроника & медиа.

– Продукты питания & личная гигиена.

– Мебель и техника для дома.

– Игрушки, хобби & сделай сам.

Рассмотрим на примере реализации стратегии ESG-трансформации общества с ограниченной ответственностью (ООО) «СофтМастер», как компании стремятся обеспечить для всех стейкхолдеров устойчивость бизнес-модели в долгосрочной перспективе, при сохранении маржинальности бизнеса на горизонте стратегии, лидерство в важнейших технологических сегментах, которое позволит реализовать структурную интеграцию целей устойчивого развития во всех связанных бизнес-процессах на всех этапах создания добавочной стоимости.

Достижение целей стратегии потребует детального прогнозирования и управления рисками социального сектора, оценку и эффективное управление воздействием на окружающую среду самой организации и ее партнеров, переход от экономического планирования к целям в области человеческого капитала, учету следующих ESG-экстерналий в бизнес-планировании: цена на углерод, качество среды, индексы человеческого развития и качества жизни.

В настоящее время ООО «СофтМастер» (<https://www.softmaster.tech/>) – это компания, которая не просто поставяет клиентское оборудование для операторов мобильной связи и дистрибутирует бренды потребительской электроники и электротранспорта, также предоставляет Smart-дистрибуцию. Это означает, что она обеспечивает полный цикл поддержки устройств, делая сотрудничество выгодным для всех сторон, работает с лучшими брендами, включая умный дом Aqara, проекторы Imgo, бытовую технику Uwant, электросамокаты KugooKirin и др. Благодаря этому стала крупнейшим оптовым поставщиком 4G-модемов и роутеров во всем СНГ, а также лучшим дистрибьютором Aqara во всем мире за 2020 и 2021 гг. Расходы компании, относящиеся к офисным, незначительны в общем обороте, при этом арендуемый офис потенциально соответствует принципам устойчивого развития, поскольку создан на базе складских помещений путем реконструкции. Основные поставщики – это китайские фабрики-производители потребительских устройств «под заказ», а также крупные бренды (в первую очередь – Xiaomi). Эта категория контрагентов не показывает публичной активности в сфере развития решений, напрямую относящихся к ESG-повестке, при этом участвует в рейтингах и публикует нефинансовую отчетность. Развитие соответствующих продуктов компанией, основанных на комплектующих или готовой продукции иностранным контрагентам, открывает потенциал использования их текущего вовлечения в ESG-повестку в целях развития собственной.

Компания на регулярной основе выполняет следующие функции, которые могут быть отнесены к S-pillar и G-pillar:

- Прозрачный фонд оплаты труда:
 - прозрачная система окладов согласно штатному расписанию;
 - уплата всех налоговых и страховых отчислений в авансовом режиме;
 - неукоснительное соблюдение 100%-го «белого» фонда оплаты.
- Отбор контрагентов на российском рынке и др.
- Стимулирование самостоятельного образования сотрудников:
- В компании введен KPI для каждого из сотрудников по прохождению не менее одного образовательного курса на самостоятельной основе в год. KPI снабжен соответствующей системой премирования, которая покрывает расходы сотрудника и составляет дополнительную премию по итогам календарного года.

– Развитие поставок массовых (потребительских) энергосберегающих решений на российский рынок в целом. Компания активно развивает в своем продуктовом портфеле сегмент решений типа «умный дом», которые решают задачи по оптимизации энерго- и теплосбережения.

– Развитие онлайн-каналов продаж. За счет развития собственных онлайн-каналов продаж компания снижает общую торговую наценку на соответствующую категорию товаров для конечных потребителей, попутно сохраняя и (или) увеличивая экономическую эффективность бизнеса в целом [6].

Факторы, определяющие успех на рынке, одновременно являются факторами выживания и устойчивого развития организации. Критическими факторами успеха являются развитие персонала, инновации; сильные и надежные партнеры (поставщики, альянсы и т. д.); ориентация на клиента; себестоимость продукции (услуг); скорость поставок; логистика; компетентность персонала и др.

Для создания условий развития инноваций и обновления технологий принимаются следующие меры: мониторинг и формирование инфраструктуры, технопарков, инновационных центров, сетей и агентств по распространению технологий; развитие имиджа и инфраструктурного обеспечения территорий для привлекательности бизнеса и размещения высокотехнологичных объектов; стимулирование малых высокотехнологичных фирм, являющихся одновременно гибкими и высокорисковыми и т. д.

Значимость проведенного исследования заключается в том, что впервые данная проблема изучена не с позиции наблюдателя извне, а методом включения, участия и реального осуществления управления и разработки рекомендаций по совершенствованию стратегии устойчивого развития.

Список использованной литературы

1. **Климович, Л. К.** Цифровизация как фактор устойчивого развития экономики и сферы услуг / Л. К. Климович, Н. М. Зык // Кадровый форум Черноземья : сб. ст. XVI Кадрового форума (двенадцатое междунар. заседание) / редкол. : И. Б. Дуракова, А. А. Бахматова. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2023. – С. 22–27.
2. **О концепции** государственной кадровой политики Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 3 янв. 2024 г., № 1. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 28.03.2024.
3. **О развитии** цифровой экономики [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 21 дек. 2017 г., № 8 (с изм. и доп. от 18 марта 2021 г. № 1). – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 26.03.2024.
4. **Официальный** сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 12.02.2024.
5. **О Парке** высоких технологий [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 22 сент. 2005 г., № 12 (с изм. и доп. от 18 марта 2021 г. № 1). – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 26.03.2024.
6. **Климович, Л. К.** Подходы к определению стратегии развития организации на основе высоких технологий в инновационной среде [Электронный ресурс] / Л. К. Климович, Д. Г. Кожевников // Молодежь и наука : сб. науч. ст. XII междунар. форума молодых ученых, Гомель, 19 мая 2023 г. ; под науч. ред. Н. В. Кузнецова ; редкол. : С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2023. – С. 67–73.

ВЕЩНЫЕ ПРАВА НАНИМАТЕЛЯ ПО ДОГОВОРУ КОММЕРЧЕСКОГО НАЙМА ЖИЛОГО ПОМЕЩЕНИЯ

Авторы рассматривают особенности вещных прав нанимателя по договору коммерческого найма жилого помещения. В статье установлено, что срок договора влияет на реализацию вещных прав. Вещные права нанимателя по договору найма жилого помещения включают в себя не только право владения и пользования, но и право распоряжения с учетом соблюдения требований законодательства о получении согласия собственника на совершение распоряжительных действий.

The authors consider the features of the property rights of the tenant under a commercial rental agreement for residential premises. The article establishes that the term of the contract affects the implementation of real rights. The property rights of the tenant under a residential lease agreement include not only the right of possession and use, but also the right of disposal, taking into account compliance with the requirements of the law on obtaining the consent of the owner to perform administrative actions.

Ключевые слова: жилое помещение; жилищные правоотношения; договор найма; право собственности; вещное право.

Key words: residential premises; housing legal relations; rental agreement; property rights; property rights.

Вещные права и их система закрепляются нормами гл. 18 Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ) и раздела 2 Жилищного кодекса Российской Федерации (ЖК РФ), однако приходится констатировать отсутствие их полноценной систематизации на такой объект как жилое помещение с учетом разграничения особенностей правового регулирования вещных прав в рамках гражданских и жилищных правоотношений. Многие ограниченные вещные права не указаны в нормах рассматриваемого законодательства, что требует разработки и обоснования системы вещных прав отдельно в контексте жилищных правоотношений [1].

В рамках данного исследования будет рассмотрено одно из ограниченных вещных прав на жилое помещение – право нанимателя по договору коммерческого найма.

Прежде чем приступить к анализу правомочий нанимателя по договору коммерческого найма, следует дать его дефиницию. Законодатель не содержит понятия коммерческого найма, определяя данный договор как договор найма жилого помещения. Регулируются отношения, возникающие в рамках данной договорной конструкции, гл. 35 ГК РФ. Категория «коммерческий найм» используется, как правило, в рамках науки жилищного права и цивилистике для отграничения его от договора социального найма.

Согласно ст. 671 ГК РФ, найм жилого помещения следует трактовать как соглашение о передаче жилого помещения во временное владение и пользование за установленную плату [2].

При этом договор найма заключается только в случае, если во владение и пользование жилое помещение приобретает физическое лицо, если данной стороной является юридическое лицо, то заключается договор аренды (пункт 2 ст. 671 ГК РФ). Нанимателем может быть одно или несколько физических лиц, которые будут выступать в качестве сонанимателей (ст. 677 ГК РФ).

На стороне нанимателя по договору найма могут выступать юридическое лицо, физическое лицо, публично-правовые образования в лице уполномоченных органов, если такой фонд сформирован соответствующим уровнем власти. Наймодатель не обязательно должен владеть таким жилым помещением на праве собственности, оно может находиться у наймодателя на ином вещном праве, позволяющем передавать его иным лицам (например, в хозяйственном ведении).

Статья 673 ГК РФ определяет, что объектом найма может быть жилое помещение, которое отвечает установленным законом требованиям: изолированность, недвижимое имущество, пригодность для проживания, соответствие санитарным, техническим и иным правилам и нормам.

Статья 15 ЖК РФ перечисляет следующие виды жилых помещений: жилой дом, часть дома; квартира, часть квартиры; комната [3].

Таким образом, для того чтобы помещение могло быть объектом договора найма, оно должно относиться к одному из указанных в ст. 15 ЖК РФ видам жилых помещений и соответствовать требованиям законодательства относительно категории «жилое».

Форма договора найма простая письменная (ст. 674 ГК РФ). Договор найма имеет срочный характер, т. е. законодатель установил для него предельные строки. Исходя из такой градации, можно выделить долгосрочный и краткосрочный договор найма. Договор коммерческого найма будет являться краткосрочным, если он заключен на срок до одного года. Краткосрочный договор найма, заключенный менее, чем на один год, не требует обязательной государственной регистрации (пункт 2 ст. 674 ГК РФ). На практике именно в целях обхода требования о государственной регистрации договора найма провоцирует стороны заключать договор на срок 11 месяцев.

Максимальный срок договора коммерческого найма составляет 5 лет. Если в договоре не указан срок, то он считается заключенным на пять лет (ст. 683 ГК РФ).

На практике очень часто возникает следующая ситуация: избегая государственной регистрации, собственник, который не хочет платить налог на прибыль, полученную от сдачи жилья, предлагает установить срок в договоре найма менее года, чтобы не регистрировать такой договор и не уведомлять органы власти о таком источнике дохода. Наниматель, соглашаясь с данным условием, утрачивает ряд преимуществ, которые предоставляются законом при заключении долгосрочного договора коммерческого найма. Например, наниматель утрачивает преимущественное право на заключение договора на новый срок.

Заключая договор найма, наниматель приобретает ряд вещных прав на жилое помещение, которые являются ограниченными относительно прав собственника.

Наниматель приобретает следующие права: получить жилье, отвечающее критерию «пригодность для проживания» (ст. 673 ГК РФ); пользоваться предоставленным жильем, а также общим имуществом многоквартирного дома (ст. 673 ГК РФ); пролонгировать договор при условии, что первоначальный договор был долгосрочным (пункт 1 ст. 684 ГК РФ), при наличии долгосрочного договора найма и с согласия наймодателя, а также лиц, постоянно проживающих с нанимателем, вселять иных граждан в качестве лиц, совместно проживающих (ст. 679 ГК РФ), или временных жильцов (680 ГК РФ). Не требуется получения согласия от указанных лиц, если вселяются несовершеннолетние дети.

В отношении жилого помещения наниматель приобретает также ряд обязанностей: использование жилого помещения должно осуществляться в соответствии с его назначением, требуется поддержание его в надлежащем состоянии (ст. 678 ГК РФ); своевременно и в полном объеме вносить плату в соответствии с условиями договора (ст. 678 ГК РФ); наниматель обязан проводить текущий ремонт (пункт 1 ст. 681 ГК РФ); нести ответственность за лиц, совместно проживающих с нанимателем (пункт 3 ст. 677 ГК РФ). Иные права и обязанности могут быть установлены соглашением сторон.

В отличие от договора социального найма при заключении договора коммерческого найма собственник передает вместе с жилым помещением также предметы мебели и бытовой техники. В данном случае во избежание конфликтных ситуаций сторонам необходимо детально подойти к учету данного нюанса. Чтобы наймодатель был в безопасности относительно состояния передаваемого имущества, а наниматель в последующем не доказывал, что имущество непригодно для использования или существенно утратило потребительские свойства не по его вине, в договор найма следует включить перечень имущества, подлежащего передаче. Данный перечень должен быть указан и в акте приема-передачи жилого помещения. В акт приема-передачи следует также включить описание состояния жилого помещения, качество ремонта и состояния обстановки, что позволит в последующем избежать претензий от недобросовестной стороны.

Следующим немаловажным аспектом, требующим внимания, являются вопросы оплаты за жилое помещение и коммунальные услуги. Так как договор коммерческого найма регулируется нормами ГК РФ, который предполагает свободу договора, то сторонам следует четко прописать порядок, сроки и размер платы, что, в свою очередь, позволит в дальнейшем избежать судебных разбирательств.

Так как договор коммерческого найма является соглашением гражданско-правового характера, то плата за наем устанавливается сторонами исходя из размещения и уровня благоус-

троенности жилого помещения, а также желания собственника. Эта плата может серьезно варьироваться даже в рамках одного населенного пункта.

Кроме платы за найм, сторонам необходимо указать в договоре, кто будет нести расходы за содержание и ремонт жилого помещения, коммунальные услуги, капитальный ремонт. ЖК РФ однозначно указывает, что данные расходы обязан нести собственник. Как правило, собственник перекладывает их на нанимателя по договору коммерческого найма, с таким расчетом, чтобы после всех платежей у него еще остались средства в качестве дохода от сдачи своего жилья. В настоящее время большинство квартир оборудовано индивидуальными приборами учета, поэтому юридически обоснованным решением сторон будет являться указание в договоре, что расход коммунальных ресурсов будет учитываться каждый месяц отдельно. Это позволит собственнику избежать необоснованных платежей за потребленные ресурсы нанимателем, а нанимателю уменьшить плату исходя из фактического потребления коммунальных ресурсов.

В отношении ответственности нанимателя следует учитывать, что пункт 1 ст. 681 ГК РФ возлагает на нанимателя проведение текущего ремонта, если иное не установлено соглашением сторон. Даже если в договоре не прописана ответственность нанимателя за последствия непроведения или ненадлежащего проведения текущего ремонта, вследствие которого был причинен вред третьим лицам, то он все равно будет привлечен к ответственности в рамках указания ст. 681 ГК РФ. В ст. 1064 ГК РФ указано, что такой вред подлежит возмещению в полном объеме. В целях невелирования спорных ситуаций данные вопросы следует детально урегулировать соглашением сторон при заключении договора найма.

Расторжение договора может быть осуществлено как в добровольном, так и принудительном порядке. Хотя условия расторжения и регламентированы нормами гражданского и жилищного законодательства, но стороны могут самостоятельно определить условия и порядок выселения, которые будут являться значимыми для них.

Законодатель в рамках пункта 1 ст. 687 ГК РФ предоставляет нанимателю право расторгнуть договор найма в любое время, но с учетом письменного предупреждения наймодателя за три месяца. Наймодатель подобным правом не наделяется. Поэтому договор может быть расторгнут либо по истечении указанного в нем срока при условии, что стороны его не пролонгировали, либо по соглашению сторон. В одностороннем порядке наймодатель вправе расторгнуть досрочно договор найма только вследствие виновных действий нанимателя и только в судебном порядке.

Таким образом, наниматель по договору найма жилого помещения приобретает ряд ограниченных вещных прав на него. Кроме владения и пользования таким жилым помещением наниматель наделяется также правом распоряжения жилым помещением в форме сдачи такого объекта в поднайм. Указанное право нанимателя определять юридическую судьбу жилого помещения напрямую зависит от воли собственника, который может разрешить или запретить такую передачу жилого помещения третьим лицам. В случае заключения договора поднайма ответственность за действия поднанимателя перед собственником будет нести наниматель. Сам срок поднайма не может превышать срок договора найма жилого помещения.

Наниматель по договору найма приобретает не только жилое помещение во владение и пользование, но и с учетом ограничений, установленных законодательством, в распоряжение.

Список использованной литературы

1. Колоколова, Е. О. Вещное право на жилое помещение / Е. О. Колоколова // Семейное и жилищное право. – 2020. – № 1. – С. 35–39.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1 : принят Гос. Думой 21 окт. 1994 г. : в ред. от 24 июля 2023 г. // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
3. Жилищный кодекс Российской Федерации : принят Гос. Думой 29 дек. 2004 г. : в ред. от 25 дек. 2023 г. // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2005. – № 1 (ч. 1). – Ст. 14.

Н. В. Кузнецов (nvkuznetsov@list.ru),
канд. экон. наук, доцент
Гомельский филиал Международного
университета «МИТСО»
г. Гомель, Республика Беларусь

О. А. Гужова (guzhova_oksana@inbox.ru),
канд. экон. наук, доцент
Самарский государственный
технический университет
г. Самара, Российская Федерация

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

В данной статье рассмотрены цели и задачи реформы жилищно-коммунального хозяйства, задачи внедрения и применения новых цифровых технологий в жилищно-коммунальном хозяйстве, а также перспективы развития технологий искусственного интеллекта в сфере жилищно-коммунального хозяйства.

This article considers the goals and objectives of the reform of housing and communal services, the tasks of introducing and applying new digital technologies in housing and communal services, as well as the prospects for the development of artificial intelligence technologies in the field of housing and communal services.

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство; новые технологии; искусственный интеллект; цифровизация; управляющие организации; жилищно-коммунальные услуги.

Key words: housing and communal services; new technologies; artificial intelligence; digitalization; management organizations; housing and communal services.

На данный момент основной целью и задачей реформы жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) являются улучшение качества и культуры обслуживания жителей, модернизация, внедрение всевозможных новых технологий, прогрессивных инженерно-технических решений и обновление инфраструктуры всей жилищной сферы. Данные задачи являются крайне важными и необходимыми для наведения должного порядка в огромной и важной для людей отрасли. На современном этапе развития ЖКХ особая роль отводится внедрению искусственного интеллекта и цифровизации.

Технологии искусственного интеллекта сегодня позволяют организациям сферы ЖКХ снизить затраты на операторов и автоматизировать наиболее частые коммуникации с жителями. Работа диспетчеров, операторов контакт-центров в ЖКХ очень непростая, эмоционально-напряженная, бывают в работе и конфликтные ситуации. Одной из важных задач внедрения и применения новых цифровых технологий в ЖКХ является решение проблемы по снятию нагрузки, снижению риска ошибок и исключению человеческого фактора [1].

Процесс коммуникации и сроки исполнения обращений жителей в ЖКХ довольно жестко регламентируются законодательством. Управляющие организации должны постоянно вести прием обращений, заявок и жалоб жителей. Эти обращения требуется постоянно обрабатывать, перезванивать, разбираться с ними в определенные промежутки времени. Необходимо вести запись поступающих звонков, принимать электронные письма, контролировать их исполнение. Данная работа очень важная и ответственная, а объем ее – значительный [2].

Возможности интернета и применение новых технологий в ЖКХ постоянно растут, однако статистика рынка услуг ЖКХ свидетельствует о том, что 80% жителей страны независимо от региона, используют телефон в качестве связи и коммуникации с работниками жилищной сферы. В зимний период в ЖКХ всегда много работы, к этому добавляются еще аварийные ситуации на инженерных сетях в жилых домах, также ежемесячные и квартальные отчеты о проделанной работе. Работники ЖКХ в данной ситуации сталкиваются с максимальной нагрузкой на телефонную связь и необходимостью для оперативного решения возникающих вопросов привлекать дополнительный штат работников. Диспетчеры и операторы контакт-центров и аварийно-диспетчерских служб ЖКХ работают с максимальными нагрузками, им создают неудобства однотипные диалоги с жителями, они часто ошибаются, а для компании их труд становится дороже. В аварийных ситуациях, которых в ЖКХ бывает немало, в случае прямых обращений жителей все же живой оператор крайне необходим. Иногда приходится выяснять

ситуацию и обсуждать самые разные вопросы о том, что случилось в жилом доме. Звонков от жителей бывает очень много, с каждым нужно разобраться и принять правильное решение [3].

Задачей внешних и внутренних колл-центров ЖКХ в основном является организация работы с должниками по их уведомлению о долгах, сбору показаний приборов учета, а также для закрытия заявок и обратной связи с жителями. Внедрение цифровизации, новых технологий, облегчающих коммуникации с жителями, может быть незаменимой помощью для решения текущих и оперативных вопросов в жилищной сфере [4].

Прогресс в этом направлении очевиден, так как уже имеется много различных решений по развитию формата коммуникаций, которые отлично вписываются в сценарную модель разговора искусственного интеллекта. В этой связи, на базе различных запросов и потребностей жилищных организаций, осуществляющих обслуживание жилого фонда по оказанию услуг жителям, уже разработано программное решение «виртуальный оператор». Это голосовой робот в виде искусственного интеллекта, который уже очень много может и берет на себя самое главное – коммуникации управляющей компании или товарищества собственников жилья с жителями, подрядными организациями. «Виртуальный оператор», осуществляющий коммуникации с людьми, выполняет определенный рутинный объем работы. Помогает корректно вести общение с жителями, принимает заявки и отвечает на вопросы, экономит на работе диспетчеров операторов оперативно-диспетчерской службы, аварийно-диспетчерской службы, контакт-центров. Корректно общаясь с клиентами, сглаживает пиковые нагрузки, без каких-либо дополнительных затрат четко соблюдает нормы закона и требуемые регламенты взаимодействия с жильцами о своевременном их информировании по текущим делам и вопросам [5].

Искусственный интеллект настолько совершенен, что уже полностью может заменить рутинную работу колл-центров в объеме определенных сценариев по информированию жителей и приему заявок. Он может проконтролировать исполнение заявки, обеспечить сбор обратной связи, узнать, как прошло то или иное мероприятие, может выяснить у жителей, все ли устраивает по обслуживанию и качеству представления услуг. Также может оказать большую помощь по работе с должниками за жилищно-коммунальные услуги, своевременно уведомить их о задолженности, сделать дополнительно напоминание о необходимости своевременно оплачивать коммунальные услуги, зафиксировать дату погашения задолженности. Искусственный интеллект уже хорошо справляется с приемом показаний приборов учета, он грамотно принимает заявки жильцов, сохраняет актуальные данные в системе специальных учетов и может сделать оповещение жителю о том, что специалист управляющей компании в определенное время определенного числа придет в квартиру с обследованием [6–7].

Вышеуказанные примеры интеллектуальных решений в ЖКХ поддерживаются последними разработками, технологическими достижениями, обеспечивающими возможность практического использования максимального диалога робота и человека. Так, виртуальный оператор уже свободно может распознать живую речь человека со всеми ее разговорными формулировками и особенностями. В решении такой задачи используется формат умного перебивания, когда интеллектуальный искусственный оператор уместно общается, реагирует на реплики человека и отлично понимает, когда его останавливают, перебивают, это он учитывает в процессе общения и разговора. Применение искусственного интеллекта приобретает колоссальные масштабы, многие управляющие компании задаются следующими вопросами: «Какая перспектива дальнейшего его использования в жилищной отрасли? Что еще можно получить, применяя его возможности в сфере обслуживания?».

Основная задача – это максимально снизить всевозможные затраты, сохранив при этом современный уровень сервиса и развивая его. При решении данной задачи главным показателем будет не только снижение стоимости минуты разговора, а получение качественного общения и ответа жильца. Анализ работы живых диспетчеров, операторов, специалистов с интеллектуальным роботом показывает, что виртуальный диспетчер-оператор, обзванивая жильцов, снижает затраты на выполнение этой работы с учетом себестоимости минуты звонка. В этом случае получается применение робота в два раза экономичнее. Такой результат в работе с использованием робота – это отличный показатель его применения в жилищной сфере.

Большую выгоду по применению виртуального оператора может принести рутинная работа по обзвону неплательщиков квартплаты с целью взыскания с них долгов. Из практики работы работников ЖКХ с такими неплательщиками известно, что не все жители являются злостными неплательщиками. Как правило, многие просто забывают своевременно оплачивать квартплату, им об этом иногда нужно напоминать. По оценкам специалистов, своевременное напоминание жителям о необходимости регулярно оплачивать квартплату, погашать долги

в значительной степени помогает снизить сумму задолженности в несколько раз и достичь высоких показателей по своевременной собираемости коммунальных платежей.

В настоящее время перед многими управляющими компаниями стоит задача по внедрению таких интеллектуальных роботов. Это задача не настолько сложная, как о ней многие думают. Решать ее нужно, применяя готовые сценарии и форматы программного обеспечения, что ускоряет процесс внедрения виртуального оператора в жилищное хозяйство. С учетом графиков и этапов внедрения проекта и системы в эксплуатацию, на эту задачу потребуется не более одного месяца. Многие компании, занимающиеся внедрением интеллектуального робота в работу, предлагают готовые сценарии и демоверсии, с которыми можно ознакомиться в сети «Интернет». Самое главное в данном вопросе – это тот факт, что за счет внедрения искусственного интеллекта, роботов-операторов, жилищно-коммунальная сфера выводится на совершенно новый уровень развития в деле обслуживания и повышения качества культуры по предоставлению услуг.

Внедряя вышеуказанные сценарии в ЖКХ, жителям многоквартирных домов представляются новые комфортные условия проживания. Внедрение новых цифровых технологий и интеллектуальных решений во многом зависит от профессиональной подготовки кадров работников жилищной сферы, их инициативной работы в этом деле и желании менять старые методы работы, избавляться от рутинного труда и совершенствовать всю производственную деятельность. Работникам ЖКХ, имеющим желание менять свою деятельность в лучшую сторону, уже сегодня нужно посмотреть на ту огромную перспективу, которую открывает и предоставляет внедрение интеллектуальных технологий, которые позволят в дальнейшем улучшить всю деятельность по оказанию услуг населению.

Порядок в доме – экономический критерий: больше порядка – меньше затрат. К этому необходимо стремиться в ЖКХ.

Список использованной литературы

1. **Искусственный** интеллект в ЖКХ – реальность и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.logika-consortium.ru/news/corporate/iskusstvennyj-intellekt-v-zhkh-realnost-i-perspektivy/>. – Дата доступа: 15.03.2024.
2. **Как** искусственный интеллект спасет отечественное ЖКХ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://naked-science.ru/article/hi-tech/ai-public-utility>. – Дата доступа: 16.03.2024.
3. **Искусственный** интеллект в ЖКХ: реальный опыт и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://just-ai.com/blog/iskusstvennyj-intellekt-v-zhkh-realnyj-opyt-i-perspektivy/>. – Дата доступа: 15.03.2024.
4. **Цифровые** технологии и ИИ помогают снизить потери в ЖКХ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ai.gov.ru/mediacenter/tsifrovye-tehnologii-i-ii-pomogayut-snizit-poteri-v-zhkh-na-11/>. – Дата доступа: 19.03.2024.
5. **Новая** коммунальная реальность: как нейросети помогают развивать ЖКХ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cosmoservice.space/news/novaya_kommunalnaya_realnost_kak_neyroseti_pomogayut_razvivat_zhkh/. – Дата доступа: 16.03.2024.
6. **Умное** ЖКХ: снижение затрат и возможности искусственного интеллекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://roskvartal.ru/news/tehnologii-v-zhkh/15475-umnoe-zhkh-snizhenie-zatrat-i-vozmozhnosti-iskusstvennogo-intellekta>. – Дата доступа: 16.03.2024.
7. **Новая** коммунальная реальность: как нейросети помогают развивать ЖКХ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://okron.ru/articles/10926>. – Дата доступа: 18.03.2024.

ОЦЕНКА ИНДИКАТОРОВ ДОСТОЙНОГО ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье дано понятие индикаторов достойного труда, рассмотрены предпосылки и причины возникновения концепции достойного труда, проанализированы показатели индикатора достойного труда (возможность трудоустройства в Республике Беларусь).

The article gives the concept of decent work indicators, examines the prerequisites and reasons for the emergence of the concept of decent work, and analyzes the indicators of the decent work indicator (the possibility of employment in the Republic of Belarus).

Ключевые слова: достойный труд; индикаторы; национальная экономика; концепция; занятость; трудовые отношения; экономика труда.

Key words: decent work; indicators; national economy; concept; employment; labor relations; labor economics.

В современных реалиях система показателей достойного труда позволяет охарактеризовать различные потребности человека. Так как эти показатели в основном рассматриваются с гендерной точки зрения, результаты являются более справедливыми и точными. Вместе с тем, необходимо учитывать важность экономических и социальных условий, влияющих на трудовой процесс.

Важное место в концепции достойного труда занимает производительность труда. Повышение данного показателя является определяющим фактором социально-экономического прогресса и основным источником дохода для большинства людей.

Следует отметить, что одним из условий достойного труда является соблюдение баланса между ростом производительности труда и занятостью населения.

Актуализируются вопросы сочетания достижения цели экономического прогресса, результата повышения производительности труда с задачей обеспечения достойных возможностей трудоустройства для всех.

Так, статистические департаменты Республики Беларусь, которые реализуют множество программ достойного труда, играют важную роль в управлении и изучении этих показателей. Национальная статистическая комиссия Республики Беларусь опубликовала на своем официальном сайте данные для расчета показателей достойного труда в нашей стране. Благодаря этому документу может быть проведен многомерный анализ показателей и общего объема работ.

В соответствии с термином Международной организации труда (МОТ) достойный труд включает в себя возможность для женщин и мужчин получать достойную и содержательную работу в условиях свободы, равенства, справедливости и уважения человеческого достоинства. Данный подход впервые был сформулирован в 1999 г. в докладе Генерального директора МОТ Хуана Сомавия на 87-й сессии Международной конференции труда.

Достойный труд определялся следующим образом: «Достойный труд – это труд, при котором права трудящихся защищены, который приносит адекватный доход и обеспечивает социальную защищенность. Также достойный труд подразумевает достаточный труд в том смысле, что каждый индивид имеет полный и свободный доступ к возможности заработать и получить доход». В более широком смысле достойный труд определяется как «труд, который приносит адекватный доход и при этом оставляет время для других сторон жизни, предоставляет надежность семье, уважает права человека, дает право голоса и открывает дорогу социальной интеграции; достойный труд – это путь, соединяющий экономические и социальные цели» [1].

Можно выделить следующие пять ключевых характеристик достойного труда: производительность; безопасность; уважение прав работников и социальная защита; соответствующий доход; способность влиять на принятие решений, таких как условия труда и трудовые отношения посредством социального партнерства.

Концепция достойного труда объединяет значительный набор качественных показателей, однако их использование невозможно без приведения характеристики индикаторов, необходимых для достижения главных целей концепции. В течение длительного времени экспертными группами МОТ проводилась работа по созданию системы индикаторов достойного труда. Так, на 18-й Международной конференции статистиков труда в декабре 2008 г. была одобрена единая система индикаторов достойного труда.

В настоящее время понятие «достойный труд» утвердилось в качестве приоритетной цели национальной политики во многих странах мира.

Вместе с тем, следует отметить, что в Республике Беларусь создана национальная система показателей достойного труда, в частности, утвержден перечень показателей достойного труда, соответствующий единой системе индикаторов достойного труда, одобренной на 18-й Международной конференции статистиков труда.

Данный перечень охватывает 11 основных групп показателей: возможность трудоустройства; адекватный заработок и продуктивный труд; достойная продолжительность рабочего времени; установление баланса между работой, семьей и личной жизнью; труд, который должен быть упразднен; стабильность и защищенность работы; равенство возможностей и условий в занятости; безопасные условия труда; социальная защита; социальный диалог; экономический и социальный контекст [2].

В нижеприведенной таблице представлены показатели возможности трудоустройства в Республике Беларусь за 2016–2022 гг.

Показатели возможности трудоустройства в Республике Беларусь за 2016–2022 гг.,%

Показатели	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2022 г. от 2021 г.	2022 г. от 2016 г.
Уровень занятости населения (15–74 лет), всего	66,7	67,2	67,5	67,7	67,5	67,3	67,7	0,4	1,0
Мужчины	69,6	70,4	71,6	71,6	71,9	71,4	72,1	0,7	2,5
Женщины	64,1	64,4	63,9	64,2	63,5	63,8	63,9	0,1	–0,2
Уровень безработицы (15–74 лет), всего	5,8	5,6	4,8	4,2	4,0	3,9	3,6	–0,3	–2,2
Мужчины	7,5	7,2	5,9	5,1	4,8	4,7	4,2	–0,5	–3,3
Женщины	4,2	4,0	3,6	3,2	3,3	3,1	2,9	–0,2	–1,3
Уровень участия в рабочей силе (15–74 лет), всего	70,8	71,3	70,9	70,7	70,3	70,0	70,2	0,2	–0,6
Мужчины	75,2	75,9	76,1	75,5	75,5	74,9	75,3	0,4	0,1
Женщины	66,9	67,1	66,2	66,3	65,7	65,8	65,8	–	–1,1
Уровень безработицы молодежи в возрасте 15–24 лет, всего	10,7	9,3	10,7	10,2	12,0	10,5	10,3	–0,2	–0,4
Мужчины	12,7	11,2	12,7	12,9	13,8	11,4	10,7	–0,7	–2,0
Женщины	8,5	7,2	8,4	7,3	10,1	9,6	9,8	0,2	1,3
Удельный вес занятого населения (15–74 лет) по статусу занятости на основной работе в общей численности занятого населения данной возрастной группы:									
работающие по найму, всего	95,9	95,6	95,8	95,7	95,6	95,3	95,5	0,2	–0,4
мужчины	94,0	94,1	94,4	94,2	93,9	93,7	94,3	0,6	0,3
женщины	97,7	97,2	97,2	97,2	97,2	97,0	96,7	–0,3	–1,0
работающие не по найму, всего	4,1	4,4	4,2	4,3	4,4	4,7	4,5	–0,2	0,4
мужчины	6,0	5,9	5,6	5,8	6,1	6,3	5,7	–0,6	–0,3
женщины	2,3	2,8	2,8	2,8	2,8	3,0	3,3	0,3	1,0
Примечание – Собственная разработка на основе данных источника [3].									

Результаты анализа свидетельствуют о том, что на протяжении 2016–2022 гг. динамика уровня занятости населения находилась практически на одном уровне, ее колебания были незначительны (66,7–67,7%).

Вместе с тем, в 2022 г. по сравнению с 2016 г. наблюдается значительное снижение уровня безработицы. Так, данный показатель составил 3,6%, что ниже уровня 2016 г. на 2,2%.

Удельный вес молодежи, которая не учится и не работает, в возрасте 15–24 лет в общей численности населения данной возрастной группы невысокий, в период с 2016 по 2022 гг. сократился с 8,2 до 5,1%.

Оценивая абсолютное изменение удельного веса занятого населения (15–74 лет) по статусу занятости на основной работе в общей численности занятого населения данной возрастной группы, в частности, работающие по найму, в 2022 г. по сравнению с 2021 г. наблюдается незначительный рост на 0,2%, а с 2016 г. – снижение на 0,4% данного показателя.

За анализируемый период уровень безработицы молодежи сократился с 10,7 до 10,3%, что свидетельствует об эффективности государственной деятельности по работе с молодежью в содействии занятости.

Следует отметить, что большинство показателей, перечисленных в перечне, в настоящее время находятся в стадии расчета.

Таким образом, динамичная система индикаторов достойного труда Республики Беларусь позволяет комплексно проанализировать рынок труда, определять проблемные стороны в развитии, акцентировать внимание на основных направлениях повышения качества занятости и предусматривать конкретные меры в национальных программах в этой области, а также оценивать прогресс в достижении целей достойного труда в рамках единого и распространенного метода, который объединяет показатели, характеризующие количество работы и качество занятости.

Список использованной литературы

1. **Об индикаторах** достойного труда [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/Ob_ind_dost_truda.pdf. – Дата доступа: 12.02.2024.
2. **Перечень** индикаторов достойного труда [Электронный ресурс] : утв. приказом Нац. стат. ком. Респ. Беларусь от 28 дек. 2016 г. № 246 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 13.02.2024.
3. **Официальный** сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 26.02.2024.

ИНСТРУМЕНТЫ ЗАЩИТЫ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В данной статье определены основные правовые и законодательные акты, касающиеся продовольственной безопасности внутреннего рынка страны.

This article defines the main legal and legislative acts relating to the food security of the country's domestic market.

Ключевые слова: доктрина; Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь; государственная политика; проблема продовольственной безопасности; продовольственная независимость государства; индикаторы экономической доступности; Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики.

Key words: doctrine; National Strategy for Sustainable Socio-Economic Development of the Republic of Belarus; state policy; food security problem; food independence of the state; indicators of economic accessibility; National Action Plan for the Development of the “Green” Economy.

В республике сложилась многоуровневая система защиты внутреннего рынка: Президент Республики Беларусь, Парламент Республики Беларусь и органы исполнительной власти во главе с Советом Министров Республики Беларусь. Центральным органом, отвечающим за координацию внешнеэкономической деятельности, является Министерство иностранных дел Республики Беларусь; вопросы защиты внутреннего рынка находятся также в компетенции Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь, Государственного таможенного комитета Республики Беларусь и других органов.

Так как, такие меры могут применяться исключительно органами государственной власти, целесообразно выделить нормативно-правовую базу, регулиующую порядок их введения, учитывая, что данные меры, в первую очередь, направлены на защиту национального производителя и отечественного рынка товаров от конкуренции со стороны иностранного потока продукции.

Приоритетными направлениями в работе по защите внутреннего рынка являются защита интересов отечественных производителей на внешнем рынке и принятие комплексных мер тарифного и нетарифного регулирования в рамках Евразийского экономического союза, стимулирующих и административных мер на внутреннем рынке, импортозамещение, формирование национальных брендов.

Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь выработало конкретные решения по стимулированию продаж отечественных товаров при проведении закупок, выработке мер технического регулирования, санитарных, фитосанитарных мер и контрольных мероприятий, направленных на предотвращение и пресечение оборота опасной, фальсифицированной и контрафактной продукции; по упрощению доступа импортозамещающей продукции к потребителю, а также разработаны нормативные акты по формированию стабилизационных фондов на межсезонный период и совершенствованию порядка проведения государственных закупок и закупок за счет собственных средств [1].

Можно выделить три основных вектора работы. Первый вектор – это ассортиментный перечень, который является гарантией наличия товаров в продаже в течение всего рабочего дня торгового объекта. Второй вектор – контрольно-аналитические мероприятия, которые направлены на обеспечение соблюдения законодательства в сферах торговли и ценообразования. Третий вектор – установление правил организации торговли, в том числе законодательных норм.

В Министерстве антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь разработали рекомендации по обеспечению соблюдения положений Доктрины национальной продовольственной безопасности.

В соответствии с реализацией положений Доктрины национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь для оценки состояния национальной продовольственной безопасности Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь используются индикаторы и их пороговые значения, отклонение от которых свидетельствует о снижении уровня защищенности национальных интересов и ситуации, требующей принятия соответствующих мер регулирования. Одним из индикаторов экономической доступности сельскохозяйственной продукции и продовольствия является доля продажи продовольственных товаров отечественного производства организациями торговли на внутреннем рынке в общем объеме продаж – не менее 85% [1].

В настоящее время доля реализации организациями торговли товаров отечественного производства по основным группам, определяющим продовольственную независимость государства, за январь – декабрь 2023 г. достаточна по мясу и мясным продуктам (реализация товаров отечественного производства организациями торговли составила 99,95%), сахару (99,5%), сырам (95,7%), сливочному маслу (100%), картофелю (90,9%), яйцам (100%), муке (93,4%); недостаточна – по растительному маслу (10,1%), фруктам и орехам (14,3%), яблокам (65,6%), рыбе (12,7%), макаронным изделиям (65,0%).

Среди главных критериев достижения цели по развитию национальной продовольственной безопасности до 2030 г., установленных Доктриной, – снижение доли продовольственных товаров импортного производства в объеме продаж организаций торговли на внутреннем рынке до 14% к 2030 г.

Вместе с тем за январь – декабрь 2023 г. доля импортных продовольственных товаров в продаже организациями торговли составила 22,5%. Высокой остается доля отдельных импортных продуктов в розничном товарообороте организаций торговли: фруктов – 85,7%, растительного масла – 89,9, рыбы – 87,3, гречневой крупы – 65,1, сахаристых кондитерских изделий – 47,3, фруктовых и овощных соков – 30,1, макаронных изделий – 35,0%.

В целях обеспечения продовольственной независимости страны, экономической доступности жизненно необходимых продуктов питания всем категориям населения в полном объеме Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь рекомендует следующее:

– Субъектам торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами с использованием торговых объектов, обеспечить достижение удельного веса продовольственных товаров отечественного производства в объеме розничного товарооборота организации по итогам 2023 г. на уровне не ниже 85%; размещение и выкладку товаров отечественного производства на торговой площади каждого магазина, павильона, размер которой не менее, чем размер торговой площади, отведенной под размещение соответствующих категорий (подкатегорий) товаров импортного производства, в визуально и физически доступных местах способами согласно приложению к Рекомендациям; размещение в прикассовых зонах магазинов, павильонов преимущественно товаров отечественного производства, за исключением товаров, аналоги которых не производятся в Республике Беларусь; обозначение мест размещения и выкладки товаров отечественного производства информационной надписью «Сделано в Беларуси» или аналогичными способами согласно приложению.

– Субъектам торговли, реализующим продовольственные товары с использованием сети «Интернет», а также собственникам (владельцам) информационных ресурсов, оказывающих субъектам торговли услуги, связанные с осуществлением этими субъектами торговли розничной торговли с использованием сети «Интернет» через интернет-магазин, обеспечить наличие в продаже товаров отечественного производства; при запросе покупателем конкретного товара обеспечить первоочередное размещение предложений о заключении договора розничной купли-продажи товаров отечественного производства; визуальное (информационное) обозначение товаров отечественного производства на сайтах интернет-магазинов, электронных торговых площадок (например, цветами Государственного флага Республики Беларусь, белорусским орнаментом и т. п.); техническую возможность выборки товаров отечественного производства на сайтах интернет-магазинов, электронных торговых площадок по специальному поисковому запросу (например, «производство Беларусь» и т. п.); расширение сервисов доставки товаров отечественного производства; внедрение мобильных приложений для продажи товаров отечественного производства с использованием сети «Интернет».

Для повышения качества товаров и услуг в Беларуси учрежден Государственный знак качества. Президент Республики Беларусь Александр Лукашенко подписал Указ «О Государственном знаке качества» от 18 января 2024 г. № 21. Документом утверждено изображение и опи-

сание знака. Он представляет собой пятиугольник красного цвета, в центре которого расположено стилизованное изображение перевернутой буквы «К» и надпись «Беларусь». Пять углов знака символизируют качество белорусской продукции, достигаемое сочетанием пяти показателей производства: безопасности, экологичности, инновационности, технологичности и эстетичности.

Порядок присвоения Государственного знака качества и перечень стимулирующих льгот и преференций, предоставляемых производителям при его присвоении, будет определен Правительством. В Беларуси утверждена антиинфляционная программа на 2021–2023 годы, предусмотренная постановлением Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь «Об утверждении антиинфляционной программы на 2021–2023 годы» от 25 ноября 2020 г. № 674/22. Документ принят с целью создания условий для устойчивого экономического роста, развития конкуренции и снижения инфляционных ожиданий. В структуру программы вошли 65 мероприятий по нескольким направлениям. В их числе денежно-кредитная, ценовая и коммуникационная политика, структурные меры по снижению инфляции в отраслях экономики, снижение сезонной волатильности цен, противодействие монополистической деятельности и развитие конкуренции. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь является ответственным исполнителем по ряду мероприятий и направлений реализации программы [2].

В Республике Беларусь с 19 октября 2022 г. действует постановление Совета Министров Республики Беларусь № 713 «О системе регулирования цен» [3]. Постановление Совета Министров Республики Беларусь «О системе регулирования цен» от 19 октября 2022 г. № 713 консолидировало ранее действовавшие механизмы ценового регулирования и добавило отдельные механизмы, ограничивающие доходность на всех этапах, начиная от производства товара и заканчивая его реализацией. При этом регулированию подлежат только цены на потребительские товары, что позволяет обеспечить доступность товаров для населения и сдерживает рост цен на товары на всех этапах их продвижения.

В целях бесперебойного обеспечения потребительского рынка товарами, производство которых носит сезонный характер, принято постановление Совета Министров Республики Беларусь «О стабилизационных фондах» от 4 октября 2022 г. № 658. Постановлением утверждено Положение о порядке формирования и использования стабилизационных фондов товаров [4].

В рамках достижения главных критериев обеспечения цели по развитию национальной продовольственной безопасности до 2030 г., определенных Доктриной национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года [5], Государственной программой «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021 г. № 59 (в редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь от 11 мая 2023 г. № 303) выделяют следующее:

- Устойчивое развитие и повышение эффективности агропродовольственного комплекса за счет достижения объемов и структуры производства продукции растениеводства и животноводства, позволяющих сбалансировать спрос и предложение по важнейшим видам сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия; обеспечения эффективности и безубыточности сельского хозяйства, а также роста уровня рентабельности продаж до 11–13% к 2030 г.; роста доли сельскохозяйственных земель, используемых для получения органической продукции, в общей площади до 3% к 2030 г.

- Насыщение внутреннего рынка качественными продуктами питания отечественного производства (при увеличении доли продуктов здорового питания и органических пищевых продуктов до 20%). Для этого необходимо обеспечить достаточный уровень экономической доступности продуктов питания для населения за счет роста реальных располагаемых денежных доходов в 1,15–1,27 раза к 2020 г., в 1,14–1,24 раза к 2030 г.; достижения оптимального уровня расходов на питание в структуре потребительских расходов населения до 35% к 2020 г. и до 33% к 2030 г.

- Повышение эффективности внешней торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием за счет развития экспортного потенциала и увеличения доли экспорта в стоимости произведенной сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия до 40% к 2020 г. (по отношению к среднему уровню за 2010–2015 гг.) и до 45% к 2030 г.; снижения импортной составляющей в затратах на производство сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия до 20–22% к 2020 г. и до 18–20% к 2030 г.; снижения доли продовольственных товаров импортного производства в объеме продаж организаций торговли на внутреннем рынке до 15% к 2020 г. и до 14% к 2030 г. [6].

Таким образом, в сфере управления продовольственной безопасностью необходимо учитывать уровень развития отечественного производства, объемы произведенной продукции по отношению к необходимому количеству; размеры государственного резерва и иные запасы сельскохозяйственной и рыбной продукции и продовольствия, сформированные в соответствии с рекомендуемыми рациональными нормами потребления; комплекс других наиболее важных показателей производства продуктов питания и обеспечения их доступности для населения страны.

В этом аспекте Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы представляется логичным макрорегулятором и рычагом механизма защиты внутреннего рынка Республики Беларусь.

В качестве основных рекомендаций можно предложить пересмотр рациональных норм потребления пищевых продуктов по аналогии с Российской Федерацией (приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации «О внесении изменений в приложение к Рекомендациям по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания, утвержденным приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 19 августа 2016 г. № 614» от 30 декабря 2022 г. № 821) поскольку рациональная норма потребления применяется для определения рациональной потребности Республики Беларусь в основных видах сельскохозяйственной продукции, сырья, продовольствия и потенциальной емкости внутреннего потребительского рынка (влияет на критерии, параметры и индикаторы развития национальной продовольственной безопасности) [7–8].

Список использованной литературы

1. **Деятельность** МАРТ. Рекомендации по обеспечению соблюдения положений Доктрины национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mart.gov.by>. – Дата доступа: 16.02.2024.
2. **Об утверждении** Антиинфляционной программы на 2021–2023 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, Нац. банка Респ. Беларусь, 25 нояб. 2020 г., № 674/22. – Режим доступа: <http://www.docviewer.yandex.by>. – Дата доступа: 16.02.2024.
3. **О системе** регулирования цен [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 19 окт. 2022 г., № 713 : в ред. постановления от 26 окт. 2022 г. № 713 (1). – Режим доступа: <http://www.docviewer.yandex.by>. – Дата доступа: 16.02.2024.
4. **Положение** о порядке формирования и использования стабилизационных фондов товаров [Электронный ресурс] : утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 4 окт. 2023 г. № 658. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100059>. – Дата доступа: 16.02.2024.
5. **Доктрина** национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года [Электронный ресурс] : утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 15 дек. 2017 г. № 962 // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://mshp.gov.by/documents/plant/dceea377014340f4.html>. – Дата доступа: 16.02.2024.
6. **Государственная** программа «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 1 февр. 2021 г. № 59 : в ред. от 11 мая 2023 г. № 303. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100059>. – Дата доступа: 16.02.2024.
7. **О внесении** изменений в приложение к Рекомендациям по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания, утвержденным приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 19 августа 2016 г. № 614 [Электронный ресурс] : приказ М-ва здравоохранения Рос. Федерации, 30 дек. 2022 г. № 821. – Режим доступа: <http://www.legalacts.ru>. – Дата доступа: 16.02.2024.
8. **Официальная** статистика [Электронный ресурс] // Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/>. – Дата доступа: 11.03.2024.

СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

В статье рассмотрены различные подходы к определению экономического потенциала организации. Дано авторское определение экономического потенциала, рассмотрены его составляющие. Затронуты методики оценки экономического потенциала потребительской кооперации.

The article discusses various approaches to determining the economic potential of an organization. The author's definition of economic potential is given, its components are considered. Methods for assessing the economic potential of consumer cooperation are touched upon.

Ключевые слова: экономический потенциал; производственный потенциал; трудовой потенциал; финансовый потенциал; информационный потенциал.

Key words: economic potential; production potential; labor potential; financial potential; information potential.

На данный момент одной из проблем для предприятий и организаций является сохранение конкурентоспособности и поддержание активности в условиях изменяющейся внешней среды. Данная проблема не является для современной организации новой, на наш взгляд, продолжает оставаться актуальной по причине неумения оценивать экономический потенциал, находящийся в распоряжении организации, и управлять его развитием.

Эффективность деятельности организаций во многом обусловлена правильным формированием состава и структуры экономического потенциала.

Понятие «экономический потенциал» связано с происхождением его от латинского слова «*potentia*» (возможность, мощь, скрытая сила).

Согласно определению, приведенному в Большой советской энциклопедии, в общем виде «потенциал», без определения его видов, представляет собой совокупность средств, запасов, источников, имеющихся в наличии, которые могут быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения цели. Иногда термин потенциал трактуется как «возможности» или «способность», но в каждый определенный момент времени можно обозначить совокупность средств, определяющих данную способность [1].

Широкая трактовка смыслового содержания термина «потенциал», приведенная в Большой советской энциклопедии, позволяет применить его к различным отраслям науки и деятельности человека в зависимости от того, о какой силе, средствах, запасах, источниках идет речь. Это толкование включает в себе два аспекта: наличие ресурсов и целевую направленность их использования.

По мнению И. А. Гуриной, под потенциалом предприятия принято понимать совокупность показателей или факторов, характеризующих его силу, источники, возможности, средства, запасы, способности, ресурсы и многие другие производственные резервы, которые могут быть использованы в экономической деятельности [2].

В учебнике «Национальная экономика Беларуси» утверждается, что «на макроуровне под совокупным экономическим потенциалом страны понимается максимально возможная способность национальной экономики производить товары и услуги в соответствии с запросами внутреннего и внешнего рынков [3, с. 44–45].

Анализ имеющихся в экономической литературе различных точек зрения относительно сущности экономического потенциала позволил сформулировать собственный подход к определению сущности данной категории. Мы считаем, что экономический потенциал должен отражать не только совокупность всех ресурсов, но и максимально возможный результат, полученный хозяйствующими субъектами в процессе их деятельности на основе согласованного использования этих ресурсов.

Именно с этих теоретических позиций мы попытаемся раскрыть сущность и содержание экономического потенциала потребительской кооперации.

Данные показатели свидетельствуют о неэффективном использовании экономического потенциала системы, актуальности выбранного для исследования направления [4]. Мы считаем необходимым изучать и повышать экономический потенциал системы как основы ее экономического развития.

Существуют различные мнения по поводу экономического потенциала потребительской кооперации.

Так, К. А. Раицкий считает, что «экономический потенциал представляет собой совокупность основных производственных фондов, оборотных средств и трудовых ресурсов всех отраслей деятельности потребительской кооперации» [5, с. 7].

Исходя из общепринятых определений экономического потенциала, уточняем определение экономического потенциала потребительской кооперации. На наш взгляд, это совокупность имеющихся ресурсов системы (собственных и привлеченных) и способность системы их эффективно использовать (заготавливать, перерабатывать сельскохозяйственную продукцию и сырье, осуществлять производство и реализацию потребительских товаров (услуг) для удовлетворения потребностей населения.

Основываясь на вышеизложенном определении, исходя из сложной экономической ситуации, в которой оказалась потребительская кооперация, мы считаем, что для кооперации будут важны такие составляющие экономического потенциала как производственный потенциал, трудовой потенциал, финансовый потенциал и информационный потенциал.

Исходя из этого, оценка общего уровня экономического потенциала будет сводиться к определению уровней, входящих в него потенциалов, с дальнейшим их суммированием.

Рассмотрим более подробно каждый из видов потенциала.

Под производственным потенциалом следует понимать имеющиеся и потенциальные возможности производства к выпуску конкурентоспособной продукции при эффективном использовании основных факторов производства и на основе обеспеченности основными ресурсами.

По нашему мнению, производственный потенциал является частью экономического потенциала, поэтому мы выделили его как одну из составляющих экономического потенциала.

Уровень производственного потенциала во многом определяется потенциалом рынка, т. е. абсолютным (относительным) объемом товаров, которые могут быть потреблены определенным сегментом рынка за определенный промежуток времени.

Трудовой потенциал – основная, на наш взгляд, составляющая экономического потенциала, потому что существенная составляющая потенциала организации – ресурсы, а без умелого использования этих ресурсов не будет достигнут конечный результат организации. Трудовой потенциал характеризуется количественным и качественным составом трудовых ресурсов организации, их соответствием уровню используемой техники и технологии, а также перспективному развитию в соответствии с целями организации. Важнейшим индикатором результативности финансово-хозяйственной деятельности является производительность труда.

Финансовый потенциал потребительской кооперации предопределяет необходимость наличия достаточного количества финансовых ресурсов для формирования их активов в целях осуществления различных видов деятельности, расширенного воспроизводства и выполнения социальной миссии.

Информационный потенциал складывается из всего разнообразия информации. Экономическая информация представляет собой совокупность различных сведений экономического характера, которые можно фиксировать, передавать, преобразовывать, хранить и использовать для осуществления функций управления производством и его отдельными звеньями.

Невозможно эффективно управлять организацией, не имея возможности количественно оценить собственные ресурсы. Поэтому оценка экономического потенциала должна стать первым этапом в управлении организацией.

Однако методологии измерения величины экономического потенциала в целом не уделяется достаточное внимание. Связано это, на наш взгляд, именно с определением экономического потенциала, так как в данное определение разные ученые включают практически все, без каких либо попыток структурировать этот сложный показатель, не говоря уже о характеристике взаимосвязи отдельных его элементов.

Академик А. А. Ветров пишет: «В теории недостаточно разработана проблема учета показателей, характеризующих экономический потенциал предприятия... На предприятиях нет системы показателей интенсивного использования потенциала, отсутствует комплексный подход к анализу экономического потенциала как предприятия в целом, так и его структурных

подразделений, что нередко приводит к принятию неэффективных управленческих решений...» [6, с. 4].

Л. С. Сосненко в своей монографии «Анализ экономического потенциала действующего предприятия» рассматривает вопросы экономического анализа финансового положения предприятия и считает, что результат финансово-хозяйственной деятельности рассматривается как достижение определенного уровня экономического потенциала, состоящего из имущественного потенциала и финансового положения предприятия.

По В. В. Ковалеву, в плане формализации экономический потенциал в наиболее общем виде может быть подразделен на два компонента: имущественный потенциал (материальные ресурсы, материально-техническая база) и финансовый потенциал [7].

Обе стороны экономического потенциала взаимосвязаны, нерациональная структура имущества, его некачественный состав могут привести к ухудшению финансового положения и наоборот.

Необходимо отметить, что перечисленные подходы к оценке экономического потенциала носят ретроспективный анализ, т. е. оценка дается за истекший период времени, при этом являются не возможности организации в будущем, а только неиспользованные резервы.

Существует два направления исследования экономического потенциала как объекта:

– Ресурсный. Его восприятие как совокупности ресурсов без учета их взаимосвязей и участия в процессе.

– Результатный. Его понимание как способность общества по созданию максимального объема материальных и нематериальных благ на основе рационального и полного использования имеющихся ресурсов и резервов.

Обобщение вышеизложенного позволяет сделать вывод о том, что в период перехода от стратегии выживания к стратегии развития изучение экономического потенциала необходимо. Под экономическим потенциалом понимается совокупность имеющихся видов ресурсов, сопряженных между собой, использование которых позволяет достичь экономического эффекта. Он является основой хозяйственной деятельности предприятий и организаций. На успешное ведение хозяйственной деятельности организации влияет степень использования экономического потенциала.

Список использованной литературы

1. **Большая советская энциклопедия.** – М., 1977. – Т. 20.
2. **Гунина, И. А.** Методологический подход к исследованию возможностей развития экономического потенциала предприятия на основе анализа регионально-отраслевых тенденций / И. А. Гунина // *Машиностроитель.* – 2004. – № 12. – С. 15–19.
3. **Национальная экономика Беларуси :** учеб. / В. Н. Шимов [и др.]. – 2-е изд., доп. и перераб. – Минск : БГЭУ, 2006. – 751 с.
4. **Рынок** надо отстаивать и расширять – своим умом и эффективной работой // *Вести потребительской кооперации.* – 2013. – 325 (21 июня). – С. 2.
5. **Раицкий, К. А.** Экономика потребительской кооперации : учеб. / К. А. Раицкий. – М. : Экономика, 1987. – 310 с.
6. **Ветров, А. А.** Структурно-целевой анализ экономического потенциала предприятия: теория и методология / А. А. Ветров. – Саратов : Саратов. гос. ун-т, 1989. – 285 с.
7. **Ковалев, В. В.** Финансовый анализ: методы и процедуры / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 560 с.

АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ПРАВИЛ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ БЕЗОПАСНОСТЬ ДВИЖЕНИЯ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В данной статье подвергнута анализу административная ответственность за нарушение правил, обеспечивающих безопасность движения на железнодорожном транспорте.

This article of the protocol analyzes administrative responsibility for violation of rules ensuring railway traffic safety.

Ключевые слова: административная ответственность; правонарушения; железнодорожный транспорт; правила безопасности движения.

Key words: administrative responsibility; offenses; railway transport; traffic safety rules.

В Республике Беларусь железнодорожный транспорт играет одну из ведущих ролей в части транспортной инфраструктуры национальной экономики. В связи с этим обеспечение безопасности на железнодорожном транспорте является одной из важнейших задач государства. Одним из механизмов решения указанной задачи является институт административной ответственности за нарушение правил, обеспечивающих безопасность движения на железнодорожном транспорте. С учетом построения Союзного государства России и Беларуси представляется целесообразным провести сравнительный анализ законодательства Республики Беларусь и Российской Федерации в этой сфере с целью выработки предложений по его дальнейшему совершенствованию.

Административная ответственность за нарушение правил, обеспечивающих безопасность движения на железнодорожном транспорте в Республике Беларусь, закреплена в ст. 18.2 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях (далее – КоАП Республики Беларусь) [1]. В Российской Федерации – в ст. 11.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП Российской Федерации) [2]. Анализ содержания указанных статей свидетельствует о применении общих подходов к установлению административной ответственности за нарушение правил, обеспечивающих безопасность движения на железнодорожном транспорте. В то же время имеется ряд отличий в этом вопросе (таблица).

Сравнение содержания ст. 18.2 КоАП Республики Беларусь и ст. 11.1 КоАП Российской Федерации

Ст. 18.2 КоАП Республики Беларусь	Ст. 11.1 КоАП Российской Федерации
1. Подкладывание на железнодорожные и трамвайные пути предметов, которые могут вызвать нарушение движения железнодорожного или городского электрического транспорта	1. Повреждение железнодорожного пути, сооружений и устройств сигнализации или связи либо другого транспортного оборудования, сбрасывание на железнодорожные пути или оставление на них предметов, которые могут вызвать нарушение движения поездов
2. Повреждение железнодорожного или трамвайного путей, защитных лесонасаждений, снегозащитных ограждений или других путевых объектов, сооружений и устройств сигнализации и связи	2. Несоблюдение установленных габаритов при погрузке и выгрузке грузов
3. Нарушение правил проезда гужевого транспортного средства и прогона скота через железнодорожные пути, выпаса скота вблизи железнодорожных путей	3. Повреждение защитных лесонасаждений, снегозащитных ограждений или других путевых объектов
4. Проход по железнодорожным путям или нахождение на железнодорожных путях в местах, не предназначенных для их пересечения	4. Нарушение правил проезда гужевым транспортом и прогона скота через железнодорожные пути, нарушение правил выпаса скота вблизи железнодорожных путей

Ст. 18.2 КоАП Республики Беларусь	Ст. 11.1 КоАП Российской Федерации
Отсутствует	5. Проход по железнодорожным путям в неустановленных местах
Отсутствует	6. Нарушение правил безопасности движения и эксплуатации железнодорожного транспорта на железнодорожных путях общего пользования, железнодорожных путях необщего пользования или на железнодорожных переездах, за исключением случаев, предусмотренных частями 1–5 настоящей статьи, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния

Статья 18.2 КоАП Республики Беларусь содержит четыре состава административных правонарушений:

- подкладывание на железнодорожные и трамвайные пути предметов, которые могут вызвать нарушение движения железнодорожного или городского электрического транспорта;
- повреждение железнодорожного или трамвайного путей, защитных лесонасаждений, снегозащитных ограждений или других путевых объектов, сооружений и устройств сигнализации и связи;
- нарушение правил проезда гужевого транспортного средства и прогона скота через железнодорожные пути, выпаса скота вблизи железнодорожных путей;
- проход по железнодорожным путям или нахождение на железнодорожных путях в местах, не предназначенных для их пересечения [1].

Объектами всех указанных в статье правонарушений являются общественные отношения в сфере обеспечения безопасности движения на железнодорожном транспорте.

В соответствии с абзацем 3 ч. 1 ст. 1 Закона Республики Беларусь «О железнодорожном транспорте» от 6 января 1999 г. № 237-З под безопасностью движения и эксплуатации железнодорожного транспорта понимается состояние защищенности процесса движения транспортных средств железнодорожного транспорта, состояние транспортных средств железнодорожного транспорта и инфраструктуры железнодорожного транспорта общего пользования, а также железнодорожных путей необщего пользования, при которых отсутствует недопустимый риск возникновения транспортных происшествий и их последствий, влекущих за собой причинение вреда жизни или здоровью граждан, окружающей среде, имуществу юридических и физических лиц [3].

Объективную сторону правонарушений, предусмотренных ст. 18.2 КоАП Республики Беларусь, образуют противоправные деяния в форме действий.

Субъектами данных правонарушений могут быть как граждане, так и должностные лица.

С субъективной стороны данные правонарушения могут быть совершены как умышленно, так и по неосторожности.

В ст. 11.1 КоАП Российской Федерации содержится еще два состава:

- несоблюдение установленных габаритов при погрузке и выгрузке грузов (ч. 2);
- нарушение правил безопасности движения и эксплуатации железнодорожного транспорта на железнодорожных путях общего пользования, железнодорожных путях необщего пользования или на железнодорожных переездах, за исключением случаев, предусмотренных частями 1–5 настоящей статьи, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния (ч. 6) [2].

Правонарушения, предусмотренные ч. 2 ст. 11.1 КоАП Российской Федерации, могут быть совершены только должностными лицами железнодорожного транспорта, осуществляющими контроль за погрузкой в вагоны и выгрузкой грузов из вагонов, с платформ и т. п. В связи с этим полагаем, что закрепление указанного состава административного правонарушения необоснованно, так как такие правонарушения могут эффективно пресекаться в дисциплинарном порядке.

Вместе с тем, полагаем целесообразным дополнить ст. 18.2 КоАП Республики Беларусь ч. 5 по содержанию аналогичной норме, содержащейся в ч. 6 ст. 11.1 КоАП Российской Федерации. Обусловлено это тем, что существуют и иные нарушения правил безопасности движения и эксплуатации железнодорожного транспорта (например, управление подвижными единицами, сигналами, аппаратами, механизмами, другими устройствами, связанными с обеспечением безопасности движения и эксплуатации железнодорожного транспорта, а также перевод стре-

лок и т. д.) [4]. Кроме того, нарушения правил безопасности движения и эксплуатации железнодорожного транспорта могут совершаться и на железнодорожных путях необщего пользования. Данные правонарушения не могут принести существенного вреда общественным отношениям, поэтому их следует отнести к категории административных проступков. Следовательно, в качестве административного взыскания за их совершение полагаем достаточным установить штраф в размере от одной до десяти базовых величин.

Таким образом, на основании сравнительного анализа ст. 18.2 КоАП Республики Беларусь и ст. 11.1 КоАП Российской Федерации предлагается дополнить ст. 18.2 КоАП Республики Беларусь ч. 5 следующего содержания: «Нарушение правил безопасности движения и эксплуатации железнодорожного транспорта на железнодорожных путях общего пользования, железнодорожных путях необщего пользования, за исключением случаев, предусмотренных частями 1–4 настоящей статьи, влечет наложение штрафа в размере от одной до десяти базовых величин».

Закрепление указанной нормы будет способствовать созданию более эффективного механизма обеспечения соблюдения правил, обеспечивающих безопасность движения на железнодорожном транспорте.

Список использованной литературы

1. **Кодекс** Республики Беларусь об административных правонарушениях [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 18 дек. 2020 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 18 дек. 2020 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.
2. **Кодекс** Российской Федерации об административных правонарушениях : принят Гос. Думой 20 дек. 2001 г. : одобр. Советом Федерации 26 дек. 2001 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/. – Дата доступа: 11.02.2024.
3. **О железнодорожном** транспорте [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 6 янв. 1999 г., № 237-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17 июля 2018 г. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3961&p0=h19900237>. – Дата доступа: 11.02.2024.
4. **Правила** технической эксплуатации железной дороги в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : утв. постановлением М-ва транспорта и коммуникаций Респ. Беларусь от 25 нояб. 2015 г. № 52. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=w21530414p&q_id=10359029. – Дата доступа: 11.02.2024.

РАЗРЕШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПОРОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Глобализация представляет собой сложный и многогранный процесс, который оказывает значительное влияние на мировую экономику и международные отношения. В условиях глобализации возрастает взаимозависимость стран и регионов, что приводит к увеличению числа экономических споров и конфликтов. В статье рассматриваются основные тенденции и проблемы в области разрешения экономических споров в условиях глобализации. Особое внимание уделяется системе разрешения экономических споров, ее перспективам, формулируются рекомендации по совершенствованию системы разрешения экономических споров.

Globalization is a complex and multifaceted process that has a significant impact on the world economy and international relations. In the context of globalization, the interdependence of countries and regions is increasing, which leads to an increase in the number of economic disputes and conflicts. The article examines the main trends and problems in the field of resolving economic disputes in the context of globalization. Particular attention is paid to the system for resolving economic disputes, its prospects, and recommendations are formulated for improving the system for resolving economic disputes.

Ключевые слова: глобализация, цифровизация; экономические споры; система разрешения экономических споров; переговоры; посредничество; третейские суды; арбитражные суды.

Key words: globalization; digitalization; economic disputes; economic dispute resolution system; negotiations; mediation; arbitration courts; arbitration courts.

Цели данного исследования – изучить преимущества и риски глобализации и цифровизации разрешения экономических споров, определить ключевые факторы, влияющие на успешную реализацию цифровой трансформации в данной сфере, разработать предложения по совершенствованию нормативно-правовой базы и практики цифровизации разрешения экономических споров.

Были поставлены следующие задачи: провести анализ существующих исследований и публикаций по теме глобализации и цифровизации разрешения экономических споров, изучить международный опыт в области цифровизации разрешения экономических споров, выявить мнения о преимуществах, рисках цифровизации, разработать свои предложения по улучшению нормативно-правовой базы в данной области.

Россия поддерживает некоторые международные тренды, но также имеет свои уникальные особенности и приоритеты. Выделяют следующие тренды, которые поддерживает Россия: глобализация, цифровизация, устойчивое развитие, многополярность. При этом Россия поддерживает защиту традиционных ценностей, ставит свои национальные интересы на первое место.

Изучение анализа зарубежного опыта применения альтернативных способов разрешения споров позволяет сделать вывод о том, что в России имеются схожие инструменты разрешения споров, но при этом в мире их насчитывается около 20 [1].

Выделяют следующие проблемы и вызовы, связанные с разрешением экономических споров в условиях глобализации: различия в правовых системах разных стран (это может привести к трудностям в определении юрисдикции и применении права в экономических спорах), недостаточная эффективность существующих механизмов разрешения экономических споров (медленное и неэффективное решение экономических споров может привести к значительным потерям для участников спора), высокая стоимость разрешения экономических споров (высокая стоимость может привести к недоступности для многих участников спора), недостаточное сотрудничество между странами в области разрешения экономических споров (дублирование усилий и несогласованность в применении правил и норм).

Россия обладает значительным потенциалом в области применения искусственного интеллекта [2].

Выделяют следующие цели разрешения экономических споров в условиях глобализации экономики: обеспечение справедливого и эффективного разрешения экономических споров,

создание благоприятных условий для развития международной торговли и инвестиций, предотвращение и урегулирование экономических конфликтов, поддержание стабильности и предсказуемости международной экономической системы.

Справедливость в эпоху глобализации приобретает новое значение, предполагающее требование равноправного развития всех субъектов мирового сообщества и определение совместными усилиями будущего развития мировой цивилизации.

Выделяют следующие задачи разрешения экономических споров в условиях глобализации экономики: разработка и совершенствование механизмов разрешения экономических споров, обеспечение доступа к справедливому и эффективному правосудию для всех участников международной торговли и инвестиций, содействие мирному урегулированию экономических конфликтов, укрепление сотрудничества между странами в области разрешения экономических споров.

С целью урегулирования экономических споров (имея ввиду пути совершенствования) рекомендуется разрабатывать типовые договоры и соглашения, которые будут включать механизмы разрешения споров, обучать и повышать квалификацию специалистов в области разрешения экономических споров.

Дополнительные меры (поддержание и повышение уже достигнутого уровня) включают в себя упрощение процедур разрешения экономических споров, повышение прозрачности и предсказуемости системы разрешения экономических споров, поощрение использования альтернативных методов разрешения споров.

В настоящих условиях на мировой порядок влияют следующие факторы: сила, интересы [3–4].

Совершенствование системы разрешения экономических споров в условиях глобализации и текущей ситуации является сложной задачей, но ее решение необходимо для создания более справедливой и эффективной экономической системы.

Цифровизация разрешения экономических споров имеет следующие потенциальные преимущества: повышение эффективности и скорости разрешения споров, снижение затрат на разрешение споров, повышение доступности правосудия, улучшение качества разрешения споров.

Выделяют следующие риски, связанные с цифровизацией разрешения экономических споров: неравный доступ к цифровым технологиям, возможные ошибки и сбои в работе цифровых систем, недостаточная защита персональных данных.

Для успешной реализации цифровой трансформации в сфере разрешения экономических споров необходимо существование соответствующей нормативно-правовой базы, обеспечение доступа к цифровым технологиям для всех участников процесса разрешения споров, подготовка соответствующих кадров, проведение разъяснительной работы.

Пути минимизации рисков и обеспечения безопасности цифровых технологий в разрешении экономических споров.

Нормативно-правовая база должна регулировать отношения, возникающие в связи с использованием цифровых технологий в процессе разрешения экономических споров. Она должна устанавливать требования к безопасности цифровых систем, защите персональных данных и другим аспектам использования цифровых технологий.

Необходимо обеспечить доступ к цифровым технологиям для всех участников процесса разрешения споров, независимо от их финансовых возможностей и технических навыков. Это может быть достигнуто за счет центров бесплатного доступа к цифровым технологиям, а также путем предоставления льгот и субсидий для участников процесса, которые не могут приобрести необходимые устройства и программное обеспечение (например, такое достигается при проведении видеоконференцсвязи).

Система подготовки кадров позволит обеспечить наличие квалифицированных специалистов, которые смогут работать с цифровыми технологиями и обеспечивать безопасность их использования.

Разъяснительная работа среди участников процесса позволит повысить уровень их осведомленности о возможностях цифровых технологий и возможных ошибках при их функционировании.

Использование антивирусов, системы обнаружения вторжений позволяет защитить цифровые системы от несанкционированного доступа, вредоносных программ и других угроз безопасности. Регулярное обновление программ позволяет устранять уязвимости, которые могут быть использованы злоумышленниками для атак на цифровые системы.

Обучение персонала правилам информационной безопасности позволит повысить осведомленность персонала о рисках, связанных с использованием цифровых технологий, и мерах предосторожности, которые необходимо соблюдать для защиты информации.

Регулярные аудиты безопасности цифровых систем позволят выявлять уязвимости и принимать меры для устранения.

Выделяют следующие ключевые факторы, влияющие на успешное применение цифровых технологий при разрешении экономических споров:

- Доступ к технологиям и инфраструктуре. Для успешного применения цифровых технологий необходимо наличие доступа к соответствующим технологиям и инфраструктуре, таким как компьютеры, программное обеспечение и интернет-соединение.

- Цифровая грамотность. Пользователи цифровых технологий должны обладать необходимой цифровой грамотностью, чтобы эффективно использовать эти технологии для разрешения экономических споров.

- Доверие к цифровым технологиям. Пользователи должны доверять цифровым технологиям и быть уверены в их безопасности и надежности.

- Правовая база. Для успешного применения цифровых технологий необходимо наличие соответствующей правовой базы, регулирующей их использование в разрешении экономических споров.

- Поддержка со стороны государства. Государство должно поддерживать применение цифровых технологий в разрешении экономических споров, предоставляя соответствующие ресурсы и создавая благоприятные условия для их использования.

Международный опыт применения цифровых технологий при разрешении экономических споров является разносторонним. Китай является одним из лидеров в области применения цифровых технологий в разрешении экономических споров. В стране создана национальная платформа для онлайн-разрешения споров, которая позволяет сторонам спора подавать иски и участвовать в судебных разбирательствах в режиме онлайн. Аналогичные достижения имеются в Сингапуре. В Соединенных Штатах Америки и Великобритании цифровые технологии используются для разрешения экономических споров в различных областях. Опыт этих стран показывает, что цифровые технологии могут успешно применяться для разрешения экономических споров, однако для их успешного внедрения потребовалось создать соответствующие условия.

Существуют международные акты в области цифровизации технологий при разрешении экономических споров, они не являются обязательными для применения другими странами. Это Конвенция Организации Объединенных Наций об использовании электронных сообщений в международных договорах (2005 г.), Типовой закон ЮНСИТРАЛ (1996 г.), Правила ЮНСИТРАЛ по арбитражу (2010 г.), Правила Международной торговой палаты (МТП) по арбитражу (2021 г.), Правила Лондонского арбитражного суда (ЛМАС) (2020 г.). Многие эксперты считают, что цифровые технологии могут повысить эффективность, доступность и прозрачность процесса разрешения споров.

Среди передовых действий для урегулирования вопроса с применением искусственного интеллекта в работе судов можно рекомендовать принятие Верховным Судом Российской Федерации постановления, в котором бы разъяснялось, как могут быть применены на практике инструменты цифровых технологий.

Выделяют следующие перспективы разрешения экономических споров в условиях глобализации и цифровизации: развитие и совершенствование механизмов разрешения экономических споров будет способствовать созданию более справедливой и эффективной международной экономической системы, мирное урегулирование экономических конфликтов будет способствовать поддержанию стабильности и предсказуемости, сотрудничество между странами в данной области будет способствовать поддержанию порядка. Такие перспективы возможны при условии приложения усилий со стороны государств.

Список использованной литературы

1. **Рябус, О. А.** Альтернативные способы разрешения спора: анализ зарубежного опыта / О. А. Рябус // Охрана и защита прав и законных интересов в современном праве : сб. ст. по результатам междунар. науч.-практ. конф. : в 2-х т. – Симферополь, 2022. – С. 110–119.

2. **Яркова, О. Н.** О влиянии технологий искусственного интеллекта на экономику / О. Н. Яркова, А. В. Труфанова, О. Б. Чаганова // Развитие и взаимодействие реального и финансового секторов экономики в условиях цифровой трансформации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Оренбург, 2021. – С. 575–583.

3. **Аитова, Г. Ш.** Новое в понимании справедливости в эпоху глобализации: социально-философский анализ : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Г. Ш. Аитова. – М., 2011. – 158 л.

4. **Тихомиров, Ю. А.** Правовое пространство: равновесие и отклонение / Ю. А. Тихомиров // Право. Журн. Высш. шк. экономики. – 2017. – № 4. – С. 4–17.

МОДЕЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ЗА СЧЕТ ПРИБЫЛИ

Предложена модель развития малых и средних организаций за счет прибыли. Модель предусматривает выбор стратегии развития на основании расчета интегрального показателя потенциала организации. Критериями выступают индикативные интервалы интегрального показателя для каждой стратегии развития: антикризисной, стратегии стабильного развития и стратегии ускоренного развития (определение пропорций распределения чистой прибыли в соответствии с принятой стратегией и разработка стратегической программы развития, контроллинг, обеспечивающий информацию для принятия корректирующих решений: переход на другую стратегию развития, корректировку гибких направлений использования прибыли, изменение параметров или сроков реализации мероприятий программы развития).

A model for the development of small and medium-sized organizations at the expense of profit is proposed. The model provides for the choice of a development strategy based on the calculation of an integral indicator of the organization's potential. The criteria are indicative intervals of the integral indicator for each development strategy: anti-crisis, stable development strategy and accelerated development strategy (determining the proportions of the distribution of net profit in accordance with the adopted strategy and developing a strategic development program, controlling, which provides information for making corrective decisions: switching to a different development strategy, adjusting flexible profit directions, changing parameters or deadlines for the implementation of development program activities).

Ключевые слова: малые и средние организации; стратегия развития; модель развития; контроллинг.

Key words: small and medium-sized organizations; development strategy; development model; controlling.

Устойчивое социально-экономическое развитие страны во многом зависит от уровня активности малых и средних организаций. В сфере малого и среднего бизнеса в настоящее время работает более 35% занятого населения. Развитие малых и средних организаций является важным фактором для возникновения условий экономического роста. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь предполагает рост доли в валовом внутреннем продукте (ВВП) малых и средних организаций до 50% в 2030 г. [1]. При этом вклад в ВВП страны субъектов малого и среднего предпринимательства в 2022 г. составил только 26,6%, что гораздо меньше запланированных 40%.

Проблемами, сдерживающими развитие малого и среднего предпринимательства, являются макроэкономическая нестабильность, высокая неопределенность экономической среды, дефицит инвестиционных ресурсов и низкая выживаемость. Более трех лет продолжают работать 20% вновь созданных субъектов хозяйствования.

Основным источником развития малых и средних организаций является прибыль.

Разработана авторская модель развития малых и средних организаций за счет прибыли, которая включает три этапа.

На первом этапе оценивается потенциал организации. По результатам оценки проводится выбор одной из трех стратегий развития, определяются пропорции распределения чистой прибыли в соответствии с принятой стратегией. Для интегральной оценки экономического потенциала используется следующая модель:

$$I_{CP} = [A_1; A_2],$$

где I_{CP} – интегральный показатель потенциала организации;

A_1 – агрегат финансового потенциала организации, включающий группу из трех показателей ликвидности, четырех показателей платежеспособности, четырех показателей рентабельности, четырех показателей оборачиваемости;

A_2 – агрегат трудового и материально-технического потенциала организации, включающий в себя рыночную долю организации, показатели численности работников организации и доли материально-технической базы в валюте баланса.

В процессе выбора стратегии развития рассчитывается интегральный показатель потенциала организации и сравнивается с границами доверительного интервала. Если интегральный показатель ниже нижней границы доверительного интервала, то для организации характерна

антикризисная стратегия. Если интегральный показатель находится в пределах доверительного интервала, то для организации характерна стратегия стабильного развития. Если интегральный показатель выше верхней границы доверительного интервала, то для организации характерна стратегия ускоренного развития.

На втором этапе происходит распределение полученной чистой прибыли по направлениям (выплата части прибыли собственникам, поощрение сотрудников, развитие организации, поощрение потребителей) в зависимости от стратегии развития.

При реализации антикризисной стратегии доля прибыли, направляемой собственникам, варьируется в диапазоне 0–10%, применяется консервативная дивидендная политика [2]. Применяется ограниченное стимулирование персонала, предусмотренное коллективным договором. Чистая прибыль, оставшаяся в распоряжении организации после выплаты ее части собственникам и поощрения сотрудников, направляется на развитие или поощрение потребителей. Поощрение потребителей позволяет нарастить объемы продаж на 5–10%. Соблюдение Парето-эффективности требует распределять чистую прибыль, оставшуюся после расчетов с собственниками и поощрения сотрудников, следующим образом: 50% – на поощрение потребителей, 50% – на развитие организации. При реализации антикризисной стратегии на поощрение потребителей и развитие организации будет направлено по 42,5–47,5%.

При реализации стратегии стабильного развития доля прибыли, направляемой собственникам, варьируется в диапазоне 10–30%, применяется умеренная дивидендная политика [2]. Должно быть обеспечено стимулирование персонала на среднем уровне. Доля чистой прибыли, направляемой на поощрение сотрудников, возрастает. Прирост прибыли на 2% должен обеспечить прирост премии на 4%. Справедливая оплата труда обеспечит Парето-эффективность. На поощрение потребителей и развитие организации будет направлено по 30–42,5%.

При реализации стратегии ускоренного развития прибыль собственникам не выплачивается или ее доля варьируется в диапазоне 30–100% [2]. Применяется нулевая или агрессивная дивидендная политика. Должны быть обеспечены растущие выплаты из прибыли на потребление. Достижение запланированных показателей обеспечит для организации эффект масштаба продаж за счет снижения условно постоянных затрат на единицу продукции. На поощрение потребителей и развитие организации будет направлено по 0–30% при высоком уровне выплат части прибыли собственникам; 35–45% при отказе от выплаты части прибыли собственникам. Это обеспечит реинвестирование прибыли в размере, позволяющем поддерживать ускоренное развитие.

Прибыль, направляемая на развитие, может быть использована для финансирования программы развития организации. Программа развития содержит набор мероприятий, разработанных для конкретного субъекта хозяйствования. Алгоритм разработки и реализации программы развития следующий:

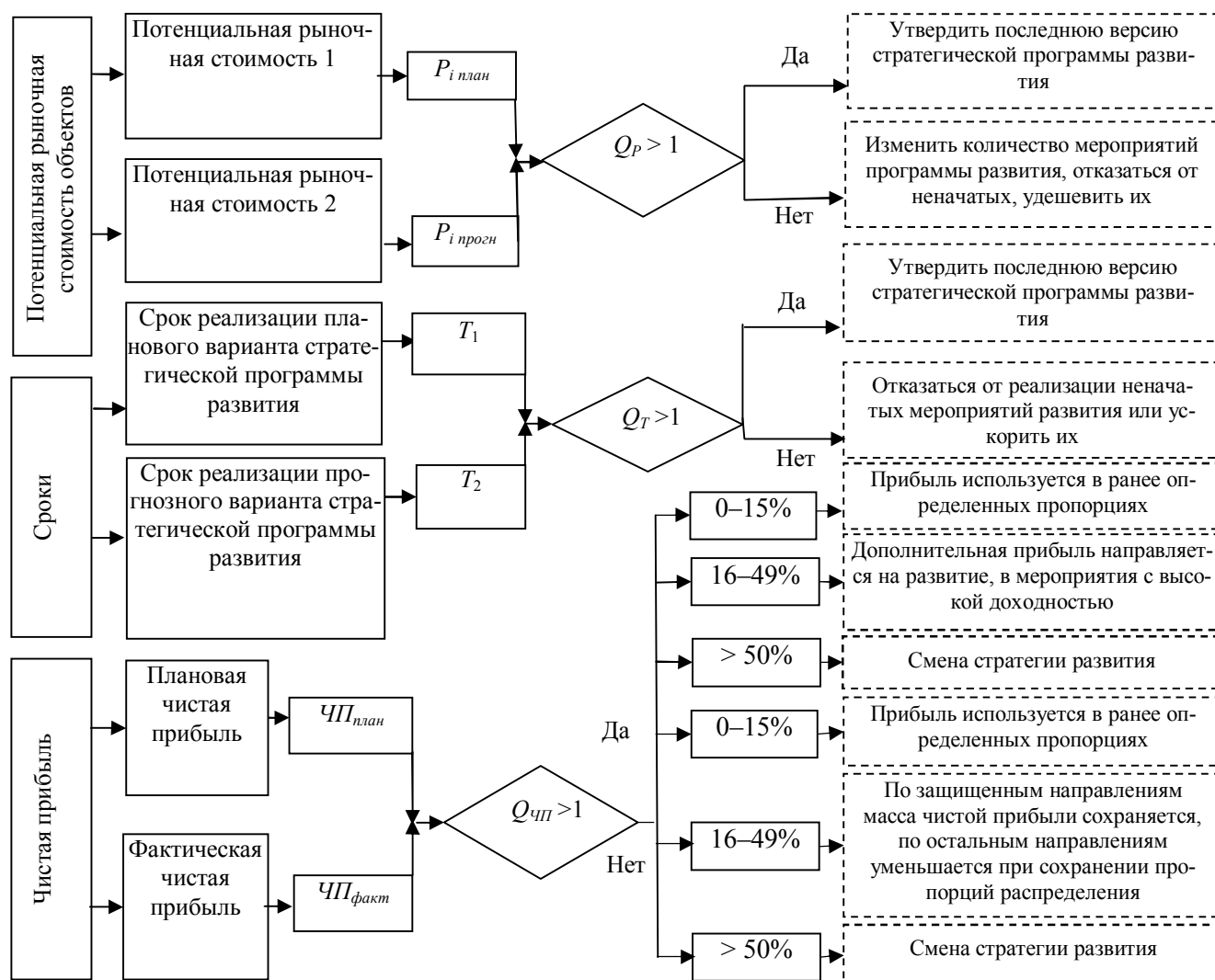
- Определяется размер инвестиционных ресурсов, который может быть направлен на развитие.
- На основе маркетингового исследования определяются мероприятия, составляющие программу развития.
- Формируется базовая программа развития организации, включающая мероприятия, которые могут быть реализованы по финансовым, техническим и кадровым возможностям организации в стратегический период 5–10 лет.
- Выделяются приоритеты мероприятий программы развития организации. Первый приоритет имеют мероприятия, без которых развитие организации невозможно или существенно затруднено. Второй приоритет имеют мероприятия с коротким периодом возврата инвестиций, позволяющим быстро накопить финансовые ресурсы для реализации последующих мероприятий программы развития. Третий приоритет имеют мероприятия с большим периодом возврата инвестиций. Четвертый приоритет связи определяет необходимость одновременного окончания реализации двух или нескольких мероприятий, когда они не могут быть использованы по отдельности. Пятый приоритет имеют мероприятия, обеспечивающие создание импортозамещающей продукции.
- Оптимизируется программа развития методами комбинаторики.
- Реализуется первое по приоритету мероприятие за счет имеющихся инвестиционных ресурсов. После реализации каждого мероприятия размер денежных средств, направляемых на развитие, возрастает, поскольку больше объектов обеспечивают чистый доход. При этом амортизация компенсирует стоимость износа активов, а прибыль позволяет увеличивать их стоимость. Накапливаются финансовые ресурсы для финансирования очередного по приоритету мероприятия за счет чистого дохода работающих объектов [3]. В период реализации последнего мероприятия программы развития доходы от работающих объектов будут накапливаться

в форме денежных средств на депозитном счете до конца расчетного периода реализации программы и приносить доход в виде процента по депозиту.

Реализация программы развития обеспечит для организации прирост стоимости активов, для государства – создание дополнительных рабочих мест, рост налоговых поступлений в бюджет, рост денежных доходов на душу населения.

На третьем этапе осуществляется контроллинг, который позволяет оперативно реагировать на изменение внутренних факторов и конъюнктуры рынка. При контроллинге сравниваются фактический уровень прибыли и плановый, фактические сроки реализации программы развития и плановые, фактическая рыночная стоимость объектов программы развития и плановая. По результатам расчетов принимаются управленческие решения, представленные на нижеприведенном рисунке.

Процедура реагирования на изменение стоимости, характеристик и сроков реализации стратегической программы развития



Моделирование развития малых и средних организаций за счет прибыли позволит повысить выживаемость субъектов хозяйствования и нарастить их вклад в ВВП страны.

Список использованной литературы

1. **Национальная** стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года. – Минск : ГНУ НИЭИ, 2015. – 143 с.
2. **Дорофеев, М. Л.** Матрица управления дивидендной политикой корпорации / М. Л. Дорофеев // Финансы и кредит. – 2011. – № 10. – С. 47–51.
3. **Гусаков, Б. И.** Эффективность инновационных программ предприятия / Б. И. Гусаков, В. В. Ленина // Вестн. Перм. нац. исследоват. политехн. ун-та. Социально-экон. науки. – 2014. – № 1 (22). – С. 85–95.

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ В ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ

В данной статье исследуется система нормативного регулирования и ее влияние на экономическую эффективность транспортной отрасли. Представлена взаимосвязь правовых норм, аспектов безопасности и экономической эффективности, выделены индикаторы экономической эффективности.

This article studies the system of normative regulation and its impact on the economic efficiency of the transport industry. The interrelation of legal norms, safety aspects and economic efficiency is presented indicators of economic efficiency are highlighted.

Ключевые слова: экономическая эффективность; транспорт; транспортная отрасль; правовые нормы; сбалансированные решения; нормативно-правовые акты; эффективность работы.

Key words: economic efficiency; transport; transport industry; legal norms; balanced decisions; regulations; performance efficiency.

Транспортная отрасль является жизненно важным сектором любой экономики, ответственным за перемещение людей, товаров и услуг. Однако это также строго регулируемая отрасль с множеством нормативно-правовых актов, определяющих различные аспекты ее функционирования. Эти нормативные акты направлены на обеспечение безопасности, защиту окружающей среды и содействие добросовестной конкуренции. Действительно ли они достигают этих целей без ущерба для экономической эффективности? В этой статье будет проанализировано влияние нормативно-правовой базы на экономическую эффективность в транспортной отрасли, рассмотрены способы достижения баланса между регулированием и эффективностью.

Чтобы понять взаимосвязь между системой нормативного регулирования и экономической эффективностью, определим ключевые дефиниции. Под экономической эффективностью будем понимать оптимальное распределение ресурсов в экономике, достигаемое за счет максимизации выпуска при минимизации затрат [1, с. 46]. Система нормативного регулирования представляет собой упорядоченную совокупность правовых норм (законов, нормативных актов и стандартов), регулирующих поведение и деятельность человека. В контексте перевозок эти акты охватывают широкий круг вопросов, включая безопасность, выбросы загрязняющих веществ, лицензирование и разрешения на маршруты.

В научной литературе существуют три основных подхода, объясняющих, как регулирование влияет на экономическую эффективность:

– Первый подход получил название «командование и контроль». Согласно этой теории, нормативные акты устанавливают строгие стандарты и механизмы принуждения для достижения конкретных результатов. Несмотря на то, что такой подход эффективен для решения насущных проблем (например, безопасности), он может привести к неэффективности в долгосрочной перспективе из-за негибкости и неспособности адаптироваться к меняющимся условиям.

– Рыночный подход основан на использовании рыночных механизмов (налогов, субсидий) для поощрения желаемого поведения экономических субъектов. Используя рыночные силы, этот подход способствует инновациям и эффективности, но не всегда учитывает внешние факторы или социальные проблемы.

– Гибридный подход базируется на комбинации командно-контрольных и рыночных систем, предполагает формирование сбалансированной нормативной базы, направленной на развитие инноваций, рост эффективности деятельности [2].

Выбор подхода базируется на изучении сильных и слабых сторон каждого, конкретного контекста и задач регулирования. Если говорить об эффективном регулировании транспортной отрасли, следует использовать сочетание нескольких подходов, учитывая различные виды транспорта и запросы стейкхолдеров.

В регулировании деятельности транспортных компаний наибольшее распространение получил гибридный подход, позволяющий сбалансировать государственное регулирование (через разработку государственных регламентов, правил и стандартов) и рыночные механизмы (конкуренцию, внедрение инноваций). К числу основных преимуществ гибридного подхода можно отнести гибкость, эффективность, инновационность, последовательность и открытость.

Так, гибкость подхода проявляется в возможности выбора мер для регулирования деятельности транспортных компаний в зависимости от вида транспорта и отраслевой специфики (воздушный, водный, железнодорожный, наземный транспорт и т. д.).

Использование конкуренции и других рыночных механизмов стимулирует компании к повышению эффективности, что может проявляться в виде экономии средств или повышении качества услуг.

Усиление конкуренции в отрасли заставляет компании инвестировать средства в новые технологии и процессы, повышая безопасность и экологичность перевозок.

Последовательное согласованное регулирование отрасли не допускает фрагментацию рынка.

Общественность выступает одной из сторон, участвующей в разработке регуляторов, что позволяет учесть интересы всех заинтересованных сторон.

Существуют достоинства гибридного подхода, но есть ситуации, когда целесообразнее использовать командно-контрольный или рыночный подходы. Например, при необходимости принятия срочных мер и обеспечения их своевременной реализации требуется применение командно-контрольного подхода, а для стимулирования спроса и предложения на транспортные услуги прибегают к рыночному подходу.

Основная цель системы нормативного регулирования деятельности транспортных компаний – обеспечение безопасности для всех участников перевозок. Можно выделить несколько аспектов безопасности: технический, экологический, социальный и др. В таблице 1 представлена взаимосвязь правовых норм, аспектов безопасности и экономической эффективности.

Таблица 1 – Взаимосвязь правовых норм, аспектов безопасности и экономической эффективности

Правовые нормы	Аспект безопасности	Влияние на экономическую эффективность
Правила техники безопасности	Технический	Правила, разработанные для защиты пассажиров, сотрудников и груза, оказывают положительное влияние на общество. Однако чрезмерно строгие правила могут увеличить затраты на соблюдение требований, ограничить гибкость и препятствовать инновациям. Например, строгие требования к продолжительности рабочего дня для водителей могут вынуждать их делать более длительные перерывы, сокращая доступное время вождения и увеличивая затраты на рабочую силу, что снижает прибыль компании
Стандарты выбросов	Экологический	Нормативы, направленные на сокращение выбросов парниковых газов и загрязнения воздуха, необходимы для защиты окружающей среды. Тем не менее, затраты на внедрение более чистых технологий и практик могут быть значительными, что потенциально ставит под угрозу финансовую жизнеспособность транспортных компаний, особенно небольших. Более того, ужесточение стандартов выбросов может отвлекать ресурсы от других важных областей, таких как техническая безопасность или развитие инфраструктуры
Лицензирование	Социальный	Правила лицензирования служат для обеспечения соответствия операторов определенным стандартам, повышения доверия потребителей и безопасности. Тем не менее, чрезмерно строгие правила создают барьеры для входа, ограничивают конкуренцию и повышают цены на услуги для потребителей. Кроме того, лицензионные ограничения могут препятствовать эффективному распределению ресурсов, поскольку компаниям может потребоваться содержать отдельные автопарки для удовлетворения различных потребностей клиентов
Разрешения (например, на маршрут)	Экономический	Процессы выдачи разрешений для маршрутов и пунктов назначения направлены на оптимизацию транспортного потока, уменьшение заторов и минимизацию воздействия на окружающую среду. Однако длительные процедуры утверждения и ограниченные варианты маршрутов приводят к неэффективным конфигурациям сети, увеличению времени в пути и повышению затрат для транспортных компаний, клиентов

Необходимо определить ключевые показатели, которые будут характеризовать экономическую эффективность компаний транспортной отрасли.

– Пропускная способность – это способность транспортной системы перемещать определенное количество груза за определенный промежуток времени. Она измеряется в единицах груза на километр пути.

– Грузовместимость – это степень загруженности транспортного средства, измеряемая через коэффициент использования как отношение количества груза к общей грузоподъемности транспортного средства. Он показывает, насколько эффективно используется вместимость транспортного средства.

– Объем перевозок – это количество груза, которое необходимо перевезти за определенный промежуток времени.

– Надежность – способность транспортной системы обеспечивать стабильную и надежную работу. Надежность может быть измерена индексом количества отказов оборудования на миллион километров пути. Также может определяться условиями пропуска и закономерностью транспортных потоков.

– Эффективность логистической системы характеризует способность логистической системы достигать своих целей при заданном уровне общих логистических затрат. Может быть измерена индексом суммы транспортных расходов по отношению к количеству перевезенных грузов.

– Экологическая безопасность – это способность транспортного средства снижать степень отрицательного воздействия на окружающую среду. Экологическая устойчивость может быть измерена индексом количества выбросов CO₂ и других вредных веществ в атмосферу.

– Цифровизация – это способность транспортной системы использовать новые технологии и идеи для улучшения своей работы. Цифровизация может быть измерена индексом количества патентов на новые транспортные разработки [3–4].

Эти показатели можно использовать для оценки эффективности работы транспортного сектора и определения областей развития и совершенствования транспортной системы. Например, для компании, занимающейся грузовыми перевозками, ключевыми показателями могут быть пропускная способность и грузовместимость.

На показатели эффективности могут влиять нормативные акты, регулирующие отдельные аспекты или комплексно воздействующие сразу на несколько аспектов безопасности. Для того чтобы исключить негативное влияние регуляторов и максимизировать эффект для транспортных компаний, необходимо применять метод баланса.

Об этом говорят многие ученые, указывая, что нужно обеспечить сотрудничество между политиками и лидерами отрасли для формирования сбалансированных решений. Например, профессор Эдвард О. Лимер – американский экономист, специализирующийся на регулировании и управлении транспортным сектором. В одной из своих работ «Реформа регулирования и безопасность на транспорте» (1996 г.) он рассматривает проблему влияния регулирования на безопасность в транспортном секторе и подчеркивает важность сбалансированного подхода в регулировании.

Профессор Джон Л. Хансен в своей работе «Совместное управление: новый подход к региональному транспортному планированию» (2013 г.) утверждает, что сотрудничество между политиками и лидерами отрасли необходимо для эффективного транспортного планирования.

Профессор Дэвид А. Хеншер, директор Центра транспортных исследований при Оксфордском университете, в своей работе «Экономика и политика транспорта» (2013 г.) подчеркивает важность сотрудничества между политиками и лидерами отрасли, а также важность сбалансированного подхода в достижении эффективности и устойчивости транспортных систем.

Профессор Марк Б. Розенберг, профессор Калифорнийского университета в Беркли, в своей работе «Институциональное сотрудничество и политическая экономия транспорта» (2017 г.) исследует, как сотрудничество между политиками и лидерами отрасли может помочь в решении таких транспортных проблем, как перегруженность, безопасность и воздействие на окружающую среду.

Доктор Николь П. Д. Л. Мейер, доцент Делфтского технологического университета, в своей работе «Совместное управление на транспорте: систематический обзор» (2020 г.) рассматривает эффективность моделей совместного управления на транспорте и подчеркивает важность доверия, общения и совместного принятия решений между политиками и лидерами отрасли.

Примеры сбалансированных решений и их роль в повышении экономической эффективности транспортных компаний приведены в таблице 2 [4, с. 88].

Таблица 2 – Примеры сбалансированных решений и результаты их применения

Пример решения	Определение	Результат
Регламенты, основанные на результатах	Устанавливают целевые показатели, ориентированные на конечный результат, позволяя компаниям принимать наиболее экономически эффективные и инновационные решения для достижения этих целей	Установление стандартов выбросов на основе углеродоемкости, а не предписывание конкретных технологий, способствовало бы разработке и внедрению более эффективных двигателей
Оценка на основе рисков	Позволяет регулирующим органам концентрировать усилия на областях с высоким уровнем риска, предоставляя большую автономии субъектам с низким уровнем риска	Признание того, что не все транспортные компании представляют равные риски для безопасности или окружающей среды, позволит избежать ненужной нагрузки на соответствующие требованиям предприятия
Регулярный обзор и обновление нормативных актов	Позволяет директивным органам корректировать нормативные акты в соответствии с новыми технологиями, изменившимися обстоятельствами и непредвиденными последствиями	Такие изменения могут помочь снизить чрезмерную нагрузку на транспортные компании, гарантируя, что правила остаются актуальными и эффективными
Государственно-частное партнерство	Сотрудничество между государственными учреждениями, транспортными компаниями и отраслевыми ассоциациями способствует взаимопониманию и доверию	Посредством открытого диалога стороны могут определить области, в которых нормативные акты могут быть оптимизированы без ущерба для безопасности или экологических соображений. Совместные исследовательские инициативы и пилотные проекты также могут способствовать разработке и внедрению новых решений
Рыночные инструменты	Внедрение рыночных механизмов, таких как установление цен на выбросы углерода или плата за перегрузку, может создать экономические стимулы для транспортных компаний внедрять более эффективные методы и технологии	За счет интернационализации внешних факторов с помощью рыночных сигналов эти инструменты могут дополнять командно-контрольные нормативы
Альтернативное разрешение споров	Поощрение посредничества, арбитража или других форм альтернативного разрешения споров может разрешать споры между транспортными компаниями и регулирующими органами более эффективно, чем судебные разбирательства	Такой подход помогает избежать дорогостоящих судебных разбирательств, позволяя вместо этого направлять ресурсы на основную бизнес-деятельность

Достижение баланса между регулированием нормативно-правовыми актами и экономической эффективностью имеет решающее значение для долгосрочного успеха транспортной отрасли. Понимая взаимосвязь между регулированием и эффективностью политики, руководители отрасли могут использовать потенциал регламентирующей документации, основанной на показателях результативности, оценки рисков, регулярных обзоров и обновлений, государственно-частного партнерства, рыночных инструментов и альтернативных механизмов разрешения споров для создания благоприятной среды, способствующей развитию инноваций, росту и устойчивости. Тщательно продуманные политические решения позволяют транспортной отрасли выполнять свои обещания, обеспечивая безопасность, заботу об окружающей среде и социальную ответственность [5–7].

Список использованной литературы

1. **Ксензова, В. Э.** Микроэкономика (продвинутый уровень) : учеб-метод. комплекс / В. Э. Ксензова. – Минск : БГУ, 2017. – 119 с.
2. **Летягина, Е. Н.** Современные подходы к управлению организациями / Е. Н. Летягина, А. В. Тихомиров // Russian Economic Bulletin. – 2020. – Т. 3, № 3. – С. 236–241.
3. **Якимов, М. Р.** Транспортное планирование : терминолог. слов. / М. Р. Якимов. – М. : Агентство РАДАР, 2022. – 86 с.
4. **Титов, Б. А.** Транспортная логистика : электрон. учеб. пособие [Электронный ресурс] / Б. А. Титов. – Самара : Самар. гос. аэрокосм. ун-т им. С. П. Королева, 2012. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
5. **Ледней, А. Ю.** Разработка методических подходов к оценке экономической эффективности развития транспортной инфраструктуры с учетом объемов и неравномерности перевозок : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А. Ю. Ледней. – М., 2020. – 24 с.

6. Лавриков, И. Н. Экономика автомобильного транспорта : учеб. пособие / И. Н. Лавриков, Н. В. Пеньшин ; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. И. А. Минакова. – Тамбов : ТГТУ. – 2011. – 116 с.

7. Нормативно-правовое регулирование транспортной отрасли [Электронный ресурс] // Vuzlit.com. – Режим доступа: https://vuzlit.com/1915450/normativno_pravovoe_regulirovanie_transportnoy_otrasli. – Дата доступа: 29.02.2024.

УДК 331.1

О. В. Усачева (usacheva@corp.nstu.ru),
канд. экон. наук, доцент

А. М. Фомичева (nura-foma@mail.ru),
магистрант

Новосибирский государственный
технический университет
г. Новосибирск, Российская Федерация

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

В современном мире принято считать, что большую часть мирового богатства составляет именно человеческий капитал. Он выступает в качестве главного ресурса наряду с другими богатствами национальной экономики и является основным фактором экономического развития и процветания общества. Происходит это в основном по причине интеграции инновационных процессов во все сферы экономики. В данной статье рассматривается зарождение и развитие теории человеческого капитала, его значение и возможность бухгалтерского учета для компаний.

In the modern world, it is widely believed that a significant portion of global wealth is comprised of human capital. Alongside other national economic assets, human capital plays a pivotal role as the primary resource. This is mainly due to the integration of innovative processes into all sectors of the economy. This article examines the origin and development of the theory of human capital, its importance and the possibility of accounting for companies.

Ключевые слова: человеческий капитал; инновации; бухгалтерский учет; нематериальные активы.

Key words: human capital; innovations; accounting; intangible assets.

Интеграция инновационных процессов во все аспекты общественной жизни, происходящая в современном мире, ведет к тому, что человеческому капиталу, как главному активу экономики, начинают уделять особое внимание. Он является источником высокого потенциала, воплощенного в интеллекте, таланте и креативности людей. Такое взаимодействие инноваций и человеческого капитала является ключом к процветанию и успеху общества в целом. Обратной стороной влияния мировых технологических изменений и цифровизации на человеческий капитал являются резкие изменения требований к нему. Новые технологии перестраивают трудовой процесс и ставят перед персоналом компаний новые требования, такие как сочетание цифровых компетенций и «мягких» навыков.

Исследования McKinsey Global Institute, результаты которых графически представлены на рисунке 1, показали ужесточение требований работодателей к работникам. Ожидается увеличение запросов на умение быть креативным, критически мыслить, принимать решения и обрабатывать информацию, в то время как интерес к базовым когнитивным навыкам может сократиться. Также ожидается снижение потребности в физическом труде, но по затратам времени он все еще будет оставаться лидирующим среди показателей.

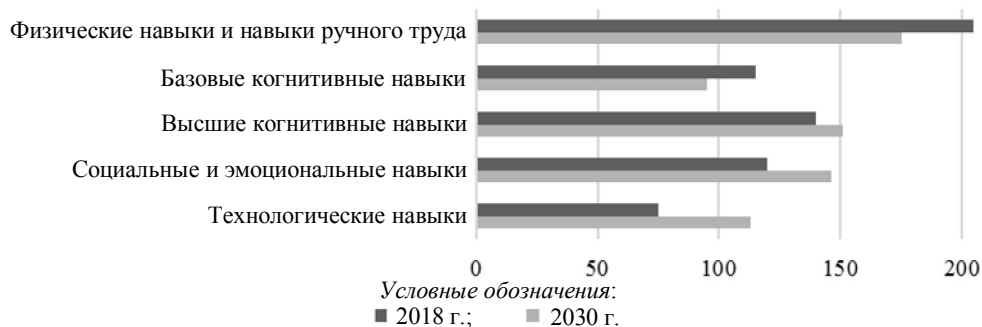


Рисунок 1 – Прогнозное значение суммарных затрат трудового времени в Европе и Соединенных Штатах Америки (США) в 2018 и 2030 гг., бил ч

Примечание – Источник [1].

Исследование человеческого капитала требует глубокого понимания его составляющих и осознания того, что именно имеет ключевое значение в условиях текущих задач. Так, например, выделяют несколько аспектов в оценке человеческого капитала: физиологический, психологический, трудовой, инвестиционный, социологический и экономический. Все они дополняют друг друга и помогают получить полную картину касательно теории человеческого капитала и его вклада в успех индивидов и организаций. В рамках данного исследования будет рассмотрен экономический аспект изучения человеческого капитала.

Зарождение теории человеческого капитала произошло еще в XII–XIII вв. в работах ученых различных экономических школ. Основные этапы толкования термина «человеческий капитал» в хронологическом порядке представлены в нижеприведенной таблице.

Развитие трактовок понятия «человеческий капитал»

Период	Школа	Ученый	Человеческий капитал
XVII–XVIII вв.	Английская классическая политическая экономия	У. Петти	Зависимость богатства общества от характера занятий людей и их способности к труду
		А. Смит	Производительные способности человека
XVII–XIX вв.	Марксистская политическая экономия	К. Маркс	Развитая рабочая сила, способная к квалифицированному труду
XIX–XXI вв.	Неоклассическая экономическая теория	Т. Шульц, Г. Беккер, Дж. Минцер	Комплексное сочетание врожденных талантов, способностей человека и навыков, знаний, которые он приобретает путем образования и подготовки
XX–XXI вв.	Новый институционализм	Р. И. Капелюшников	Запас знаний, навыков и способностей каждого человека, которые могут использоваться им в производственных и потребительских целях
Примечание – Источник: собственная разработка авторов.			

Фундаментальными работами теории человеческого капитала по праву считают наработки представителей классической экономической школы. Уже тогда У. Петти, А. Смит и А. Маршалл обращали внимание на важность человека в производственной деятельности любого уровня. Однако на тот момент фактором, ограничивающим развитие теории, стало то, что человеческий капитал в глазах ученых того времени был лишь социальным фактором, согласно экономической теории, не имеющим никакой производственной ценности, абсолютно бесполезным для мануфактур и других предприятий.

Отношение к рассматриваемой теории кардинально изменилось только во второй половине XX в. Понятие «рабочая сила» сменилось более сложным по своей сути термином «человеческий капитал» и образовало самостоятельное направление теории. Такой переход был обусловлен схожестью понятия с другими формами капитала. Так, к признакам человеческого капитала, которые можно причислить к признакам физического капитала, относят следующие:

- способность накопления;
- формирование за счет инвестиций;
- длительный по своему характеру производственный эффект;
- затраты в настоящем, выигрыш в будущем;
- подверженность физическому и моральному износу [2, с. 14].

Формирование теории человеческого капитала как цельной обоснованной концепции произошло в трудах лауреатов премии по экономике памяти Альфреда Нобеля, Т. Шульца и Г. Беккера. Титул родоначальника теории ученые по праву присваивают Т. Шульцу. Он был первым, кто ввел саму концепцию человеческого капитала, предполагая, что он является важным производственным фактором. Кроме того, он задал направление дальнейших исследований, в том числе и Г. Беккера, предположив, что расходы на обучение и поддержание здоровья работников стоит рассматривать не только как потребительские расходы, а еще и как инвестиции в будущее человека и окружающий его социум [1, с. 65].

Продолжая линию исследований, начатую своим предшественником, Г. Беккер первым выдвинул четкое определение понятия «человеческий капитал». По его мнению, данный термин подразумевает совокупность знаний, навыков, умений и физических качеств индивида, позволяющих ему эффективно работать и приносить доход не только себе, но и работодателю, другим заинтересованным лицам [3].

Теория человеческого капитала прошла долгий путь. В настоящее время она широко используется в экономических и социальных исследованиях, обосновывая важность образования, профессионального развития и здоровья для экономического роста и устойчивого развития. Так, в трудах представителя современного экономического учения – нового институционализма, Р. И. Капелюшникова, о человеческом капитале говорится следующее: «Он – человеческий, потому что воплощен в личности человека, он – капитал, потому что является источником будущих доходов, или будущих удовлетворений, или того и другого вместе» [4]. Современная теория человеческого капитала оказалась естественным результатом ее развития в рамках всех предыдущих экономических учений. Изначально считавшийся лишь социальным фактором развития, человеческий капитал со временем стал рассматриваться как стратегический ресурс, способный повысить производительность труда и способствовать инновациям.

Понимание важности человеческого капитала не ограничивается теоретическим полем. Многие компании в наше время приходят к тому, что ключевую роль в их функционировании и эффективном развитии играет именно человеческий капитал и то, как он развивается. Так, по данным, опубликованным на официальном сайте Российского союза промышленников и предпринимателей, представленным на рисунке 2, руководители большинства компаний относят к приоритетным темам корпоративной политики и стратегии компании именно вопросы развития кадрового потенциала. Кроме того, отмечается, что в качестве приоритетных целей устойчивого развития более 50% компаний выделяют хорошее здоровье и благополучие, качественное образование.

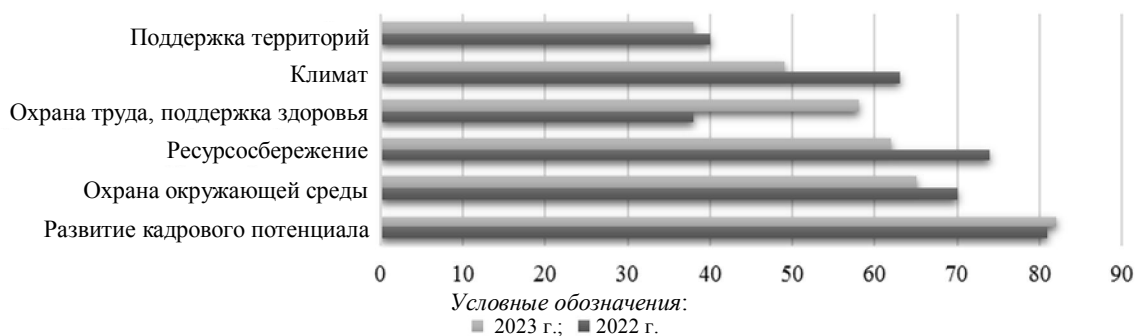


Рисунок 2 – Динамика приоритетов ESG-повестки в отчетах российских компаний за 2022–2023 гг., %

Примечание – Источник [5].

На практике теория человеческого капитала используется в качестве инструмента для обоснования управленческих принципов и задач, направленных на улучшение конкурентоспособности, финансовой устойчивости и экономического роста предприятия. Вопросы, связанные с трудовыми правами граждан, социальными гарантиями, безопасностью труда и занятостью населения, регулируются государством и распространяются на все компании в стране [6].

При рассмотрении концепции человеческого капитала как экономической категории возникает закономерный вопрос о возможности его учета как актива компании. В настоящее время ведется достаточно много дискуссий о необходимости введения категории человеческого капитала в бухгалтерский учет. Как отмечает Е. С. Флягина, необходимость в этом очевидна. Так, по ее мнению, включение человеческого капитала в учетные данные позволит собственнику повысить качество принимаемых управленческих решений и обеспечит инвесторов более надежной информацией. Кроме того, будет создана база для разнообразных исследований, позволяющая анализировать, например, результаты различных политических решений в области человеческого капитала [7].

Основной вопрос, связанный с учетом человеческого капитала, заключается в определении, к каким активам предприятия его можно отнести. По мнению Н. А. Масюк, несмотря на отсутствие данной категории в учете, человеческий капитал в значительной степени соответствует требованиям, установленным стандартами бухгалтерского учета отечественной и международной практики, может быть отнесен к нематериальным активам компании [8].

Еще в 1960-х гг. Эрик Флэмхольц сформулировал основные задачи учета человеческого капитала: предоставить ценную управленческую информацию, перестать рассматривать персонал как издержки, начинать причислять его к активам компании и обеспечить четкие числовые

методы для оценки стоимости человеческих ресурсов [9]. На данный момент в центре внимания остается проблема стоимостной оценки человеческих ресурсов и их последующий учет. Решение данной проблемы затруднено уникальностью работников как отдельных индивидов, сложностями применения существующих правил учета к человеческим ресурсам. Кроме того, отсутствует единая методика расчета стоимости индивидуума, которая была бы нормативно определена и рекомендована к применению. Для решения этих проблем необходимо законодательное расширение «полномочий» бухгалтерского учета, что потребует существенных изменений в самой концепции учета.

В настоящее время более перспективной областью является нефинансовая отчетность компаний, где человеческий капитал раскрывается параллельно с другими видами капитала. С финансовой стороны обычно раскрываются численность персонала и внешних совместителей, уровень оплаты труда, а также показатели движения работников. Нефинансовые показатели включают категории персонала, уровень образования, квалификации, вовлеченности, степень удовлетворенности и лояльности.

Таким образом, человеческий капитал является неотъемлемым фактором экономического роста и социального развития в современном мире. Влияние технологических изменений и цифровизации требует от людей новых навыков и компетенций, а от компаний – его правильного учета и раскрытия.

Список использованной литературы

1. **Куделина, О. В.** Развитие теории человеческого капитала в XXI в.: мегатренды и российский контекст / О. В. Куделина // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. – 2020. – № 51.
2. **Формирование** и использование человеческого капитала в современной экономике : моногр. / под. ред. Г. П. Литвинцевой. – Новосибирск : НГТУ, 2018. – 300 с.
3. **Becker, G. S.** Human Capital. A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education / G. S. Becker. – 3rd ed. – Chicago : The University of Chicago Press, 1994. – 187 p.
4. **Капелюшников, Р. И.** Сколько стоит человеческий капитал России? / Р. И. Капелюшников. – М. : Высш. шк. экономики, 2012. – 76 с.
5. **Официальный** сайт Российского союза промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rspp.ru>. – Дата доступа: 12.02.2024.
6. **Тойболдинова, З. Г.** Человеческий капитал организации как фактор конкурентоспособности организации в условиях инновационного развития / З. Г. Тойболдинова // Вестн. ун-та Туран. – 2017. – № 4 (76). – С. 196–199.
7. **Грибко, Л. В.** Человеческий капитал как новый объект бухгалтерского учета / Л. В. Грибко. – Витебск : Витеб. гос. ун-т им. П. М. Машерова, 2023.
8. **Масюк, Н. А.** Актуальные вопросы управления нематериальными продуктами человеческого капитала / Н. А. Масюк // Экономика и банки. – 2018. – № 1.
9. **Flamholtz, E. G.** Human Resource Accounting: Advances in Concepts, Methods and Applications / E. G. Flamholtz // San Francisco, 1985. – 383 p.

МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В данной статье рассмотрены методы управления проектами, которые применяются на практике. Основной целью их изучения является повышение эффективности управления проектами и достижение оптимальных результатов. В рамках исследования изучены методы планирования проектов, оценки рисков, контроля и мониторинга процесса, а также методы оценки достижения поставленных целей и эффективности проекта в целом.

This article discusses project management methods that are used in practice. The main purpose of their study is to improve the efficiency of project management and achieve optimal results. The study examined methods for project planning, risk assessment, process control and monitoring, as well as methods for assessing the achievement of set goals and the effectiveness of the project as a whole.

Ключевые слова: управление проектами; классические и гибкие методы; Waterfall; Agile; Scrum; Kanban.

Key words: project management; classical and flexible methods; Waterfall; Agile; Scrum; Kanban.

В современных условиях рыночной экономики, где бизнес-процессы постоянно развиваются и меняются, управление проектами является важной составляющей успешного функционирования организации с учетом того, что реализация проектов требует мобильности, гибкости и оптимального использования всех доступных ресурсов.

Управление проектами – это систематический подход к планированию, организации, ведению и контролю проектных работ с целью достижения определенных результатов. Методология Agile (гибкие методы управления) приобрела огромную популярность среди организаций, стремящихся повысить свою конкурентоспособность и достичь более успешных результатов в управлении проектами.

Объектом исследования являются существующие подходы и методы в проектном управлении, а предметом исследования – эффективность использования данных методов и их комбинаций. В качестве задач данного исследования можно назвать определение понятия проектов, изучение их классификаций и разновидностей, анализ основных методов проектного управления.

В управлении проектами, как и в управлении организацией в целом, существуют различные подходы. Двумя основными методами организации работы в управлении компаниями являются продуктовый и проектный подходы. Продуктовый подход ориентирован на создание и развитие продукта или услуги как постоянного и долгосрочного процесса, в то время как проектный подход фокусируется на временные усилия, направленные на достижение конкретной цели.

Кроме того, из продуктового подхода происходит достаточно популярная на данный момент гибкая методика под названием Agile. Оба эти подхода имеют свои преимущества и недостатки, в зависимости от специфики компании и ее целей организации могут выбирать один из этих подходов или комбинировать их для достижения оптимальных результатов. Тем не менее, продуктовый и проектный подходы являются базовыми в проектном управлении.

Кроме того, существует множество инструментов управления проектами, таких как модель «Водопад» и «Каскадное развитие» (классические модели), диаграмма Ганта, матрицы ответственности, методика Scrum и Kanban, программное обеспечение для управления проектами и др. Все эти методы и инструменты помогают компаниям повысить эффективность управления проектами, минимизировать риски и достичь успеха в своей деятельности. Все это важно учитывать при выборе своего подхода к проектному управлению.

Модель «Водопад».

Методология разработки Waterfall, также известная как модель линейно-последовательного жизненного цикла, является одной из первых методологий управления проектами (рисунок 1) [1]. Она была разработана американским ученым-информатиком Уинстоном Уокером Ройсом и описана еще в 1970 г., а в 1976 г. ученые Томас Белл и Томас Тэйер дали ей название. Это метод делит проект на отдельные последовательные этапы, каждый из которых завершается до начала следующего этапа.

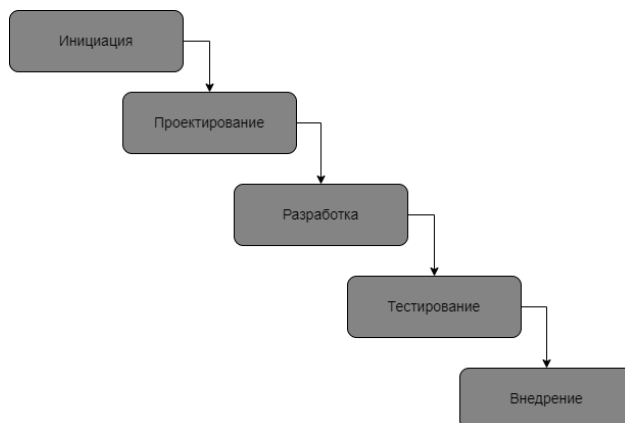


Рисунок 1 – Фазы модели Waterfall

Модель «Водопад» особенно эффективна для проектов, в которых требования четко определены, ясны и вряд ли претерпят существенные изменения на протяжении жизненного цикла проекта. Основное преимущество модели заключается в ее простоте и ясности. Каждый этап имеет конкретные результаты и проходит процесс проверки, что упрощает управление и контроль.

Модель «Каскад».

Модель каскадного развития, которую часто путают с моделью водопада из-за их близкого сходства, является еще одной традиционной методологией управления проектами. Как и модель «Водопад», модель «Каскад» также придерживается последовательного подхода. Однако ключевое различие заключается в уровне строгости последовательности этапов.

В модели каскадного развития каждый этап проекта может начинаться только после завершения и усовершенствования предыдущего. Здесь нет перекрытия или параллельности фаз, как это иногда допускается в модели «Водопад». Каждый этап тщательно проверяется и утверждается перед переходом к следующему, что обеспечивает высокий уровень контроля и минимизирует риск ошибок. Хотя модель «Каскад» предлагает высокий уровень контроля и обеспечивает тщательный контроль качества, она разделяет ограничение модели «Водопад» – недостаток гибкости.

Модель Agile.

В методологии Agile проекты делятся на небольшие управляемые блоки, называемые итерациями или спринтами. Целью каждого спринта является создание функциональной части конечного продукта (рисунок 2) [2]. Этот поэтапный подход позволяет постоянно пересматривать и совершенствовать, что делает Agile идеальной методологией для проектов, в которых требования нечетко определены с самого начала или ожидается, что они будут меняться со временем.

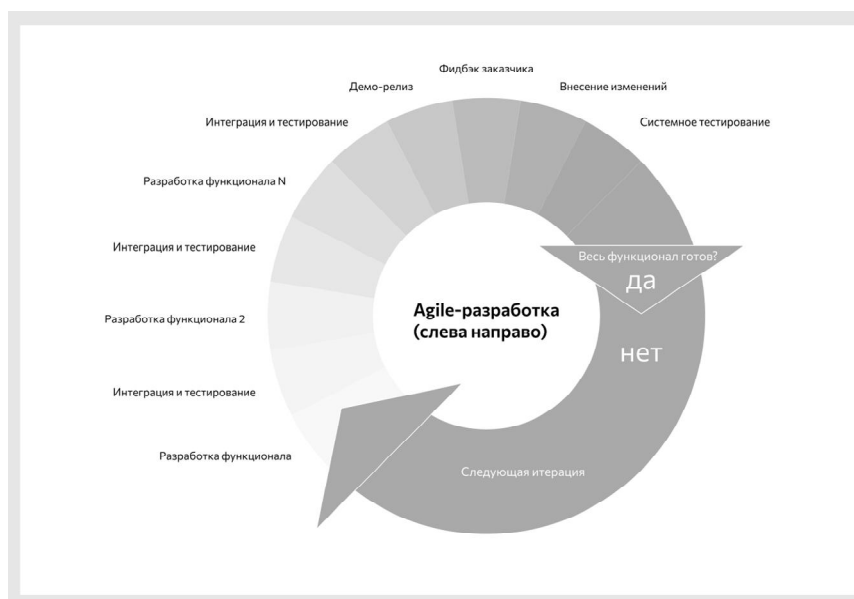


Рисунок 2 – Методология Agile

Методология Agile уделяет большое внимание сотрудничеству и вовлечению клиентов. Это поощряет регулярное общение с заинтересованными сторонами и способствует постоянной обратной связи, чтобы гарантировать, что проект соответствует потребностям и ожиданиям клиентов. Такой подход, ориентированный на клиента, часто приводит к более высокому уровню удовлетворенности и превосходному качеству конечной продукции.

Однако методология Agile, как и прочие методы, не лишена недостатков. Главный недостаток данной технологии заключается в том, что она требует высокого уровня вовлеченности клиентов и культуры сотрудничества, что может быть неосуществимо или желательным не во всех организациях или проектах.

Модель Scrum.

Scrum – это разновидность методологии Agile, которая обеспечивает более конкретную основу для реализации принципов Agile. Методика Scrum чаще всего применяется командами разработчиков приложений, но основные принципы работы и опыт использования можно адаптировать к командной работе любого рода. Scrum – методика организации совместного рабочего процесса, в основе которой – поэтапная разработка и совершенствование продукта небольшой командой специалистов различного профиля (рисунок 3) [2]. Scrum изобрели программисты Джефф Сазерленд и Кен Швабер [3].



Рисунок 3 – Методика Scrum

В Scrum проекты делятся на спринты продолжительностью от одной до четырех недель. Кроме того, Scrum вводит конкретные роли, в том числе владельца продукта, который представляет интересы клиента, скрам-мастера, который обеспечивает соблюдение принципов скрама и устраняет препятствия, команду разработки, которая отвечает за создание продукта.

Ключевыми преимуществами Scrum являются его простота, прозрачность и непрерывная обратная связь, которую он обеспечивает. Это позволяет быстро выполнять итерации и адаптироваться к меняющимся требованиям. Как и Agile, Scrum требует высокого уровня приверженности и сотрудничества со стороны команды и клиента и может не подходить для всех типов проектов или организационных культур.

Модель Kanban.

Kanban, зародившийся в японской автомобильной промышленности (Toyota Production System), представляет собой подход к управлению проектами, который основан на визуализации работы, ограничении незавершенной работы и максимизации эффективности. Позднее был адаптирован для использования в различных областях, включая управление проектами и разработку программного обеспечения [4; 5].

Данный метод предполагает принцип «точно в срок» и способствует равномерному распределению нагрузки между работниками. При данном подходе весь процесс разработки прозрачен для всех членов команды. Задачи по мере поступления заносятся в отдельный список, откуда каждый разработчик может извлечь требуемую задачу. В отличие от традиционных методологий управления проектами, которые ориентированы на графики, основанные на времени, Kanban делает больше упор на поток и гибкость.

Kanban использует доску (физическую или цифровую), разделенную на разные столбцы, представляющие различные этапы рабочего процесса. Задачи представлены в виде карточек, которые перемещаются из одного столбца в другой по мере прохождения этапов.

Такое визуальное представление работы позволяет членам команды видеть состояние каждой задачи в любой момент времени, обеспечивая прозрачность и коммуникацию. Это также

создает четкое визуальное представление о ходе проекта, что может быть полезно для заинтересованных сторон и лиц, принимающих решения.

Один из основных принципов данной модели – ограничение незавершенной работы. Это означает, что команда одновременно работает только над ограниченным количеством задач, сокращая многозадачность и сосредотачивая внимание и усилия на выполнении задач. Таким образом, это снижает риск ошибок из-за разделения внимания и может привести к сокращению сроков выполнения работ и повышению качества работы. При этом без конкретных сроков проекты могут оказаться незавершенными, что приведет к потенциальным задержкам и неэффективности.

Помимо вышеуказанных методов и инструментов проектного управления предприятием может также использоваться методология PRINCE2 (Projects IN Controlled Environments) и Lean-система (бережливое производство).

PRINCE2 – это стандарт управления проектами, разработанный в Великобритании и широко используемый во многих отраслях и странах. Он представляет собой гибкую процессно-ориентированную методологию, охватывающую начальный этап и завершение проекта.

Бережливое управление проектами, основанное на принципах бережливого производства, впервые предложенных Toyota, фокусируется на обеспечении ценности для клиента за счет устранения потерь и постоянного улучшения процессов. Методология бережливого производства тщательно изучает каждый процесс на предмет его добавленной стоимости для проекта. Процессы, которые не добавляют ценности, устраняются, а те, которые добавляют, оптимизируются для максимизации их результатов. Это приводит к оптимизированному и эффективному выполнению проекта, обеспечивающему заказчику ценные результаты на каждом этапе.

Каждый из рассмотренных методов управления проектами имеет свои сильные и слабые стороны, выбор правильного из них зависит от понимания конкретных требований и условий каждого проекта. Эти методы не являются взаимоисключающими. Многие успешные проекты применяют гибридный подход, используя сильные стороны одного метода и компенсируя его недостатки сильными сторонами другого.

Например, структурированный подход метода «Водопад» можно объединить с адаптивностью Agile для создания стратегии управления проектом, которая обеспечивает четкие рекомендации для каждого этапа проекта, гибкость и адаптацию. Аналогичным образом, акцент метода бережливого производства на эффективности и сокращении отходов может быть интегрирован как в методы водопада, так и в методы Agile, чтобы создать более эффективный и действенный процесс управления проектами.

Успешное управление проектами – это не только выбор правильного метода. Это также требует эффективной коммуникации, лидерства и глубокого понимания целей и задач проекта. Лучший метод управления проектами может быть настолько эффективным, насколько эффективна команда, которая его реализует.

Список использованной литературы

1. **Иванова, Т. Н.** Классический и гибкие подходы к управлению проектами [Электронный ресурс] / Т. Н. Иванова, Д. В. Иванов. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassicheskiy-i-gibkie-podhody-k-upravleniyu-proektami>. – Дата доступа: 12.02.2024.
2. **Проектные** методологии управления: Agile и Scrum : учеб. пособие [Электронный ресурс] / Ю. Д. Агеев [и др.]. – М. : Аспект Пресс, 2018. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709827.html>. – Дата доступа: 12.02.2024.
3. **Сазерленд, Д.** Scrum. Революционный метод управления проектами [Электронный ресурс] / Д. Сазерленд. – Режим доступа: <https://www.rulit.me/books/scrum-revolucionnyj-metod-upravleniya-proektami-read-412856-1.html>. – Дата доступа: 12.02.2024.
4. **Барабанов, В. Н.** Фундаментальные основы управления проектами / В. Н. Барабанов, Р. М. Нуреев. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-tendentsii-metodov-proektnogo-upravleniya-na-sovremennom-etape-razvitiya>. – Дата доступа: 12.02.2024.
5. **Степина, О. Б.** Управление проектами [Электронный ресурс] / О. Б. Степина. – Режим доступа : <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/30881/1/978-5-7996-1416-4.pdf>. – Дата доступа: 12.02.2024.

РАЗВИТИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩЕГО МЕДИЦИНСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛИЦ, ОТБЫВАЮЩИХ НАКАЗАНИЕ В ВИДЕ ЛИШЕНИЯ СВОБОДЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье проанализированы изменения, произошедшие в пенитенциарном законодательстве в части регламентации медицинской помощи осужденным, и современные тенденции развития законодательства Российской Федерации в сфере медико-санитарного обеспечения лиц, отбывающих наказание в виде лишения свободы.

The article analyzes the changes that have occurred in penitentiary legislation regarding the regulation of medical care for convicts and current trends in the development of legislation of the Russian Federation in the field of health care for persons serving sentences of imprisonment.

Ключевые слова: медицинское обеспечение; осужденные; лишение свободы; Федеральная служба исполнения наказаний; Уголовно-исполнительный кодекс Российской Федерации.

Key words: medical care; convicts; imprisonment; Federal Penitentiary Service; Penal Enforcement Code of Russian Federation.

Характерными чертами развития уголовного и уголовно-исполнительного законодательства Российской Федерации являются приоритет исправительно-воспитательного воздействия в системе репрессивно-карательных мер, соответствие выработанным международной пенитенциарной практикой и адаптированным к потребностям отечественной уголовно-исполнительной системы, правилам и стандартам, минимизация в арсенале уголовной репрессии лишения свободы и замена его более мягкими наказаниями, исключая изоляцию от общества. Это создало благоприятные условия для развития и совершенствования системы медико-санитарного обеспечения осужденных и лиц, содержащихся под стражей, и нормативной ее регламентации. Особенно этот процесс активизировался в XXI в., когда в действующем законодательстве был закреплен целый ряд прогрессивных положений, обеспечивающих оказание осужденным и лицам, содержащимся под стражей, качественной и квалифицированной медицинской помощи.

Правовой основой системы регулирования оказания медицинской помощи осужденным являются Положение о Федеральной службе исполнения наказаний и Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ. Согласно ч. 1 ст. 26 Федерального закона «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ, «лица, задержанные, заключенные под стражу, отбывающие наказание в виде ограничения свободы, ареста, лишения свободы либо административного ареста, имеют право на оказание медицинской помощи, в том числе в необходимых случаях в медицинских организациях государственной системы здравоохранения и муниципальной системы здравоохранения, в соответствии с законодательством Российской Федерации» [1]. Пункт 7 Положения о Федеральной службе исполнения наказаний, утвержденного Указом Президента Российской Федерации от 13 октября 2004 г. № 1314 возлагает на Федеральную службу исполнения наказаний «медико-санитарное обеспечение осужденных и лиц, содержащихся под стражей» [2].

Более подробно вопросы оказания медицинской помощи осужденным урегулированы в уголовно-исполнительном законодательстве. Часть 6 ст. 12 Уголовно-исполнительного кодекса Российской Федерации закрепила право осужденных на охрану здоровья, включая как первичную медико-санитарную помощь, так и специализированную медицинскую помощь в соответствии с медицинскими рекомендациями [3]. Часть 1 ст. 101 Уголовно-исполнительного кодекса Российской Федерации конкретизировала, что лечебно-профилактическая и санитарно-профилактическая помощь осужденным к лишению свободы предоставляется в соответствии с Правилами внутреннего распорядка исправительных учреждений [3]. Пункт 180 Правил внутреннего распорядка исправительных учреждений содержит разрешение осужденным к лишению свободы «иметь при себе лекарственные препараты при наличии подтвержденных лечащим врачом (фельдшером) медицинской организации уголовно-исполнительной системы ме-

дицинских показаний к их непрерывному приему в количестве, необходимом для непрерывного приема ... в течение трех календарных дней» [4].

При невозможности оказания специализированной медицинской помощи лицам, отбывающим наказание в виде лишения свободы, ч. 3 ст. 26 Федерального закона «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ предусматривает возможность приглашения для проведения консультаций за счет бюджетных средств квалифицированных специалистов [1].

Весьма гуманная норма закреплена в ст. 90 Уголовно-исполнительного кодекса Российской Федерации, предусматривающая право больных осужденных, а также инвалидов первой и второй группы получать дополнительные посылки и передачи в количестве и ассортименте в соответствии с медицинским заключением. Посылки и передачи с медикаментами, лекарственными средствами и предметами медицинского назначения, получаемые осужденными по медицинским показаниям, не включаются в общее количество посылок и передач, установленных режимными ограничениями [3].

Наиболее подробно вопросы оказания медицинской помощи лицам, отбывающим наказание в виде лишения свободы, урегулированы приказом Министерства юстиции Российской Федерации «Об утверждении Порядка организации оказания медицинской помощи лицам, заключенным под стражу или отбывающим наказание в виде лишения свободы» (с изменениями и дополнениями) от 28 декабря 2017 г. № 285 [5].

Существенно повлиял на качество и эффективность организации медицинской помощи лицам, отбывающим наказание в виде лишения свободы, переход на новую организационно-правовую модель пенитенциарной медицины. Из подчинения начальников территориальных учреждений уголовно-исполнительной системы были выведены подразделения, осуществляющие медико-санитарное обеспечение осужденных, переподчинены Управлению организации медико-санитарного обеспечения Федеральной службы исполнения наказаний. Представляется целесообразным нормативно интегрировать медицинскую службу уголовно-исполнительной системы в общегосударственную систему здравоохранения. Это, в свою очередь, позволит включать медико-санитарные учреждения Федеральной службы исполнения наказаний в территориальные программы обязательного медицинского страхования, оказывать более качественную медико-санитарную и социальную помощь лицам, отбывающим наказание в виде лишения свободы.

Одной из проблем организации системы эффективной медико-санитарной помощи лицам, отбывающим наказание в виде лишения свободы, является неравномерность распределения учреждений Министерства здравоохранения Российской Федерации и медицинских учреждений уголовно-исполнительной системы на территории нашей страны. Поэтому явно назрела необходимость учитывать это обстоятельство при создании новых пенитенциарных медицинских учреждений, разработать сеть маршрутов и содержать парк необходимых транспортных средств для этапирования осужденных по медико-санитарным показаниям и организации выездов необходимых медицинских специалистов. Одним из способов решения данной проблемы является использование возможностей телекоммуникационной медицины и нормативное обеспечение этого процесса.

Учитывая высокую, в силу объективных причин, концентрацию в местах лишения свободы лиц с тяжелыми и неизлечимыми заболеваниями, актуальным видится создание в системе медицинских учреждений Федеральной службы исполнения наказаний сети палиативных отделений и более четкое нормативное регулирование освобождения по медицинским показаниям от наказания в виде лишения свободы либо замены его более мягким. Для такой категории больных осужденных, утративших социальные связи, логичным представляется законодательное закрепление права на продолжение лечения после освобождения из исправительного заведения в специализированных постпенитенциарных учреждениях.

В настоящее время все более широкое распространение получает предоставление платных медицинских услуг. Осужденные к лишению свободы, как и другие категории граждан, должны иметь возможность пользоваться возмездной медицинской помощью. Однако реализация такого права часто невозможна ввиду неплатежеспособности лиц, отбывающих наказание в виде лишения свободы. Можно согласиться с мнением А. Г. Гюлджан, что «в законодательстве Российской Федерации следует предусмотреть правовой механизм, позволяющий лицам, отбывающим наказание в исправительных учреждениях, при необходимости получения платных медицинских услуг обратиться к ответственным должностным лицам с заявлением о приостановке удержаний из его финансовых средств с последующим отчетом о их расходовании» [6].

Заслуживает внимания и является аргументированным предложение О. Ю. Пестовой о нормативном закреплении в «Уголовно-исполнительном кодексе обязанности осужденного по сохранению своего здоровья; совершение осужденным действий, угрожающим его жизни и здоровью, должно расцениваться администрацией исправительного учреждения как злостное уклонение от установленного порядка отбывания наказания, влекущее дальнейшие негативные правовые последствия» [7].

Преобразования, проведенные в сфере организационного построения и правового регулирования системы оказания медицинской помощи лицам, отбывающим наказание в виде лишения свободы, и санитарно-бытового обеспечения пенитенциарных учреждений, создали организационно-правовую основу для эффективной реализации конституционного положения об обеспечении и гарантии права граждан на охрану здоровья. Российская пенитенциарная доктрина и действующее законодательство основывается на том, что право на охрану здоровья и медицинскую помощь является неотъемлемым элементом правового положения гражданина, независимо от его социального статуса.

Список использованной литературы

1. **Об основах** охраны здоровья граждан в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федер. закон, 21 нояб. 2011 г., № 323-ФЗ. – Режим доступа: <https://www.zakonrf.info/zakon-o-zdorovye-grazhdan/>. – Дата доступа: 22.03.2024.
2. **Вопросы** Федеральной службы исполнения наказаний [Электронный ресурс] : Указ Президента Рос. Федерации, 13 окт. 2004 г., № 1314. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/21528>. – Дата доступа: 22.03.2024.
3. **Уголовно-исполнительный** кодекс Российской Федерации. – М. : Проспект, 2024.
4. **Об утверждении** Правил внутреннего распорядка следственных изоляторов уголовно-исполнительной системы, Правил внутреннего распорядка исправительных учреждений и Правил внутреннего распорядка исправительных центров уголовно-исполнительной системы [Электронный ресурс] : приказ М-ва юстиции Рос. Федерации, 4 июля 2022 г., № 110. – Режим доступа: <https://legalacts.ru/doc/prikaz-miniusta-rossii-ot-04072022-n-110-ob-utverzhdanii/>. – Дата доступа: 22.03.2024.
5. **Об утверждении** Порядка организации оказания медицинской помощи лицам, заключенным под стражу или отбывающим наказание в виде лишения свободы [Электронный ресурс] : Приказ М-ва юстиции Рос. Федерации, 28 дек. 2017 г., № 285. – Режим доступа: <https://legalacts.ru/doc/prikaz-miniusta-rossii-ot-28122017-n-285-ob-utverzhdanii/>. – Дата доступа: 22.03.2024.
6. **Гюлджян, А. Г.** Медицинское обслуживание осужденных и лиц, содержащихся под стражей / А. Г. Гюлджян // Молодой ученый. – 2020. – № 2 (292). – С. 196.
7. **Пестова, О. Ю.** Нормативно-правовое регулирование оказания медицинской помощи осужденным к лишению свободы в России : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / О. Ю. Пестова. – М., 2018.

ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ В ПРЕСТУПЛЕНИЯХ ПРОТИВ ПОРЯДКА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В данной статье рассмотрены определения объекта и предмета преступления, также рассмотрены объект и предмет в преступлении против порядка осуществления экономической деятельности, проанализированы статьи Уголовного кодекса Республики Беларусь о преступлениях против порядка осуществления экономической деятельности.

In this article, the definitions of the object and subject of the crime are considered, the object and subject of the crime against the order of economic activity are also considered, the articles of the Criminal Code of the Republic of Belarus on crimes against the order of economic activity are analyzed.

Ключевые слова: объект преступления; предмет преступления; Уголовный кодекс Республики Беларусь; экономическая деятельность; преступления; экономические преступления; субъект преступления.

Key words: object of crime; subject of crime; criminal code of the Republic of Belarus; economic activity; crimes; economic crimes; subject of crime.

Вопросы учения об объекте и предмете преступления находятся в центре внимания научной мысли, законодательной и правоприменительной практики. Общие вопросы объекта и предмета преступления в последнее время исследовались в работах таких авторов, как И. О. Грунтов, В. В. Хилjuta, В. Н. Винокуров, С. А. Расторопов, А. В. Ковальчук, Г. П. Новоселов, А. Н. Попов, Е. А. Дрожжина, В. В. Мальцев, Е. А. Мазуренко. Проблемы, связанные с объектом и предметом преступления против порядка осуществления экономической деятельности в уголовном праве, неоднократно привлекали к себе внимание специалистов в области уголовного права. В настоящее время в связи с развитием глобальных мировых рынков и цифровой экономики данные вопросы приобретают особую актуальность.

На современном этапе развития и модернизации белорусского общества особое значение в системе приоритетов национальной безопасности отводится укреплению экономических отношений и дальнейшему их развитию. При такой постановке задачи уголовное законодательство должно стоять на страже экономических отношений, способствовать соблюдению принципов законности и справедливости.

Установление объекта преступления имеет важнейшее значение, поскольку это один из элементов состава преступления, являющегося единственным основанием уголовной ответственности. Задача в установлении объекта преступления также важна, потому что преступных деяний без посягательства на что-либо не существует.

В законодательстве нашей страны объект преступления является основанием деления особенной части Уголовного кодекса Республики Беларусь (УК) на разделы, а в теории уголовного права – элементом состава преступления, определяющим содержание признаков остальных элементов состава. Объект преступления имеет решающее значение для систематизации законодательства и квалификации преступления.

Сложность реализации систематизирующей и разграничительной функций объекта заключается в том, что общественные отношения, выступающие объектом преступления, как явления неосознаемы и как понятие абстрактны. Поэтому наукой выработаны способы установления общественных отношений, которые законодатель поставил под охрану уголовного закона, четко ограничил сферу его применения, используя структуру отношений, в которой для их наглядности выделены субъекты отношений и условно предмет отношений.

Объект преступления – это общественные отношения, которые охраняются и (или) регулируются нормами уголовного права и которым в результате преступления причиняется вред, либо это те отношения, которые ставятся под угрозу причинения вреда в случае покушения на совершение преступления.

Общим объектом преступления следует признать человека со всей совокупностью правовых благ, обеспечивающих ему достойное развитие и существование в обществе и охраняемых уголовным законом.

Предмет преступления в действительности является основополагающим признаком состава преступления. Сегодня он является факультативным признаком и может иметь как материальную, так и нематериальную основу. Для определенного состава преступлений предмет может стать обязательным, если прямо обозначен в норме или подразумевается, так же он может отсутствовать в составе.

Значение предмета преступления в уголовно-правовом поле на данный момент состоит в том, что предмет преступления выделяет преступление среди других правонарушений и неправомерных действий, бездействия; предмету преступления свойственна такая функция, как отграничение друг от друга смежных преступлений; предмет преступления может быть одним из квалифицирующих признаков состава; предмет преступления прямо и точно описывает характер и размер ущерба, который был причинен в результате преступного деяния.

Предмет имеет только ему присущие признаки: физический, социальный и юридический. На их основании разработаны следующие правила определения предмета преступления:

- предмет преступления – это материальные ценности, которые фиксируются органами чувств человека или специальными техническими средствами;
- предмет преступления является составной частью объекта преступления и неразрывно связан с общественными отношениями, которые охраняются уголовным законом;
- предмет преступления связан с объективной стороной, по поводу предмета совершаются преступные деяния и (или) осуществляется непосредственное преступное воздействие на него, а также предмет отличается от «активных» признаков (орудий и средств совершения преступления) своей «пассивностью» и связью с объектом преступления;
- предмет преступления связан с целью преступника определенным образом на него повлиять;
- предмет преступления является факультативным признаком объекта преступления, если он определен в законе или логически вытекает из его содержания, предмет становится обязательным признаком конкретного состава преступления.

Одной из наиболее обширных групп преступлений в УК являются экономические преступления, т. е. преступления против порядка осуществления экономической деятельности.

Феномен экономической преступности можно рассматривать с позиций социологического, экономико-политического и правового подходов. Социологический подход предполагает, что экономические преступления – это привилегия правящих слоев населения, которым доступны рычаги экономической власти. Экономико-политический подход к экономическим преступлениям рассматривает это как естественное порождение капиталистического способа производства и эксплуатации человека человеком. Правовой подход связывает понимание преступности с нарушением определенных уголовно-правовых норм [1].

В связи с этим в УК выделена гл. 25, включающая статьи с 221 по 262 включительно, названная «преступления против порядка осуществления экономической деятельности».

Под преступлениями против порядка осуществления экономической деятельности понимаются предусмотренные УК общественно опасные деяния, сопряженные с причинением или угрозой причинения вреда общественным отношениям, складывающимся по поводу производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг [2].

Проведя анализ гл. 25 УК, следует отметить, что все включенные статьи можно условно разделить на 3 группы по предмету преступления [3].

К первой группе следует отнести преступления в сфере предпринимательства или иной экономической деятельности. Это статьи 233, 235, 236, 239–241, 245, 246, 250–254.

Во вторую группу «преступления в денежно-кредитной сфере» к ним относятся следующие статьи: 221, 222, 226–227, 237, 242, 256.

К третьей группе «преступления в сфере финансовой деятельности государства» относятся следующие статьи: 223, 225, 228, 230, 231, 243 [3].

Видовой объект преступлений в сфере экономической деятельности – это система общественных отношений, складывающихся по производству, регулированию, распределению, обмену и потреблению материальных благ и услуг.

Предметом рассматриваемых преступлений могут быть деньги, ценные бумаги, драгоценные металлы и камни, товары и т. д. Объективная сторона выражается действием (например, ложное банкротство), действием или бездействием (например, выманивание кредита или

дотаций), бездействием (например, уклонение от погашения кредиторской задолженности). Составы данных преступлений относятся к материальным, некоторые – к формальным. Подавляющее большинство составов носят бланкетный характер. Субъективная сторона – прямой или косвенный умысел.

Неосторожное совершение таких деяний исключает уголовную ответственность, но не исключает административной и гражданско-правовой ответственности.

Субъектом преступлений в сфере экономической деятельности могут быть лица, достигшие возраста шестнадцати лет.

Необходимо выделить наиболее распространенные статьи, встречающиеся в судебной практике, предусмотренные гл. 25. К ним относятся следующие:

– *Нарушение правил о сделках с драгоценными металлами и камнями* (ст. 223) [3]. Объектом преступления является порядок обращения на территории Республики Беларусь драгоценных металлов и камней. Ответственность за данное преступление наступает при совершении сделки с драгоценными металлами и камнями, если она совершена в нарушение установленных в Республике Беларусь правил. Основным нормативным актом, который устанавливает правила обращения на территории Республики Беларусь драгоценных металлов и камней, является Закон Республики Беларусь «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» от 21 июня 2002 г. № 110-3 [4].

– *Уклонение от уплаты таможенных платежей* (ст. 231) [3]. Взимание таможенных платежей является одним из средств таможенного регулирования торгово-экономических отношений. При перемещении товара и ценностей через таможенную границу Евразийского экономического союза подлежат уплате таможенные платежи в виде налогов, пошлин и сборов. Под уклонением от уплаты таможенных платежей понимается невыполнение обязанности уплатить таможенные платежи при наличии возможности выполнить такую обязанность.

– *Незаконная предпринимательская деятельность* (ст. 233) [3]. Расследование преступления связано с необходимостью непосредственного обращения к ст. 1 Гражданского кодекса Республики Беларусь, которая определяет понятие предпринимательской деятельности [5]. Уголовная ответственность наступает, если предпринимательская деятельность запрещена, осуществляется без государственной регистрации или специального разрешения, когда оно необходимо.

– *Уклонение от погашения кредиторской задолженности* (ст. 242) [3]. Объектом преступления является порядок погашения кредиторской задолженности субъектами хозяйствования. Уголовной ответственности по данной статье подлежат индивидуальные предприниматели или должностные лица юридического лица. Уголовный закон предусматривает ответственность лишь за уклонение от погашения кредиторской задолженности, возникшей по вступившему в законную силу постановлению суда и в крупном размере.

– *Уклонение от уплаты сумм налогов, сборов* (ст. 243) [3]. Расследование уголовных дел связано с непосредственным обращением к нормам Налогового кодекса Республики Беларусь, в зависимости от вида налога. Уклонение от уплаты сумм налогов, сборов является умышленным преступлением. Лицо сознательно совершает те или иные действия, которые позволяют ему уклониться полностью или частично от уплаты налогов. Преступление может быть совершено путем сокрытия полученных товаров, услуг, работ. Как правило, это не отражение в бухгалтерском учете той или иной налоговой базы. Умышленное занижение налогооблагаемой базы. Чаще всего встречается при искусственном завышении затрат. Уклонение от представления налоговой декларации (расчета) или внесение в нее заведомо ложных сведений. Условие наступления уголовной ответственности. Обязательным условием для привлечения лица к уголовной ответственности является причинение ущерба в крупном размере [4–5].

Таким образом, в настоящее время наукой уголовного права выработано множество концепций объекта и предмета преступления. Так, в научной литературе можно встретить различные определения объекта преступления: как общественных отношений, как правового блага, как физического лица, которому причиняется вред в результате совершения преступления, как субъективного права, как правовой нормы и другие варианты. Преступление в действительности является основополагающим признаком состава преступления. Сегодня он является факкультативным признаком и имеет материальную и нематериальную основу.

В целях поддержания устойчивости экономического развития страны необходимо стабильное функционирование экономической безопасности как части национальной безопасности. Одной из задач экономической безопасности является защита общественных отношений в сфере экономической деятельности.

Уголовное законодательство Республики Беларусь стоит на страже экономических отношений и способствует соблюдению принципов законности. Для всех экономических преступлений можно выделить общую особенность, присущую им. Данные преступления тесно связаны с гражданским, таможенным и налоговым законодательством, нарушение которого и влечет ответственность.

Список использованной литературы

1. **Пронников, А. В.** Уголовно-правовая политика в сфере противодействия экономической преступности : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / А. В. Пронников. – Омск, 2008.
2. **Хилюта, В. В.** Преступления против порядка осуществления экономической деятельности: проблемы правотворчества и правоприменения : моногр. / В. В. Хилюта. – Гродно : ГрГУ, 2014. – 456 с.
3. **Уголовный** кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 2 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 24 июня 1999 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.
4. **О драгоценных** металлах и драгоценных камнях [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 21 июня 2002 г., № 110-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 12 дек. 2013 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.
5. **Гражданский** кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 18 нояб. 1998 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

IV. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА, КОНТРОЛЯ И ФИНАНСОВ

УДК 657.1

Е. Б. Абдалова (abdalova.e@unecon.ru),
канд. экон. наук, доцент

В. В. Зотова (valera.zotova@gmail.com),
студентка

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ: НОВАЦИИ В УЧЕТЕ

В данной статье рассматриваются основные изменения в методике ведения бухгалтерского учета нематериальных активов, возникающие в связи с началом применения новых Федеральных стандартов бухгалтерского учета в России с 1 января 2024 г.

This article discusses the main changes in the accounting methodology for intangible assets that arise in connection with the beginning of the application of new Federal Accounting Standards in Russia from January 1, 2024.

Ключевые слова: нематериальные активы; МСФО; ФСБУ; новации; унификация; методика учета; гудвилл.

Key words: intangible assets; IFRS; FSBU; innovation; unification; accounting methodology; goodwill.

Современный этап развития общества характеризуется значимым ускорением научно-технического прогресса, развитием сектора информационных услуг, преобразованием мотивации и характера человеческой деятельности, что неминуемо приводит к структурным сдвигам в активах компаний, теоретических исследованиях и практики бухгалтерского учета [1].

Качественные преобразования коснулись и нематериальных активов (далее – НМА), которые в последнее десятилетие стали одним из доминирующих элементов в инновационных отраслях экономики, к ним можно отнести сферу информационных технологий, связь и телевидение, научные исследования и др.

В рамках данной статьи нами будут рассмотрены основные изменения в методике бухгалтерского учета нематериальных активов, возникшие в связи с введением и началом применения новых Федеральных стандартов бухгалтерского учета (далее – ФСБУ) в Российской Федерации.

Совершенствование методики ведения и организации бухгалтерского учета происходит в Российской Федерации постоянно, на основе разрабатываемых и утверждаемых Министерством финансов РФ Программ реформирования бухгалтерского учета, в связи с этим разрабатываются новые стандарты бухгалтерского учета, направленные, в том числе на НМА.

С 1 января 2024 г. в России бухгалтерский учет нематериальных активов в организациях должен осуществляться в соответствии со следующими нормативно-правовыми актами:

– ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы», утвержденный приказом Минфина России от 30.05.2022 № 86н;

– ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения», утвержденный приказом Минфина России от 17.09.2020 № 204н, в редакции приказа Минфина России от 30.05.2022 № 87н, рассматривается применительно к капитальным вложениям в нематериальные активы.

Одна из целей новых стандартов – это унификация российского бухгалтерского учета, направленная на приближение к международным стандартам финансовой отчетности. В связи с этим стоит отметить, что отличительной чертой новых ФСБУ является наличие прямых ссылок в тексте на положения Международных стандартов финансовой отчетности (далее – МСФО).

Одним из главных изменений, связанных с внедрением ФСБУ 14/2022 стало внесение корректив в критерии отнесения объектов к нематериальным активам, исключено два признака, которые не являются специфическими и относятся к общей характеристике активов:

- может быть проведена стоимостная оценка актива и определена его первоначальная стоимость;
- у организации отсутствует намерение продажи актива в течение 12 месяцев или операционного цикла, в случае его превышения данного срока [2].

Таким образом, к нематериальным активам, в соответствии с российской системой нормативного регулирования учета, относится объект, соответствующий следующим признакам:

- может быть идентифицирован, но при этом не имеет физического выражения;
- предполагается использование объекта в обычных видах деятельности организации в течение срока, превышающего 12 месяцев или операционного цикла;
- может приносить экономические выгоды в будущем, при этом организация имеет право на получение дохода от деятельности, связанной с использованием данного объекта.

Рассмотренные преобразования в критериях отнесения объектов к НМА приблизили российский учет к международным стандартам. Это обуславливается тем, что в соответствии с МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы» к НМА относятся активы, отвечающие трем основным характеристикам, это: идентифицируемость, контроль и будущие экономические выгоды.

Также в тексте стандарта отмечается, что его действие не распространяется в отношении нематериальных активов, запланированных к продаже. В этом случае их относят или к запасам в соответствии с МСФО (IAS) 2 «Запасы» или к нематериальным активам для продажи МСФО (IFRS) 5 «Долгосрочные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность». Схожие параметры признания были указаны нами ранее в качестве критериев отнесения объектов к НМА в российском учете.

Данные коррективы приведут к изменению состава и, соответственно, переклассификации объектов, учитываемых в качестве таковых в организациях. Из состава нематериальных активов будут исключены товарные знаки, фирменные наименования и прочие аналогичные объекты, создаваемые организацией самостоятельно в процессе развития бизнеса. Это нововведение разграничит нормы права в части результатов интеллектуальной деятельности и средств их индивидуализации и нормы учета НМА. Объекты, признаваемые правом на результаты интеллектуальной деятельности и средств их индивидуализации в гражданском праве, при их признании и классификации в учете могут быть отнесены как к активам, так и расходам.

Следующим аспектом, требующим внимания является понятие «гудвилл», которое впервые было употреблено в российских стандартах с введением ФСБУ 14/2022, и пришедшее на смену «деловой репутации», используемой в Положении по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (далее – ПБУ 14/2007). Данные изменения можно рассматривать как приведение используемой терминологии в российской практике в соответствии с международными нормами. Но, можно применить и иной подход к исследованию, если в ПБУ 14/2007 использовалось понятие «деловой репутации», вычисляемой как сумма разницы между ценой покупки всего или части предприятия, и суммой всех активов и обязательств по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности на дату его покупки.

Понятие «гудвилл», определенное МСФО (IFRS) 3 «Объединение бизнесов». Это актив, представляющий собой потенциальные экономические выгоды, возникающие благодаря объединению бизнеса, не выделяемые и не признаваемые отдельно. «Гудвилл» в отличие от «деловой репутации» не амортизируется, но проверяется на обесценение в порядке, установленном в рассматриваемом стандарте.

Положительная «деловая репутация» образуется при покупке предприятия, а «гудвилл» – при объединении бизнесов. В связи с этим, организациям, имеющим «на балансе» положительную «деловую репутацию» следует проанализировать операцию, приведшую к ее возникновению, и в случае необходимости списать имеющуюся сумму на нераспределенную прибыль, бухгалтерские проводки для данной операции были приведены ранее.

Кроме того, корректировка потребуется в отношении «деловой репутации», которую организации нужно будет списать, подробнее изменения будут рассмотрены далее. Потребуется внесение изменений в учетную политику и отражение данного факта в бухгалтерской (финансовой) отчетности, которое будет сопровождаться следующими бухгалтерскими проводками [3]:

- Дт 84 Кт 04 – списана «деловой репутации» в связи с переклассификацией активов, обусловленной переходом на ФСБУ 14/2022;

– Дт 05 Кт 84 – списана накопленная амортизация по «деловой репутации», вызванная переклассификацией объектов учета.

Если в результате применения профессионального суждения будет сделан вывод о том, что «гудвилл», который был сформирован в результате объединения бизнесов не обесценился, то его необходимо будет поставить на учет и ежегодно тестировать на обесценение с учетом наличия внешних и внутренних факторов обесценения.

Одним из изменений, возникающим с введением ФСБУ 14/2022, является возможность признания в качестве инвентарного объекта НМА сложного объекта, состоящего из нескольких элементов, в качестве которых могут выступать как результаты интеллектуальной деятельности, так и материальный носитель для данного объекта. В качестве примера можно привести какую-либо программу на носителе информации (диск, USB-накопитель).

Положением по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» предусматривается учет нескольких объектов НМА в качестве инвентарного сложного объекта без носителя информации. Например, кинолента или театральное представление.

Аналогичный механизм реализуется и в МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы», где возможно признание носителя информации для объекта в качестве нематериального актива, на основании профессионального суждения и оценки значимости экспертом предприятия каждого из элементов (нематериального актива и его носителя).

Изменения коснулись и структуры объектов, учитываемых в составе нематериальных активов. С введением нового стандарта у организаций появилась возможность включать лицензии в состав нематериальных активов, которые также признаются в качестве НМА в МСФО (IAS) 38.

В рамках ФСБУ 14/2022 была внедрена возможность оценки объектов как по первоначальной, так и по переоцененной стоимости. Второй способ оценки регламентируется МСФО (IFRS) 38 и применяется в отношении НМА с активным рынком, т. е. для объектов не имеющих ограничений на продажу (передачу) другим организациям.

Использование оценки по переоцененной стоимости предполагает регулярный пересмотр стоимости объекта с фиксацией его стоимости на уровне рыночной цены или приближенному к ней значению. Однако, с другой стороны, такой подход выступает в качестве фактора, ограничивающего возможность применения механизма переоценки, так как НМА не самые активно продаваемые ресурсы.

Подходы к оценке справедливой стоимости и общие принципы ее расчета в данном случае определяются в соответствии с МСФО (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости».

Следующий аспект, на который стоит обратить внимание – это внедрение обязательной проверки на обесценение НМА для всех организаций, за исключением тех компаний, которые ведут упрощенный учет и отчетность.

Методология проведения данной проверки регламентируется нормами МСФО (IAS) 36 «Обесценение активов». Главной особенностью применения данного стандарта является обязанность организации в проведении тестов на обесценение актива на отчетную дату (31 декабря) при возникновении предпосылок:

- внешняя информация (изменение рыночной стоимости объекта, структуры рынка и т. д.),
- внутренняя (моральное и физическое устаревание, снижение эффективности использования объекта, ведущее к уменьшению получаемых экономических выгод),
- утрата активного рынка для НМА, принимаемых к учету по переоцененной стоимости.

Специфические требования предъявляются к активам с неопределенным сроком полезного использования для которых проводится не только ежегодная проверка на обесценение, а также проведение тестов при выявлении возможных признаков обесценения, одним из таких признаков является переход НМА из категории с неопределенным сроком полезного использования в активы с точно известным сроком.

В последнее десятилетие бизнес уделяет больше внимания таким ресурсам как нематериальные активы, что позволяет им динамично развиваться и становиться одним из важных элементов современной инновационной экономики, в связи с этим стандартизация методик ведения их учета в российской и мировой практике является одной из ключевых задач.

Рассмотрение ФСБУ 14/2022 позволило выявить основные тенденции, выраженные в приближении отечественной методологии учета нематериальных активов к международным стандартам финансовой отчетности, коснувшиеся, как и подходов к определению объектов в качестве НМА, так и принятия их к учету, классификации и методике переоценки.

Однако, мы понимаем, что вопросы применения критериев признания в современной платформенной экономике индустрии 4.0 будут иметь дальнейшее развитие как на глобальном, так и на национальном уровнях в связи с появлением новых объектов, например, цифровых, которые могут быть отнесены к НМА, и потребуют их идентификации, классификации, оценки и новых требований по раскрытию информации.

Список использованной литературы

1. **Соколов, В. Я.** Выйти из пещеры. Задача теории бухгалтерского учета / В. Я. Соколов, Е. Б. Абдалова // Архитектура финансов: вызовы новой реальности : материалы XI Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 22–26 марта 2021 г. / Санкт-Петербургский гос. экон. ун.; под науч. ред. И. А. Максимцева [и др.]. – СПб., 2021. – С. 372–375.

2. **Об утверждении** Федерального стандарта бухгалтерского учета (ФСБУ 14/2022) «Нематериальные активы» [Электронный ресурс] : Приказ Минфина России 30.05.2022 г. № 86н // consultant.ru. – Режим доступа: http://consultant.ru/document/cons_doc_LAW-420322. – Дата доступа: 20.03.2024.

3. **Об утверждении** Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению [Электронный ресурс] : Приказ Минфина России, 31 окт. 2000 г., № 94н // Консультант плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

УДК 336.7

М. В. Антонова (antonovamv@yandex.ru),

канд. экон. наук, доцент

А. А. Шутенко (shutenko1aa@gmail.com),

аспирант

Белгородский университет
кооперации, экономики и права
г. Белгород, Российская Федерация

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ АСПЕКТОВ ФИНАНСОВОГО РЫНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Статья посвящена исследованию институциональных аспектов финансового рынка РФ. Объектом исследования выступают профессиональные участники финансового рынка России. Период исследования составляет три года: 2021–2023 гг. В институциональном аспекте на финансовом рынке Российской Федерации функционируют различные организации, которые можно объединить в следующие группы: организации банковского сектора, организации страхового рынка, профессиональные участники рынка ценных бумаг, организации микрофинансирования и др.

Исследование динамики количественных показателей участников финансового рынка РФ позволило выявить четкую тенденцию сокращения организаций банковского сектора, организаций страхового рынка, организаций микрофинансового сектора. Число профессиональных участников рынка ценных бумаг в РФ, напротив, увеличивается.

The article is devoted to the study of the institutional aspects of the financial market of the Russian Federation. The object of the study is professional participants in the Russian financial market. The study period is three years: 2021–2023. In the institutional aspect, various organizations operate in the financial market of the Russian Federation, which can be grouped into the following groups: organizations of the banking sector, organizations of the insurance market, professional participants in the securities market, microfinance organizations and others.

The study of the dynamics of quantitative indicators of participants in the financial market of the Russian Federation has revealed a clear trend of reduction in the organizations of the banking sector, organizations of the insurance market, organizations of the microfinance sector. On the contrary, the number of professional participants in the securities market in the Russian Federation is increasing.

Ключевые слова: финансовый рынок; кредитная организация; страховая организация; профессиональные участники рынка ценных бумаг; микрофинансовые организации.

Key words: financial market; credit institution; insurance organization; professional participants in the securities market; microfinance organizations.

Финансовый рынок Российской Федерации представлен организациями, которые выполняют финансовые операции и организациями, относящимися к инфраструктуре финансового рынка [1].

Целью данного исследования является изучение институциональных аспектов финансового рынка РФ.

Объектом исследования выступают профессиональные участники финансового рынка России. Период исследования составляет три года: 2021–2023 гг.

Методической основой работы, помимо общенаучных теоретических методов, послужили статистические методы исследования.

Информационную базу исследования составили данные Банка России [2].

Организации, выполняющие финансовые операции разнообразны, как по виду выполняемых операций, так и по размеру, особенностям нормативного регулирования и т. п. Данные организации для целей исследования объединим в следующие группы:

- организации банковского сектора;
- организации страхового рынка;
- профессиональные участники рынка ценных бумаг;
- организации рынка микрофинансирования и др.

Изучим динамику данных организаций финансового рынка Российской Федерации за 2021–2023 гг.

Изучим динамику количества кредитных организаций РФ за 2021–2023 гг. (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика количества кредитных организаций Российской Федерации в 2021–2023 гг., ед.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение за период	Темп роста за период, %
	2021	2022	2023		
Банки, всего	335	326	324	–11	96,72
В том числе:					
с универсальной лицензией	234	225	224	–10	95,73
с базовой лицензией	103	101	100	–3	97,09
Небанковские кредитные организации	35	35	37	2	105,71
Действующие кредитные организации	370	361	361	–9	97,57
Примечание – Составлено авторами по данным Банка России [2].					

В исследуемом периоде наблюдается уменьшение количества кредитных организаций с 370 в 2021 г. до 361 в 2023 г.

Снижение связано с сокращением числа банков, если в 2021 г. количество банков в России составляло 335 (в том числе 234 с универсальной лицензией и 103 банка – с базовой лицензией), то в 2023 г. число банков снизилось до 324 (в том числе 224 с универсальной лицензией и 100 банков – с базовой лицензией).

Стоит отметить, что сокращение банков связано с укрупнением банковского бизнеса, которое происходит в форме слияния и присоединения, что связано с осложнением ситуации на финансовом рынке в связи с санкционным давлением недружественных стран в исследуемом периоде.

Число небанковских кредитных организаций в 2021–2023 гг. увеличилось на 2 и достигло 37.

Далее изучим количественные показатели субъектов страхового дела в РФ за 2021–2023 гг. (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика количественных показателей субъектов страхового дела в Российской Федерации в 2021–2023 гг., ед.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение за период	Темп роста за период, %
	2021	2022	2023		
Страховые организации	147	140	132	–15	89,80
Страховые брокеры	59	57	58	–1	98,31
Общества взаимного страхования	16	18	21	5	131,25
Общее количество субъектов страхового дела	222	215	211	–11	95,05
Примечание – Составлено авторами по данным Банка России [2].					

На начало исследуемого периода общее количество субъектов страхового дела составляло 222 организации, в течение исследуемого периода их количество сократилось на 11 организаций и составило в 2023 г. 211 организаций.

Снижение наблюдается по количеству страховых организаций и страховых брокеров:

– страховые организации в 2021 г. действовали в России в количестве 147 организаций, а в 2023 г. их количество снизилось до 132;

– число страховых брокеров в 2021 г. составляло 59, а к 2023 г. их количество снизилось до 58 организаций.

Увеличение наблюдается в динамике обществ взаимного страхования: если в 2021 г. в России действовало 16 обществ взаимного страхования, то в 2022 г. их количество увеличилось до 18, а в 2023 г. достигло 21 общества.

Изучим динамику количества профессиональных участников рынка ценных бумаг РФ за 2021–2023 гг. (таблица 3).

В исследуемом периоде наблюдается увеличение интереса к операциям на рынке ценных бумаг, о чем свидетельствует увеличение профессиональных участников данного рынка:

– количество профессиональных участников фондового рынка (включая банки) в 2021 г. составило 472 организаций, а в 2023 г. достигло 513 организаций, увеличившись на 8,69%;

– количество брокеров в 2021 г. составило 251 организацию, а в 2023 г. достигло 254 организаций, увеличившись на 1,2%;

– количество форекс-дилеров в 2021–2023 гг. не изменялось и составляло 4 организации;

– количество дилеров в 2021 г. составило 279 организаций, а в 2023 г. достигло 282 организации, увеличившись на 1,08%;

– количество доверительных управляющих в 2021 г. составило 182 организации, а в 2023 г. достигло 183 организации, увеличившись на 0,55%;

– количество депозитариев в 2021 г. составило 250 организаций, а в 2023 г. достигло 255 организаций, увеличившись на 2%;

– количество регистраторов в 2021–2023 гг. не изменялось и составляло 31 организацию;

– количество инвестиционных советников в 2021 г. составило 126 организаций, а в 2023 г. достигло 175 организаций, увеличившись на 38,89%.

Таблица 3 – Динамика количества профессиональных участников рынка ценных бумаг Российской Федерации в 2021–2023 гг., ед.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение за период	Темп роста за период, %
	2021	2022	2023		
Профессиональные участники рынка ценных бумаг*	472	515	513	41	108,69
Брокеры	251	253	254	3	101,20
Форекс-дилеры	4	4	4	0	100,00
Дилеры	279	277	282	3	101,08
Доверительные управляющие	182	179	183	1	100,55
Депозитарии	250	252	255	5	102,00
Регистраторы	31	31	31	0	100,00
Инвестиционные советники	126	179	175	49	138,89
* Информация предоставлена с учетом кредитных организаций, осуществляющих профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг.					
Примечание – Составлено авторами по данным Банка России [3].					

Изучим динамику количества организаций финансового рынка микрофинансирования в РФ за 2021–2023 гг. (таблица 4).

Таблица 4 – Динамика количества организаций финансового рынка микрофинансирования Российской Федерации в 2021–2023 гг., ед.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение за период	Темп роста за период, %
	2021	2022	2023		
Микрофинансовые организации (МФО)	1 267	1 162	1 046	–221	82,56
Жилищные накопительные кооперативы (ЖНК)	48	44	41	–7	85,42
Кредитные потребительские кооперативы (КПК)	1 775	1 517	1 437	–338	80,96
Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы (СКПК)	694	638	613	–81	88,33
Ломбарды	2 231	1 980	1 904	–327	85,34
Примечание – Составлено авторами по данным Банка России [2].					

В динамике количества организаций микрофинансирования на финансовом рынке России наблюдается четкая тенденция снижения:

- если в 2021 г. число микрофинансовых организаций составляло 1 267, то к концу 2023 г. их количество снизилось до 1 046;

- количество жилищных накопительных кооперативов сократилось на 7, составив в 2023 г. 41 кооператив;

- число кредитных потребительских кооперативов в 2021 г. составило 1 775, а в 2023 г. уменьшилось на 338 до 1437 кооперативов [3];

- количество сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов сократилось в 2021–2023 гг. на 81 организацию до 613 кооператива;

- финансовый сектор РФ в 2021 г. насчитывал 2 231 ломбарда, а в 2023 г. их количество сократилось до 1 904 организации.

Проведенные исследования позволили сформулировать следующие выводы. В институциональном аспекте на финансовом рынке Российской Федерации функционируют различные организации, которые можно объединить в следующие группы: кредитные организации, страховые организации, профессиональные участники рынка ценных бумаг, организации микрофинансирования и др.

Исследование динамики количественных показателей участников финансового рынка РФ позволило выявить четкую тенденцию сокращения организаций банковского сектора (за три года их количество уменьшилось на 11 организаций), организаций страхового рынка (в 2021–2023 г. количество снизилось на 15 организаций), организаций микрофинансового сектора (количество данных организаций сократилось на 221 организацию). Число профессиональных участников рынка ценных бумаг в РФ, напротив, увеличилось – на 41 участника в исследуемом периоде.

Список использованной литературы

1. **Антонова, М. В.** Проблемы информационной безопасности финансового рынка РФ / М. В. Антонова, А. Е. Хомутов, Н. Г. Мванга // Вестн. Белгород. ун-та кооперации, экономики и права. – 2023. – № 5 (102). – С. 217–224.

2. **Официальный сайт Банка России** [Электронный ресурс] // cbr.ru. – Режим доступа: <https://cbr.ru/>. – Дата доступа: 16.03.2024.

3. **Антонова, М. В.** Актуальные тенденции развития кредитной кооперации в России / М. В. Антонова, Н. Г. Мванга // Вестн. Белгород. ун-та кооперации, экономики и права. – 2023. – № 5 (102). – С. 217–224.

ФИНАНСОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ КАК ЭФФЕКТИВНОГО ИСТОЧНИКА ФИНАНСИРОВАНИЯ НОВОСИБИРСКОГО ОБЛПОТРЕБСОЮЗА

В данной статье проанализирована система управления оборотными активами как эффективного источника финансирования организации потребительской кооперации.

This article analyzes the current assets management system as an effective source of financing for the organization of consumer cooperation.

Ключевые слова: оценка; управление; финансовый анализ; система; оборотные активы; потребительская кооперация; союз; оптимизация; политика финансирования.

Key words: evaluation; management; financial analysis; system; current assets; consumer cooperation; union; optimization; financing policy.

Актуальность исследования: построение эффективной системы управления оборотным капиталом позволяет выявить дополнительные внутренние резервы, и способствует улучшению основных экономических показателей деятельности предприятия и перспектив его развития.

Научно-практическая проблема: потребительские общества и их союзы различно адаптируются на современном рынке потребительских товаров и услуг. Одни организации сначала сократили объемы хозяйственной деятельности, но быстро вписались в рыночную экономику и успешно конкурируют с частным сектором. Другие организации системы потребительской кооперации, оказавшись в кризисной ситуации, не смогли ее преодолеть, и, в связи с этим нуждаются в помощи: организационной, методической и финансовой [1].

Цель научного исследования: оценка текущего состояния и разработка мер по управлению оборотными активами Новосибирского областного союза потребительских обществ, а также оптимизация оборотных активов на основе политики финансирования.

Задачи исследования:

- провести финансовый анализ динамики и структуры оборотных активов организации;
- провести оценку системы управления и эффективности использования оборотных активов организации потребительской кооперации;
- разработать программу мер с целью прогноза финансовой оптимизации бухгалтерского баланса потребительского союза на 2025 г.

Объектом исследования выступает Новосибирский областной союз потребительских обществ г. Новосибирска.

Предметом исследования является финансовая оптимизация системы управления оборотных активов организации.

В процессе исследования применялись следующие виды финансового анализа: вертикальный и горизонтальный анализ баланса, анализ ликвидности организации, рассмотрена динамика основных финансовых результатов и показателей хозяйственной деятельности.

Проведя оценку и проанализировав динамику финансово-хозяйственной деятельности Новосибирского облпотребсоюза за 2021–2022 гг., на основе отчета о финансовых результатах, можно сделать противоречивые выводы. Так, с одной стороны, видим ежегодную отрицательную прибыль от продаж, с другой – тенденцию ежегодного роста чистой прибыли.

Выручка от продаж потребительского союза с каждым годом увеличивается, за два года показатель вырос на 5 363 тыс. р. Валовая прибыль (убыток) имеет негативную динамику в основном из-за высоких показателей себестоимости продаж, в связи с этим Новосибирскому облпотребсоюзу необходимо рассмотреть возможные варианты развития событий, направленные на снижение себестоимости продаж [2, 3].

Избежать увеличения отрицательной чистой прибыли (без учета доходов от участия в других организациях) организации удалось только за счет высокого уровня прочих доходов, но несмотря даже на этот показатель, чистая прибыль (без учета доходов от участия в других организациях) осталась отрицательной (–3 928 тыс. р.).

В 2022 г. за счет относительно высоких прочих доходов, организации удалось избежать высокого чистого убытка (без учета доходов от участия в других организациях) (–1 819 тыс. р.). В 2022 г. было зафиксировано самое высокое значение валового убытка с 2019 г. (–14 404 тыс. р.).

Подводя итоги по динамике финансовых результатов организации, можно сделать вывод, что из-за крайне высоких показателей себестоимости продаж и нерегулярных показателей прочих доходов, организации не удастся достичь положительных финансовых результатов. Тем не менее, благодаря доходам от участия в других организациях, областному потребительскому союзу из года в год удастся наращивать чистую прибыль.

Проводя оценку финансово-хозяйственной деятельности организации, прежде всего, необходимо проанализировать структуру активов [4].

В структуре актива наибольший удельный вес ежегодно занимает раздел «Внеоборотные активы». В данном разделе большое влияние оказывают основные средства, на всем этапе анализа наблюдается динамика их увеличения, что говорит о том, что облпотребсоюз ежегодно наращивает объемы основных средств.

Рассматривая раздел «оборотные активы», можно выявить динамику снижения дебиторской задолженности, на всем этапе анализа показатель снизился почти в два раза, что во многом говорит о положительной тенденции для организации [5, 6].

Следующим этапом при оценке финансово-хозяйственной деятельности организации является анализ структуры пассивов организации. В структуре пассива наибольший удельный вес занимает раздел «капитал и резервы», наблюдается ежегодное увеличение показателя в основном за счет регулярного роста нераспределенной прибыли, в целом значения показателя говорят о хорошей работе предприятия. Второе место в структуре пассива занимает раздел «краткосрочные обязательства». С 2020 г. по 2022 г. показатель, характеризующий кредиторскую задолженность, увеличился в 1,34 раза, что может подтвердить увеличение закупок товаров, развитие торговой сбытовой сети.

Проанализировав динамику финансовых результатов облпотребсоюза, можно сделать противоречивые выводы. Так, с одной стороны, мы видим ежегодную отрицательную прибыль от продаж, с другой – тенденцию ежегодного роста чистой прибыли. Выручка от продаж организации с каждым годом увеличивается, так с 2020 г. по 2022 г. показатель вырос на 5 363 тыс. р. Однако, валовая прибыль (убыток) имеет негативную динамику в основном из-за высоких показателей себестоимости продаж. В 2022 г. за счет относительно высоких прочих доходов, организации удалось избежать высокого чистого убытка (без учета доходов от участия в других организациях) (–1 819 тыс. р.). Тем не менее, в 2022 г. было зафиксировано самое высокое значение валового убытка с 2020 г. (–14 404 тыс. р.). Тем не менее, благодаря доходам от участия в других организациях, облпотребсоюзу из года в год удастся наращивать чистую прибыль.

Проанализировав динамику показателей рентабельности организации, было выявлено: рентабельность собственного капитала в 2022 г. увеличилась по сравнению с 2020 г. на 3,907%, а рентабельность активов увеличилась на 0,039%. Рентабельность продаж (услуг), в свою очередь увеличилась на 8,25%.

В процессе анализа соотношения активов организации по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения, необходимо учитывать, что бухгалтерский баланс можно считать абсолютно ликвидным, если: $A1$ (Наиболее ликвидные активы) $>$ $P1$ (Наиболее срочные обязательства); $A2$ (Быстрореализуемые активы) $>$ $P2$ (Краткосрочные пассивы); $A3$ (Медленно реализуемые активы) $>$ $P3$ (Долгосрочные пассивы); $A4$ (Труднореализуемые активы) $<$ $P4$ (Собственный капитал) было выявлено, бухгалтерский баланс организации обладает абсолютной ликвидностью.

Анализируя динамику показателей ликвидности потребительского союза за 2020–2022 гг., было выявлено, что значение коэффициента абсолютной ликвидности ежегодно превышает нормативное значение. Если в 2020 г. показатель превышал нормативное значение более чем в три раза (1,704 при значениях норматива 0,5), то в 2022 г. показатель превысил нормативное значение более чем в четыре раза. Данный факт характеризует, как с одной стороны, способность облпотребсоюза погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счет собственных денежных средств, средств на счетах и краткосрочных финансовых вложений, так с другой стороны недостаточно эффективное использование оборотных активов [7]. Аналогичные изменения наблюдаются и по остальным показателям ликвидности.

Проводя анализ относительных показателей финансовой устойчивости организации, можно выделить следующие: коэффициент соотношения заемных и собственных средств (ежегодно показатели остаются ниже нормативного значения), коэффициент обеспеченности соб-

ственными оборотными средствами (показатели ежегодно превышают нормативное значение), коэффициент автономии (показатели ежегодно превышают нормативное значение) и коэффициент финансовой зависимости (показатели ежегодно превышают нормативное значение).

В результате проведения оптимизации бухгалтерского баланса организации на 2025 г. во внимание необходимо принять следующие мероприятия:

1. Приведение в норму (или приближение к нормативному значению) коэффициентов: абсолютной ликвидности, быстрой ликвидности, текущей ликвидности, путем увеличения кредиторской задолженности;

2. В связи с тем, что коэффициент оборачиваемости запасов превышал нормативное значение более чем в 65 раз, необходимо направить денежные средства (от кредиторской задолженности) на увеличение товарных запасов;

3. Так как основную прибыль организация получает от участия в других организациях, является целесообразным увеличить долю финансовых вложений организации. Данное увеличение может быть осуществлено за счет кредиторской задолженности (что и было проведено в данном разделе), а также за счет нераспределенной прибыли организации. Далее представлен сравнительный анализ основных финансовых показателей на 2022 г. и плановый период 2025 г.

После проведения оптимизации бухгалтерского баланса организации на 2025 г. необходимо провести сравнительный анализ основных финансовых показателей на 2022 г. и прогнозный 2025 г. Проведя сравнительный анализ финансовых показателей, можно сделать вывод, что ряд основных финансовых показателей был приведен в норму (или был приближен к нормативному значению), таблицы 1 и 2.

Таблица 1 – Показатели бухгалтерского баланса Новосибирского облпотребсоюза после оптимизации

Показатели	2022 г.	2025 г. прогноз	Темп роста, % 2025–2022 гг.
АКТИВ			
Внеоборотные активы			
Основные средства	52 350	60 949	116,43
Финансовые вложения	9 362	13 484	144,03
Прочие внеоборотные активы	470	470	100,00
Итого	62 182	74 903	120,46
Оборотные активы			
Запасы	270	11 090	4 107,41
Дебиторская задолженность	4 702	2 894	61,55
Финансовые вложения (за исключ. денеж. эквивалентов)	19 500	28 084	144,02
Денежные средства и денежные эквиваленты	2 344	2 961	126,32
Прочие оборотные активы	6 558	6 558	100,00
Итого	33 374	51 587	154,57
Баланс	95 556	126 490	132,37
ПАССИВ			
Капитал и резервы			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд)			
Добавочный капитал (без переоценки)	45 346	45 346	100,00
Резервный капитал			
Нераспределенная прибыль	39 793	51 369	129,09
Итого	85 139	96 715	113,60
Краткосрочные обязательства			
Заемные средства	3 794	3 731	98,34
Кредиторская задолженность	6 623	26 044	393,24
Доходы будущих периодов			
Оценочные обязательства			
Итого	10 417	29 775	285,83
Баланс	95 556	126 490	132,37
Примечание – Источник: составлено автором по данным источника [8]			

В таблице 2 представлен сравнительный анализ основных финансовых показателей на 2022 г. и прогноз 2025 га.

Таблица 2 – Сравнительный анализ финансовых показателей за 2022 г. и прогнозный 2025 г.

Наименование показателя	2022 г.	2025 г. прогноз	Нормативное значение коэффициента
Показатели ликвидности, %			
Коэффициент абсолютной ликвидности	2,097	0,9	0,5
Коэффициент быстрой ликвидности	2,548	1	1
Коэффициент текущей ликвидности	3,204	1,22	1,5–2
Показатели финансовой устойчивости, %			
Коэффициент оборачиваемости запасов	522,34	8	8
Коэффициент автономии	0,891	0,76	0,5–0,7
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,688	0,42	0,5
Коэффициент финансовой устойчивости	0,89	0,76	0,8–0,9
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,27	0,23	0,2–0,5
Примечание – Составлено автором по данным источника [8].			

Оценивая текущую ситуацию в части финансирования источников оборотных активов становится понятно, что для Новосибирского облпотребсоюза характерен умеренный (или компромиссный) тип политики финансирования оборотных активов, так как запасы обеспечивают суммой собственных оборотных и долгосрочных заемных средств. Такая модель финансирования оборотных активов обеспечивает приемлемый уровень финансовой устойчивости организации в процессе ее развития. Система предложенных мер финансовой оптимизации даст положительный результат использования оборотных активов как эффективного источника финансирования. В процессе анализа бухгалтерской отчетности Новосибирский областной союз потребительских обществ города Новосибирска установлено, что:

- по состоянию за 2022 г. сформировалась нерациональная структура оборотных активов;
- источники формирования имущества представлены как собственным капиталом, так и заемными средствами;
- наблюдается тип абсолютной финансовой устойчивости, что показывает высокую платежеспособность и независимость от кредитов;
- бухгалтерский баланс облпотребсоюза за исследуемый период абсолютно-ликвиден;
- деловая активность растет, из этого следует, что оборотные активы Новосибирского облпотребсоюза используются эффективно.

Список использованной литературы

1. **О потребительской** кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 19.06.1992 № 3085-1
2. **Постановление** правительства РФ от 25.06.2003 г. № 367 «Об утверждении правил проведения арбитражными управляющими финансового анализа».
3. **Агеева, О. А.** Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс] : в 2 ч. : учебник / О. А. Агеева, Л. С. Шахматова. – М. : Юрайт, 2021. – Часть 1. Бухгалтерский учет. – 273 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/471336>. – Дата доступа: 09.03.2024.
4. **Бланк, И. А.** Финансовый менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. курс / И. А. Бланк. – М. : Ника-Центр, 2020. – 369 с. – Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/78147.html>. – Дата доступа: 09.03.2024.
5. **Гиляровкая, Л. Т.** Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс] / Л. Т. Гиляровкая, Д. В. Лысенко, Д. А. Эндовицкий. – М. : Велби, 2020. – 186 с. – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/469236>. – Дата доступа: 09.03.2024.
6. **Гольченко Ю. В.** К вопросу об эффективности использования оборотного капитала [Электронный ресурс] // Поиск (Волгоград). – 2021. – № 1 (6). – С. 125–127. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/481950>. – Дата доступа: 09.03.2024.
7. **Мороз, О. Н.** Цифровые перспективы потребительского рынка и сферы услуг России / О. Н. Мороз, Р. М. Шахнович, В. А. Чернова, Е. Р. Попова // Социально-экономическое развитие сельских территорий: тренды кооперации : материалы Всероссийской (нац.) науч.-практ. конф., Новосибирск, 1 нояб. 2022 г. / Сиб. ун-т потреб. кооп. ; под ред. Л. П. Наговициной. – Новосибирск, 2022. – С. 126–130.
8. **Новосибирский** облпотребсоюз [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Новосибирск. – Режим доступа: <http://www.nops.ru/structure.html>. – Дата доступа: 09.03.24.

СУЩНОСТЬ И НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА УЧЕТА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье проведен анализ теоретических подходов к сущности финансовых результатов как основы эффективного управления деятельностью предприятия, с учетом действующей нормативно-правовой базы.

The article analyzes theoretical approaches to the essence of financial results as the basis for effective management of an enterprise, taking into account the current regulatory framework.

Ключевые слова: финансовые результаты; предприятие; эффективность.

Key words: financial results; enterprise; efficiency.

В условиях рыночного хозяйствования важными факторами, которые обуславливают масштабы и темпы развития предприятия, основы эффективного управления деятельностью предприятия, обеспечение конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг, является объем и структура финансовых результатов его деятельности.

Трактовка сущности финансовых результатов является важной научной проблемой. Изучение данного вопроса в научных трудах известных ученых – экономистов: Х. Андерсена, А. С. Бородинки, Б. И. Валуева, И. В. Замулы, Г. Кирейцева, М. В. Кужельного, К. В. Измайловой, В. А. Ластовецкого, С. Л. Лондар, В. Линника, Дж. Люббека, Н. Л. Правдюк, М. С. Пушкар, Дж. Робертсона, В. В. Сопка, Л. К. Сук, Л. В. Фроловой, В. А. Шевчука, И. И. Яремка и других показало, что в зависимости от вида деятельности, периода, использования различных оценок и других критериев существует множество различных подходов к трактовке категории «финансовые результаты». Полемика на протяжении десятилетий в значительной мере разворачивалась вокруг сущности, форм и источников формирования результатов деятельности, методики их определения [1, с. 55].

Учет финансовых результатов возник с появлением первых торговых операций около 3 600 г. до н. э. Таким образом, в Древнем мире появились систематическая и хронологическая регистрация, и периодическая публичная отчетность. Все это заложило основы для последующего развития учета финансовых результатов. В Средневековье сформировались парадигмы, способствующие усложнению системы учета, сопоставлению денежных поступлений и платежей.

В это время уже наблюдалось сосуществование трех учетных парадигм: униграфической (простая бухгалтерия), камеральной (бюджетная бухгалтерия) и диграфической (двойная бухгалтерия) (рисунки). Использование понятия учетной парадигмы, представляющей собой совокупность одних и тех же правил и стандартов учетной теории и практики, позволяет рассматривать историю бухгалтерского учета не просто как хранилище фактов, расположенных в хронологическом порядке, а дает возможность увидеть историю учета как развитие бухгалтерской науки и практики [2].

Анализ рассмотренных подходов показывает, что они частично совпадают, но при этом каждый из них раскрывает определенную сторону этой сложной и многогранной категории. В соответствии с этим было разработано авторское определение «финансовые результаты», которое состоит в том, что финансовые результаты – это итог хозяйственной деятельности предприятия, который отражает эффективность производственной, сбытовой, финансовой и инвестиционной деятельности предприятия в виде прибыли (убытка).

Что касается нормативно-правовых актов, то следует отметить, что основным законодательным актом, регламентирующим состав финансовой отчетности, является Закон Донецкой Народной Республики (ДНР) «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности». В соответствии с Разделом IV данного закона «Финансовая отчетность» п. 13.2, обязательными отчетами на территории республики являются сводный баланс и отчет о финансовых результатах, который, в свою очередь, может включать отчет о движении денежных средств, отчет о собственном капитале и примечания к отчетности.



Так «определение финансового результата деятельности осуществляется путем сравнения доходов и расходов» [3, с. 200], т. е. сравниваются доходы отчетного периода и затраты, понесенные для получения этих доходов. Общие правила формирования в учете информации о доходах установлены положением (стандарт) бухгалтерского учета (П(С)БУ) 15 «Доход», которое применяется украинскими предприятиями, организациями и другими юридическими лицами независимо от форм собственности. Порядок формирования в учете информации о затратах определяет П(С)БУ 16 «Затраты». Также для определения финансового результата деятельности за отчетный период необходимо придерживаться принципов признания доходов и затрат, а именно: начисления; соответствия; периодичности.

Правильное применение указанных принципов дает возможность достоверно определить финансовый результат предприятия, признать и сравнить сумму дохода и соответствующих затрат каждого отчетного периода. Таким образом, финансовый результат – это конечный итог финансово-хозяйственной деятельности предприятия, выраженный в виде прибыли или убытка.

На сегодняшний день нормативно-правовая база учета финансовых результатов представлена документами четырех уровней:

1. Законодательный (Гражданский кодекс Российской Федерации (РФ), Налоговый кодекс РФ, Трудовой кодекс, Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», другие федеральные законы, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ). В частности, налоговый кодекс (НК) РФ определяет правила формирования налогооблагаемой прибыли. Гражданский кодекс (ГК) РФ определяет порядок передачи права собственности на продукцию, товар, услугу и регулирует порядок заключения договоров купли-продажи, аренды, займа, комиссии и т. д., приводящих к возникновению доходов и расходов. Единые правила, принципы и требования ведения бухгалтерского учета определены законом № 402-ФЗ.

2. Нормативный (федеральные стандарты по бухгалтерскому учету; непосредственное определение принципов, норм, способов ведения бухгалтерского учета и формирования состава финансовых результатов) регулируется положением по бухгалтерскому учету (ПБУ) 1/2008 «Учетная политика», ПБУ 9/99 «Доходы организации», ПБУ 10/99 «Расходы организации», ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций». Кроме того, практически все ПБУ, регулирующие принципы, правила, методы учета активов и обязательств, имеют оговорку или ряд из них, которые определяют взаимосвязь между рассматриваемым объектом и организацией учета финансовых результатов. Кроме того, учет финансовых результатов может регулироваться путем анализа принципов учета активов и обязательств определенной экономической ситуации в деятельности организации, информация о которой формируется в системе бухгалтерского учета финансовых результатов.

3. Методический (Методические указания, инструкции, рекомендации Минфина РФ, Центрального банка РФ и др.). Так, базовые правила и принципы представления в бухгалтерской отчетности показателей финансовых результатов в развитии положений ПБУ 4/99 регулируются Приказом Минфина России «О формах бухгалтерской отчетности организаций». Методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств устанавливают требования к порядку проведения инвентаризации финансовых результатов.

4. Организационный (рабочие документы предприятия, учетная политика). Основным документом этого уровня – учетная политика, формируемая в обязательном порядке всеми предприятиями и организациями. В современных условиях учетная политика выступает как основной инструмент в управлении затратами, формирования финансовых результатов, влияющим на формирование и значение статей отчетности [4, 5, 6].

ООО «Престиж» является юридическим лицом, основной вид деятельности – свиноводство. Кроме того выращивание зерновых, кормовых, технических, культур. В состав комплекса входит комплекс по выращиванию свинины, а также комплекс по переработке свинины в дистрибуционный центр. ООО «Престиж» полностью автоматизирована и оснащена самым современным оборудованием. Также на предприятии внедрены новейшие энергосберегающие технологии. Комбикормами свиноферму обеспечивает входящий в ее состав внутрихозяйственный комплекс по производству кормов.

По результатам динамики формирования основных видов прибыли ООО «Престиж» можно сделать вывод, что валовая прибыль в отчетном году уменьшилась на 22 993 тыс. р. т. е. на 29,11%. Прибыль от операционной деятельности в отчетном году увеличилась на 91 216 тыс. р. Прибыль от обычной деятельности до налогообложения в 2022 г. увеличилась на 136 901 тыс. р. Чистая прибыль в 2022 г. увеличилась на 110 890 тыс. р. почти в четыре раза по сравнению с 2021 г. Такой резкий рост был обусловлен тем, что в 2022 г. в рамках реализации крупнейшего инновационного проекта в агропромышленном секторе ДНР, ООО «Престиж» продемонстрировала существенный рост всех производственных и экономических показателей. Результаты анализа формирования чистой прибыли предприятия приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ источников формирования чистой прибыли ООО «Престиж»

Показатели	2021 г.	2022 г.	Отклонения (+/-)	Темп роста, %
Чистая выручка от реализации продукции	818 937	1 004 525	185 588	122,66
Себестоимость реализованной продукции	739 943	948 524	208 581	128,19
Валовая прибыль	78 994	56 001	-22 993	70,89
Прибыль (убыток) от операционной деятельности	184 179	275 395	91 216	149,53
Прибыль (убыток) от обычной деятельности до налогообложения	40 316	177 217	136 901	439,57
Чистая прибыль (убыток)	32 656	143 546	110 889	439,57

Проанализировав источники формирования чистой прибыли предприятия ООО «Престиж» можно сделать вывод, что в 2022 г. по сравнению с 2021 г. чистая выручка от реализации продукции увеличилась на 185 588 тыс. р. Благодаря увеличению себестоимости реализованной продукции на 208 581 тыс. р. (28,19%) в отчетном периоде сократился валовой доход на 22 993 тыс. р. Прибыль от операционной деятельности в 2021 г. составила 275 395 тыс. р. что на 91 216 тыс. р. больше чем в прошлом году. Касательно прибыли от обычной деятельности до налогообложения, то в 2021 г. она увеличилась на 136 901 тыс. р. Темп изменения составил 39,57% по сравнению с прошлым годом. Благодаря увеличению прибыли основных видов деятельности предприятия чистая прибыль увеличилась на 110 889 тыс. р.

Таким образом на основе проведенного анализа по показателям рентабельности производства и реализации продукции можно сделать вывод, что рентабельность коммерческая (валовая) в отчетном году увеличилась на 12,72%, это произошло за счет увеличения прибыли от обычной деятельности до налогообложения на 136 901 тыс. р. и увеличением чистой выручки от реализации продукции на 85 588 тыс. р. Рентабельность коммерческая (нетто – рентабельность продукции) увеличилась в отчетном году на 10,3%. Рентабельность продаж и рентабельность производства увеличилась в отчетном году соответственно на 4,93% и 4,46%.

Таким образом, важную роль в системе эффективного управления деятельностью в сельскохозяйственном предприятии занимают финансовые результаты, как итог производственно-хозяйственной деятельности. От размера финансовых результатов, их эффективного управления и распределения зависит рост прибыльности на предприятии, инвестиционная и деловая привлекательность, благополучие владельцев. Контроль за формированием финансовых результатов должен проводиться с использованием инструментов диагностики, благодаря чему создается интегральная целостность и комплексность процесса принятия решения, что в значительной степени определяет общую эффективность деятельности предприятия.

Список использованной литературы

1. **Тымчина, Л. И.** Финансовый результат, как важнейшая составляющая информационной системы предприятия [Электронный ресурс] / Л. И. Тымчина, Ю. В. Лебедева // Журн. экон. исследований. – 2017. – № 3. – С. 55–63. – Режим доступа: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/15953/view>. – Дата доступа: 18.12.2023.
2. **Катышева, Е. А.** Эволюция финансового результата [Электронный ресурс] / Е. А. Катышева // Молодой ученый. – 2019. – № 46 (284). – С. 342–344. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/284/63879/>. – Дата доступа: 18.01.2024.
3. **Омельченко О. Ю.** Аспекты учета бухгалтерской и налоговой прибыли [Электронный ресурс] / О. Ю. Омельченко // Учет, анализ, аудит и статистика: фундаментальные и прикладные научные исследования. Материалы I междунар. науч.-практ. конф., 31 мая 2016. – Н. Новгород, 2016. – Режим доступа: http://scipro.ru/wp-content/uploads/2023/11/31_05_16_account.pdf. – Дата доступа: 15.03.2024.
4. **Алиева, П. Д.** Экономическая сущность и нормативно- правовая база учета финансовых результатов [Электронный ресурс] / П. Д. Алиева, М. Г. Раджабова // Актуал. вопр. совр. экономики. – 2019. – № 6–2. – С. 222–226.
5. **Деренский, Д. И.** Финансовый результат деятельности предприятия: сущность понятия и показатели [Электронный ресурс] / Д. И. Деренский, С. А. Шевченко // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 1–1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovyy-rezultat-deyatelnosti-predpriyatiya-suschnost-ponyatiya-i-pokazateli>. – Дата доступа: 27.03.2024.
6. **Кагарманова, А. И.** Методологические подходы к анализу финансовых результатов предприятия [Электронный ресурс] / А. И. Кагарманова, Д. Р. Шарафутдинова // Науч.-практ. электронный журн. «Аллея Науки». – 2019. – № 1 (28). – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37041499>. – Дата доступа: 18.02.2024.

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ

В статье рассматриваются проблемы совершенствования системы налогообложения образования в целях устойчивого развития Республики Беларусь. Определены роль и значение налогообложения образовательных услуг в процессе управления финансово-хозяйственной деятельностью учреждений образования. Рассмотрены качественные характеристики вложений в человеческий капитал. В статье приведена группировка налогоплательщиков образовательной сферы.

The article discusses the problems of improving the education taxation system for the purposes of sustainable development of the Republic of Belarus. The role and significance of taxation of educational services in the process of managing the financial and economic activities of educational institutions is determined. The qualitative characteristics of investments in human capital are considered. The article shows the grouping of taxpayers in the educational sector.

Ключевые слова: инвестиции в человеческий капитал; налоги; налогообложение; налоговая политика; образование; устойчивое развитие; человеческий капитал.

Key words: investments in human capital; taxes; taxation; tax policy; education; sustainable development; human capital.

В условиях инновационного развития экономики Республики Беларусь образовательный уровень становится важнейшим фактором и обязательным условием формирования экономической и социальной основы общества. Уровень образовательной подготовки населения является одним из показателей, характеризующим конкурентоспособность страны. Инвестиции в образовательную деятельность являются одним из факторов экономического роста. Таким образом, деятельность образовательного кластера привлекает все больше внимания, поскольку она направлена на получение систематизированных знаний, практических умений и навыков с целью их эффективного применения в профессиональной деятельности.

Теоретические и прикладные аспекты формирования налоговой политики в области образования становятся предметом обсуждения и научных дискуссий. Концепция системы налогообложения образования рассмотрена в работах Е. С. Вылковой [1], Д. В. Масловой [2] и др. В настоящее время исследованию влияния налоговых инструментов на формирование человеческого капитала посвящены работы таких авторов, как Е. Ф. Киреевой [3], М. Р. Пинской [4], Л. И. Гончаренко [5] и др.

Повышение качества человеческого капитала является одним из основных факторов устойчивого развития экономики Республики Беларусь. Введение категории «человеческий капитал» в состав производственных ресурсов дает возможность говорить о задачах по его восстановлению, а также об инструментах финансирования вложений в человеческий капитал, в том числе увеличении объема инвестиций в образовательную сферу.

Проанализировав экономическую сущность категории «инвестиции в человеческий капитал», следует отметить что вложения в человеческий капитал имеют ряд свойств и качеств. Качественная характеристика инвестиций в человеческий капитал представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Качественная характеристика вложений в человеческий капитал

Наименование	Характеристика вложений в человеческий капитал
Жизненный срок	Отдача от инвестиций в человеческий капитал непосредственно зависит от срока жизни его носителя (от продолжительности трудоспособного периода). Чем раньше производятся вложения в человеческий капитал, тем быстрее инвестиции начинают приносить отдачу
Способность к генерации и износу	Человеческий капитал не только подвержен физическому и моральному износу, но и способен накапливаться и умножаться. По мере накопления человеческого капитала его доходность повышается до определенного предела, ограниченного верхней границей активной трудовой деятельности (активного трудоспособного возраста), а затем резко снижается
Примечание – Составлено авторами.	

Таким образом, от продолжительности жизненного срока и способности к генерации и износу зависит качество человеческого капитала.

Считаем, что по сравнению с прочими видами инвестиций, инвестиции в человеческий капитал являются наиболее выгодными как с точки зрения индивидуума, так и с точки зрения всего гражданского общества.

Вложения в человеческий капитал осуществляют общество, государство, общественные объединения, коммерческие организации, образовательные учреждения, физические лица и сам владелец человеческого капитала. Основным инвестором человеческого капитала является государство.

Основным элементом человеческого капитала любого государства является уровень образования населения. Государство имеет широкие возможности для прямого и косвенного влияния на воспроизводство человеческого капитала. Основным источником доходной части государственного бюджета являются налоги, сборы и другие обязательные платежи. Государство, субсидируя образовательную сферу, фактически финансирует создание качественного человеческого капитала. Высокое качество подготовки и профессионализм человеческого капитала повышает эффективность производства и увеличивает благосостояние страны. Инвестирование в образовательную деятельность дает государству финансовое основание возмещать расходы посредством инструментария системы налогообложения.

Образовательные процессы в Республике Беларусь организуются различными субъектами. К субъектам образовательной деятельности относятся учреждения образования и организации, реализующие отдельные образовательные программы; физические лица, инвестирующие в собственное образование и образование родственников; хозяйствующие субъекты, заинтересованные в обучении будущих работников, а также повышении квалификации работающего в организации персонала. Указанные субъекты образования финансируя образовательную деятельность, вступают одновременно в налоговые отношения с государством.

Немаловажное место в политике привлечения инвестиций в образование играет налоговая политика. Налоговой политикой в сфере образования следует считать систему мероприятий, проводимых государством в области управления налогами образовательного кластера.

Налогообложение деятельности учреждений образования строится с учетом активной поддержки образовательной сферы как со стороны государства, так и частных инвесторов. Не последнюю роль в поддержке образовательного кластера играет его социальная и общественная значимость. Государство использует налоговые инструменты, активно воздействует на образовательную сферу. Таким образом, кроме фискальной функции система налогообложения приобретает экономическое и институциональное содержание.

Налоги, уплачиваемые субъектами налогообложения (учреждениями образования) являются не столько фискальным, сколько финансово-правовым регулятором их экономической деятельности, стимулируя инновационное и интеграционное развитие и обеспечивая образовательным организациям финансовую устойчивость.

Проанализировав налоговые отношения субъектов образовательной деятельности, нами предложена группировка налоговых плательщиков образовательного кластера. Группировка налогоплательщиков сферы образования представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Группировка налогоплательщиков сферы образования

Субъекты образовательной деятельности	Характеристика
Юридические лица	государственные учреждения образования
	частные учреждения образования
	организации, реализующие отдельные образовательные программы
	хозяйствующие субъекты, заинтересованные в обучении будущих работников и повышении квалификации работающих в организации
Физические лица	физические лица, инвестирующие в собственное образование и образование родственников
	физические лица, оказывающие спонсорскую и благотворительную помощь учреждениям образования
Примечание – Составлено авторами.	

Считаем, что налогоплательщиками образовательной сферы являются все субъекты образования.

Система налогообложения образовательной среды в Республике Беларусь регулируется Общей частью Налогового кодекса и Особенной частью Налогового кодекса. Указанные нормативно правовые документы определяют налоговую базу, регулируют порядок взимания налогов, оговаривают объекты и субъекты налогообложения, указывают инструменты налогового стимулирования образовательной деятельности.

Налоговое законодательство не снимает с учреждений образования обязанности по уплате налогов. Используя налоговые преференции государство сознательно снижает уровень налоговой нагрузки учреждений образования.

Проанализировав действующее в Республике Беларусь налоговое законодательство, следует отметить что образовательная деятельность государственных учреждений образования освобождена от уплаты налога на добавленную стоимость. Организации, оказывающие образовательные услуги в Республике Беларусь, Республике Казахстан и Российской Федерации не уплачивают налог на прибыль.

Кроме того, во всех рассмотренных налоговых законодательствах предусмотрена льгота по налогу на прибыль по сумме благотворительной помощи, направленной на развитие образовательных учреждений; предусмотрено уменьшение величины налогооблагаемой прибыли на сумму расходов, затраченных организациями на финансирование расходов по обучению и повышению квалификации работников.

Следует отметить, что образовательные учреждения освобождаются от уплаты налогов на землю и имущество по зданиям, сооружениям, оборудованию, участвующим в образовательной деятельности, а также по земельным участкам, предоставленным для учебных и спортивных целей.

Считаем, образовательная деятельность человека повышает уровень и запас знаний и умений, что позволит увеличить объем и качество человеческого капитала. Труд становится более производительным, а доход человека – носителя капитала – более высоким, и следовательно, увеличивается потенциальная налогооблагаемая база.

Образование является основой развития социально-экономической среды любого общества и предопределяет возможности реализации предпринимательского потенциала.

Совершенствование системы налогообложения учреждений образования Республики Беларусь должно исходить не только из обеспечения баланса интересов образовательных организаций как организаций социальной направленности и фискального интереса государства, но и обеспечения благоприятных условий учреждений образовательного кластера для достижения ими основной цели государственной политики в области образования – повышения доступности качественного образования, соответствующего требованиям инновационного развития экономики, современным потребностям общества и каждого гражданина.

Рассмотренные в статье теоретико-методологические налогообложения сферы образования остаются дискуссионными. Считаем, что предложенный механизм налогообложения образовательного кластера может стать одним из важнейших инновационных механизмов устойчивого развития национальной экономики. Реализация разработанных предложений позволит повысить информационную емкость налогового администрирования, даст возможность обеспечить налоговую систему Республики Беларусь практическим инструментарием налогового стимулирования образовательной деятельности.

Список использованной литературы

1. **Вылкова, Е. С.** Концептуальные основы реформирования налога на доходы физических лиц в России / Е. С. Вылкова, А. Л. Тарасевич. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та экономики и финансов, 2010. – 212 с.
2. **Маслова, Д. В.** Влияние налогообложения труда на человеческий капитал / Д. В. Маслова // Финансы и кредит. – 2013. – № 7. – С. 11–17.
3. **Киреева, Е. Ф.** Налоговая поддержка образования в целях устойчивого развития в странах ЕАЭС / Е. Ф. Киреева // Экономика. Налоги. Право. – 2023. – № 4. – С. 136–145.
4. **Пинская, М. Р.** Налоговое стимулирование развития человеческого капитала: состояние и перспективы / М. Р. Пинская // Экономика. Налоги. Право. – 2019. – № 12. – С. 137–146.
5. **Гончаренко, Л. И.** К вопросу о налоговом стимулировании / Л. И. Гончаренко // Инновационное развитие экономики. – 2014. – № 23. – С. 26–30.

ОТРАЖЕНИЕ РИСКОВ В ОТЧЕТАХ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ РОССИЙСКИХ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ

В статье проанализирована отчетность в области устойчивого развития российских нефтегазовых компаний ПАО «Газпромнефть», ПАО «Лукойл», ПАО «Татнефть», ПАО «НК «Роснефть», ПАО «НОВАТЭК». Выявлены сходства и различия в раскрытии информации о рисках, которые влияют на деятельность нефтегазовых компаний.

The article analyzes the sustainable reporting of Russian oil and gas companies PJSC Gazprom Neft, PJSC Lukoil, PJSC Tatneft, PJSC NK Rosneft Oil Company, JSC NOVATEK. Similarities and differences in the disclosure of information about risks that affect the activities of oil and gas companies have been identified.

Ключевые слова: риски нефтегазовых компаний; отчетность нефтегазовых компаний; отчетность в области устойчивого развития.

Key words: risks of oil and gas companies; reporting of oil and gas companies; sustainable reporting.

Россия является лидером по количеству полезных ископаемых: имеет большие запасы золота, каменного угля, олова, а также обладает крупнейшими в мире запасами природного газа и находится среди лидирующих позиций по количеству запасов нефти.

В настоящее время нефтегазовая отрасль является важной частью экономики России, а также играет значимую роль в энергетической безопасности страны. Актуальность данного исследования состоит в том, что отражение рисков в отчетности нефтегазовых компаний позволяет оценить потенциальные угрозы и возможности для развития отрасли, способствует принятию оптимальных решений инвесторами и другими заинтересованными сторонами.

Рассмотрим пять крупных российских нефтегазовых компаний: публичное акционерное общество (ПАО) «Газпромнефть», ПАО «Лукойл», ПАО «Татнефть», ПАО «нефтяная компания (НК) «Роснефть», ПАО «НОВАТЭК». В таблице 1 приведены ключевые риски, которые представлены в отчетах об устойчивом развитии каждой из них [1–5].

В отчетности всех рассматриваемых компаний указаны риски в области общественного здравоохранения. В связи с пандемией COVID-19 большинство крупных компаний во всех отраслях экономики стали уделять большое внимание рискам распространения эпидемий, которые могут приводить к потере человеческого ресурса и к приостановке деятельности. Несмотря на снятие противоэпидемических ограничений, нефтегазовые компании в должной мере уделяют внимание данным рискам в области устойчивого развития.

Также каждая компания выделила риски, обусловленные изменением климата. Весь мир обеспокоен этой проблемой. Нефтегазовым компаниям необходимо сокращать выбросы парниковых газов, чтобы минимизировать воздействие на окружающую среду. Выявленное воздействие на экологию снижает репутацию, сокращает выручку, что в целом приводит к падению доходности бизнеса. Поэтому риски, связанные с изменением климата, являются высокими в данной отрасли.

Нехватка квалифицированного персонала также является существенным риском в нефтегазовой отрасли, поэтому его выделяют все рассматриваемые компании. Недостаточная квалификация и профессионализм работников могут оказывать негативное влияние на финансовые результаты деятельности организации. Поэтому в настоящее время уделяется большое внимание комплексному развитию кадрового потенциала, реализуются программы, направленные на привлечение и подготовку молодых специалистов, а также профессиональное развитие и повышение квалификации работников.

Таблица 1 – Сравнение рисков в Отчетах об устойчивом развитии

Виды рисков	ПАО «Газпром нефть»	ПАО «Лукойл»	ПАО «НК «Роснефть»	ПАО «Татнефть»	ПАО «НОВАТЭК»
Риски в области общественного здравоохранения и распространения эпидемий	+	+	+	+	+
Риски, связанные с изменениями климата и экологические риски	+	+	+	+	+
Риски нехватки квалифицированного персонала	+	+	+	+	+
Риски в области промышленной безопасности	+	+	+	+	+
Риски в области охраны труда	+	+	+	–	+
Риски потери деловой репутации	+	+	+	+	–
Риски изменения законодательства РФ	–	–	+	+	+
Риски нарушения прав человека	–	+	–	–	+
Риски санкций в отношении компании и контрагентов	–	–	–	+	+
Финансовые (инвестиционные) риски	–	–	+	+	–
Риски информационной безопасности	–	–	+	+	–

Риски в области промышленной безопасности или производственные риски оказывают влияние на деятельность всех организаций отрасли. Причиной этих рисков служит эксплуатация сложных технологических комплексов, относящихся к особо опасным производственным объектам. Существует угроза получения травм, потенциальная угроза жизни и здоровью персонала, вероятность выхода из строя дорогостоящего оборудования. Все это может приводить к приостановке производственных процессов, а также к возникновению угрозы экологии. Риски довольно высоки, поэтому компании должны разрабатывать программы по преодолению неблагоприятных ситуаций и следить за исправностью оборудования.

Приоритетным для компаний является обеспечение безопасности в области охраны труда. От предыдущих рисков его отличает направленность не на технические аспекты, а на работу с персоналом. Несчастные случаи на производстве происходят по неосторожности работников компаний, недостаточной осведомленности о правилах поведения на рабочих местах. Поэтому разрабатываются специальные программы, которые направлены на снижение производственного травматизма, совершенствование контроля за безопасностью проведения работ. В отчетах об устойчивом развитии компании называют эти риски по-разному: риски происшествий в ПАО «Газпромнефть», риски травматизма в ПАО «Роснефть» и социальные риски в ПАО «НОВАТЭК». Стоит отметить, что ПАО «Татнефть» не выделила риски в области охраны труда отдельно, но упомянула их в рисках в области промышленной безопасности.

Компании придают особое значение поддержанию деловой репутации, так как последствия снижения имиджа организации могут быть выражены в искажении представления потребителей о деятельности, качестве продукции и услуг, влияющей на объемы реализации и прибыльность бизнес-сегмента. ПАО «НОВАТЭК» не указывает риски потери деловой репутации в отчете об устойчивом развитии, однако, подчеркивает угрозу потери репутации в связи с возможными экологическими рисками.

Уровень рисков изменения законодательства страны является низким, однако эти риски отмечены в нескольких отчетах об устойчивом развитии в отрасли, а именно: ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Татнефть», ПАО «НОВАТЭК» выделила их как форс-мажорные риски. Причиной этих рисков является то, что при осуществлении хозяйственной деятельности могут происходить изменения в налоговом, таможенном законодательстве, изменение условий действия лицензий.

Две из рассматриваемых компаний: ПАО «Лукойл» и ПАО «НОВАТЭК» выделяют риски нарушения прав человека. Под ними подразумеваются риски нарушения этических норм: мошенничество, дискриминация по полу и расовой принадлежности, а также риски негативного влияния на деятельность компании неурегулированных конфликтов и интересов работников. Чтобы минимизировать эти риски, предприятия должны организовывать деятельность в соответствии с политикой по правам человека.

Риски введения санкций в отношении компаний и контрагентов раскрывают ПАО «Татнефть» и ПАО «НОВАТЭК». Санкции, объявленные России, затрагивают нефтегазовые компании. В результате может изменяться структура бизнеса, снижаться выручка, могут повышаться затраты на приобретение зарубежного оборудования и технологий и появляться проблемы с логистикой. Нефтегазовые компании постепенно реализуют программы импортозамещения, разрабатывают собственные технологии.

Финансовые или инвестиционные риски, которые выделили ПАО «Татнефть» и ПАО «НК «Роснефть», при этом последняя компания отнесла их к рискам в области корпоративного управления, могут привести к частичной или полной потере собственных вложений, неэффективному расходованию средств компании. В организациях происходит непрерывный процесс, направленный на выявление, анализ и оценку инвестиционных рисков.

Риски информационной безопасности связаны с потенциальной возможностью использования уязвимостей информационных систем компании, утечки конфиденциальной информации в общий доступ. Их раскрывает в своих отчетах об устойчивом развитии ПАО «Татнефть». ПАО «НК «Роснефть» также выделяет эти риски, но относит их к рискам в области корпоративного управления (кибербезопасности). Нефтегазовым компаниям необходимо контролировать доступ к информационным ресурсам, поэтому во многих компаниях разрабатывается политика в области кибербезопасности.

Таким образом, нефтегазовые компании в своей отчетности отражают разные виды возможных рисков, что позволяет демонстрировать устойчивость к различным ситуациям. Раскрытие рисков в отчетности важно для обеспечения достоверности информации о деятельности компаний, так как повышает доверие инвесторов, улучшает рыночные позиции.

Все рассматриваемые организации раскрывают в своей отчетности риски в области общественного здравоохранения, экологические риски и риски нехватки квалифицированного персонала. Некоторые виды рисков имеют разное название у определенных компаний, но их можно обобщить одной формулировкой, как, например, риски в области промышленной безопасности. Некоторые риски указаны в отчетности только нескольких компаний, а именно риски нарушения прав человека, риски санкций в отношении компании и контрагентов, финансовые риски, риски информационной безопасности.

Список использованной литературы

1. **Отчет** об устойчивом развитии Группы «ЛУКОЙЛ» 2022 [Электронный ресурс] // lukoil.ru. – Режим доступа: <https://lukoil.ru/Sustainability/SustainabilityReport>. – Дата доступа: 20.02.2024.
2. **ПАО «НК «Роснефть»** 2022 [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей. – Режим доступа: <https://rspp.ru/tables/non-financial-reports-library/>. – Дата доступа: 18.02.2024.
3. **ПАО «НОВАТЭК»** 2022 [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей. – Режим доступа: <https://rspp.ru/tables/non-financial-reports-library/>. – Дата доступа: 18.02.2024.
4. **ПАО «Татнефть»** 2022 [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей. – Режим доступа: <https://rspp.ru/tables/non-financial-reports-library/>. – Дата доступа: 16.02.2024.
5. **ПАО «Газпромнефть»** 2020 [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей. – Режим доступа: <https://rspp.ru/tables/non-financial-reports-library/>. – Дата доступа: 16.02.2024.

ОРГАНИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В КОМПАНИЯХ, ПРОИЗВОДЯЩИХ АВТОМОБИЛИ

В статье исследованы особенности организации бухгалтерского учета в компаниях, производящих автомобили. Рассмотрен успешный опыт крупнейшего российского производителя легковых автомобилей АО «АВТОВАЗ» по внедрению централизованной системы учета дилерских центров.

The article examines the features of accounting procedures in car manufacturing companies. The successful experience of the largest Russian manufacturer of passenger cars, JSC AVTOVAZ, in introducing a centralized accounting system for dealership is considered.

Ключевые слова: бухгалтерский учет; организация бухгалтерского учета; цифровизация бухгалтерского учета; производители автомобилей.

Key words: accounting; accounting procedures; digitalization of accounting; car manufacturers.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что автомобилестроительная отрасль по масштабу является одной из крупнейших и значимых отраслей экономики. Она обеспечивает рабочие места и развитие регионов страны. Однако существует ряд задач и проблем, которые возникают перед компаниями, занимающимися производством автомобилей, в бухгалтерском учете.

В связи с экономическими санкциями в российском автомобилестроении с 2022 г. возникли логистические проблемы, были нарушены поставки иностранных автокомпонентов, что непосредственно повлияло на развитие отрасли. Из-за недостатка деталей некоторые предприятия вынужденно приостанавливают производство и снижают объем выпуска. Кроме того, отечественные производители сталкиваются с конкуренцией со стороны китайских компаний, которые предоставляют более широкий ассортимент автомобилей современного дизайна и высокого качества.

Российским предприятиям приходится принимать определенные меры для преодоления существующих в данный период сложностей и недопущения снижения производства автомобилей в стране. Рассматриваются другие цепи поставок и источники для покупки автокомпонентов. В то же время необходимо инвестировать в развитие отечественных производителей автокомпонентов, чтобы избежать зависимости от иностранных производителей. Экономическая ситуация в России непосредственно влияет на дальнейшее развитие автомобилестроительной отрасли, из-за чего результаты программы по развитию отрасли могут не соответствовать первоначальным прогнозам.

Основными и наиболее известными представителями российской автомобилестроительной отрасли являются: «АВТОВАЗ», Группа «ГАЗ», «УАЗ», «КАМАЗ», Красноярский автомобильный завод «КрАЗ». Данные производители специализируются на различных типах автомобилей: легковых, грузовых, а также спецтехнике [1].

Автомобили – сложные технические изделия, состоящие из множества узлов и деталей, которые могут производиться разными компаниями, поэтому требуется учет и контроль затрат на производство автокомпонентов и расчетов с контрагентами.

Также одной из актуальных задач является соблюдение экологических требований, следовательно, важен учет экологических затрат.

Необходимость учета и контроля растущего ассортимента продукции, усложнение процессов производства и требований к экологической безопасности являются ключевыми проблемами в данной отрасли, решение которых возможно благодаря применению современных технологий и подходов к организации бухгалтерского учета.

Бухгалтерия на предприятиях, производящих автомобили, является многофункциональной структурой, использующей профессиональные программы для цифровизации учета и ана-

лиза данных. Например, такими программами являются 1С:Бухгалтерия предприятия 8 КОРП, 1С:Зарплата и управление персоналом 8 КОРП, 1С:Документооборот 8 КОРП, Альфа-Авто 5.1.

Каждый производитель разрабатывает перечень статей затрат, исходя из уровня существенности затрат конкретных компаний. В автомобильной промышленности используется сложное и дорогостоящее оборудование. Также производители автомобилей могут иметь патенты и другие нематериальные активы. Специфика рассматриваемого вида деятельности оказывает непосредственное влияние на отражение в учете таких объектов, как основные средства, нематериальные активы, запасы.

На примере российского производителя автомобилей «АВТОВАЗ» рассмотрим особенности организации бухгалтерского учета в автомобильной отрасли. Данная компания является крупнейшим производителем легковых автомобилей в России и Восточной Европе. В основном предприятие ориентировано на внутренний рынок и является абсолютным лидером по продажам. Штаб-квартира и основное производство находится в городе Тольятти. Производятся автомобили под торговой маркой Lada [2].

Несмотря на объявленные санкции, в 2023 г. «АВТОВАЗ» увеличил производство автомобилей. Также в 2023 г. Lada заняла 35% российского авторынка, при этом продажи выросли на 87% по сравнению с 2022 г. Lada остается самым продаваемым автомобилем в стране [3]. Производитель заявляет, что попадание под санкции не оказывает значительного влияния на его деятельность. Однако на прохождение платежей зарубежным поставщикам и регулярность поставок автокомпонентов «АВТОВАЗ» повлиять не может. Стоит отметить, что из-за санкций завод выпустил в 2023 г. меньше автомобилей, чем планировал. Предусмотренный выпуск 400 000 автомобилей был снижен и фактически было произведено менее 375 000 автомобилей.

Еще в 2021 г. руководство главного производителя легковых автомобилей инициировало проект, который позволит внедрить централизованную систему учета дилерских центров. Сокращение операционных затрат, сдача отчетности в установленные сроки, а также централизация учетной функции стали основной целью проекта. Предполагалось стандартизировать методологию ведения учета в дилерских центрах предприятия, а также ввести единые принципы организации документооборота бухгалтерии «АВТОВАЗ». В результате планировалось повысить эффективность предприятия, благодаря повышению уровня цифровизации и оптимизации работы бухгалтерских подразделений.

Чтобы достигнуть поставленной цели, «АВТОВАЗ» поставил перед собой ряд задач:

- Автоматическое потоковое сканирование и распознавание копий первичных документов.
- Обеспечение совместимости систем потокового сканирования с системами оперативного учета дилерских центров для упрощения процесса обработки первичных документов.
- Автоматический ввод первичных документов в дилерских центрах, хранение копий в системе электронного архива и документооборота.
- Передача данных из дилерских центров в единую систему бухгалтерского учета, включая информацию из систем кадрового учета, начисления зарплаты, а также электронного архива.
- Интеграция подсистемы потокового сканирования и распознавания первичных документов.

Специалисты компании Gradum реализовали данный проект в группе, состоящей из трех дилерских центров. До начала реализации проекта системы бухгалтерского и налогового учета находились на площадке дилера. Для учета заработной платы применялись различные продукты на основе 1С.

Благодаря совместной работе специалистов «АВТОВАЗ» и Gradum проект был завершен, работа бухгалтерских подразделений была упорядочена. Команда Gradum разработала единую централизованную систему бухгалтерского и налогового учета, централизованную систему учета персонала и расчета заработной платы, запустила электронный архив и документооборот и реализовала подсистему потокового сканирования и распознавания первичных документов на местах.

Спустя время производительность системы и ее функциональность были подтверждены. Несомненно, это говорит об успешности реализованного проекта. Была разработана уникальная система, которая объединила оперативные системы дилерских центров и систему регламентированного учета АО «АВТОВАЗ» [4]. Данный подход к централизации учетной системы может быть использован и другими компаниями, работающими в данной отрасли.

Таким образом, компаниям, производящим автомобили, следует своевременно совершенствовать учетные системы для увеличения производительности работы бухгалтерии. Каждая компания должна самостоятельно выявлять узкие места в системе учета и разрабатывать инди-

видуальные проекты для их устранения. Использование новых технологий и цифровизация учетных процессов позволят сократить время на обработку данных и повысить эффективность деятельности сотрудников.

Реализация таких проектов будет способствовать снижению затрат на ведение учета, а также повышению качества и прозрачности информации о деятельности компании, что может привлечь новых инвесторов и улучшить репутацию компании на рынке в целом.

Список использованной литературы

1. **Автомобильные** заводы в России 2023: актуальная информация и прогнозы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://investim.guru/stati/avtomobilnye-zavody-v-rossii-2023-aktualnaya-informatsiya-i-prognozy?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F. – Дата доступа: 22.02.2024.

2. **«АвтоВАЗ»** [Электронный ресурс] // Tadviser.ru/. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/>.

3. **АвтоВАЗ** в 2023 году: рост продаж и производства [Электронный ресурс] // Официальный сайт Lada. – Режим доступа: <https://www.lada.ru/press-releases/122059>. – Дата доступа: 26.02.2024.

4. **Внедрение** централизованной системы учета дилерских центров АО «АвтоВАЗ» [Электронный ресурс] // eawards.1c.ru/. – Режим доступа: <https://eawards.1c.ru/projects/vnedrenie-centralizovannoy-sistemy-ucheta-dilerskih-centrov-ao-avtovaz--108298/>. – Дата доступа: 23.02.2024.

УДК 657.6

В. В. Козлов (kv_account@mail.ru),

канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации
г. Новосибирск, Российская Федерация

СОПУТСТВУЮЩИЕ АУДИТУ УСЛУГИ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ, УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ

В статье исследуется экономическая сущность сопутствующих аудиту услуг, определяется нормативно-правовая база их осуществления, выявляются специфические особенности и дается обобщенная сравнительная характеристика таких услуг.

The article examines the economic essence of audit-related services, defines the regulatory framework for their implementation, identifies specific features and provides a generalized comparative characteristic of such services.

Ключевые слова: аудиторская деятельность; сопутствующие аудиту услуги; согласованные процедуры; компиляция финансовой информации; обзорные проверки.

Key words: audit activities; audit-related services; agreed procedures; compilation of financial information; review audits.

В современных рыночных условиях хозяйствования аудиторская деятельность выступает одним из наиболее распространенных экономических явлений, характерным неотъемлемым атрибутом любого цивилизованного общества.

Для того чтобы понять экономическую природу сопутствующих аудиторской деятельности услуг, представляется необходимым прежде всего определить их место в аудите и соотношение с аудиторской деятельностью.

В Федеральном законе «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 г. № 307-ФЗ имеется следующая формулировка: «аудиторская деятельность (аудиторские услуги) – деятельность по проведению аудита и оказанию сопутствующих аудиту услуг, осуществляемая аудиторскими организациями, индивидуальными аудиторами» [1].

Далее в нем определяются законодательные границы осуществления аудиторской деятельности, которые обуславливаются стандартами аудиторской деятельности и прочими требованиями, устанавливаемыми Центральным банком РФ, а также саморегулируемыми организациями аудиторов в правовых рамках. Международные стандарты аудита, утверждаемые Международной федерацией бухгалтеров и признанные Правительством РФ, при этом принимаются в качестве стандартов аудиторской деятельности.

Из вышесказанного следует, что помимо осуществления независимых аудиторских проверок, т. е. непосредственно аудита, аудиторским фирмам и индивидуальным аудиторам разрешается оказывать также и сопутствующие аудиту услуги. Это означает, что сопутствующие аудиту услуги являются одним из важных компонентов аудиторской деятельности в целом, равноправной с деятельностью по проведению аудита.

Таким образом, по нашему мнению, целесообразно будет определить экономическую сущность сопутствующих аудиту услуг как услуг, оказываемых в законодательных рамках аудиторскими фирмами или индивидуальными аудиторами в процессе финансово-хозяйственной деятельности, помимо проведения собственно аудита.

Существенное значение в указанном определении имеет законодательная основа исследуемых нами услуг. Основными нормативно-правовыми актами, регламентирующими оказание сопутствующих аудиту услуг в нашей стране, являются:

- Федеральный закон № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 г.
- Международные стандарты обзорных проверок (МСОП): МСОП 2400 «Задания по обзорной проверке финансовой отчетности прошедших периодов» и МСОП 2410 «Обзорная проверка промежуточной финансовой информации, выполняемая независимым аудитором организации» (Приказ Минфина РФ от 09.01.2019 № 2н).
- Международные стандарты сопутствующих услуг (МССУ): МССУ 4400 «Задания по выполнению согласованных процедур» (Приказ Минфина РФ от 27.10.2021 № 163н) и МССУ 4410 «Задания по компиляции» (Приказ Минфина РФ от 09.01.2019 № 2н).
- Приказ Минфина РФ от 09.03.2017 № 33н «Об определении видов аудиторских услуг, в том числе перечня сопутствующих аудиту услуг» и др.

Однако обратимся к сущностной стороне и попытаемся выявить специфические особенности сопутствующих аудиту услуг.

В России состав и виды сопутствующих аудиту услуг устанавливаются Министерством финансов РФ, которое осуществляет выработку государственной политики и нормативно-правовое регулирование в сфере аудиторской деятельности. В соответствии с Приказом Минфина РФ от 09.03.2017 № 33н «Об определении видов аудиторских услуг, в том числе перечня сопутствующих аудиту услуг» [2], в настоящее время можно выделить следующие виды сопутствующих аудиту услуг, оказание которых регламентировано международными стандартами:

- согласованные процедуры;
- компиляция финансовой информации;
- обзорные проверки.

В соответствии с МССУ 4400 «Задания по выполнению согласованных процедур» [3] целью задания по выполнению согласованных процедур является проведение процедур, характерных для аудита и согласованных между аудитором, организацией и соответствующими третьими лицами, а также предоставление отчета об обнаруженных фактах.

Задание по выполнению согласованных процедур может предполагать выполнение определенных процедур как в отношении отдельных элементов финансовой информации (например, кредиторской и дебиторской задолженности, закупок у связанных сторон, выручки и прибыли сегмента организации и т. п.), финансовых отчетов (например, бухгалтерского баланса), так и всего комплекта бухгалтерской финансовой отчетности. Независимость не является обязательным требованием для заданий по выполнению согласованных процедур. Однако условия или цели задания, либо национальные стандарты могут требовать от аудитора соблюдения требований независимости согласно Кодексу профессиональной этики. В том случае, если аудитор не является независимым, этот факт должен быть отмечен в отчете об обнаруженных фактах, составленном по результатам согласованных процедур. Пользователи отчета самостоятельно оценивают проведенные процедуры и замечания, предоставленные аудитором, и делают собственные выводы на основании его работы.

Компиляция финансовой информации, в соответствии с МССУ 4410 «Задания по компиляции» [4], представляет собой задание, в рамках которого практикующий специалист применяет знания и опыт в области бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности для оказания содействия руководству в подготовке и представлении финансовой информации организации в соответствии с применимой концепцией подготовки финансовой отчетности, и представляет отчет в соответствии с требованиями стандарта.

Выполняемые процедуры не предназначены для выражения мнения и не позволяют аудитору выразить мнение о достоверности финансовой информации. Однако пользователи компилированной информации получают определенные преимущества от участия в работе высоко-

квалифицированного специалиста, поскольку услуги предоставляются с должной профессиональной компетентностью и добросовестностью. Практикующий специалист не должен принимать задание по компиляции, предварительно не согласовав условия его выполнения с руководством и заказчиком задания (если они не являются одним лицом). Согласованные условия выполнения задания закрепляются в письме-соглашении об условиях задания или иной приемлемой форме письменного соглашения до начала выполнения задания. Руководство организации продолжает нести ответственность за финансовую информацию и исходные данные, на основе которых она подготовлена и представлена.

Согласно Международному стандарту обзорных проверок 2400 «Задания по обзорной проверке финансовой отчетности прошедших периодов» [5], цели практикующего специалиста при проведении обзорной проверки финансовой отчетности заключаются в следующем:

- получить ограниченную уверенность, преимущественно за счет направления запросов и выполнения аналитических процедур, в том, что финансовая отчетность в целом содержит или не содержит существенных искажений; это позволит практикующему специалисту сформировать вывод о том, что его внимание привлек тот или иной факт, на основании которого он полагает, что финансовая отчетность не подготавливалась во всех существенных аспектах в соответствии с применимой концепцией подготовки финансовой отчетности, или же вывод о том, что такие факты отсутствуют;

- представить заключение о финансовой отчетности в целом и проинформировать о нем руководство и (или) лиц, отвечающих за корпоративное управление.

При проведении обзорной проверки аудитором обеспечивается ограниченный уровень уверенности в том, что информация, подлежащая проверке, не содержит существенных искажений. В процессе выполнения задания по обзорной проверке практикующий специалист обязан своевременно сообщать руководству или лицам, отвечающим за корпоративное управление, обо всех обстоятельствах, касающихся задания по обзорной проверке, которые, по его профессиональному суждению, достаточно серьезны для того, чтобы руководство или лица, отвечающие за корпоративное управление, обратили на них внимание. Обзорная проверка финансовой отчетности включает также изучение способности организации продолжать непрерывно свою деятельность. По результатам обзорной проверки составляется заключение, которое должно содержать отчетливое выражение негативной уверенности.

Аудит и сопутствующие ему услуги должны обеспечивать предполагаемым пользователям разумный и ограниченный уровни уверенности в достоверности финансовой информации. При этом уверенность рассматривается как убежденность аудитора в отношении надежности предпосылок составления финансовой отчетности экономического субъекта, предназначенной для различных ее пользователей. Для обеспечения такой уверенности аудитор оценивает доказательства, собранные в результате проведенных процедур, и делает выводы об отсутствии существенных искажений в финансовой отчетности. Степень достигнутой убежденности и, следовательно, уровень уверенности, который может быть предоставлен, определяются на основе результатов выполненных процедур.

Вышесказанное позволяет заключить, что проведение аудита и обзорных проверок позволяет аудитору обеспечить предполагаемым пользователям, соответственно, разумный (но не абсолютный) и ограниченный уровни уверенности в достоверности финансовой информации. В аудиторском заключении это выражается в форме позитивной разумной уверенности, а в заключении по результатам обзорной проверки – в форме негативной уверенности. Между тем, осуществление согласованных процедур и компиляции не предполагает выражения подобной уверенности.

Некоторые индикаторы текущего состояния и уровня развития оказания сопутствующих аудиту услуг в России за 2021–2022 гг. можно наблюдать в таблицах 1 и 2 [6].

Таблица 1 – Удельный вес доходов аудиторских фирм по Российской Федерации, %

Показатель	Россия – всего		Москва				Другие регионы	
			всего		из них без крупнейших АО			
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Удельный вес доходов от проведения аудита в общих доходах за год	49,3	54,2	46,7	56,7	55,9	50,5	61,3	62,0
Удельный вес доходов от оказания сопутствующих аудиту услуг в общих доходах за год	5,6	5,6	6,2	4,5	5,1	5,9	3,1	3,3
Удельный вес доходов от оказания прочих услуг в общих доходах за год	45,1	40,2	47,1	38,8	39,0	43,6	35,6	34,8
ВСЕГО	100	100	100	100	100	100	100	100

По данным таблицы 1 в анализируемом периоде в целом по стране можно наблюдать неизменный уровень доли доходов от оказания сопутствующих аудиту услуг в общих доходах (5,6%) при одновременном росте доли доходов от проведения аудиторских проверок в этих доходах (почти на 5%). При этом рассматриваемый показатель по Москве снизился в большей степени, чем незначительно вырос по прочим регионам.

Таблица 2 – Распределение клиентов аудиторских организаций, которым оказаны аудиторские услуги, по Российской Федерации, шт.

Показатель	Россия – всего		Москва				Другие Регионы	
			всего		из них без крупней- ших АО			
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Клиенты, бухгалтерская отчетность которых проаудирована	76 570	68 811	30 057	28 042	26 974	25 064	46 513	40 769
Клиенты, которым оказаны сопутствующие аудиту услуги	4 831	4 559	2 354	2 041	1 810	1 548	2 477	2 518

В абсолютном выражении, как свидетельствуют данные таблицы 2, на 272 клиента, сократилась и клиентская база для оказания аудиторскими организациями сопутствующих аудиту услуг. Впрочем, на 7 759 сократилось и число клиентов, бухгалтерская отчетность которых подверглась аудиту.

Вышеуказанные изменения в целом свидетельствуют об относительном сокращении за последние годы объемов рынка сопутствующих аудиту услуг и одновременно указывают на преобладающую значимость на рынке аудита так называемых прочих услуг (постановка, восстановление и ведение бухгалтерского учета; составление финансовой отчетности; налоговый аудит и консультирование; проведение финансового анализа; обучение и подготовка бухгалтерского персонала; автоматизация бухгалтерского учета; и др. [7].

Следует отметить, что, оказывая сопутствующие аудиту услуги, аудитор обязан соблюдать те же профессиональные этические принципы, что и при оказании аудиторских услуг – честность, объективность, профессиональная компетентность и должная тщательность, конфиденциальность, профессиональное поведение.

Список использованной литературы

1. **Об аудиторской** деятельности [Электронный ресурс] : Федер. закон, 30 дек. 2008 г., № 307-ФЗ // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.
2. **Об определении** видов аудиторских услуг, в том числе перечня сопутствующих аудиту услуг деятельности [Электронный ресурс] : приказ Минфина России от 9 марта 2017 г. № 33н // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.
3. **Международный** стандарт сопутствующих услуг (МССУ) 4400 (пересмотренный) «Задания по выполнению согласованных процедур» [Электронный ресурс] : приказ Минфина России от 27 окт. 2021 г., № 163н // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.
4. **Международный** стандарт сопутствующих услуг (МССУ) 4400 (пересмотренный) «Задания по компиляции» [Электронный ресурс] : приказ Минфина России от 9 янв. 2019 г., № 2н // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.
5. **Международный** стандарт обзорных проверок 2400 (пересмотренный) «Задания по обзорной проверке финансовой отчетности прошедших периодов» [Электронный ресурс] : приказ Минфина России от 9 янв. 2019 г., № 2н // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.
6. **Министерство** финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] // minfin.gov.ru/. – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/performance/audit/audit_stat/. – Дата доступа: 17.02.2024.
7. **Казакова, Н. А.** Аудит: учеб. / Н. А. Казакова, Е. И. Ефремова ; под ред. Н. А. Казаковой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 308 с.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ БЛОГОСФЕРЫ

Статья посвящена актуальным проблемам налогообложения в блогосфере, как одного из направлений постоянно развивающейся IT-сферы в Республике Беларусь, выявлению проблем правового регулирования деятельности блогеров.

The article is devoted to topical problems of taxation in the blogosphere, as one of the directions of the constantly developing IT sphere in the Republic of Belarus, identifying problems of legal regulation of bloggers.

Ключевые слова: блогер; блогерство; блогосфера; правовое регулирование деятельности блогеров; предпринимательская деятельность; налог на профессиональный доход.

Key words: blogger; blogging; blogging; legal regulation of bloggers; entrepreneurial activity; professional income tax.

В современном информационном обществе, где IT-сфера стала одной из ключевых отраслей экономики, налогообложение играет важную роль в обеспечении финансовой устойчивости государства и справедливого распределения налогового бремени. С развитием интернета и социальных сетей все больше людей становятся блогерами и получают доходы от своей онлайн-активности. Однако, налогообложение блогеров в Республике Беларусь до сих пор остается неоднозначным и вызывает много вопросов, как у самих блогеров, так и у налоговых органов.

Следует отметить, что в настоящее время в научной среде не выработано пока единого подхода к налогообложению IT-сферы в условиях цифровизации налоговой сферы. Практически отсутствуют серьезные монографические исследования. В Российской Федерации отдельные вопросы данной проблемы затрагиваются в монографиях под ред. И. А. Майбурова, Ю. Б. Иванова [1] и в монографии Р. В. Амелина [2]. В работах Н. Л. Шарандиной [3] и К. Т. Анисиной [4] исследуются вопросы цифровой экономики и налогового администрирования. В Республике Беларусь проблемы правового регулирования блогосферы исследовались В. П. Сухопаровым [5] и другими учеными.

На сегодняшний день в Республике Беларусь отсутствуют нормативные правовые акты, непосредственно регулирующие функционирование блогосферы, хотя данное социальное явление вызывает ряд актуальных вопросов. Это, в частности, вопросы относительно требований, предъявляемых к распространяемой блогерами информации, ее правового режима, рекламы блогерами продукции и т. п. На современном этапе ведение блогов подпадает под действие законов Республики Беларусь, регламентирующих распространение информации. В законодательстве Республики Беларусь не содержится четкого определения такого вида деятельности, как «блогерство», однако положения, затрагивающие блогосферу, содержатся в Законе Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе», а также в Законе Республики Беларусь от 17 июля 2008 г. № 427-З «О средствах массовой информации» [6, 7].

Ст. 2 Закона Республики Беларусь от 10 ноября 2008 г. № 455-З «Об информации, информатизации и защите информации» определяет, что его действие не распространяется на общественные отношения, связанные с деятельностью средств массовой информации [8]. Ст. 3 Закона Республики Беларусь от 17 июля 2008 г. «О средствах массовой информации» устанавливает, что его действие распространяется как на средства массовой информации, так и на интернет-ресурсы, посредством которых распространяется массовая информация [7]. В современных условиях отсутствия в Республике Беларусь нормативных правовых актов, непосредственно регулирующих функционирование блогосферы, блогерская деятельность находится «на стыке» правового регулирования Закона о средствах массовой информации (СМИ) и Закона об информации. Такое положение вещей требует совершенствования законодательства Республи-

ки Беларусь в сфере информации: правового «внедрения» новых субъектов правоотношений в сфере массовой информации и уточнения их правового статуса.

На рисунке 1 представлены ключевые проблемы правового регулирования деятельности блогеров, выявленные нами в процессе исследования.

Ключевые проблемы правового регулирования деятельности блогеров	Отсутствие в законодательстве Республики Беларусь понятия «блогер» и четких критериев для отнесения к этой категории
	Отсутствие отдельного ОКЭД для блогеров (как физических лиц, так и юридических лиц)
	Невозможность регулирования деятельности блогеров, работающих на иностранных платформах
	Отсутствие ответственности блогеров за тот контент, который они распространяют
	Высокий уровень инфомошенничества в блогосфере

Рисунок 1 – Ключевые проблемы правового регулирования деятельности блогеров в Республике Беларусь

Блогер может осуществлять свою деятельность как предпринимательскую (размещение рекламы, получение дохода от нескольких источников), так и как не предпринимательскую. Предпринимательская деятельность блогера подлежит налогообложению в зависимости от выбранного им режима налогообложения. Если же блогер осуществляет деятельность, не направленную на систематическое получение дохода, то доходы, которые он получает в виде пожертвований, дарения (донатов) подлежат декларированию и обложению подоходным налогом.

Согласно ст. 1 Гражданского кодекса Республики Беларусь, предпринимательской деятельности присущи следующие основные признаки:

- самостоятельный характер деятельности;
- предпринимательский риск;
- самостоятельная имущественная ответственность;
- направленность деятельности на систематическое получение прибыли [9].

Стоит отметить, что одним из признаков предпринимательской деятельности является не просто получение прибыли, а направленность деятельности на систематическое получение прибыли от определенных действий: пользования имуществом, продажи вещей, выполнения работ и оказания услуг. Под систематичностью понимаются совершенные лицом два и более раза действий, направленных на извлечение прибыли в результате возмездного удовлетворения потребностей третьих лиц. При определении деятельности физического лица в качестве предпринимательской, вышеперечисленные признаки учитываются в совокупности. При отсутствии хотя бы одного из признаков осуществляемая физическим лицом деятельность не является предпринимательской.

Блогер имеет право осуществлять деятельность в качестве плательщика налога на профессиональный доход, ставки налога 10 и 20%, при соблюдении условий, указанных в ст. 7 Закона Республики Беларусь от 30 декабря 2022 г. № 230-З «Об изменении законов по вопросам налогообложения» [10]. А именно: физическое лицо вправе применить налог на профессиональный доход в отношении деятельности по предоставлению места для рекламы в своих мобильных приложениях, если выполнение работ (оказание услуг) осуществляется по заказам иных физических лиц, в том числе зарегистрированных в качестве индивидуальных предпринимателей, и (или) организаций вне места нахождения заказчика (его филиала, иного обособленного структурного подразделения), территории или объекта, находящихся под контролем заказчика, с использованием для выполнения таких работ (оказания таких услуг) и передачи результатов выполненных работ (оказанных услуг) сети Интернет.

Если деятельность блогера направлена на систематическое получение прибыли, то такая деятельность будет признаваться предпринимательской. В данной ситуации блогер вправе ее осуществлять лишь после государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя с уплатой соответствующих налогов, установленных для индивидуальных предпринимателей.

Содержание критерия систематичности извлечения прибыли не раскрыто в законодательстве и не выработано однозначно наукой предпринимательского права. Судебная практика основывается на том, что лицо, осуществляя предпринимательскую деятельность, должно ставить

перед собой цель не разового получения прибыли, а ее получения в качестве промысла, на постоянной основе, сама деятельность должна носить систематический характер.

По нашему мнению, признак получения прибыли позволяет отличить предпринимательскую деятельность от иных видов деятельности. Полагаем, что признак систематичности ее получения следует считать формальным. Закрепив признак систематического получения прибыли, Гражданский кодекс Республики Беларусь не определил ни понятия прибыли, ни понятия систематичности ее получения, что вызвало справедливую критику ученых и попытки толкования этих терминов. В связи с этим предлагаем раскрыть сущность понятий «прибыль», «систематическое получение прибыли» в Гражданском кодексе Республики Беларусь. Для этого необходимо закрепить примечание в ст. 1 Гражданского кодекса Республики Беларусь, представив его в следующей редакции: «Прибыль – конечный результат предпринимательской деятельности, представляет собой разницу между выручкой и затратами за налоговый период (календарный год)». «Систематическое получение прибыли – деятельность, осуществляемая на протяжении длительного периода, обладающая характером повторяемости действий и направленная на достижение конкретных предпринимательских целей».

Кроме того, нами выделены другие проблемы налогообложения в блогосфере, представленные на рисунке 2.

Проблемы налогообложения в блогосфере	Низкая осведомленность блогеров о своих налоговых обязанностях и правах
	Сложность учета и документирования доходов от разных источников и платформ
	Несоответствие налоговых режимов специфике деятельности блогеров
	Риск двойного налогообложения при работе с зарубежными компаниями.

Рисунок 2 – Проблемы налогообложения блогеров в Республике Беларусь

Рекомендации для совершенствования налогообложения блогеров:

- урегулировать законодательно работу блогеров и установить за ними контроль со стороны государства, разработать единые правила и стандарты для учета доходов от блогинга;
- проведение информационных кампаний и обучающих мероприятий для повышения налоговой грамотности блогеров;
- адаптация существующих или введение новых специальных налоговых режимов для блогеров, учитывающих их особенности и потребности.

Список использованной литературы

1. **Майбуров, И. А.** Налоги в цифровой экономике. Теория и методология: монография для магистрантов, обучающихся по программам направлений «Экономика», «Государственный аудит» и «Финансы и кредит» / И. А. Майбурова [и др.] ; под ред. И. А. Майбурова, Ю. Б. Иванова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 279 с.
2. **Амелин, Р. В.** Правовой режим информационных систем: монография / Р. В. Амелин [и др.] ; под ред. С. Е. Чаннова. – М. : ГроссМедиа, 2016. – 338 с.
3. **Шарандина, Н. Л.** Цифровая экономика и налоговое администрирование / Н. Л. Шарандина // Налоговая система Российской Федерации в условиях развития цифровой экономики: правовые и экономические аспекты : материалы междунар. науч.-практ. конф., Москва, 30 нояб. – 1 дек. 2018 г. / Под ред. И. А. Цинделиани. – М. : РГУП, 2019. – С. 71–83.
4. **Анисина, К. Т.** Цифровая экономика как инструмент эффективного взаимодействия участников финансовых правоотношений / К. Т. Анисина // Налоговая система Российской Федерации в условиях развития цифровой экономики: правовые и экономические аспекты : материалы междунар. науч.-практ. конф., Москва, 30 нояб. – 1 дек. 2018 г. / Под ред. И. А. Цинделиани. – М. : РГУП, 2019. – С. 8–16.
5. **Сухопаров, В. П.** Правовое регулирование блогосферы в Республике Беларусь: проблемы и перспективы / В. П. Сухопаров // Белорусское право во времени и пространстве : материалы Республиканской науч.-теор. конф. студентов, магистрантов, аспирантов, Минск, 4 дек. 2019 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; под ред. И. П. Манкевич. – Минск : БГЭУ, 2020. – С. 165–167.

6. **О рекламе** [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-3 // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

7. **О средствах** массовой информации: Закон Респ. Беларусь от 17 июля 2008 г. № 427-3 // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

8. **Об информации**, информатизации и защите информации [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 10 ноября 2008 г. № 455-3 // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

9. **Гражданский** кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : закон Респ. Беларусь от 07 дек. 1998 г., № 218-3 // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024

10. **Об изменении** законов по вопросам налогообложения [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 30 декабря 2022 г., № 230-3 // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024

УДК 347.736:334.7(571.14)

О. Н. Мороз (ksenijasib@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

С. Е. Максимова (smmff111@mail.ru),
магистрант

*Сибирский университет потребительской кооперации
г. Новосибирск, Российская Федерация*

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ БАНКРОТСТВА КАК ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ АНТИКРИЗИСНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ НОВОСИБИРСКОГО ОБЛПОТРЕБСОЮЗА

В данной статье подвергнуто анализу прогнозирование банкротства как первого этапа антикризисного менеджмента для организации системы потребительской кооперации.

In this article, bankruptcy forecasting is subjected as the first stage of anti-crisis management for the organization of a consumer cooperation system.

Ключевые слова: оценка; антикризисный менеджмент; потребительская кооперация; прогнозирование банкротства; финансовая оценка риска.

Key words: assessment; crisis management; consumer cooperation; bankruptcy forecasting; financial risk assessment.

Актуальность исследования: оценка и прогноз финансовой несостоятельности выступают финансовым механизмом антикризисного управления, по результатам которого оцениваются тактическая деятельность хозяйствующего субъекта и стратегические ориентиры его развития. Экономическое состояние сельской территории напрямую отображает результаты массового банкротства организаций системы потребительской кооперации, влечет неблагоприятные социально-экономические последствия в виде рисков и угроз, связанные с ростом уровня безработного населения, реструктуризации и диверсификации деятельности организаций.

Научно-практическая проблема сводится к разработке действенного и эффективного финансового механизма, основанного на оценке финансовой несостоятельности, который бы стал главным инструментом антикризисной политики управления. Кроме этого важно разработать инновационно-технологические и управленческие решения, направленные на минимизацию потенциальных финансово-экономических рисков и потерь. Непрерывная деятельность субъекта хозяйствования показывает финансовое равновесие и стабильность развития, обусловленная разработкой антикризисной программы развития, которая нацелена на предотвращение нежелательных финансовых ситуаций в отчетном периоде. Финансово-экономическое обоснование вероятности банкротства организаций потребительской кооперации позволит задать прогнозное значение вероятности наступления кризисного состояния, а также предоставит дополнительные возможности организациям своевременно реагировать на изменения и рыночные преобразования, корректируя действия и планы, а также меры по нейтрализации новых рисков.

Практические навыки в применении методик оценки вероятности банкротства и знание подходов к проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности являются неотъемлемой частью для качественного управления деятельностью организаций системы потребительской кооперации [1, 2].

Цель исследования: оценить вероятность наступления банкротства Новосибирского областного союза потребительских обществ, а также разработать рекомендации по финансовому оздоровлению организации.

Задачи исследования:

- дать характеристику деятельности организации и оценить ее финансово-хозяйственную деятельность;
- провести оценку вероятности наступления банкротства, используя отечественные модели;
- провести оценку вероятности наступления банкротства, используя зарубежные модели;
- разработать программу мер с целью оптимизации бухгалтерского баланса потребительского союза на 2024 г.

Объектом исследования выступает Новосибирский областной союз потребительских обществ города Новосибирска.

Предметом исследования является прогнозирование вероятности наступления банкротства потребительского союза.

Для оценки вероятности банкротства Новосибирского облпотребсоюза было принято решение о целесообразности использования нескольких методик прогнозирования вероятности банкротства с последующим сравнением показателей (таблица) [3, 4].

Модели прогнозирования банкротства (зарубежный и отечественный опыт)

Идеология, модель	Экономическое содержание
Количественные	
У. Бивер	Рейтинговая оценка системы показателей по степени риска на основе коэффициентов – Бивера, текущей ликвидности, экономической рентабельности, финансового и производственного рычагов
Э. Альтман	Методика расчета кредитоспособности на базе дискриминантного анализа потенциальных банкротов на основе линейной функции и финансовые показатели – чистый оборотный капитал, рентабельность активов, уровень доходности активов, оборачиваемость активов
Р. Лис	Модель факторов-признаков, в которой учитываются: ликвидность; рентабельность; финансовая независимость. Разработана в Великобритании в 1972 г. Первая модель для анализа банкротства, которая была адаптирована для европейского рынка Интерпретация результатов модели Лиса: если значение Z получилось менее 0,037, то риск банкротства – вероятен; если Z оказалось более 0,037, то субъект хозяйствования финансово-устойчив и не имеет риска финансовой несостоятельности
Р. Таффлер, Г. Тишоу	Модель прогноза вероятности банкротства на основе их финансовых показателей, которую предложили в 1977 г. британские ученые Р. Таффлер и Г. Тишоу Формула модели: $Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4$ Итоговое значение Z интерпретируется следующим образом: Если величина Z больше 0,3, это свидетельствует о финансовой стабильности организации; Если меньше 0,2, то наблюдается риск вероятности банкротства
Модифицированные модели Э. Альтмана	Модели зависимости финансовых показателей, которые рассматриваются как двухфакторные и четырехфакторные
Постановление Правительства РФ от 20.05.1994 г. «О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятий»	Согласно «Методическим положениям по оценке финансового состояния предприятия и установлению неудовлетворительной структуры баланса», утвержденным распоряжением ФУДН РФ от 12.08.1994 г. № 31-р, решение о признании предприятий неплатежеспособными принимается на основе трех показателей: коэффициента текущей ликвидности, обеспеченности собственными средствами, восстановления платежеспособности
Постановление Правительства РФ от 25.06.2003 г. № 367 «Об утверждении правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа»	В модели сняты граничные значения анализируемых показателей за счет уточнения состава оценочных показателей и их экономической характеристики

Окончание

Идеология, модель	Экономическое содержание
Ученые Иркутской государственной экономической академии	Методика R-счета, представленная как четырехфакторная модель прогнозирования риска банкротства
Сайфулин Р. С., Кадыков Г. Г.	Задаёт рейтинговое число банкротства, равное единице, подразумевающее удовлетворительное состояние экономики; с рейтинговым числом менее единицы – как неудовлетворительное
Зайцева О. П. (СИБУП)	Предлагает шестифакторную модель частных коэффициентов банкротства (убыточности предприятия, соотношения кредиторской и дебиторской задолженности, обратный коэффициент абсолютной ликвидности, убыточность реализации продукции, соотношение собственного и заемного капиталов, коэффициент загрузки активов)
Сучкова Е. А., Панков В. В., Любушин Н. П.	Нелинейная динамика развития компании (внутренние и внешние факторы рыночного равновесия и моделирование жизненного цикла компании на разных стадиях развития)
Качественные	
Ковалев В. В.	На основе разработок западных аудиторских форм – создает двухуровневую систему показателей банкротства на базе отдельных характеристик бизнеса (критерии финансовых затруднений в будущем, критерии текущего финансового состояния – как критические)
Бочаров В. В., Леонтьев В. Е.	Прогноз возможного банкротства с помощью показателей денежного потока (ДП) по двум направлениям: 1) анализ абсолютных значений ДП (приток, отток, чистый денежный поток), структура ДП по сферам деятельности, наличие денежных средств на счете предприятия; 2) анализ относительных показателей ДП (рентабельность, коэффициент самофинансирования и обслуживания долга).
Примечание – Составлено авторами по данным источника [4].	

Для оценки вероятности банкротства Новосибирского облпотребсоюза нами апробированы нижеперечисленные модели:

- 1) Беликова-Давыдовой (Иркутская государственная экономическая академия);
- 2) Зайцевой (Сибирский университет потребительской кооперации);
- 3) Сайфулина-Кадыкова (Иркутская государственная экономическая академия);
- 4) Э. Альтмана для частных компаний;
- 5) Р. Лиса;
- 6) Р. Таффлера.

Модель Беликова-Давыдовой, включающая показатели – долю оборотных активов в имуществе организации, рентабельность собственного капитала, интегральные затраты, оборачиваемость активов, показала, что вероятность банкротства Новосибирского облпотребсоюза оценивается как минимальная ($Z > 0,42$ на всем этапе исследования).

Проанализировав результаты оценки вероятности банкротства Новосибирского облпотребсоюза за 2020–2022 г., используя отечественные модели, можно сделать вывод, что на всем этапе исследования вероятность банкротства оценивается как низкая.

Проанализировав результаты оценки вероятности банкротства организации за 2020–2022 гг., используя зарубежные модели, наиболее точными моделями оказались: модель Р. Лиса и модель Р. Таффлера. Данные модели оказались точнее отечественных. Связано это с тем, что именно эти модели учитывают такой показатель, как «прибыль (убыток) от продаж». Отечественные методики вместо этого учитывают следующие показатели: «чистая прибыль», «выручка от продаж». Но, к сожалению, при этом не учитывают такой показатель, как «себестоимость продаж» (не говоря уже непосредственно о прибыли (убытке от продаж)). В связи с этим, отечественные методики являются неэффективными в тех случаях, когда организация получает дополнительные доходы (например, доходы от участия в других организациях – в случае Новосибирского облпотребсоюза) [5].

В результате проведения оптимизации бухгалтерского баланса организации на 2024 г. во внимание необходимо принять следующие мероприятия:

– приведение в норму (или приближение к нормативному значению) коэффициентов: абсолютной ликвидности, быстрой ликвидности, текущей ликвидности, путем увеличения кредиторской задолженности;

– направить денежные средства (от кредиторской задолженности) на увеличение товарных запасов, в связи с тем, что коэффициент оборачиваемости запасов превышал нормативное значение более чем в 65 раз;

– увеличить долю финансовых вложений организации, так как основную прибыль организация получает от участия в других организациях.

Данное увеличение может быть осуществлено за счет кредиторской задолженности (что и было проведено в данном разделе), а также за счет нераспределенной прибыли организации. Далее представлен сравнительный анализ основных финансовых показателей на 2022 г. и плановый период 2024 г.

После проведения оптимизации бухгалтерского баланса организации на 2024 г. необходимо провести сравнительный анализ основных финансовых показателей на 2022 г. и прогнозный 2024 г. Проведя сравнительный анализ финансовых показателей можно сделать вывод, что ряд финансовых показателей приближен к нормативному значению.

Для более детальной оценки моделей прогнозирования вероятности банкротства были выбраны наиболее известные модели и рассмотрены на примере Новосибирского областного союза потребительских обществ.

Оценив вероятность наступления банкротства Новосибирского облпотребсоюза, наиболее точными моделями оказались зарубежные модели Р. Лиса и Р. Таффлера. Связано это с тем, что рассматриваемые модели в своих расчетах учитывают такой важный показатель, как «прибыль (убыток) от продаж».

Исходя из вышесказанного, принимая во внимание большой методический инструментарий существующих методик финансовой несостоятельности, ни одна модель не может быть определена как универсальная. Представленные и используемые в расчетах модели имеют как свои недостатки, так и достоинства. Однако, наиболее точный результат можно получить, лишь сравнив результаты нескольких моделей.

Список использованной литературы

1. **О потребительской** кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации : Федер. закон 19 июня 1992 г., № 3085-1 [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

2. **Об утверждении** правил проведения арбитражными управляющими финансового анализа : Постановление правительства Рос. Федерации от 25 июня 2003 г., № 367 // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

3. **Гиляровкая, Л. Т.** Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Л. Т. Гиляровкая, Д. В. Лысенко, Д. А. Эндовицкий. – М. : Велби, 2020. – 186 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/469236>. – Дата доступа: 11.03.2024.

4. **Казарин, Д. А.** Анализ института банкротства в Российской Федерации / Д. А. Казарин, Р. В. Пузиков // Донецкие чтения 2017: Русский мир как цивилизационная основа научно-образовательного и культурного развития Донбасса : материалы междунар. науч. конф. студентов и молодых ученых. Посвящена 80-летию ДонНУ, Донецк, 17–20 октября 2017 г. : в 8 т. / под общ. ред. С. В. Беспаловой. – Донецк : Изд-во Донец. нац. ун-та, 2017. – Т. 7. – С. 206–208.

5. **Новосибирский** облпотребсоюз [Электронный ресурс] // www.nops.ru/. – Режим доступа: <http://www.nops.ru/structure.html>. – Дата доступа: 11.03.24.

МЕТОД АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ РИСКОВ

В статье представлена методика оценки значимости основных рыночных рисков, базирующаяся на методе анализа иерархий, в двух основных подходах, приоритетность применения которых зависит от субъективного взгляда лица, принимающего решение на значимость характеристик степени риска для разных рисков организации и от объективного показателя уровня риска.

The article presents a methodology for assessing the significance of the main market risks, based on the method of analyzing hierarchies, in two main approaches, the priority of application of which depends on the subjective view of the decision maker on the significance of the risk level characteristics for various risks of the organization and on an objective indicator of the level of risk.

Ключевые слова: валютный риск; ценовой риск; процентный риск; вектор приоритетов; матрица значимости.

Key words: currency risk; price risk; interest rate risk; priority vector; significance matrix.

Метод анализа иерархий является математическим инструментом системного подхода, позволяющим обоснованно решать многокритериальные задачи со сложными иерархическими структурами, включающими как количественные, так и качественные факторы. Неравномерность влияния по всем факторам приводит к необходимости определения интенсивности влияния, или, приоритетов факторов.

Метод анализа иерархий разработан американским математиком Томасом Л. Саати, который пришел к выводу, что при попарном сравнении объектов наиболее оптимальной является шкала от 1 до 9. Если элементы А и В одинаково важны, заносим 1 в матрицу на их пересечении; если А незначительно важнее, чем В, заносим 3; А значительно важнее В, заносим 5; А явно важнее В, заносим 7; А по своей значительности абсолютно превосходит В, заносим 9. Используем также рациональные числа для получения отношений из описанных выше значений шкалы, когда желательно увеличить согласованность всей матрицы при малом числе суждений (не менее $n - 1$). В общем случае, под согласованностью подразумевается то, что при наличии основного массива необработанных данных все другие данные логически могут быть получены из них [1].

Организация в зависимости от своего отношения к рискам и величины средств, которые она может выделить на устранение рисков, может ставить перед собой цель полного устранения рисков либо устранения наиболее значимых рисков. Поэтому в последнем случае помимо выбора наиболее подходящих инструментов управления рисками встает вопрос выбора рисков, которые необходимо нивелировать в первую очередь. Потому что, например, полное хеджирование подразумевает уменьшение всех рисков, но его основным недостатком являются довольно существенные суммарные затраты на комиссионные брокерам и премии опционов; а частичное (неполное, выборочное, селективное) хеджирование будет направлено на нейтрализацию самых опасных рисков, и его можно рассматривать как один из способов снижения общих затрат [2, 3, 4].

Для матричной оценки значимости рисков автор считает целесообразным использовать два основных подхода, приоритетность применения которых зависит от субъективного взгляда лица, принимающего решение на значимость характеристик степени риска для разных рисков организации и от объективного показателя уровня риска.

Для оценки уровня рыночного финансового риска необходимо применять показатель Херста (Н), характеризующий фрактальные распределения. В случае, если величина Н, отлична от 0,5, дисперсии распределений факторов риска неопределенны, или бесконечны, и риск является катастрофическим, поскольку фактор риска может измениться не на $\pm 3\sigma$ (как постулирует стандартный статистический подход), а на многократно большие величины [5].

Если показатель Н равен 0,5, то можно использовать для дальнейшей оценки риска уточненный показатель финансового риска (ФР), который представляет собой сумму риска колеблемости, измеряемого коэффициентом вариации, и дополнительного риска, вызванного использованием заемных средств, представляющего собой произведение коэффициента вариации на

плечо финансового рычага. При значении этого показателя до 5% – риск минимальный, от 5 до 15% – риск умеренный, свыше 15% – риск высокий [6]. В данных условиях возможности градации рисков стоит отдать предпочтение подходу, устанавливающему различную значимость характеристик степени риска для разных рисков организации.

Матрица попарных сравнений значимости валютного, процентного и ценового риска, а также матрицы оценки степени данных рисков для организации А представлены ниже.

Ценовой риск всегда имеет ключевое значение для деятельности организации (таблица 1) и ее стратегического развития, а также позиция по нему всегда существенна, поэтому при оценке ценового риска данные характеристики незначительно важнее размера риска, а при оценке валютного и процентного рисков существенность позиции значительно важнее размера риска, а стратегическое значение для развития организации еще важнее (таблицы 2 и 3).

Таблица 1 – Сравнение значимости рисков для деятельности организации А

	П	В	Ц
П	1	1	1/2
В	1	1	1/2
Ц	2	2	1

Примечание – Составлено автором.

Таблица 2 – Сравнение трех характеристик степени ценового риска организации А

	Размер риска	Существенность позиции	Стратегическое значение для развития организации
Размер риска	1	1/3	1/3
Существенность позиции	3	1	1
Стратегическое значение для развития организации	3	1	1

Примечание – Составлено автором.

Таблица 3 – Сравнение трех характеристик степени валютного и процентного риска организации А

	Размер риска	Существенность позиции	Стратегическое значение для развития организации
Размер риска	1	1/5	1/7
Существенность позиции	5	1	7/5
Стратегическое значение для развития организации	7	5/7	1

Примечание – Составлено автором.

Следующий шаг состоит в вычислении вектора приоритетов по данным матрицам. В математических терминах это – вычисление главного собственного вектора, который после нормализации становится вектором приоритетов.

Самым простым способом получить оценки этого вектора является суммирование элементов каждой строки и нормализация данных путем деления каждой суммы на сумму всех элементов; сумма полученных результатов будет равна единице. Первый элемент результирующего вектора будет приоритетом первого объекта, второй – второго объекта и т. д. Самый сложный способ: умножить n элементов каждой строки, извлечь корень n -й степени и нормализовать полученные числа. Чем сложнее способ, тем выше точность оценок в случае несогласованности матриц [1, с. 24]. Поскольку наша матрица согласована оба способа дают одинаковые результаты (таблица 4).

Таблица 4 – Расчет вектора приоритета для матрицы значимости рисков двумя способами

Риски	П	В	Ц	Первый способ		Второй способ		
				Сумма элементов строки	Вектор приоритетов	Произведение элементов строки (Y)	$\sqrt[n]{Y}$	Вектор приоритетов
П	1	1	0,5	2,5	0,25	0,5	0,7937	0,25
В	1	1	0,5	2,5	0,25	0,5	0,7937	0,25
Ц	2	2	1	5	0,5	4	1,5874	0,5
Сумма по столбцу				10			3,1748	

Примечание – Составлено автором.

Матрицы значимости характеристик степени риска также согласованы, поэтому рассчитаем их векторы приоритетов наиболее простым способом и получим значения, указанные в таблице 5.

Таблица 5 – Значимость характеристик степени ценового, валютного и процентного риска

	Ц	В	П
Размер риска	0,14	0,08	0,08
Существенность позиции	0,43	0,38	0,38
Стратегическое значение для развития организации	0,43	0,54	0,54
Примечание – Составлено автором.			

Далее необходимо произвести балльную оценку (БО) основных характеристик степени каждого риска, взвесить их на соответствующие векторы приоритетов (ВП), а затем полученные величины степени риска взвесить на приоритеты соответствующих рисков (ВЗ – взвешенное значение), в результате чего будет получена значимость рисков для деятельности организации (таблица 6).

Для случая, когда ключевые характеристики степени риска имеют одинаковую значимость для разных рисков (т. е. их матрица сравнения и вектор приоритетов имеют вид, представленный в таблице 7), следует сопоставить значимость рисков по каждой из характеристик. Матрицы таких сопоставлений и их векторы приоритетов представлены в таблицах 8, 9, 10.

Таблица 6 – Значимость рисков организации А

	Ценовой риск (приоритет 0,5)			Валютный риск (приоритет 0,25)			Процентный риск (приоритет 0,25)		
	БО	ВП	ВЗ (БО×ВП)	БО	ВП	ВЗ (БО×ВП)	БО	ВП	ВЗ (БО×ВП)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Размер риска	9	0,14	1,26	9	0,08	0,72	7	0,08	0,56
Существенность позиции	9	0,43	3,87	5	0,38	1,9	3	0,38	1,14
Стратегическое значение для развития организации	9	0,43	3,87	7	0,54	3,78	3	0,54	1,62
Итоговое значение степени риска			9			6,4			3,32
Значимость риска (итоговая степень риска, взвешенная на его приоритет)			4,5			1,6			0,83
Примечание – Составлено автором.									

Таблица 7 – Сравнение характеристик степени рисков организации Б

	Размер риска	Существенность позиции	Стратегическое значение для развития организации	Вектор приоритетов
Размер риска	1	1/2	1/3	0,17
Существенность позиции	2	1	2/3	0,33
Стратегическое значение для развития организации	3	3/2	1	0,50
Примечание – Составлено автором.				

Таблица 8 – Сравнение рисков организации Б относительно размера риска

Размер риска	П	В	Ц	Вектор приоритетов
П	1	1/5	1/3	0,11
В	5	1	5/3	0,56
Ц	3	3/5	1	0,33
Примечание – Составлено автором.				

Таблица 9 – Сравнение рисков организации Б относительно существенности позиции

Существенность позиции	П	В	Ц	Вектор приоритетов
П	1	1/3	1/9	0,08
В	3	1	1/3	0,23
Ц	9	3	1	0,69
Примечание – Составлено автором.				

Таблица 10 – Сравнение рисков организации Б относительно стратегического значения

Стратегическое значение для развития организации	П	В	Ц	Вектор приоритетов
П	1	5	1	0,45
В	1/5	1	1/5	0,09
Ц	1	5	1	0,45
Примечание – Составлено автором.				

Для получения общей оценки каждого риска, нужно, во-первых, умножить вес оценки данного риска по одной из характеристик на вес этой характеристики.

Затем следует сложить значения, полученные для каждого риска по всем критериям. Предыдущие вычисления могут быть представлены в виде следующего матричного произведения:

$$\begin{bmatrix} 0,11 (P_{PP}) & 0,08 (P_{CP}) & 0,45 (P_{C3}) \\ 0,56 (B_{PP}) & 0,23 (B_{CP}) & 0,09 (B_{C3}) \\ 0,33 (C_{PP}) & 0,69 (C_{CP}) & 0,45 (C_{C3}) \end{bmatrix} \begin{bmatrix} 0,17 (PP) \\ 0,33 (CP) \\ 0,50 (C3) \end{bmatrix}$$

Данное вычисление в MSExcel можно выполнить посредством статистической функции МУМНОЖ (массив 1; массив 2), в результате чего получаем вектор (0,2701; 0,2161; 0,5088). То есть значимость процентного риска равна 0,2701, валютного – 0,2161 и ценового 0,5088. Такие же значения можно получить путем следующего расчета:

$$П = 0,11 \times 0,17 + 0,08 \times 0,33 + 0,45 \times 0,50 = 0,2701$$

$$В = 0,56 \times 0,17 + 0,23 \times 0,33 + 0,09 \times 0,50 = 0,2161$$

$$Ц = 0,33 \times 0,17 + 0,69 \times 0,33 + 0,45 \times 0,50 = 0,5088$$

Как мы видим, при обоих подходах наиболее значимым оказался ценовой риск и его управлением необходимо заняться в первую очередь.

Таким образом, в статье представлена методика оценки значимости основных рыночных рисков, базирующаяся на методе анализа иерархий, в двух основных подходах, приоритетность применения которых зависит от субъективного взгляда лица, принимающего решение на значимость характеристик степени риска для разных рисков организации и от объективного показателя уровня риска.

Список использованной литературы

1. Саати, Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати; пер. с англ. – М. : Радио и связь, 1993. – 278 с.
2. Колтынюк, Б. А. Рынок ценных бумаг : учеб. / Б. А. Колтынюк. – 3-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004. – 336 с.
3. Маршалл, Дж. Ф. Финансовая инженерия: полное руководство по финансовым нововведениям / Дж. Ф. Маршалл, В. К. Бансал ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 784 с.
4. Шапкин, А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций : монография / А. С. Шапкин. – М. : Дашков и К°, 2003. – 544 с.
5. Сидоренко, Ю. Ю. Фрактальная парадигма видения рынков как способ преодоления ограничений традиционного подхода оценки финансовых рисков / Ю. Ю. Сидоренко // Банкаўскі веснік. – 2020. – № 10. – С. 37–44.
6. Сидоренко, Ю. Ю. Ограничения использования традиционного статистического подхода в периоды повышенной нестабильности / Ю. Ю. Сидоренко // Банкаўскі веснік. – 2020. – № 9. – С. 38–49.

V. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

УДК 338.48:339.138

Т. Н. Байбардина (bibardina@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

А. К. Дант (anaa.ad5354@gmail.com),
магистрантка

О. А. Бурцева (oxana_burtsava@mail.ru),
ст. преподаватель

А. А. Гусакова (annabelova0502@mail.ru),
магистрантка

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрены современные тенденции и перспективы развития агроэкотуризма в Республике Беларусь. Представлены результаты анализа формирования агротуристического сектора с учетом специфики и особенностей условий, созданных для его развития в Беларуси.

The article examines current trends and prospects for the development of agroecotourism in the Republic of Belarus. The results of an analysis of the formation of the agro-tourism sector are presented, taking into account the specifics and characteristics of the conditions created for its development in Belarus.

Ключевые слова: Беларусь; туризм; туристический сектор; туристическая отрасль; агроэкотуризм; туристы; субъекты агроэкотуризма; сельская местность; экология.

Key words: Belarus; tourism; tourism sector; tourism industry; agroecotourism; tourists; subjects of agroecotourism; rural areas; ecology.

На протяжении двух последних десятилетий сфера туристического бизнеса является одним из активно развивающихся секторов мировой экономики. Сектор путешествий и туризма обеспечивает почти 10% мирового валового внутреннего продукта и одно из каждых одиннадцати рабочих мест на планете. Ежегодно более 1 млрд туристов пересекает международные границы, и ожидается, что к 2030 г. это число возрастет до 1,8 млрд. Такой рост сектора путешествий и туризма сегодня является катализатором бурных процессов социально-экономического развития во всем мире, особенно в развивающихся странах и в странах, не имеющих выхода к морю.

Значительный вклад туристический сектор вносит в общую занятость страны. В 2022 г. в сфере отдыха и туризма насчитывалось 189,8 тыс. рабочих мест (4,5% от общей занятости). Вклад белорусской туриндустрии в совокупный экспорт товаров и услуг согласно статистике UNWTO в 2020 г. составил 1,4%. Исходя из данных платежного баланса, экспорт услуг по статье «Поездки» в 2021 г. составил 180 млн долл. США [1].

В 2020 г. Беларусь приняла Национальную стратегию развития туризма до 2035 года. Этот стратегический документ определяет ключевые направления и целевые показатели для дальнейшего развития отечественного туристического сектора, направленные на его улучшение и укрепление в мировом контексте. Согласно данному документу, к 2035 г. Республика Беларусь в мировом рейтинге по индексу конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма планирует занять не ниже 50-го места.

Выгодное географическое положение Беларуси является главным драйвером развития туристического сектора и ее неоспоримым преимуществом перед другими странами. Имея границу с пятью государствами, на стыке европейского и евразийского региона, Беларусь обрела свой неповторимый национальный колорит.

В Беларуси функционирует более 1,3 тыс. особо охраняемых природных территорий, общая площадь которых составляет около 1,9 млн га, или 9% от всей площади страны. В Беларуси находятся 381 заказник, 255 охотоугодий, 1 Березинский биосферный заповедник, 4 национальных парка: «Беловежская Пуща», «Нарочанский», «Браславские озера», «Припятский» [2].

Четыре объекта на территории Беларуси включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО:

- Беловежская Пуща;
- Замковый комплекс «Мир»;
- Геодезическая дуга «Струве»;
- Дворцово-парковый комплекс Радзивиллов в Несвиже [3].

В список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО включены:

- праздничный рождественский обряд «Колядные цари» в деревне Семежево (Минская область);
- торжество в честь почитания иконы Матери Божьей Будславской в г. Будслав (Минская область);
- весенний обряд «Юрьевский хоровод» в д. Погост (Гомельская область).

Сегодня в Беларуси подготовку кадров в сфере туризма осуществляют 20 высших и средних учебных заведений, совокупный выпуск специалистов которых составляет около 1 тыс. чел. Кроме того, для поддержания высокого уровня оказания экскурсионных услуг в Республике Беларусь проводится профессиональная аттестация экскурсоводов и гидов-переводчиков. В 2023 г. в стране насчитывалось 1 116 аттестованных экскурсоводов и 200 гидов-переводчиков [4].

Рост числа организованных иностранных туристов в Беларусь обусловил увеличение количества туристических компаний и занятых в туристическом секторе. По состоянию на 2022 г. туристический рынок Беларуси представлен 1 203 организациями, оказывающими туристические услуги, со списочной численностью 3 522 сотрудника.

Распределение турагентств по областям республики характеризуется следующими данными: в Минской области 684 (57% всех субъектов), причем на г. Минск в отдельности приходится 595 компаний отрасли, в Витебской области 140 (12%), в Могилевской области 83 (7%), в Гомельской области 113 турагентств (9%), в Брестской области 102 (8%), в Гродненской области 81 (7%).

Распределение потоков организованных туристов между сегментами в 2022 г. позволяет сделать вывод о численном преобладании туристов, ориентированных на внутренний туризм – 76%. Также значительная часть туристов выезжает путешествовать за границу – 17%. На долю въездного туризма приходится лишь 7% организованных туристов.

Численность организованных иностранных туристов, посетивших Беларусь в 2022 г., составила 143 тыс. посетителей, количество граждан, выехавших по турпутевкам за границу – 348,6 тыс. посетителей, а численность внутренних туристических посетителей составила 1 530,4 тыс. чел.

Неплохую динамику в Республике Беларусь имеет развитие агротуризма. Число субъектов агротуризма ежегодно увеличивается, и в 2022 г. этот показатель составил 3 043 ед., это на 10,25% больше, чем в 2019 г. Однако к уровню прошлого года произошло незначительное снижение – на 3,39%.

Количество туристов, обслуженных субъектами агротуризма, то растет, то падает. В 2022 г. их количество сформировалось на уровне 559,8 тыс. чел., это на 8,74% больше по отношению к показателю 2019 г. и на 0,67% меньше значения показателя прошлого периода [5].

Агротуризм успешно проявляет свою жизнеспособность, ориентируясь преимущественно на увеличение ключевых показателей. Началом развития агротуризма Беларуси принято считать 2002 г., когда было создано первое региональное общественное объединение «Агро- и экотуризм», которое через год трансформировалось в национальную организацию – БОО «Отдых в деревне». Именно инициатива сельского населения, материализовавшаяся в создании

этой общественной организации, вызвала бурный рост количества сельских усадеб и интерес к этой теме со стороны самых широких слоев общественности [6].

На начало 2023 г. сельское население Беларуси составляет 21,6% от общей численности населения. В настоящее время в Республике Беларусь более 3 тыс. агроусадьб, которые расположены в самых живописных местностях, оформлены с национальным белорусским колоритом или в современном экостиле, и их число постоянно растет.

За время деятельности БОО «Отдых в деревне» было реализовано более 25 проектов, которые сыграли основополагающую роль в формировании отрасли сельского туризма. В начале ее деятельности это были проекты и инициативы, связанные с разработкой стандартов и повышением уровня благоустройства агроусадьб.

Одной из ключевых особенностей агроэкотуризма является использование классической модели организации тура, где основную роль играют сами владельцы сельских производств. Сохраняя свой основной профиль деятельности, они дополнительно получают доход, предоставляя туристам возможность проживания и знакомства с сельским образом жизни. Туристы погружаются в атмосферу деревенского быта, знакомятся с местными обычаями, фольклором, историческими достопримечательностями, а также учатся основам сельского труда, ознакомились с природным ландшафтом.

Сегодня агроэкотуризм динамично развивается в Беларуси, относится к одному из относительно новых и приоритетных направлений. Так, если в 2003 г. было открыто несколько агроусадьб в Витебской области, то спустя три года их количество увеличилось до 34 объектов по стране. По состоянию на 2022 г. в Беларуси действовало 3 043 агроусадьбы, число обслуженных в них туристов составило 559,8 тыс. чел. (96,6% из которых являются белорусскими гражданами), а доход составил 33,5 млн р.

Важно также отметить произошедшие изменения в динамике средней продолжительности пребывания в туре. Пять лет назад туристы предпочитали 5-дневный отдых в сельской местности, однако за 2022 г. предпочтения изменились в пользу 3-дневного тура.

Среди иностранных агроэкотуристов Беларуси (из стран вне СНГ) большую долю, по состоянию на 2022 г., занимают граждане Латвии (37,3%), далее по численности распределения следуют граждане Литвы (19,8%) и Китая (11,8%) [7].

Распределение субъектов агроэкотуризма по областям страны складывается следующим образом: наибольшая часть приходится на Минскую область, также в тройку лидеров входит Витебская и Гродненская области (таблица).

Динамика создания агроусадьб в Беларуси за 2017–2022 гг., ед.

Области	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Брестская	368	388	423	434	462	429
Витебская	609	601	647	670	732	699
Гомельская	161	156	171	182	206	188
Гродненская	327	356	399	433	455	447
Минская	662	763	891	972	1054	1056
Могилевская	192	209	229	245	245	224
Всего	2 317	2 473	2 760	2 936	3 150	3 043
Примечание – Собственная разработка на основе данных источника [7].						

В Республике Беларусь в настоящее время агроэкотуризм рассматривается как важный компонент национальной экономики, направленный на максимальное использование природных и человеческих ресурсов белорусской деревни в интересах ее жителей, всех граждан республики, а также многочисленных зарубежных посетителей.

В целях создания благоприятных условий для развития агроэкотуризма, улучшения условий жизни граждан в сельской местности, малых городских поселениях и совершенствования сельской инфраструктуры был подписан Указ Президента Республики Беларусь № 351 от 4 октября 2022 г. «О развитии агроэкотуризма» [8]. За 20 лет развития агроэкотуризма Беларуси была создана, по сути, уникальная новая отрасль экономики.

Таким образом, развитие агроэкотуризма как ведущего направления туристической деятельности обусловлено стратегическими социально-экономическими интересами страны. Использование природного и культурно-исторического потенциала позволяет не только активизи-

ровать экономический рост, но и в первую очередь сохранять и популяризировать богатое историческое наследие. Уникальные природные ландшафты и культурная самобытность создают условия для развития агроэкотуризма в Беларуси. Сегодня данное направление активно развивается и поддерживается белорусским правительством. За относительно небольшой отрезок времени проделана значительная работа, которая внесла существенный вклад в социально-экономическое развитие сельских территорий.

Список использованной литературы

1. **Экспорт** туруслуг в Беларуси за 2022 год [Электронный ресурс] // БелТА – Новости Беларуси. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/eksport-turuslug-v-belarusi-za-2022-god-sostavil-180-mln-563553-2023/>. – Дата доступа: 24.02.2024.
2. **Туризм** и туристические ресурсы в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – 506 с.
3. **Развитие** туризма, деятельность туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2019 год [Электронный ресурс] : стат. сб. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 25.02.2024.
4. **В Беларуси** официально работает более 1,1 тысячи экскурсоводов и 200 гидов-переводчиков [Электронный ресурс] // Национальное агентство по туризму – Минск. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/>. – Дата доступа: 27.02.2024.
5. **Анализ** развития туризма Республики Беларусь с 2019 по 2022 гг. [Электронный ресурс] // Diplomstudent.net. – Режим доступа: <https://diplomstudent.net/analiz-razvitiya-turizma-v-respublike-belarus-s-2019-2022gg.html>. – Дата доступа: 28.02.2024.
6. **Агроэкотуризм** в период современных вызовов: национальный опыт [Электронный ресурс] : материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24 нояб. 2022 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2022. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
7. **Шапиро, И. И.** Агроэкотуризм в Республике Беларусь: анализ и направления развития / И. И. Шапиро // БГЭУ – Минск. – Режим доступа: http://www.bseu.by/8080/bitstream/edoc/80677/1/Shapiro_69_76. – Дата доступа: 14.02.2024.
8. **О развитии** агроэкотуризма [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь от 4 окт. 2022 г. № 351 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P3220035&p1=1>. – Дата доступа: 15.02.2024.

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТОРГОВОГО БИЗНЕСА

В статье рассмотрены тенденции и перспективы развития отечественного торгового бизнеса. Отражены современные аспекты развития сетевой торговли Республики Беларусь, определены основные тренды в развитии ретейла страны.

The article examines trends and prospects for the development of domestic trading business. Modern aspects of the development network trade of the Republic of Belarus are reflected, and the main trends in the development of the country's retail are identified.

Ключевые слова: торговый бизнес; розничные торговые сети; розничный товарооборот; ретейл; розничные торговые объекты; розничная торговля.

Key words: trading business; retail trade networks; retail trade turnover; retail; retail trade facilities; retail trade.

Глобализация мирового рынка товаров и услуг, сопровождаемая слияниями и поглощениями в различных секторах экономики, обусловила развитие новых форм организации торгового бизнеса. Рынок розничной торговли в Республике Беларусь вступил в этап своего бурного развития, интеграции торговли и перераспределения сфер влияния. Все большее влияние на потребительский рынок оказывают крупные розничные сети. Как показывает практика, на данном этапе развития розничной торговли наибольшую скорость возврата денежных активов обеспечивают именно розничные торговые сети, поэтому сетевая розничная торговля является не только самым крупным, но и наиболее важным сектором как для торговли, так и для экономики республики в целом.

В Беларуси отмечается заметный рост розничных торговых сетей. Количество розничных торговых объектов, функционирующих на территории Республики Беларусь, на 1 января 2022 г. составило 67 417 ед. На 1 января 2022 г. розничная торговая сеть только по Минской области представлена 13 844 объектами общей торговой площадью 1 042,1 тыс. м² [1].

Сегодня в стране работают 17 крупных торговых сетей. Отличительная черта белорусского розничного рынка в том, что практически все торговые сети мультиформатные – они работают во всех сегментах, от гипермаркетов до небольших магазинов шаговой доступности. При этом эксперты отмечают, что возможности строительства новых гипермаркетов исчерпаны – рынок уже насыщен. И в дальнейшем развитие торгового обслуживания будет происходить именно в формате магазинов у дома.

Торговые сети обеспечивают 52–53% розничного товарооборота. Доля крупнейшего игрока – торговой сети «Евроопт» на данный момент составляет около 18,5% рынка.

В настоящее время на рынке Республики Беларусь функционирует несколько десятков розничных торговых сетей, среди которых основными крупными сетями современного формата помимо компании «Евроторг» («Евроопт»), являются: торговая сеть Белкоопсоюза («Родны кут»), ООО «БелМаркетКомпани» («Белмаркет»), ЗАО «Юнифуд» («Алми», Zakrama, Spar), ООО «Табак-инвест» («Корона»), ООО «Либретик Групп» («Соседи»), ИУП «БелВиллесден» («Гиппо»), Барановичская мебельная фабрика «Лагуна» («АМІ-мебель»), ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» («Пинскдрев»), ЧТУП «ЗападХимТорг» («Остров чистоты»), ЗАО «ПАТИО» («Пятый элемент») и др. Доминирование данных торговых сетей в регионах республики уже стало очевидным.

Лидером среди непродовольственных сетей в Республике Беларусь в настоящее время является «АМІ-мебель» (Барановичская мебельная фабрика «Лагуна»). Торговая сеть «АМІ-мебель» насчитывает 215 магазинов общей площадью около 60 тыс. м² по всей стране. На втором месте в рейтинге представлена торговая сеть «Остров чистоты» (ЧТУП «ЗападХимТорг»), которая насчитывает более 420 магазинов общей площадью более 40 тыс. м². Третью позицию в рейтинге занимает оптовая и розничная торговая сеть строительных материалов и инструментов, товаров для дома, сада и огорода «ОМА» (компания «ОМА»), представленная более 27 торговыми объектами, крупнейший из которых занимает площадь 7 000 м². Кроме того, одной из крупных государственных торговых сетей в Беларуси является «Пинскдрев» (ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев»), которая насчитывает 88 магазинов общей торговой площадью 55 тыс. м² [2].

Развитие розничной торговли в Республике Беларусь характеризуется постоянным ростом и направлено на удовлетворение спроса потребителей, привлечение новых клиентов в организованные торговые сети (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика розничного товарооборота в Республике Беларусь за 2018–2022 гг.

Показатели	Годы					Темп роста, %	
	2018	2019	2020	2021	2022	2022 г. к 2021 г.	2022 г. к 2018 г.
Розничный товарооборот в фактически действовавших ценах, млн р.	45 165,2	49 557,5	53 539,0	60 067,4	68 058,5	113,30	150,69
В процентах к предыдущему году (в сопоставимых ценах)	108,3	104,5	102,1	101,9	96,0	94,21	88,64
Розничный товарооборот на душу населения, тыс. р.	4 785,1	5 261,0	5 707,8	6 457,1	7 375,2	114,22	154,13
Примечание – Источник [1].							

Из данных, представленных в таблице 1, видно, что в 2021 г. розничный товарооборот составил 60 067,4 млн р., что на 7 991,1 млн р. меньше, чем в следующем 2022 г. Розничный товарооборот на душу населения в 2022 г. составил 7 375,2 тыс. р., или 154,13% в сравнении с 2018 г. и 114,2% в сравнении с 2021 г., а также видна четкая динамика роста из года в год.

За последние пять лет наблюдается тенденция увеличения количества розничных торговых организаций. С 2018 по 2022 г. количество торговых объектов в Беларуси увеличилось с 64 365 до 67 417 соответственно [1].

В структуре розничных торговых объектов наибольший процент представлен торговыми объектами частной формы собственности, чей удельный вес в 2022 г. составил 87,3%. Удельный вес государственной собственности в 2022 г. составил 6,6%, в то время как доля иностранных компаний составила 6,1%. Анализ динамики за период с 2017 по 2022 г. показывает тенденцию к снижению доли государственной собственности (с 7,9% в 2017 г. до 6,6% в 2022 г.), уменьшению доли частной собственности (с 88,1% в 2017 г. до 87,3% в 2022 г.) и увеличению доли собственности иностранных компаний (с 4,0% в 2017 г. до 6,1% в 2022 г.) [3].

Розничный товарооборот организаций государственной собственности с 2018 по 2022 г. увеличился на 59,57%, товарооборот частных организаций – на 46,20%, а товарооборот иностранных организаций – на 61,19%. Эти данные свидетельствуют о привлекательности розничной торговли для иностранных инвесторов, занимающихся деятельностью на территории Республики Беларусь (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика розничного товарооборота по формам собственности за 2018–2021 гг., млрд р.

Показатели	Годы					Темп роста, %	
	2018	2019	2020	2021	2022	2022 г. к 2021 г.	2022 г. к 2018 г.
Розничный товарооборот, всего	45 165,2	49 557,5	53 539,0	60 067,5	68 058,6	113,30	150,69
В том числе по формам собственности:							
государственная	3 954,3	4 470,0	4 642,1	5 299,1	6 309,7	119,07	159,57
частная	31 212,6	33 949,0	37 354,2	41 428,3	45 632,7	110,15	146,20
иностранная	9 998,3	11 138,5	11 542,7	13 340,1	16 116,2	120,81	161,19
Примечание – Источник [3].							

Следует отметить положительную динамику увеличения доли в розничном товарообороте именно у крупных организаций, в то время как у других участников рынка отмечается отрицательная тенденция.

С начала 2022 г. рост розничных продаж ускорился до 3,3%, что составило 4,8 млрд бел. р. только в январе месяце. В феврале месяце розничные продажи возросли на 4% и достигли 9,5 млрд бел. р. За первый квартал 2022 г. объем розничных продаж в целом увеличился на 6,5%, достигнув отметки в 15,6 млрд бел. р. [4].

Торговля, как и другие направления бизнеса Республики Беларусь, сегодня переживает серьезные изменения. Современное развитие розничной торговли связано с процессом глобализации, который тесным образом связан с концентрацией торгового капитала. В последние годы в крупных городах Республики Беларусь активизировался процесс внедрения в торговую инфраструктуру сетевого формата, произошли существенные институциональные преобразования, намного повысилась насыщенность потребительского рынка товарами, произошли значительные изменения в технологиях продаж.

Основными трендами в развитии внутренней торговли Республики Беларусь в настоящее время являются:

- рост доли частной собственности как в количестве розничных торговых организаций, так и в объемах продаж;
- рост удельного веса продаж продовольственных товаров в общем объеме продаж;
- опережение роста продаж в организациях по сравнению с рынками и торговыми центрами;
- активизация и увеличение доли электронной торговли и торговли с использованием пластиковых карт банков;
- усиление приверженности потребителей к супермаркетам и гипермаркетам;
- активизация продаж через новые каналы торговли (мобильные предложения, социальные сети, реклама в лифтах и др.);
- рост доли онлайн-торговли, развитие онлайн-продаж и маркетплейсов.

Кроме того, в современных условиях цифровизация бизнес-процессов в торговле является важным условием формирования конкурентоспособности торговых сетей. Сегодня торговые сети Республики Беларусь используют в цифровой среде маркетинговые инструменты, которые повышают степень вовлеченности потребителя в процесс совершения покупки и создания потребительской ценности, что формирует дополнительные конкурентные преимущества отечественного ретейла.

Список использованной литературы

1. **Индекс** физического объема розничного товарооборота на душу населения в % к предыдущему периоду [Электронный ресурс] // Интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=214112>. – Дата доступа: 01.03.2024.
2. **Байбардина, Т. Н.** Тенденции и современные подходы к формированию программ лояльности в сетевой торговле Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева, А. Я. Якимик // Экономика. Бизнес. Финансы. – 2018. – № 5. – С. 78.
3. **Молчанов, Н. Н.** Маркетинг инноваций : учеб. и практикум / Н. Н. Молчанов. – М. : Юрайт, 2014. – 528 с.
4. **Розничные** продажи в Беларуси по итогам 2022 г. [Электронный ресурс] // Прайм-Пресс. – Режим доступа: https://primepress.by/news/ekonomika/roznichnye_prodzhi_v_bearusi_po_itogam_2022_g_snizilis_na_3_7-47308/?ysclid=ls6ls13rf1153502876. – Дата доступа: 03.03.2024.

ЭВОЛЮЦИЯ НЕКОММЕРЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье рассматриваются ключевые аспекты возникновения и развития некоммерческого маркетинга, а также его социальная роль в современном обществе. Приводится обзор различных трактовок этого понятия, данных ведущими учеными.

This article discusses the key aspects of the emergence and development of non-profit marketing, as well as its social role in modern society. An overview of various interpretations of this concept given by leading scientists is provided.

Ключевые слова: некоммерческая организация; некоммерческий маркетинг; маркетинг организаций; концепция маркетинга; социальный маркетинг.

Key words: non-profit organization; noncommercial marketing; organization marketing; marketing concept; social marketing.

В современных условиях развития общества немаловажное значение приобретает изучение деятельности некоммерческих организаций, которые для продвижения своих идей и деятельности в целом используют инструменты маркетинга. Некоммерческий маркетинг приобретает всевозрастающую роль на фоне развития научных, культурных, религиозных организаций, развития благотворительных фондов и пр.

К некоммерческим организациям относятся организации, имеющие социальную значимость и полезность. Можно привести в пример международные и национальные общественные организации, такие как общество Красного Креста, церкви, мечети, благотворительные службы и фонды, детские фонды и стипендиальные учреждения, благотворительные организации и фонды поддержки [1].

Некоммерческий маркетинг возник в ответ на потребности некоммерческих организаций, которым необходимо было мобилизовать ресурсы для своей деятельности. Это может быть связано с различными факторами, такими как усиление денежной конкуренции, изменение приоритетов доноров и донорских организаций и необходимость более эффективного использования ресурсов.

Некоммерческие рынки включают в себя все аспекты маркетинга, используемые в коммерческом секторе, но с особым акцентом на некоммерческие организации. Он включает маркетинговые исследования, идентификацию целевой аудитории, разработку рекламной стратегии, создание бренда и управление взаимоотношениями с клиентами [1].

При этом все большее распространение получает такая форма маркетинга, как маркетинг взаимоотношений. Основная цель – максимизировать результаты некоммерческих сделок путем создания лояльных клиентских сегментов и долгосрочных деловых отношений с целью получения прибыли. Использование инструментов маркетинга взаимоотношений влияет на растущее социальное воздействие деятельности некоммерческих организаций, таких как благотворительные фонды, медицинские учреждения, налоговые органы и организации социального обеспечения.

Анализ истории развития маркетинговой мысли показал, что идея адаптации коммерческих маркетинговых каналов к специфике некоммерческого сектора возникла еще в 70-х гг. XX в. В новом контексте некоммерческим организациям требовались такие навыки, как способность четко определять позицию организации на рынке и понимать потребности клиентов, способность распространять свои убеждения, завоевывать последователей и т. д.

Известно, что теории и методы маркетинга традиционно развивались на основе деловой практики. Аналогичным образом маркетинг для некоммерческих организаций развивается в результате деятельности в некоммерческой сфере. Однако важным отличием этого вида маркетинга является то, что формулирование его концепции требует не только теоретической базы и зрелого подхода к классическому маркетингу, но и богатого опыта практического применения его методологических инструментов [2].

Некоммерческий маркетинг на современном этапе развития общества приобретает особую роль. Это помогает некоммерческим организациям мобилизовать ресурсы, необходимые для выполнения их миссии, путем использования финансирования, волонтерства, информационной поддержки и других видов поддержки. Целью их деятельности является предоставление преимуществ, созданных либо для сообщества, либо для групп отдельных лиц. Эта выгода называется социальным воздействием, которое возникает в результате деятельности некоммерческих организаций, не связанных с получением выгод, направленных на внешнюю среду и способствующих решению проблем общества [3].

В литературе часто используется термин «социальный маркетинг» в качестве синонима маркетинговой деятельности в некоммерческой сфере. По мнению С. Н. Андреева, применение термина «социальный маркетинг» не является корректным, потому что классический маркетинг, способствуя разрешению противоречий между интересами производителя (больше произвести и дороже продать) и покупателя (дешевле купить качественный продукт), выполняет при этом важнейшую социальную функцию [1].

В работах ряда авторов используются понятия «социальный маркетинг» и «прибыльный маркетинг». Такого взгляда придерживаются, в частности, Н. Ваганова и В. Гордин, которые считают, что объектом социального маркетинга являются «органы государственной власти, спонсоры и часть публики», а прибыльного маркетинга – «высокодоходная часть публики» [3]. В действительности же социальные функции маркетинга реализуются и в первом, и во втором случае.

Вместе с тем, анализ трактовок отдельных составляющих концепции маркетинга некоммерческих организаций характеризуется отсутствием системности, многочисленными неточностями, смешением и подменой понятий, разночтением терминов. Все это дезориентирует практиков, изучающих маркетинг и его приложение в некоммерческой сфере.

Если говорить о предпосылках возникновения маркетинга в некоммерческой сфере, то для этого есть три основных фактора: наличие ориентации на некоммерческую сферу и некоммерческую деятельность, доступ к бесплатному некоммерческому обмену результатами этой сделки, конкурентное присутствие в некоммерческом секторе. Первые два требования относятся к возможному сценарию применения концепции некоммерческих рынков. Результаты этой деятельности предназначены для удовлетворения определенных социальных потребностей и представляются потребителям посредством некоммерческих обменов, одним из этапов которых является некоммерческая реализация. О том, что акт некоммерческого признания состоялся, свидетельствует положительная реакция людей на результаты некоммерческой деятельности, их готовность этим пользоваться. Третьей предпосылкой является характер необходимости применения концепции некоммерческого маркетинга. Некоммерческая деятельность осуществляется в конкурентной среде, которая характеризуется борьбой за интересы некоммерческих организаций, связанные с продвижением услуг, идей, концепций, программ и т. д. для «рынка» с целью некоммерческой реализации потребителю. Наличие конкуренции в некоммерческой сфере создает проблему сбыта аналогичных некоммерческих продуктов.

Кроме того, следует признать тот факт, что современный маркетинг все чаще не столько реагирует на формирующиеся потребности и спрос, сколько сам активно создает новые потребности и формирует на них спрос. При этом процесс формирования спроса на некоммерческий продукт можно разделить на пять этапов:

- определение потребительских характеристик;
- выявление индивидуальных потребностей пользователя;
- формирование потребности в некоммерческом продукте;
- создание предпочтений для некоммерческого продукта;
- создание требований к некоммерческому продукту.

Потребители некоммерческого продукта обладают определенными характеристиками в зависимости от характера человека и особенностей его жизни в существующих условиях: пол, возраст, национальность, образование, профессия, социальный статус, система ценностей, уровень денежного дохода и т. д. Сочетание и пропорция этих характеристик определяют индивидуальность пользователя.

Исходя из этого формируются требования к определенным видам некоммерческой продукции. Особое место занимают стратегии маркетинговых коммуникаций. Это связано с тем, что деятельность в некоммерческом секторе напрямую не связана с материальным производством. Массовое создание некоммерческих продуктов, таких как некоммерческие услуги, идеи, концепции, программное обеспечение и т. д., зависит не от производственной деятельности,

а скорее от интеллектуальной и коммуникативной. В то же время направление маркетинговой деятельности меняется в сторону продвижения некоммерческих продуктов.

Некоммерческий маркетинг охватывает многие виды гуманитарной деятельности, которые включают в себя: государственное управление, политику, науку, образование, искусство и культуру, религию, оборону и безопасность, спорт, благотворительность и т. д. Это также способствует полному удовлетворению следующих ключевых требований: самосознание и самосозерцание личности, признание гражданских прав и свобод, участие в управлении государством, безопасность, здравоохранение, образование, социальные, культурные, художественные ценности и т. д.

Некоммерческий маркетинг можно разделить на три типа: продажа некоммерческих публичных организаций; продажа некоммерческих неправительственных организаций; продажа лиц, занимающихся общественной деятельностью. Главное, что объединяет эти типы субъектов, – это то, что их деятельность не связана напрямую с получением прибыли и направлена на решение социальных проблем населения.

В настоящее время в маркетинговую концепцию некоммерческих компаний интегрированы следующие виды маркетинга: маркетинг идей, персональный маркетинг, маркетинг местоположения, маркетинг взаимоотношений, политический маркетинг, маркетинг услуг. Внедрение концепции маркетинговой деятельности некоммерческих организаций позволяет им строить свою деятельность не только интуитивно, используя накопленный опыт, но и на научной основе, добиваясь высоких результатов. Использование концепции некоммерческого маркетинга и ее инструментов предоставляет некоммерческим организациям следующие возможности:

- создание идеальной внутренней среды, основанной на заявленной миссии субъекта;
- создание некоммерческих продуктов, отвечающих предъявляемым требованиям;
- обеспечение эффективности некоммерческих обменов и полного удовлетворения социальных потребностей общества, управление нуждами и запросами потребителей некоммерческих продуктов;
- воздействие на потребителей, конкурентов и коммуникационную аудиторию посредством маркетинговых коммуникаций;
- создание и усиление социальной реакции в конкретных ситуациях;
- выигрыш инвестиционного конкурса в области сбора средств, обеспечив тем самым необходимое финансирование для своей деятельности;
- обеспечение эффективного использования ограниченных ресурсов сообщества.

Социальный эффект, получаемый от деятельности некоммерческих организаций, важен для общества. Исходя из этого, деятельность некоммерческой организации финансируется и мобилизуется из государственного бюджета или спонсорами и меценатами. Некоммерческий маркетинг также помогает некоммерческим организациям стать более эффективными. Это позволяет им лучше понимать свою аудиторию, разрабатывать более эффективные стратегии продвижения и улучшать отношения с клиентами. Кроме того, некоммерческие рынки способствуют развитию корпоративной социальной ответственности. Многие коммерческие организации поддерживают некоммерческие организации, которые помогают им улучшить свой имидж и привлечь новых клиентов [4].

Таким образом, существование некоммерческой сферы является объективной причиной возникновения и существования некоммерческого маркетинга, в основе которого лежит некоммерческий обмен. В целом некоммерческий маркетинг является важным инструментом для некоммерческих организаций, помогающим им достигать своих целей и вносить вклад в общество. Цель некоммерческой деятельности – определенный социальный эффект для общества в целом или отдельных групп населения, а результат – некоммерческий продукт, который является носителем социального эффекта. Потребителями некоммерческого продукта выступают либо общество в целом, либо отдельные группы общества. Платой за создание некоммерческого продукта для некоммерческого субъекта может быть государственное или частное финансирование. При этом следует отметить существование свободного толкования понятия «маркетинг» в отношении некоммерческих организаций. Вместе с тем, необходимость и возможность использования концепции маркетинга применительно к субъектам некоммерческой сферы позволяет, с одной стороны, рационально использовать ограниченные ресурсы общества, с другой стороны – на качественно более высоком уровне удовлетворять потребности членов общества.

Список использованной литературы

1. **Андреев, С. Н.** Основы некоммерческого маркетинга / С. Н. Андреев, Л. Н. Мельниченко. – М. : Прогресс-Традиция, 2005. – 256 с.
2. **Дмитриченко, О. П.** Некоммерческий маркетинг как неотъемлемая составляющая развития современного общества [Электронный ресурс] / О. П. Дмитриченко, О. С. Зыбин // КиберЛенинка : науч. электрон. б-ка. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekommercheskiy-marketing-kak-neotemlemaya-sostavlyaschaya-razvitiya-sovremennogo-obschestva>. – Дата доступа: 31.03.2024.
3. **Комаров, А. И.** Развитие маркетинга некоммерческих организаций (НКО) // А. И. Комаров, А. Н. Слободич // Маркетинг и логистика. – 2017. – № 1 (9). – С. 6–11.
4. **Маркетинг** некоммерческих организаций : пособие / авт.-сост. : Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-эконом. ун-т потребит. кооп., 2024. – 136 с.

УДК 339.33

А. П. Гуменников (gumennikov@tut.by),

ст. преподаватель

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

НАЛИЧИЕ И СТРУКТУРА СКЛАДОВ ОПТОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В данной статье подвергнуты анализу наличие и размещение складов оптовых организаций в Республике Беларусь, изменение имеющихся складских площадей, в том числе в сравнении с показателями по Белорусской ССР за 1970–1988 гг.

This article analyzes the presence and location of warehouses of wholesale organizations in the Republic of Belarus, changes in available warehouse area, including in comparison with indicators for the Belarusian SSR for 1970–1988 years.

Ключевые слова: склад; складская площадь; оптовая торговля; склады оптовых организаций в Республике Беларусь.

Key words: warehouse; warehouse area; wholesale; warehouses of wholesale organizations in the Republic of Belarus.

Развитие торговли в настоящее время происходит в тесной увязке с развитием складских мощностей, которые определяет складская площадь. Имеющиеся складские площади могут являться как стимулом роста объемов товарооборота и запасов, так и, наоборот, его существенным ограничивающим фактором. С позиции организации логистики товаропотоков интерес также представляет сравнение показателей наличия складских мощностей на текущий момент с аналогичными показателями по Белорусской ССР.

Отечественная статистика в период функционирования БССР обеспечивала экономистов данными по наличию складских площадей как в розничной торговле, так и в оптовых организациях. За 1970–1988 гг. при увеличении численности населения в БССР на 12,2% площадь розничных торговых объектов увеличилась на 86%, а площадь складов в розничной и оптовой торговле – на 94% (таблица 1). Происходило планомерное укрупнение складов: на конец 1988 г. в розничной торговле средняя площадь склада составила 560,6 м², увеличившись с 1970 г. на 192,7 м².

Таблица 1 – Наличие складов в оптовой и розничной торговле Белорусской ССР за 1970–1988 гг.
(на конец года)

Показатели	1970	1980	1985	1988	Отклонение 1988 г. от 1970 г.
1. Число магазинов и палаток государственной и кооперативной торговли, всего, тыс. ед.	24,2	24,5	25,5	29,1	4,9
2. Торговая площадь магазинов государственной и кооперативной торговли, тыс. м ²	1 221	1 863	2 093	2 271	1 050
3. Число общетоварных и специализированных складов государственной и кооперативной торговли, всего, ед.	2 603	3 032	3 123	3 018	415

Окончание таблицы 1

Показатели	1970	1980	1985	1988	Отклонение 1988 г. от 1970 г.
В том числе:					
общетоварных складов, ед.	1 699	2 043	2 175	2 178	479
овоще-, картофе-, фруктохранилищ, ед.	904	989	948	840	-64
4. Площадь общетоварных складов государственной и кооперативной торговли:					
4.1. Всего, тыс. м ²	625	962	1 162	1 221	596
4.2. Среднее значение на один общетоварный склад, м ²	367,9	470,9	534,3	560,6	192,7
5. Емкость овоще-, картофе-, фруктохранилищ государственной и кооперативной торговли, тыс. т	247	430	461	568	321
6. Сеть оптовых баз и контор государственной торговли (включая холодильники):					0
6.1. Число оптовых баз и контор, ед.	54	59	54	54	0
6.2. Площадь складских помещений, тыс. м ²	191	261	338	365	174
6.3. Емкость холодильников, тыс. т	37	53	57	74	37
7. Численность населения Белорусской ССР, тыс. чел.	9 048,7	9 662,9	9 986,4	10 151,8	1 103,1
8. Общая площадь складов (оптовых баз и розничной торговли), тыс. м ² (стр. 4.1 + стр. 6.2)	816	1 223	1 500	1 586	770
9. Отношение торговой площади магазинов к общей площади складов (стр. 2 : стр. 9)	1,50	1,52	1,40	1,43	-0,064
10. Отношение торговой площади магазинов к площади складских помещений оптовых баз (стр. 2 : стр. 6.2)	6,39	7,14	6,19	6,22	-0,17
11. Отношение численности населения:					
11.1. К общей площади складов, чел./м ² (стр. 7 : стр. 8)	11,1	7,9	6,7	6,4	-4,69
11.2 К площади складов оптовых баз, чел./м ² (стр. 7 : стр. 6.2)	33,7	49,9	58,8	54,5	+20,8
12. Отношение численности населения к общей площади магазинов, чел./м ² (стр. 7 : стр. 2)	7,4	5,2	4,8	4,5	-2,94
13. Отношение общей площади складов к количеству обслуживаемых торговых объектов, м ² /ед. (стр. 8 : стр. 1)	33,7	49,9	58,8	54,5	20,78
14. Общая емкость овоще-, картофе-, фруктохранилищ и холодильников розничной торговли и оптовых баз, тыс. т (стр. 5 + стр. 6.3)	284	483	518	642	358
15. Отношение численности населения к общей емкости овоще-, картофе-, фруктохранилищ и холодильников, чел./т (стр. 7 : стр. 14)	31,9	20,0	19,3	15,8	-16,05
Примечание – Собственная разработка на основе источников [1, с. 358–422; 2, с. 28–29].					

В Белорусской ССР на конец 1988 г. на 1 м² площади складов в розничной и оптовой торговле приходилось 1,43 м² площади магазинов. Соотношение торговой площади магазинов к площади оптовых торговых баз было существенно больше: один квадратный метр площади складов в оптовой торговле в среднем обслуживал 6,2 м² площади магазинов. Данное соотношение за исследуемый период постоянно уменьшалось. На конец 1988 г. в БССР один квадратный метр складской площади позволял обслуживать 6,4 жителя республики, на один торговый объект приходилось 54,5 м² совокупных складских площадей, а одна тонна емкости овоще-, картофе-, фруктохранилищ в среднем обеспечивала товарами 15,8 человека. Рассматривать данные показатели стоит с оглядкой на определенную ограниченность товарного ассортимента и усредненность распределения доходов среди населения.

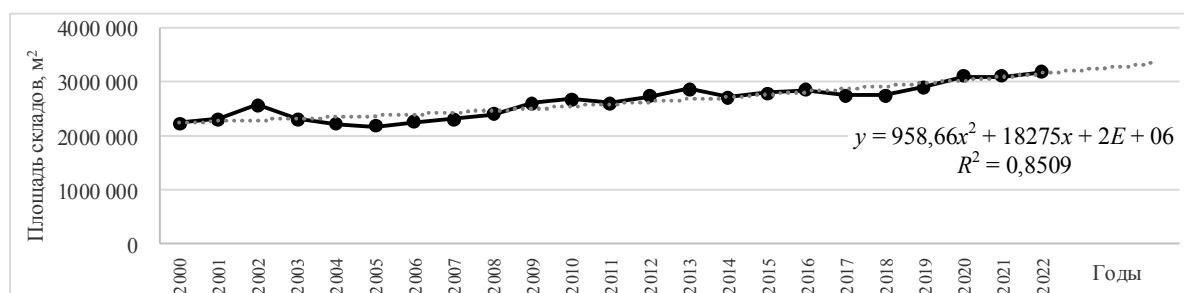
В настоящее время Национальный статистический комитет Республики Беларусь обеспечивает сбор статистической информации по наличию складских площадей только от юридических лиц, или обособленных подразделений юридических лиц, основным видом экономической деятельности которых является оптовая торговля [3]. Проанализируем наличие складов в оптовой торговле Республики Беларусь за 2005–2021 гг. (таблица 2).

Таблица 2 – Наличие складов в оптовой торговле Республики Беларусь за 2005–2022 гг.
(на конец года, таблица приведена частично)

Показатели	2005	2020	2021	Отклонение 2021 г. от 2005 г.
1. Число складов, расположенных в специальных помещениях, ед.	5 724	8 015	7 740	2 016
...				
32. Торговая площадь магазинов, м ²	2 856 282	6 368 689	6 439 832	3 583 550
33. Отношение торговой площади магазинов к общей площади складов оптовых организаций, м ² (стр. 32 : стр. 7)	1,30	1,97	1,99	0,69
34. Количество розничных торговых объектов, всего, ед.	34 237	67 438	67 969	33 732
35. Отношение количества розничных торговых объектов к количеству складов (стр. 34 : стр. 3)	5,42	6,41	6,66	1,25
36. Отношение общей площади складов к количеству розничных торговых объектов, м ² /ед. (стр. 7 : стр. 34)	64,3	47,9	47,7	–16,64
37. Численность населения, чел.	9 630 354	9 349 645	9 255 524	–374 830
38. Отношение численности населения к общей площади складов оптовых организаций, чел./м ² (стр. 37 : стр. 7)	4,4	2,9	2,9	–1,5
39. Отношение численности населения к общей площади магазинов, чел./м ² (стр. 37 : стр. 31)	3,4	1,5	1,4	–1,9
40. Отношение численности населения к общей емкости овоще-, картофеле-, фруктохранилищ и холодильников оптовой торговли, чел./т (стр. 37 : стр. 31)	65,1	54,7	87,7	22,6
41. Отношение общей емкости овоще-, картофеле-, фруктохранилищ оптовой торговли к численности населения, кг/чел. (стр. 29 : стр. 37)	9,0	9,9	5,6	–3,4
Примечание – Собственная разработка на основе источников [4; 5, с. 19].				

За исследуемый период в Республике Беларусь общее количество складов оптовых организаций увеличилось на 3,9 тыс. ед., площадь складов – на 0,928 млн м². В целом площадь складов оптовых организаций, расположенных в специальных помещениях, за 2005–2021 гг. увеличилась на 42,8%. Математический прогноз изменения площади складов оптовых организаций Республики Беларусь позволяет предположить с высокой долей вероятности незначительное его увеличение в ближайшие годы (рисунок).

Изменение площади складов оптовых организаций Республики Беларусь, расположенных в специальных помещениях, за 2000–2022 гг. и прогноз изменения данного показателя до 2025 г. (на конец года)



Примечание – Собственная разработка на основе источников [4; 5, с. 19].

На конец 2021 г. удельный вес площади складов, расположенных в специальных помещениях, составил 95,4%, что ниже на 2,9 процентных пункта показателя 2005 г. Тенденцию снижения данного показателя можно отметить как негативную, так как в неприспособленных помещениях сложно обеспечить надлежащие условия хранения и эффективную грузопереработку. Из общего количества складов преобладающее количество занимают непродовольственные склады – 93,87%. За 2005–2021 гг. средняя площадь складов в оптовой торговле снизилась с 348,4 до 317,7 м², при этом площадь складов, расположенных в специальных помещениях, увеличилась с 378,4 до 399,7 м². На конец 2021 г. средняя площадь продовольственного склада была в 2,2 раза больше средней площади непродовольственного склада. Положительно следует оценивать увеличение средней высоты складов оптовой торговли с 5,2 до 5,7 м. При этом на конец 2021 г. средняя высота складов, расположенных в специальных помещениях, составила 5,8 м,

а во временно приспособленных помещениях – 4,0 м, что делает невозможным организацию в них эффективного высотного стеллажного хранения. За рассматриваемый период произошло увеличение числа складов-холодильников, однако объем единовременного хранения товаров на складах-холодильниках снизился, что свидетельствует о снижении средней емкости таких складов. Также за 2005–2021 гг. произошло существенное снижение как количества хранилищ для картофеля, овощей и фруктов, так и объема единовременного хранения товаров в них. В целом на конец 2021 г. склады, расположенные в специальных помещениях, были использованы на 96,2%, магазины-склады – на 97,1%, а объем единовременного хранения товаров в складах-холодильниках – на 99,1% [5, с. 19].

На конец 2022 г. в Республике Беларусь насчитывалось 8 064 складов, расположенных в специальных помещениях. По сравнению с данными на конец 2001 г. их количество увеличилось на 4 221 ед. (прирост 66,5%). При этом за указанный период количество складов, расположенных в специальных помещениях, увеличилось на 3 888 ед. за счет их образования в г. Минске и Минской области. В остальных областях увеличение складов было не таким заметным, а в Гомельской области наблюдалось снижение.

За исследуемый период складские площади оптовой торговли Республики Беларусь, расположенные в специальных помещениях, в г. Минске и Минской области существенно увеличились, и их доля составляет 68,84% от республиканского показателя (в 2000 г. – 30,81%), а доли остальных областей снизились на 7–10 процентных пунктов. Таким образом можно отметить, что значительные складские мощности оптовые организации перенесли в столицу и столичный регион. За последние несколько лет значение данного показателя стабилизировалось, поэтому можно предполагать, что при увеличении складской площади данное соотношение сохранится.

Средняя площадь складов организаций оптовой торговли Республики Беларусь, расположенных в специальных помещениях, за 2001–2022 гг. снизилась с 600 до 393,9 м². При этом наблюдается незначительное увеличение данного показателя по складам, размещенным в г. Минске (с 333,6 м² в 2001 г. до 363,3 м² в 2022 г.).

Сравним отдельные показатели 2021 г. с показателями 1988 г. (таблица 3). При анализе приведенных данных в таблице следует учитывать многократное расширение ассортимента товаров, увеличение торговых площадей в республике в 2,8 раза и сокращение численности жителей на 9% за данный период времени.

Таблица 3 – Сравнение отдельных показателей наличия складских мощностей в оптовой торговле Республики Беларусь в 2021 г. и в оптовой торговле Белорусской ССР за 1988 г. (на конец года)

Показатели	1988 г.	2021 г.	Отклонение
Общая площадь складов оптовых организаций, тыс. м ²	365	3 242	Увеличение в 8,9 раза
Численность населения, приходящаяся на 1 м ² площади складов оптовых организаций, чел./м ²	54,5	2,9	Уменьшение в 18,8 раза
Торговая площадь магазинов, приходящаяся на 1 м ² площади складов оптовых организаций, м ² /м ²	6,22	1,99	Уменьшение в 3,1 раза
Примечание – Источник: собственная разработка на основе таблиц 1 и 2.			

Основные выводы:

1. Отсутствие статистических данных по складской сети, имеющейся в распоряжении розничных организаций, не позволяет провести полный комплексный анализ наличия и структуры складской инфраструктуры в республике.
2. В республике происходит постепенное наращивание складских возможностей оптовых организаций, что будет характерным еще как минимум несколько лет. Из общего количества складов преобладающее количество занимают непродуктивные склады.
3. Наблюдается негативная тенденция увеличения доли площади складов, расположенных во временно приспособленных помещениях.
4. Средняя площадь складов в оптовой торговле снижается, при этом площадь складов, расположенных в специальных помещениях, увеличивается. Средняя высота складов оптовой торговли увеличивается.
5. Основные складские мощности оптовых организаций в настоящее время размещены в г. Минске и Минской области.
6. Сравнение отдельных показателей развития складских мощностей с показателями 1988 г. показывает существенное развитие возможностей оптовых организаций и высокий уровень

конкуренции, возможно не способствующий рациональному использованию имеющихся ресурсов в глобальном аспекте.

Список использованной литературы

1. **Торговля СССР** : стат. сб. / Гос. ком. СССР по статистике, Информ.-издат. центр. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 479 с.
2. **Демографический** ежегодник Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева (председатель) [и др.]. – Минск, 2012. – 499 с.
3. **Указания** по заполнению формы государственной статистической отчетности 1-торг (опт) «Отчет о деятельности организации оптовой торговли» [Электронный ресурс] : постановление Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 11 июля 2016 г., № 86 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/informatsiya-dlya-respondenta/gosudarstvennye-statisticheskie-nablyudeniya/formy-gosudarstvennyh-statisticheskikh-nablyuden_2/albom-form-tsentralizovannyh-statisticheskikh-nablyudeni/statistika-vnutrennei-torgovli-obshestvennogo-pitaniya/. – Дата доступа: 20.03.2024.
4. **Экономическая** статистика [Электронный ресурс] // Интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Search?code=1063065>. – Дата доступа: 20.03.2024.
5. **Деятельность** организаций оптовой торговли в Республике Беларусь за 2021 год : стат. бюл. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2021. – 24 с.

УДК 339.1

С. П. Гурская (kafedra-kitt2007@rambler.ru),
канд. экон. наук, доцент

Е. В. Матюшонок (matushonokkatya@gmail.com),
студентка

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: НОВЫЕ АСПЕКТЫ

В статье рассматриваются вопросы, раскрывающие необходимость, сущность и меры государственного регулирования сферы торговли в Республике Беларусь. Рассматриваются новые требования по заключению договоров поставки продовольственных товаров.

The article discusses the issues that reveal the necessity, essence and measures of state regulation of the sphere of trade in the Republic of Belarus. New requirements for the conclusion of contracts for the supply of food products are being considered.

Ключевые слова: торговля; государственное регулирование; меры государственного регулирования; субъект торговли; поставщик; договор поставки продовольственных товаров; условия поставки.

Key words: trade; state regulation; measures of state regulation; subject of trade; supplier; contract for the supply of food products; terms of delivery.

Торговля – основа любой современной экономики, важнейшая часть общественных отношений, где осуществляются процессы купли-продажи товаров и торговое обслуживание населения. Поэтому торговля представляет особый интерес для государственного регулирования. Государство, как правило, устанавливает четкие правовые основы осуществления торговой деятельности на своей территории, устанавливая меры государственного регулирования.

В мировой практике широко применяют различные инструменты государственного регулирования торговли, основными направлениями которого являются: противодействие недобросовестной конкуренции посредством антимонопольного законодательства; лицензирование торговой деятельности; реализация и защита прав потребителей (вопросы качества и безопасности товаров, информирования потребителей).

Изначально необходимость государственного регулирования торговой деятельности в Республике Беларусь была обусловлена следующими причинами:

- значительный удельный вес государственной формы собственности в розничном товарообороте внутренней торговли страны (в 2022 г. – 9,9%) [1, с. 24];
- само государство выступает инициатором реформ макроэкономического характера, которые не могут быть осуществлены без его непосредственного участия, в частности реализация государственных социально-экономических программ, направленных на повышение качества жизни населения;
- защита рыночного механизма от стремления к монополизму за счет ослабления конкуренции (принятие комплекса мер антимонопольного законодательства);
- необходимость поддержки со стороны государства участия в торговой сфере предпринимателей малого и среднего бизнеса.

Однако с ростом розничных торговых сетей и экспансией иностранных игроков произошла смена ведущих участников рынка и соответственно возникла необходимость перераспределения ролей и переутверждения ранее сложившихся отношений и правил. В силу этого необходимость дальнейшего государственного вмешательства была продиктована следующими причинами:

- усилением влияния растущих розничных сетевых компаний и стремлением к закреплению достигнутого доминирующего положения на розничном рынке;
- социальным движением независимых субъектов торговли, требующих ограничить экспансию растущих розничных сетей;
- попыткой поставщиков компенсировать нехватку переговорной силы путем захвата законодательных и регулятивных возможностей государства, чтобы ограничить растущую рыночную власть розничных сетевых компаний;
- вводом новых ограничивающих правил представителями органов государственной власти для усиления собственных возможностей для осуществления контроля над участниками потребительского рынка [2, с. 14–16].

Государственное регулирование торговли представляет комплекс мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, направленных на реализацию целей экономической политики государства в этой сфере. Основная задача государственного регулирования – поддержание стабильности отечественного потребительского рынка и обеспечение его социальной направленности.

Правовую основу государственного регулирования торговли осуществляет Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания» от 8 января 2014 № 128-З (в ред. Закона Республики Беларусь от 7 марта 2024 г. № 358-З) (далее – Закон) [3].

Законом определены правовые основы осуществления торговли на территории Республики Беларусь, государственного регулирования и контроля в области торговой деятельности. Закон содержит принципиально новые подходы и механизмы государственного регулирования торговли и общественного питания. В частности закреплены требования к организации и осуществлению торговли и общественного питания, созданию и деятельности отдельных форматов торговых объектов, в том числе с использованием интернета; права и обязанности субъектов торговли и общественного питания, поставщиков товаров и государственных органов, что подразумевает противодействие монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции.

Меры государственного регулирования торговли представлены на нижеприведенном рисунке.

Рассмотрим одну из мер государственного регулирования торговли, актуальной с точки зрения взаимоотношений участников потребительского рынка, – установление требований к заключению и исполнению договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, между субъектом торговли, субъектом общественного питания и поставщиком продовольственных товаров. И это обоснованно, так как в розничном товарообороте по продовольственным товарам доля продажи товаров отечественных производителей составляет 60,9% [1, с. 29]. Поэтому данная мера государственного регулирования направлена на ограничение недобросовестных бизнес-операций и на защиту конкуренции в сфере поставок продовольственных товаров.

Меры государственного регулирования торговли в Республике Беларусь

<i>Меры государственного регулирования торговли в Республике Беларусь</i>
Определение и реализация государственной политики
Лицензирование в случаях и порядке, предусмотренных законодательными актами
Государственная регистрация и подтверждение соответствия товаров техническим требованиям в соответствии с законодательством об оценке соответствия техническим требованиям и аккредитации органов по оценке соответствия, законодательством в области санитарно-эпидемиологического благополучия населения, международными договорами Республики Беларусь, техническими регламентами Таможенного союза, техническими регламентами Евразийского экономического союза, а также иными международно-правовыми актами, составляющими право Евразийского экономического союза
Установление требований к организации и осуществлению торговли и общественного питания
Введение ограничений и (или) установление запретов на осуществление торговли и общественного питания, в том числе в отношении отдельных товаров
Ценообразование в области торговли и общественного питания
Установление требований к заключению и исполнению договоров, предусматривающих поставки товаров, между субъектом торговли, субъектом общественного питания и поставщиком товаров
Антимонопольное регулирование и защита конкуренции в области торговли и общественного питания
Содействие развитию торговли и общественного питания
Информационное обеспечение субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров и покупателей
Осуществление контроля в области торговли и общественного питания
Иные меры, предусмотренные законодательством в области торговли и общественного питания

Примечание – Источник [3].

В новой редакции Закона (ст. 19) закреплены ранее действующие требования, в некоторых случаях они дополнены и расширены и касаются только договорных отношений между торговыми сетями и поставщиками продовольственных товаров. Новые правила субъекты хозяйствования, осуществляющие торговлю и общественное питание, должны учитывать с 11 июля 2024 г. [3]:

1. Установлена обязанность контрагента обеспечивать другой стороне по договору доступ к информации об условиях отбора поставщиков, а также иной информации, необходимой для заключения надежных договоров. При этом конкретизировано, что такая информация должна содержать перечень закупаемых товаров, сроки и порядок поставки товаров (предъявляемые требования к отгрузке товаров получателям, доставке товаров, условиям принятия товаров, их выборки), порядок расчетов за поставляемые товары, условия одностороннего отказа от исполнения договора, предусматривающего поставки товаров.

Доступ к информации осуществляется путем ее размещения на сайте в сети Интернет, а в случае получения запроса о представлении информации такая информация должна быть представлена безвозмездно в 14-дневный срок со дня получения запроса. Однако данная обязанность установлена только для торговых сетей, годовой товарооборот которых составляет 80 тыс. и более базовых величин, а также для поставщиков продовольственных товаров, годовой объем поставленных на внутренний рынок товаров которых составляет 80 тыс. и более базовых величин.

Иные субъекты обеспечивают доступ к информации любыми способами. Юридические лица, входящие в состав государственных объединений, – на сайтах этих государственных объединений в сети Интернет. Юридические лица системы потребительской кооперации вправе размещать информацию на сайтах областных союзов потребительских обществ и (или) сайте Белорусского республиканского союза потребительских обществ в сети Интернет.

2. На крупные магазины, а также субъекты общественного питания не будут распространяться запреты, касающиеся:

- включения определенных условий в договоры на поставку продовольственных товаров;
- навязывания контрагенту определенных условий;

– понуждения контрагента к заключению договоров возмездного оказания услуг (в том числе с третьими лицами) по продвижению продовольственных товаров или иных гражданско-правовых договоров;

- предоставления вознаграждений при поставке товаров;
- обязанности соблюдать определенные сроки оплаты товаров.

3. Уточнен перечень запретов по включению в договоры поставки продовольственных товаров определенных условий, а именно:

– введен запрет на включение в договор обязательства поставщика продовольственных товаров возмещать затраты, связанные с утилизацией или уничтожением непроданных продовольственных товаров;

– уточнено, что запрещено включать в договор обязательства оказывать поставщику продовольственных товаров услуги по продвижению продовольственных товаров, для чего в законе закреплено, что под услугами по продвижению товаров понимают услуги по рекламированию товаров и (или) используемых для их обозначения товарных знаков и (или) логотипов, исследованию потребительского спроса, проведению маркетинговых исследований и (или) подготовке информации о таких исследованиях, подготовке иной информации о товарах, иные услуги, направленные на повышение спроса на товары.

В ранее действующей редакции запрет касался только обязательства оказывать поставщику продовольственных товаров услуги по рекламированию продовольственных товаров, маркетингу и другие подобные услуги, направленные на продвижение этих товаров.

Следовательно, перечень запретительных мер с 11 июля 2024 г. станет более конкретизированным.

4. Субъектам торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, и поставщикам продовольственных товаров, осуществляющим поставки этих товаров в торговые сети, запрещается:

– навязывать контрагенту условие о возврате поставщику продовольственных товаров, не реализованных субъектом торговли, на которые срок годности (срок хранения) установлен свыше 30 дней;

– заключать между собой договор, содержащий условия о возврате поставщику продовольственных товаров, принятых по количеству и качеству и не реализованных субъектом торговли, на которые срок годности (срок хранения) установлен до 30 дней включительно, либо о замене этих товаров на такие же товары, либо о возмещении их стоимости; исключение составляют случаи, когда возврат этих товаров допускается или предусмотрен законодательством в области обеспечения качества и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов в области торговли.

В действующей редакции Закона (2021 г.) установлен запрет на навязывание контрагенту условия о возврате поставщику продовольственных товаров, не реализованных субъектом торговли, субъектом общественного питания, срок годности (срок хранения) которых истек, а также на возврат продовольственных товаров, не проданных до истечения определенного срока.

5. Субъектам торговли, осуществляющим розничную торговлю, и поставщикам товаров запрещается заключать между собой договоры, содержащие условия о предоставлении вознаграждений за осуществление субъектом торговли операций, относящихся к торгово-технологическому процессу (разгрузка транспорта; приемка товаров по количеству и качеству; перемещение к месту хранения; подготовка товаров к продаже, фасовка, выкладка товаров в торговом зале и на торговом оборудовании; продажа товаров и обслуживание покупателей).

Также установлено, что указанный запрет распространяется на действия (бездействие) лиц, входящих с субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю, или поставщиком товаров в одну группу лиц, за исключением действий между участниками холдингов, а также между лицами, входящими в одну группу лиц.

Вместе с тем за правительством закреплено право устанавливать дополнительные запретительные меры, касающиеся выплаты иных видов вознаграждений.

Таким образом, государственное регулирование торговли как важнейшего вида предпринимательской деятельности предполагает воздействие государства на торговую деятельность, определение оснований и пределов такого публичного участия.

Государственное регулирование торговой деятельности осуществляется посредством установления требований к ее организации и осуществлению; антимонопольного регулирования в этой области, информационного обеспечения в этой области, государственного контроля (надзора), регионального контроля в этой области.

Список использованной литературы

1. **Внутренняя** торговля и общественное питание : стат. буклет. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2023. – 60 с.
2. **Государственное** регулирование деятельности торговых сетей: основы и противоречия : сб. науч. ст. / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Лаб. экон.-социол. исслед. ; отв. ред. В. В. Радаев. – М. : Высш. шк. экономики, 2011. – 176 с.
3. **О государственном** регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 8 янв. 2014 г., № 128-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 07.03.2024 г., № 358-З // Печ: (BY) / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

УДК 338.462

А. С. Жданова (nastya.zh2000@gmail.com),

магистрантка

Н. А. Перепелкин (nastya.zh2000@gmail.com),

канд. экон. наук, доцент

*Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова
г. Москва, Российская Федерация*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ПРЕМИАЛЬНОЙ ДОСТАВКИ ЕДЫ НА ПРИМЕРЕ ЯНДЕКС ЕДА ULTIMA

В данной статье анализируется премиальная доставка Ultima от сервиса «Яндекс.Еда» в сфере организации торговли.

This article analyzes the premium delivery Ultima from Yandex.Eda in the field of retail organization.

Ключевые слова: торговля; организация торговли; доставка еды; премиальная доставка еды; заведения авторской кухни; рестораны; шеф-повар.

Key words: trade; trade organization; food delivery; premium food delivery; signature cuisine establishments; restaurants; chef.

Развитие современных технологий вносит коррективы во все сферы бизнеса, а сфере организации торговли выделяют особое внимание на современном этапе развития. Отрасль торговли – необходимый элемент любой развитой рыночной экономики. Отрасль торговли представляет собой не просто реализацию товаров конечным потребителям, а обособленную сферу экономики, занимающуюся управлением движения товаров от непосредственных производителей к конечным покупателям. Поэтому задача торговли – создание такой технологической цепи, которая способна была бы своевременно и бесперебойно доводить товары от производства до потребителей в необходимом количестве, широком ассортименте при минимальных затратах труда, материальных ресурсов и времени.

Сейчас в силу нехватки свободного времени и ускоренного темпа жизни люди все чаще прибегают к использованию сервисов доставки еды и продуктов. Так как в разы проще заказать домой или на работу готовое блюдо и не тратить время на покупку продуктов и на готовку. На данный момент существует большое количество сервисов, которые помогают получить еду в кратчайшие сроки: «Яндекс.Еда», Delivery Club, «Сбермаркет», «Самокат», «ВкусВилл» и т. д.

В данной статье рассмотрим премиум-доставку Ultima от сервиса «Яндекс.Еда», которая была запущена в августе 2022 г., сейчас данная услуга работает в Москве и Санкт-Петербурге. Ultima является дополнительной услугой сервиса «Яндекс.Еда» для заведений и ресторанов авторской кухни премиум-сегмента. Ultima позволяет доставить готовые блюда в таком виде, как их задумал шеф-повар. Для этого создаются все условия, а именно сама доставка блюд производится в специальных коробках и термо-конвертах, чтобы сохранить авторскую подачу и температуру блюд, сами заказы доставляют лучшие курьеры сервиса, которые прошли дополнительное обучение и тест. Стоит также отметить, что в Ultima есть подборка «Гастрожемчужины». В данной подборке можно выбрать балык экмек, шаурму, бублики-симиты и другие блюда, за которыми охотятся гурманы. Уже сейчас с Ultima работают больше 200 заведений-партнеров «Ян-

декс.Еды». Блюда партнеров помещаются в отдельную категорию в сервисе с пометкой Ultima, а вопросы клиентов решает выделенная служба поддержки.

При запуске данной программы были проведены опросы со стороны сетевого издания «Коммерсантъ». Ими было выявлено, что участники рынка считают запуск подобного сервиса бесперспективным. Например, СЕО-специалист сервиса Broniboy Иван Труфанов говорил, что рестораны премиального уровня посещают в первую очередь ради атмосферы, а это значит, что появление агрегатора с премиальными блюдами вряд ли переключит посетителей на доставку. Также источник издания на рынке доставки рассказал, что исследовал и анализировал возможность создания отдельного сервиса, однако в итоге отказался от этой идеи [1].

Однако стоит отметить, что данные прогнозы спустя год после запуска не оправдались. Сейчас можно сказать, что количество пользователей Ultima каждый месяц в среднем увеличивается на 30%. На данный момент с услугой работают популярные рестораны, в которых порой очень сложно забронировать столик и которые раньше в целом могли не работать с доставкой. За первый год работы данной услуги обороты партнеров на сервисе в среднем выросли на 45%. А если говорить про средний чек, то в каждом из таких заведений в «Яндекс.Еде» он вырос примерно на 20%, количество заказов увеличилось на столько же. Здесь речь идет именно о показателях ресторанов, сотрудничавших с сервисом ранее, а потом дополнительно подключивших услугу Ultima. Заведения, работающие с премиум-доставкой, попадают в отдельную подборку сервиса «Яндекс.Еда» и получают карточку с особым оформлением [2–3].

Наиболее популярными категориями, при которых заведениям, работающим с услугой Ultima, удалось больше всего заработать, являются:

- русская кухня – суммарный рост составил 46%;
- морепродукты – рост на 51%;
- японская кухня – на 61%;
- панзиатская кухня – на 83%;
- стейки – на 89%.

Важно отметить, что для подключения услуги Ultima заведению необходимо соответствовать определенным критериям, а именно: высокий средний чек, наличие премий, известность шеф-повара и авторская кухня [4].

Как уже отмечалось ранее, количество пользователей премиум-доставки растет на 30% ежемесячно, а теперь рассмотрим, что происходит с самими заведениями. Всего Ultima используют больше 200 ресторанов Москвы и Санкт-Петербурга. 17% от всего оборота Ultima приходится на 69 заведений, которые вообще до Ultima не работали с «Яндекс.Едой».

На заведения в пределах Садового кольца приходится 50% от всего оборота Ultima. При этом рост там продолжается. Оборот ресторанов в районах Тверская – Китай-Город суммарно увеличился на сервисе на 44%, в районе метро «Белорусская» – на 58%, в Пресненском районе – на 87%. У заведений в пределах Москва-Сити этот показатель совокупно вырос более чем в 4 раза [4].

В декабре 2023 г. команда «Яндекс.Еды» продолжила развиваться и, используя нейросеть, запустила собственный ресторанный гид Ultima Guide. В этот гид вошли 50 заведений Москвы. Эти заведения отбирались невероятно тщательно. Как это происходило:

- сначала нейросеть систематизировала информацию о существующих ресторанах;
- затем нейросеть создала лонг-лист для голосования;
- третьим этапом было голосование, где эксперты и десятки тысяч пользователей портала «Яндекс» оценивали рестораны по нескольким критериям: от качества блюд до атмосферы и сервиса.

Стоит отметить, что в этом гиде небольшие проекты соседствуют с титулованными ресторанами. Например, в топе можно встретить ресторан Tottori с аутентичными японскими раменами, индийское кафе «Москва – Дели» с открытой кухней и закусочную «МитПойнт», работающую только на вынос, а также «Белугу», Folk, Savva и др. Получившийся гид удобен в использовании, ведь в нем легко можно увидеть часы работы заведения, адреса и средний чек в том или ином ресторане [5].

Рассмотрим критерии, которые влияют на эффективное развитие данного сервиса, так как это доставка из премиум-ресторанов, необходимы определенные условия, которые удовлетворяют данный сегмент клиентов:

1. Ограниченная зона доставки, в нее входят только центральные районы Москвы и Санкт-Петербурга.

2. Внимательный подход к деталям, вся еда доставляется в одинаковых упаковках с уникальным дизайном от Ultima, курьеры полностью одеты в одинаковую одежду и обучены вежливому общению с клиентами.

3. Время – самый ценный ресурс, поэтому доставка блюд из ресторанов производится не более, чем за час.

4. Существует отдельная линия поддержки в сервисе именно для клиентов услуги Ultima, где быстро отвечают на вопросы и помогают решить возникшую проблему.

Внимание к данным критериям позволило сервису «Яндекс.Еда» развить свою услугу Ultima и достичь роста оборотов компаний, расширения количества партнеров и в целом базы клиентов, готовых заказывать премиальную доставку.

Для еще большей эффективности работы услуги Ultima необходимо совершенствовать существующие функции и внедрять новые:

1. Проводить тщательный отбор курьеров и периодическое обучение, проверять время от времени знания, которыми обладают уже работающие курьеры, и ценности, которые они несут от лица компании, ведь это важный аспект при работе с клиентами премиум-сегмента.

2. Необходимо мотивировать курьеров дополнительными бонусами, так как они не обладают возможностью карьерного роста на данной должности, и эффективность работы может падать. Можно внедрять в их работу моменты геймификации, чтоб было интереснее выполнять заказы.

Расширение зоны доставки еды, так как сейчас данная зона сильно ограничена центральными районами, однако при расширении зоны необходимо не потерять скорость и время доставки заказов клиентам.

Проведение периодических опросов клиентов для повышения уровня сервиса, выявление их основных болей и желаний относительно доставки заказов из авторских ресторанов.

Совершенствование системы товародвижения требует разработки комплексного подхода к управлению бизнес-процессами при реализации данного аспекта коммерческой деятельности торговых предприятий. Уже стало аксиомой, что покупателям небезразличны условия доставки товара. Будущие покупатели будут заказывать там, где у них больше преимуществ в скорости и соотношении цены и качества. Есть еще и сервис. Как ведет себя курьер, каковы условия оплаты, и заботится ли компания об удовлетворенности клиента после доставки. По проанализированным данным можно сделать вывод, что у услуги Ultima от сервиса «Яндекс.Еда» есть все шансы на развитие сервиса и повышение эффективности его работы, что позволит компании увеличить оборот и повысить прибыль.

Список использованной литературы

1. **Еда** для дорогих россиян [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5436137>. – Дата доступа: 24.02.2024.

2. **Почти** за год обороты ресторанов-партнеров Ultima от «Яндекс.Еды» в среднем выросли на 45% [Электронный ресурс] // RB.RU. – Режим доступа: <https://rb.ru/news/ultima-yandex/?ysclid=lsvxn46kep189225221>. – Дата доступа: 24.02.2024.

3. **Успехи** ритейл-медиа Яндекс Еды – Ultima Яндекс Еда [Электронный ресурс] // ECOMHUB. – Режим доступа: <https://ecomhub.ru/uspehi-ritejl-media-yandeks-edy-ultima-yandeks-eda/?ysclid=lt0cajgqoq38051182>. – Дата доступа: 24.02.2024.

4. **Ultima** «Яндекс.Еда»: обороты ресторанов-партнеров в среднем выросли на сервисе на 45% менее чем за год [Электронный ресурс] // Whitegoods. – Режим доступа: <https://spb.whitegoods.ru/news/premialnaya-dostavka-iz-restoranol-ot-yandeks-edy-ultima-kak-rabotaet-i-uvlechivaet-li-ona-oboroty-/?ysclid=lt0c9py55v81997656>. – Дата доступа: 24.02.2024.

5. **Ultima** guide Яндекс Еда [Электронный ресурс] // Ultima Яндекс Еда – доставка из авторских ресторанов. – Режим доступа: <https://ultima.eda.yandex/guide>. – Дата доступа: 24.02.2024.

РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В ТРЕНДАХ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЕТЕЙЛА СУБЪЕКТОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

В статье представлены результаты исследования особенностей организации и реализации экономической политики в фармацевтическом ретейле субъектов Приволжского федерального округа. Цель работы – провести анализ ключевых тенденций реализуемой на территории Российской Федерации и Приволжского федерального округа экономической политики в фармацевтической деятельности субъектов аптечного ретейла и определить стратегические ориентиры совершенствования организации работы в данном направлении. В качестве методов исследования применены сравнительный и графический анализ, метод группировки. В статье установлены особенности формирования и развития фармацевтического ретейла федерального и регионального уровней на современном этапе. В процессе исследования проанализировано соотношение потребительских расходов с расходами на приобретение лекарственных препаратов населения Российской Федерации и Приволжского федерального округа. Особое внимание уделено влиянию регулятивного функционала государства на конъюнктуру и перспективы развития фармацевтического ретейла, а также детерминации ориентиров его устойчивого развития на рынке.

The article presents the results of a study of the specifics of the organization and implementation of economic policy in pharmaceutical retail in the subjects of the Volga Federal District. The purpose of the work is to analyze the key trends of the economic policy implemented in the territory of the Russian Federation and the Volga Federal District in the pharmaceutical activities of pharmacy retail entities and to determine strategic guidelines for improving the organization of work in this direction. Comparative and graphical analysis and the grouping method are used as research methods. The article identifies the features of the formation and development of pharmaceutical retail at the federal and regional levels at the present stage. In the course of the study, the ratio of consumer spending to the cost of purchasing medicines for the population of the Russian Federation and the Volga Federal District was analyzed. Special attention is paid to the influence of the regulatory functionality of the state on the conjuncture and prospects for the development of pharmaceutical retail, as well as the determination of the guidelines for its sustainable development in the market.

Ключевые слова: экономическая политика; ретейл; аптека; субъект; фармацевтическая деятельность.

Key words: economic policy; retail; pharmacy; subject; pharmaceutical activity.

Достаточно продолжительное время аптечное дело оставалось стабильным на российском рынке, однако 2020 и 2022 гг. внесли свои коррективы. Высокая волатильность валюты по отношению к рублю, внесение изменений в документы, регламентирующие экономическую политику в фармацевтической деятельности (наиболее значимые: маркировка, система налогообложения, онлайн-торговля), новая коронавирусная инфекция COVID-19 и санкционный режим в отношении России выступили драйверами роста лекарственного ретейла.

Если на 1 января 2020 г. в стране числилось 67,6 тыс. аптечных учреждений, то по итогам 2023 г. – 77,7 тыс. ед. (или +14,4% к уровню 2020 г.). Емкость российского фармацевтического рынка увеличилась на 30%, с 2 трлн р. в 2020 г. до 2,6 трлн р. в 2023 г. Данный факт частично обусловлен процедурами федерализации регионального аптечного ретейла со стороны ключевых лидеров-игроков (таблица).

Трансформация аптечного ретейла Российской Федерации по итогам 2023 г.

Фармацевтический бизнес	Объективные параметры
Федеральный уровень	+ 20 субъектов
Межсубъектовое (межрегиональное) значение	+ 5 субъектов, + 40 точек продаж
Субъектовая (региональная) сеть	+ 5 населенных пунктов, + 15 точек продаж
Местный уровень	+ 4 точки продаж
Единичные подразделения	Менее 3 точек продаж
Примечание – Источник [1].	

Рассмотрим динамику фармацевтического ретейла межсубъектового значения на примере Приволжского федерального округа за 2020–2023 гг. (рисунок 1).

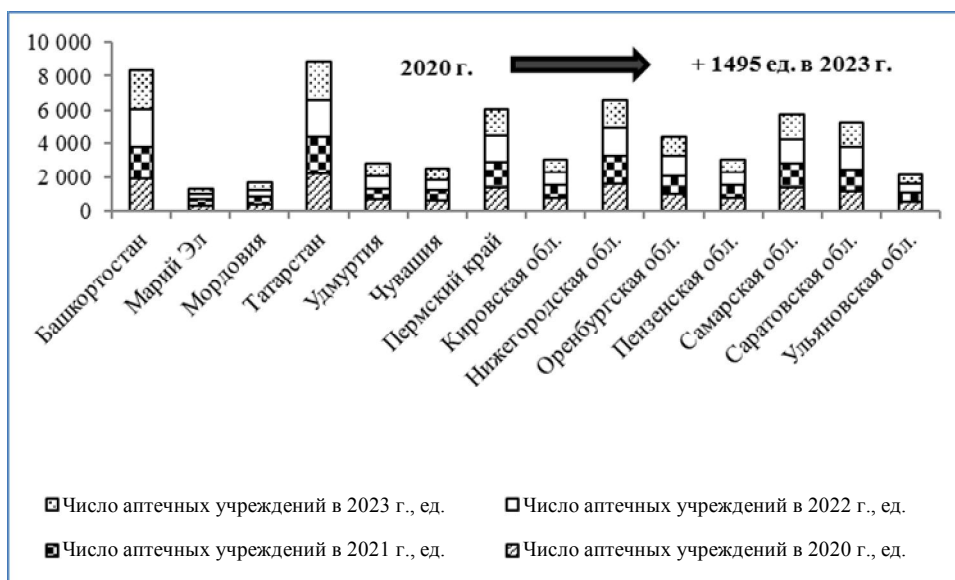


Рисунок 1 – Динамика фармацевтического ретейла Приволжского федерального округа за 2020–2023 гг., ед.

Примечание – Источник [1].

Региональный аптечный ретейл Приволжского федерального круга за исследуемый период увеличился на 10,2%, с 14,7 тыс. аптек в 2020 г. до 16,2 тыс. аптек в 2023 г. [1]. Наибольший прирост обеспечили:

- а) более 20%:
– Республика Татарстан (14,2% от общего числа),
– Саратовская область (8,7% от общего числа);
б) более 10%:
– Самарская область (9,3% от общего числа);
– Оренбургская область (7,3% от общего числа);
– Удмуртская Республика (4,7% от общего числа);
– Чувашская Республика (4,1% от общего числа).

Пензенская область (4,7% от общего числа) и Республика Марий Эл (1,9% от общего числа) сократили число аптечных учреждений в 2023 г. на 0,3% и на 7,7% к уровню 2020 г. соответственно.

Анализ динамики фармацевтического ретейла исследуемого округа демонстрирует высокий спрос на его товары (услуги) со стороны населения. Изучим данные уровня потребительских расходов населения и расходов на приобретение лекарственных препаратов на 1 человека по Российской Федерации и Приволжскому федеральному округу за 2020–2023 гг. (рисунок 2).



Рисунок 2 – Показатели потребительских расходов населения и расходов на приобретение лекарственных препаратов (ЛП) на 1 человека по Российской Федерации (РФ) и Приволжскому федеральному округу (ПФО) за 2020–2023 гг., р.

Примечание – Источники [1–2].

Средний уровень потребительских расходов населения в целом по Российской Федерации увеличился на 34,7%, с 27,4 тыс. р. в 2020 г. до 36,9 тыс. р. в 2023 г.; по Приволжскому федеральному округу – на 37,6%, с 22,6 тыс. р. до 31,1 тыс. р. соответственно [1–2].

Расходы на приобретение лекарственных препаратов на 1 человека по стране возросли на 25,6%, с 7,8 тыс. р. в 2020 г. до 9,8 тыс. р. в 2023 г.; по исследуемому округу – на 22,2%, с 7,2 тыс. р. до 9,8 тыс. р. соответственно. Таким образом, расходы на лекарства составляют до 3% потребительских расходов населения в год [1–2]. Стратегическим ориентиром работы по данному направлению является сохранение регулятивного функционала государства в части регламентации уровня розничных цен на лекарственные препараты.

Анализ приведенных данных показывает стремление бизнес-сообщества организовать большее число аптечных организаций в ближайшей перспективе. Рассмотрим особенности данного направления на современном этапе.

Для организации аптечного дела с нуля необходимо зарегистрировать новое юридическое лицо, получить разрешение на осуществление деятельности и пролицензировать ее [3–4]. В состав пакета документов, необходимых для лицензирования, входят:

- соответствующее заявление;
- лист записи в ЕГРЮЛ;
- устав;
- заключение по санитарно-эпидемиологическому исследованию;
- документы на помещение (на праве собственности либо аренды), оборудованное в рамках установленных требований фармацевтического порядка;
- документы на оборудование (кассы, шкафы, кондиционеры, компьютеры, холодильники, гигрометры, термометры, рециркуляторы);
- документы на сотрудников, подтверждающие их образование и квалификацию.

Пакет документов подается в орган лицензирования по месту планируемого осуществления деятельности и рассматривается до 45 дней с последующей выездной проверкой и выдачей заключения по результатам выездного мероприятия. Следует отметить, что несоблюдение требований по организации аптечного дела без лицензии преследуется штрафными санкциями (от 100 до 200 тыс. р. на юридическое лицо) либо закрытием аптеки на срок до 90 дней [3–4].

В случае необходимости организации в аптеке отпуска, реализации и распределения наркотических средств и психотропных веществ потребуется отдельная лицензия на данный вид деятельности с организацией соответствующего помещения для хранения (степень укреплённости объекта, охрана, сигнализация, металлические шкафы, гигрометры) [5].

Немаловажное значение при открытии аптечной организации имеет ассортимент. Следует учитывать увеличение доли отечественных лекарственных препаратов на рынке, спрос на биологически активные добавки, косметическую продукцию и товары прочего ассортимента.

Для небольшой аптеки будет достаточно трех фармацевтических специалистов, получающих конкурентную заработную плату, а также работника, занимающегося продвижением ретейла (социальные сети, интернет-торговля, карты лояльности).

На старте бизнеса минимально необходимо вложить в дело порядка 2–2,5 млн р. с последующей окупаемостью (при валовом обороте до 1 млн р. и чистой прибыли не менее 100 тыс. р.) от двух лет либо рассматривать вариант приобретения франшизы ключевых игроков российского фармацевтического рынка (ООО «РИГЛА», ООО «Семейная аптека «Апрель», ООО «ВИТА» и др.).

Таким образом, с учетом необходимости обеспечения соблюдения установленных требований законодательства организация и развитие фармацевтического ретейла довольно хлопотные, но при наработке постоянной клиентской базы деятельность рентабельная.

Список использованной литературы

1. **Федеральная** служба государственной статистики [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>. – Дата доступа: 20.03.2024.
2. **Аналитический** обзор аптечных продаж [Электронный ресурс] // Alpharm : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://alpharm.ru/>. – Дата доступа: 20.03.2024.
3. **Об утверждении** Правил надлежащей аптечной практики лекарственных препаратов для медицинского применения [Электронный ресурс] : приказ М-ва здравоохранения РФ, 31 авг. 2016 г. № 647н // Министерство здравоохранения Российской Федерации. – Режим доступа: <http://minzdrav.gov.ru>. – Дата доступа: 20.03.2024.

4. **Министерство** здравоохранения Российской Федерации [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://minzdrav.gov.ru/>. – Дата доступа: 20.03.2024.

5. **О наркотических** средствах и психотропных веществах [Электронный ресурс] : Федер. закон, 8 янв. 1998 г., № 3-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

УДК 338.45:339.18

Д. О. Колупахо (kolupaho.d@gmail.com),
магистрант

А. И. Капштык (aikapshtyk@mail.ru),
д-р экон. наук, профессор

Н. А. Савостенко (Natalex2103@rambler.ru),
ст. преподаватель

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЗАТРАТ ОРГАНИЗАЦИИ

В данной статье рассматриваются современные подходы к классификации логистических затрат по важным и существенным признакам логистических процессов.

This article discusses modern approaches to the classification of logistics costs according to important and essential features of logistics processes.

Ключевые слова: логистические процессы; логистические операции; логистические затраты; управление затратами; признаки классификации затрат; постоянные затраты; переменные затраты.

Key words: logistics processes; logistics operations; logistics costs; cost management; cost classification features; fixed costs; variable costs.

В современных рыночных условиях на одно из первых мест в экономике выдвигается управление затратами. В целом управление затратами в деятельности любой организации – это процесс оптимизации расходов для достижения максимальных результатов и прибыли. Он включает в себя принятие решений по расходам и контролю за ними с тем, чтобы обеспечить максимальную ценность всех ресурсов, которые используются организацией.

Управление затратами включает в целом следующие важные этапы:

1. Планирование – данный этап состоит из прогнозирования будущих затрат, например на оплату топлива, материалов для ремонта, логистические затраты и т. д. На этом этапе также устанавливаются целевые показатели для определения того, достигнуты ли организацией желаемые результаты.

2. Контроль – позволяет следить за текущими затратами и их соответствием установленным показателям. Оценка происходит через производственный контроль, управленческий учет затрат, анализ текущих бухгалтерских данных и внесение соответствующих корректировок в экономический цикл.

3. Отчеты – дают информацию о результатах управления затратами за определенный период и позволяют осуществить анализ эффективности управления затратами в организации в деньгах, в процентном соотношении или в других измерениях.

4. Оптимизация – представляет собой управление затратами организации и включает в себя постоянные усилия по оптимизации работы организации, например за использованием новых технологий, за разумным использованием транспортных средств, оборудования и т. д.

5. Анализ – позволяет выявить проблемные зоны в управлении затратами и принять соответствующие меры. Например, он может заключаться в пересмотре условий договоров с поставщиками или пересмотре потребностей в некоторых затратах, если они значительно отличаются от заранее запланированных [1].

На всех этапах управления затратами важнейшим моментом является их разделение на постоянные и переменные. *Постоянные затраты* – это затраты, которые не изменяются при изменении объема производства или другой деятельности организации. Такие затраты связаны с постоянными издержками.

Постоянные затраты в целом не зависят от производства определенной продукции и по этой причине называются фиксированными. В случае увеличения или уменьшения объема производства постоянные затраты остаются неизменными. Примеры постоянных затрат в логистике: аренда склада, услуги по техническому обслуживанию, стационарные телефоны, абонентская плата за интернет и т. д.

Управление постоянными затратами всегда важно для эффективного управления бизнесом. Чтобы сократить постоянные затраты, используют различные меры, такие как уменьшение количества персонала, смена офиса или склада на более дешевый и т. д. Однако неоправданное сокращение постоянных затрат может иметь такие негативные последствия, как снижение качества услуг и ухудшение условий труда.

Переменные затраты – это затраты, которые напрямую связаны с объемом производства или деятельности организации. Они обычно изменяются в зависимости от изменения объема производства. Примером переменных затрат в логистике могут быть затраты на транспортировку, упаковку, складирование товаров, их страхование и т. д.

Переменные затраты вычисляются умножением ставки переменных затрат на количество единиц продукции или услуг, которые были произведены за определенный период. Важно учитывать, что в целом ряде случаев переменные затраты могут быть легко контролируемыми и регулируемые путем увеличения или уменьшения объема деятельности. Например, снижение затрат на транспортировку можно достичь при объединении грузов, что, в свою очередь, может привести к снижению общей себестоимости продукции или услуг.

Следует понимать, что переменные затраты являются неотъемлемой составляющей любого бизнеса, поэтому их необходимо учитывать и регулировать в процессе управления логистическими расходами. Точный общий расчет затрат поможет определить минимальную цену производства или продажи товаров, анализировать деятельность компании и принимать эффективные решения для повышения прибыльности бизнеса [2].

В логистической деятельности организации очень важно разделять и контролировать издержки и по решаемым задачам. По этому признаку их можно выделять как продуктивные, на поддержание логистической деятельности, и издержки на логистический контроль.

Продуктивные логистические издержки – это расходы, которые позволяют увеличить производительность логистической деятельности, например внедрение новых технологий или систем автоматизации каких-то процессов.

Издержки на поддержание логистической деятельности могут тратиться на содержание складов, транспортных средств и другой логистической инфраструктуры. При этом правильное управление логистическим процессом, включая оптимизацию снабжения и управления запасами, может существенно снизить эти расходы.

Логистический контроль – это система мер, направленных на управление логистической деятельностью и минимизацию возможных рисков. Сюда относятся затраты на мониторинг складских запасов, контроль за транспортировкой товаров и многие другие виды мер. Главная цель логистического контроля – обеспечение эффективности и надежности передвижения товаров от поставщиков к потребителям. Он основан на использовании информационных систем и технологий, обеспечивающих автоматизацию, обмен данными и анализ эффективности всей цепи поставок.

При функционировании любых логистических систем возникает настоятельная необходимость разделения издержек по способу их отнесения к логистическим процессам: затраты организации, прямые затраты, косвенные затраты.

Затраты организации – это расходы, которые необходимы для ее нормального функционирования. Эти расходы включают сырье, материалы, машинное оборудование, труд людей, затраты на электроэнергию, транспортные расходы и т. д. Данные расходы могут классифицироваться по многим критериям в зависимости от конкретных задач, для которых оцениваются затраты.

Одной из первых и наиболее удобных систем классификации логистических затрат является их деление на прямые и косвенные. Прямые расходы – это затраты, которые непосредственно связаны с производством продукции или оказанием услуг. Обычно они являются переменными затратами. Прямые расходы могут включать в себя затраты на сырье и материалы, заработную плату производственных работников, расходы на производственное оборудование.

Косвенные же расходы являются затратами, которые непосредственно не связаны с производственным процессом или предоставлением услуг. Это постоянные затраты, которые

не могут быть прямо привязаны к конкретному виду продукции или услуги. К ним можно отнести административные расходы, затраты на аренду зданий, расходы на электроэнергию и т. д.

При анализе логистических затрат их следует разделять и по принципу управляемости: управляемые логистические издержки и неуправляемые логистические издержки. Такое деление имеет важное значение для самого процесса управления затратами.

Управляемые логистические издержки – это расходы, которые зависят от решений и действий логистической компании и ее управленческого персонала. К ним относятся зарплата персонала, аренда склада, транспортные расходы и расходы на упаковку товаров.

Неуправляемые логистические издержки – это расходы, на которые логистические компании и их персонал влияют мало или не влияют вообще. К ним относятся изменение курса валют, увеличение налогов или рост цен на различные услуги и ресурсы.

Чтобы минимизировать логистические издержки, организации должны использовать различные новые технологические решения и методы управления, например: проводить оптимизацию маршрутов и графиков доставки продукции, использовать более экономичные транспортные средства, более эффективные системы учета и управления запасами.

Логистические затраты в процессе аналитической работы с ними следует классифицировать и по конкретным видам анализа. По этому признаку их разделяют на убыточные, временные и частичные.

Убыточные логистические затраты – это расходы, которые возникают в результате неэффективного использования ресурсов в логистических процессах. Это может быть связано с недостаточной загрузкой транспорта, опозданиями в доставке товаров, ошибками при организации складирования и другими причинами.

Временные затраты – это все те расходы, которые понадобятся, чтобы выполнить определенную логистическую операцию в срок. Они могут быть связаны с дополнительными расходами на увеличение складской площади, оборудования складов и др.

Частичные затраты – это затраты, которые возникают в результате несовершенства логистических операций внутри предприятия и за его пределами. Например, частичные затраты могут возникнуть в результате простоя автотранспорта на границе страны.

Очень важно разделять логистические затраты и по способу получения данных о них. Здесь они делятся на фактические, нормальные и плановые.

Фактические логистические издержки – это все расходы, которые организация понесла на логистику в конкретный период времени. Они включают оплату транспортировки, обработку заказов, управление запасами и многие другие затраты.

Нормальные логистические издержки – это средние расходы, которые организация тратит на логистику за определенный период времени. Эти издержки могут быть определены на основе прошлых затрат и соответствующих данных компании и являются предполагаемым показателем расходов на логистику.

Плановые логистические издержки – это расходы, которые организация планирует понести на логистику в будущем периоде. Они связаны с планированием новых складов, покупкой нового оборудования или с расширением логистической сети в целом.

Очень важным аспектом является классификация и анализ издержек по основным логистическим операциям. В этой классификации сами операции делятся на доставку продукции и товаров потребителям, оформление закупок, хранение запасов, обработку и передачу информации, погрузку.

Доставка готовой продукции потребителям – это процесс перевозки готовой продукции от склада или производственной организации до конечного потребителя. Этот процесс включает в себя несколько этапов: подготовка к доставке, организация транспортировки (которая определяется видом транспорта и способом доставки), сама перевозка, выдача продукции конечному потребителю. Доставка готовой продукции является важным этапом в цепочке поставок, так как он обеспечивает своевременную и качественную доставку продукции конечному потребителю. Качество и своевременность доставки могут оказать значительное влияние на удовлетворенность потребителей и успех бизнеса в целом [3].

Оформление закупок – это процесс самого приобретения товаров и услуг для обеспечения потребностей производства или предоставления услуг. Данный процесс включает в себя несколько этапов: планирование потребностей; определение необходимых товаров и услуг, определение количества, времени и места поставки; поиск и выбор поставщиков; отслеживание поставки; прием и проверка товаров; оплата и учет поставленной продукции.

Оформление закупок в логистике является важным этапом в цепочке поставок, так как он обеспечивает своевременное и эффективное приобретение необходимых товаров и услуг для производства или предоставления услуг потребителям.

Хранение запасов в логистике – это процесс сохранения товаров на складе или другом месте до момента их использования в производстве или продаже. Данный процесс также включает в себя несколько соответствующих этапов.

Процесс хранения продукции является важным этапом в цепочке поставок, так как он обеспечивает наличие необходимых товаров для производства или продажи. Качество и своевременность хранения могут оказать значительное влияние на удовлетворенность потребителей и успех всего бизнеса.

Обработка и передача информации в логистике – это процесс сбора, обработки и передачи информации для управления операциями поставок и логистики. Данный процесс включает в себя несколько этапов обработки и передачи информации. Они также являются важным этапом в логистической цепочке, так как обеспечивают своевременное и точное управление производством, складскими и другими процессами.

Погрузка в логистике – это процесс перемещения грузов на транспортное средство для их доставки в место назначения. Данный процесс включает в себя несколько важных этапов от подготовки груза до закрытия и опечатывания самого транспортного средства.

Как и многие другие операции, погрузка является важным этапом в логистических процессах, так как от правильности и качества погрузки зависит сохранность и безопасность грузов во время их транспортировки.

Таким образом, выше рассмотрена основная современная классификация логистических затрат, которая необходима для нормального управления и функционирования бизнеса. Как указано выше, прямые затраты – это затраты, непосредственно связанные с производством товаров или услуг, а косвенные затраты – это те, которые не связаны с ним напрямую. С другой стороны, различные ресурсы являются источниками покрытия потребностей организации и могут быть классифицированы по различным видам, таким как природные, экономические, информационные и др. Все эти и другие подходы непосредственно связаны с логистической деятельностью любого субъекта хозяйствования в условиях рыночной экономики.

Список использованной литературы

1. **Управление** ключевыми показателями эффективности [Электронный ресурс] // Казанский (Приволжский) федеральный университет. – Режим доступа: https://kpfu.ru/staff_files/F881771449/Safina_D.M._Upravlenie_KPI_uchebnoe_posobie.pdf. – Дата доступа: 28.03.2024.
2. **Как** оптимизировать издержки на логистику: обзор эффективных методов [Электронный ресурс] // ЕКАМ.RU. – Режим доступа: <https://www.ekam.ru/blogs/pos/kak-optimizirovat-izderzhki-na-logistiku>. – Дата доступа: 01.04.2024.
3. **Основы** логистики [Электронный ресурс] : учеб. пособие // Российский университет транспорта. – Режим доступа: https://miit.ru/content/0%9E%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%BA%D0%B0.pdf?id_vf=79906. – Дата доступа: 02.04.2024.

ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ: СОСТОЯНИЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В данной статье рассмотрено состояние оптовой торговли Новосибирской области, перспективы ее развития. Определены факторы, влияющие на социально-экономическое развитие Новосибирской области.

This article considers the state of wholesale trade in the Novosibirsk region, the prospects for its development. Factors affecting the social and environmental development of the Novosibirsk region have been identified.

Ключевые слова: оптовая торговля; Новосибирская область; оптовые предприятия; факторы экономического развития.

Key words: wholesale trade; Novosibirsk region; wholesale enterprises; economic development factors.

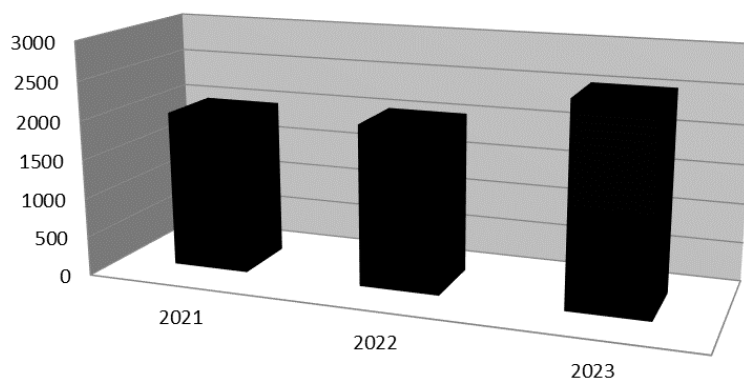
Оптовая торговля в Новосибирской области [1] занимает высокую нишу в структуре экономики области. Ключевой ролью успеха является уникальное географическое и экономическое положение Новосибирска и области. Новосибирская область входит в Сибирский федеральный округ. Новосибирск является административным центром Сибирского федерального округа и Новосибирской области, расположен на пересечении железной дороги, автомобильных дорог федерального значения, воздушных трасс и судоходной реки [2].

Новосибирск состоит во Всемирной ассоциации центров международной торговли. На текущее время в Сибирском федеральном округе (СФО) зарегистрировано практически 50 000 действующих предприятий, которые заняты в сфере оптовой торговли [3].

Оптовая торговля имеет высокое влияние на экономические связи между предприятиями, производившими сырье, материалы и товарные ценности, и организациями оптовой торговли, что в конечном результате окажет воздействие и на розничный рынок, т. е. на конечного потребителя.

В период 2020–2021 гг. ежегодный оборот оптовой торговли в Новосибирской области [1] имел рост на 10% и достиг 2 010,2 млрд р. [2]. В сопоставимых ценах рост составил 98,5%. За период 2022 г. товарооборот снизился к уровню 2021 г. на 8% и составил 1 850 млрд р. [3]. За период с января по сентябрь 2023 г. оборот оптовой торговли в области вырос на 4% по отношению к аналогичному периоду 2022 г. Динамика товарооборота оптовой торговли за 2021–2023 гг. в Новосибирской области представлена на рисунке ниже.

Динамика оборота оптовой торговли Новосибирской области за 2021–2023 гг.



Следовательно, можно отметить, что за 2024 г. прогнозное значение оборота организаций оптовой торговли будет на уровне 2 300 млрд р. Прогнозный оборот оптовой торговли в Новосибирской области увеличится в среднем на 24,3% к 2022 г. [1].

Стоит обратить внимание и на местонахождение предприятий СФО, которые занимаются деятельностью оптовой торговли. Местонахождение предприятий оптовой торговли Сибирского федерального округа представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Местонахождение предприятий оптовой торговли СФО

Область, край, республика	Количество предприятий оптовой торговли, тыс. шт.	Процентное соотношение (доля)
Новосибирская	16,20	32,48
Красноярский	8,10	16,24
Алтайский	7,10	14,23
Омская	5,40	10,83
Иркутская	5,20	10,43
Кемеровская	3,90	7,82
Томская	3,00	6,00
Хакасия	0,70	1,40
Алтай	0,20	0,40
Тыва	0,07	0,14
Итого	49,87	100

Данные таблицы 1 показывают, что Новосибирская область занимает наибольшую долю всего рынка оптовой торговли СФО и находится на первой позиции в списке. Лидируют на рынке оптовой торговли в Сибирском федеральном округе виды деятельности, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Лидирующие виды деятельности оптовой торговли СФО

Вид деятельности оптовой торговли	ОКВЭД	Количество организаций оптовой торговли, шт.
Неспециализированная	46.90	9 708
Лесоматериалы, строительные материалы и санитарно-техническое оборудование	46.73	8 248
Прочие машины и оборудование	46.69	4 266
Топливо твердое, жидкое и газообразное и подобные продукты	46.71	2 724
Прочие бытовые товары	46.49	1 761
Примечание – Источник [4].		

Лидерство по наличию крупных предприятий также принадлежит Новосибирской области. Наиболее крупные предприятия оптовой торговли по СФО представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Наиболее крупные предприятия оптовой торговли по СФО

Предприятия	Месторасположение	Выручка, млрд р.
АО НПК «Катрен»	Новосибирская обл., р. пос. Кольцово	257,34
АО «Стройсервис»	Кемеровская обл., Кузбасс	228,76
ООО «КВД Групп»	Томская обл., г. Томск	213,12
Примечание – Источник [3].		

Показатели предприятий отрасли оптовой торговли в Новосибирской области за период 2020–2023 гг. представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели предприятий оптовой торговли Новосибирской области за 2020–2023 гг.

Годы	Количество предприятий	Процент к общему количеству всех организаций области
2020	29 575	31,17
2021	27 784	30,49
2022	26 721	30,06
2023	27 114	30,24

Таким образом, Новосибирская область является одной из ключевых по оптовой торговле, и процент предприятий за последние четыре года в среднем составляет 30% от общего рынка предприятий. Немаловажная роль отводится и предприятиям, работающим в области оптовой торговли в сегменте малого бизнеса. Всего в России на текущее время имеет место увеличение субъектов малого бизнеса. По состоянию на 1 апреля 2023 г. зарегистрировано 6,11 млн малых и средних предприятий [4].

Малый бизнес всегда занимал ключевое место в экономике, с его помощью решается ряд существенных проблем. Малый бизнес позволяет быстро переналаживать производство и реагировать на потребности рынка – это способствует развитию конкуренции, оказывает влияние на формирование основ экономической стабильности. Значительная роль отмечается и в сфере занятости населения. Согласно Прогнозу долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 г. (разработан Минэкономразвития России) в секторе малого и среднего предпринимательства занято примерно 16,8 млн чел., что составляет почти 25% от экономически активного населения Российской Федерации [2]. В Новосибирской области на долю оборота торговли субъектов малого предпринимательства приходится 50% [1].

На оптовую торговлю оказывают влияние множество факторов. Отрицательные факторы, влияющие на социально-экономическое развитие Новосибирской области [1]:

- медленная динамика роста доходов населения;
- снижение численности трудоспособного населения;
- низкая доступность финансовых ресурсов для бизнеса в связи с высокими процентными ставками на кредитные продукты.

В Новосибирской области, так же как и на всей территории Российской Федерации, активно разрабатываются различные программы для поддержки малого предпринимательства. В частности, в ведомственной целевой программе «Развитие торговли на территории Новосибирской области на 2020–2025 годы» выделено, что сфера торговли наиболее сильно пострадала в результате ограничений, введенных в пандемию, и ее последствий, поэтому усилия областных исполнительных органов Новосибирской области в период 2023–2025 гг. будут направлены на следующие меры [2]:

- устранение негативных последствий, введенных ограничительных мер посредством общесистемных мер поддержки бизнеса;
- содействие развитию конкуренции и создание условий для развития торговли;
- стимулирование развития торговли в малых и отдаленных населенных пунктах Новосибирской области путем предоставления различных форм государственной поддержки;
- продвижение товаров местных и российских производителей на внутренних рынках;
- содействие развитию кадрового потенциала организаций торговли и общественного питания.

Также необходимо отметить, что с 2022 г. в регионе действует программа финансовой поддержки молодых предпринимателей [3]. Это целевое финансирование, которое можно потратить только на старт своего дела. Если будущий владелец бизнеса младше 25 лет, то есть специальный грант. Суммы гранта для молодых предпринимателей от ста тысяч рублей до полумиллиона. Есть ряд условий для получения:

- отсутствие долгов по налогам и взносам больше 1 000 р.;
- прослушивание курса основ предпринимательства в центрах «Мой бизнес»;
- инвестиции должны составлять не менее 25% (если приобретаются основные средства за счет гранта, то четверть стоимости предприниматель оплачивает сам).

Получить грант можно по месту регистрации бизнеса. При этом возраст организации не имеет значения. На 2023 г. Министерством торговли, промышленности и развития предпринимательства Новосибирской области были запланированы гранты на развитие бизнеса на общую сумму 39,3 млн р. [3].

Подводя итог вышеизложенному, можно сказать, что Новосибирская область является одной из ключевых по оптовой торговле, доля предприятий, занятых в этом сегменте бизнеса, составляет 30% от общего рынка предприятий. По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Новосибирской области общий объем оборота оптовой торговли в 2022 г. составил 2 055,8 млрд р. [2], или 87,6% в сопоставимых ценах к 2021 г. (по Российской Федерации – 85,5%).

За период с января по сентябрь 2023 г. оборот оптовой торговли в области вырос на 4% по отношению к аналогичному периоду 2022 г. Исходя из увеличения девяти месяцев 2023 г. можно ожидать и увеличение оборота за год. Прогнозный оборот оптовой торговли в Новоси-

бирской области увеличится на 24,3% к 2024 г. Новосибирская область является одной из ключевых по оптовой торговле, предприятия малого бизнеса составляют 50% от общего числа всех предприятий.

Список использованной литературы

1. **Министерство** промышленности, торговли и развития предпринимательства Новосибирской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minrpp.nso.ru>. – Дата доступа: 09.11.2023.
2. **О прогнозе** социально-экономического развития Новосибирской области на 2023 год и плановый период 2024 и 2025 годов [Электронный ресурс] // Правительство Новосибирской области. – Режим доступа: <https://www.nso.ru>. – Дата доступа: 12.01.2024.
3. **Торговля** и услуги [Электронный ресурс] // Официальный сайт Новосибирска. – Режим доступа: <https://novo-sibirsk.ru/to-citizens/economy/trade/>. – Дата доступа: 05.11.2023.
4. **Прогноз** долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс] // Минэкономразвития России. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>. – Дата доступа: 09.11.2023.

УДК 659.1.012.12

А. З. Коробкин (kafedra126@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

К. И. Рубанова (kafedra126@mail.ru),
специалист

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

В статье исследуются современные стратегии и методы продвижения продукции на международный рынок. Авторы анализируют особенности и методы продвижения продукции за рубежом. Также рассматриваются инновационные подходы к продвижению, такие как внедрение и применение различных технологий продаж.

The article explores modern strategies and methods of product promotion on the international market. The author analyzes the features and methods of product promotion abroad. Innovative approaches to promotion, such as the introduction and application of various technologies, are also considered.

Ключевые слова: продвижение; международный рынок; этапы продвижения; методы продвижения; маркетинг; экономическая сфера.

Key words: promotion; international market; stages of promotion; methods of promotion; marketing; economic sphere.

В основе продвижения товара всегда лежат маркетинговые коммуникации. Маркетинговые коммуникации – это процесс, в результате которого должно достигаться однозначное восприятие коммуникационного сообщения субъектами, его посылающими и получающими.

Ключевыми факторами эффективных маркетинговых коммуникаций являются [1, с. 179]:
– цели коммуникации (передатчик сообщения должен четко знать, каких аудиторий он хочет достичь и какого типа отклик получить);

- подготовка сообщения;
- планирование каналов;
- эффективность сообщения.

Основными методами продвижения товара на зарубежных рынках являются: реклама, пиар, стимулирование продаж, прямой маркетинг, персональные продажи.

Важнейший элемент коммуникаций международного маркетинга – это реклама в широком смысле слова. Стандартизировать свою рекламу, сделать ее однородной является желанием крупных международных фирм. Основное содержание любой рекламной кампании можно выделить в следующих трех составляющих: финансирование, творчество, планирование в средствах массовой информации.

Маркетинг учит, что нужно адаптироваться к весьма разнообразным ожиданиям и восприятиям потенциальных покупателей. При стандартизации международной рекламы следует учитывать две проблемы:

- необходимость смены персонажей или символов, ничего не говорящих за пределами своей страны;
- необходимость правильного перевода рекламных сообщений, для чего эту работу следует поручать носителям языка или переводчикам, хорошо знающим язык.

Роль рекламы в системе продвижения товара на международных рынках – пропаганда продажи товара, политических позиций, мнений и ценностей, способствование к взаимопониманию и сближению стран. В качестве глобальной рекламной стратегии с частичной адаптацией разрабатывается концепция, идея позиционирования товара без учета национальной составляющей, в творческих же презентациях адаптируют идею к местным особенностям. Основными методами являются методы «тяги» (активная реклама и промоушен, через которые потребитель требует товар в рознице, розничный торговец требует у оптовика, оптовик у производителя) и «толкай» (производитель рекламирует оптовика, оптовик – розничному продавцу, розница – покупателю) в международном маркетинге.

Последние годы ознаменовались бурным развитием систем телекоммуникаций, одним из ключевых элементов которых стала глобальная компьютерная сеть Интернет. Интернет выступает в качестве двух основополагающих элементов:

- как новое средство коммуникации, представляемое коммуникационной моделью «многие-многим», в основе которой лежит pull (тяги) – модель получения информации потребителями гипермедийным способом представления, значительно отличающаяся от традиционных средств массовой информации интерактивной природой, высокой гибкостью и масштабируемостью;
- как глобальный виртуальный электронный рынок, не имеющий каких-либо территориальных или временных ограничений, позволяющий производить интерактивную покупку товаров и значительно изменяющий возможности фирм в продвижении товара и место дистрибутивных фирм в этом процессе.

Использование сети Интернет в системе международного маркетинга благодаря его уникальным маркетинговым характеристикам значительно повышает эффективность его деятельности. Ресурсы интернета могут быть использованы в следующих направлениях маркетинговой деятельности: реклама, связи с общественностью, поддержка потребителей, продвижение торговой марки компаний, стимулирование сбыта, проведение маркетинговых исследований.

Электронная коммерция связана напрямую с интернет-рекламой. Согласно исследованиям специалистов, продажи через интернет постоянно растут. Основными причинами покупок через интернет являются удобство, большой выбор, экономия времени, совершение покупок интереснее и веселее.

Пиар (PR) в международном маркетинге – создание положительного образа, престижа, имиджа на местном, общегосударственном и международном уровнях. Этапы развития связей с общественностью:

1. Реклама компании – пропаганда достоинств компании.
2. Корпоративный образ компании – создание и укрепление корпоративного образа фирмы, имиджа.
3. Общественные отношения – общественно достойное отношение компании к социальным и человеческим проблемам.
4. Корпоративные коммуникации – формирование коммуникационной позиции диалога между фирмой и обществом.

Система стимулирования сбыта в международном маркетинге (более быстрая отдача в виде прибыли, относительно низкие затраты, четко определен адресат): глобальные (стандартизация) и мультинациональные (адаптация чаще) стратегии в его организации; основные средства стимулирования международного сбыта (стимулирование покупателей, торговых посредников, сотрудников сбытовых подразделений фирмы).

В современном мире, характеризующимся высоким уровнем технологического развития, активной разработкой новых производственных возможностей, международная маркетинговая деятельность приобретает новые масштабы. Теперь большинство организаций имеют возможность самостоятельно формировать будущие контуры новых рынков в выгодном для себя направлении. Большое значение приобретает захват ведущих позиций на зарождающемся свободном рынке, который дает возможность диктовать свои условия (производственные стандар-

ты, технические характеристики, цены, и т. д.) в будущем. Именно поэтому наличие четкой структуры действий при выходе на зарубежный рынок необходимо каждой компании для обретения наибольших конкурентных преимуществ.

Перед тем как принять решение об организации сбыта на зарубежных рынках, компании необходимо провести определенные исследования. В первую очередь возникает необходимость в изучении и анализе международной маркетинговой среды, которая представляет собой факторы и условия, оказывающие влияние на эффективность предпринимательской деятельности компании на зарубежном рынке.

Необходимо отметить, что при реализации деятельности по продвижению продукции на зарубежный рынок компания должна уметь адаптироваться под влияние внешних факторов, которые могут изменить характер потребления той или иной продукции. Именно поэтому изучение маркетинговой среды особо важно при выходе компании на новый рынок, поскольку фирма должна учитывать комплексное воздействие всевозможных факторов на конъюнктуру рынка.

Так как среда маркетинга оказывает формирующее воздействие на международную деятельность организации, необходимо тщательно подходить к ее анализу не только при выходе на новые рынки, но и при усилении своих позиций на уже освоенной территории.

Следующим шагом после изучения среды международного маркетинга является решение о целесообразности выхода на внешний рынок. В данном случае под целесообразностью понимается практическая полезность и обоснованность освоения нового рыночного пространства.

Можно сформулировать три главных условия, соблюдение которых поможет в определении конкретного рынка, способа выхода на него и выбора маркетинговой стратегии: наличие четкого осознания в необходимости освоения зарубежного рынка; объективная оценка возможностей компании и ее развития в перспективе; правильное определение того, какой тип рынка является наиболее подходящим для освоения [1, с. 181].

Перед тем как принять решение об освоении нового рынка, компания должна иметь четкое представление о том, какой процент от общего объема продаж необходимо реализовывать за рубежом и соответствует ли спрос на потенциальном рынке требованиям фирмы.

Следующим этапом является разработка программы продвижения продукции на зарубежные рынки. Планирование программы продвижения дает возможность увидеть, как будут распределяться средства на протяжении периода планирования. Также планирование позволяет упорядочить коммуникационную деятельность на протяжении отдельного периода, сделать ее более осмысленной и целенаправленной. Все это, в свою очередь, ведет к большей эффективности от вложенных средств и более экономному расходованию маркетингового бюджета.

Процесс планирования программы продвижения позволяет избежать всякого рода накладок в ее проведении, в результате чего у потребителя сложится неверное отношение к торговой марке, ради которой все и затевается. После постановки целей предстоит разработать бюджет программы продвижения, т. е. определить лимиты расходов на различные виды и формы продвижения (исходя из финансовых возможностей предприятия, уровня затрат на них у конкурентов, целей и задач компании на рынке и т. п.), установить нормативы или порядок нормирования затрат.

Расходы на маркетинговые коммуникации составляют часть бюджета расходов на сбыт и планируются после составления прогноза сбыта для предприятия, при составлении его бюджета на год или квартал. При определении расходов на коммуникации предстоит также принимать расчет конкурентов. Обычно уровень расходов на маркетинговые коммуникации предприятия или фирмы сопоставляется с уровнем этих затрат у тех конкурентов, которые имеют аналогичную или близкую долю рынка.

В рамках планирования необходимо составить график размещения продвижения в течение года с учетом сезонности, ожидаемых конъюнктурных изменений и других факторов, а также принять решение о цикличности выхода продвижения. Различают два основных графика цикличности.

Последовательный график – равномерное размещение продвижения в течение всего временного периода. Пульсирующий график – неравномерное по времени размещение продвижения, характеризующееся чередованием концентрированных всплесков рекламной активности с периодами размещения продвижения в последовательном графике или с периодами, когда маркетинговые коммуникации вообще отсутствуют.

Выбор вариантов пульсирующего графика зависит от многих факторов, в том числе и от товара.

Важным условием эффективности программы продвижения является точное позиционирование товара на определенный сегмент рынка. От позиционирования зависят язык рекламных обращений, выбор средств распространения рекламы, стимулирования сбыта, пиар и других средств, время их появления, бюджет и т. д.

При реализации программы продвижения продукции на зарубежные рынки необходимо наладить учет эффективности. Это позволит получить информацию о целесообразности реализации программы продвижения и результативности ее отдельных средств, определить условия оптимального воздействия рекламы на потенциальных покупателей. Абсолютно точно определить эффективность отдельных средств коммуникации, программы в большинстве случаев не представляется возможным. Однако и приблизительные подсчеты оправдывают себя. Различают экономическую эффективность продвижения и эффективность психологического воздействия ее отдельных средств на сознание человека (привлечение внимания к обращениям, фиксация в памяти и т. п.). При этом психологическое воздействие наиболее результативно, если оно приводит потенциальных потребителей к совершению покупки. Таким образом, экономическая эффективность продвижения зависит от степени их психологического воздействия на человека [2, с. 55].

Экономическую эффективность продвижения чаще всего определяют путем измерения ее влияния на положительную динамику развития продаж. Наиболее точно установить, какой эффект дали коммуникации, можно лишь в том случае, если увеличение сбыта товара происходит немедленно после воздействия обращения, например рекламы [3, с. 96].

Чтобы выявить, в какой степени маркетинговые коммуникации повлияли на рост продаж, анализируют оперативные, статистические и бухгалтерские данные. При этом следует иметь в виду, что помимо коммуникаций на реализацию товара сказываются его качество и потребительские свойства, цена, внешний вид, а также место расположения торгового объекта, уровень культуры обслуживания покупателей, наличие в продаже аналогичных товаров.

Таким образом, управление продвижением товаров на внешних рынках является важным аспектом деятельности тех организаций, которые планируют расширение и имеют ряд специфических особенностей. В основном это связано с особенностями рынков различных стран, менталитетом, языком, выбором средств продвижения продукции и т. д. Все эти особенности необходимо учитывать при разработке продвижения товаров на внешних рынках.

Список использованной литературы

1. **Иванова, Е. А.** Интегрированные маркетинговые коммуникации – эффективный механизм маркетинга / Е. А. Иванова // Экономика, государство и право. – 2020. – № 1 (1). – С. 179–184.
2. **Скрипнюк, Д. Ф.** Международный маркетинг : учеб. / Д. Ф. Скрипнюк. – М. : Юрайт, 2017. – 556 с.
3. **Щеглов, П. В.** Методы продвижения продукции с использованием услуг торгового посредничества / П. В. Щеглов // Образование. Наука. Производство. Инновационный аспект : материалы конф., посвящ. 50-летию Чебоксарского ин-та (фил.) Моск. гос. открытого ун-та, Чебоксары, 25–26 сент. 2005 г. : в 2 т. / Моск. гос. обл. ун-т. – Чебоксары, 2005. – Т. 2, вып. 3. – С. 95–97.

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

В этой статье проведен анализ системы регулирования предпринимательской деятельности в области франчайзинга и малого бизнеса.

This article analyzes the system of regulation of entrepreneurial activity in the field of franchising and small medium-sized businesses.

Ключевые слова: франчайзинг; стандарты франчайзинга; тенденции малых и средних предприятий; механизм франчайзинга и малого бизнеса; предпринимательская деятельность.

Key words: franchising; franchising standards; trends of small and medium-sized enterprises; mechanism of franchising and small business; entrepreneurial activity.

Современному международному бизнесу мешают различные факторы, такие как необходимость расширения реализации продукции, привлечение специалистов в дилерскую сеть крупных фирм, повышение эффективности предприятий малого бизнеса, и сложности во взаимодействии между предприятиями малого и крупного бизнеса.

Для решения этих проблем важно использовать экономические механизмы, такие как франчайзинг, который объединяет преимущества обеих форм бизнеса и повышает рентабельность предприятий.

Во франчайзинге становится все более важным выбирать партнера по ценностям – осознанных предпринимателей, понимающих важность передачи своих принципов и миссии другим людям. Еще одним важным трендом является диджитализация: компании стремятся предоставить клиентам возможность делать заказы любым удобным для них способом. В российском франчайзинге наблюдается волнообразность трендов.

Те направления, которые популярны в крупных городах, могут стать актуальными для регионов только через продолжительное время. Один из перспективных форматов для франшизы – это открытие фитнес-центров, спа, велнес-услуг, ресторанов со здоровым питанием, все, что связано со здоровым образом жизни.

В мировой экономике франчайзинг становится все более популярным благодаря эффективному распределению капиталовложений, созданию системы сбыта товаров и услуг, укреплению конкурентных преимуществ, и уменьшению рисков для новых участников системы.

В России в 2022 г. франчайзинг показал рост оборота на 19%, что связано с повышением среднего чека и ростом спроса на различные виды бизнеса.

В этом же году количество сотрудников, занятых во франчайзинговых сетях, увеличилось на 9% до 1,24 млн, с учетом отмены ковидных ограничений в некоторых сферах бизнеса.

Доля франшиз розничной торговли продолжает снижаться, однако доля франшиз общественного питания увеличилась с 24 до 26% за счет появления новых проектов в этой области. Наиболее популярной категорией в общественном питании остается фастфуд, который представлен около 19% всех франшиз в России. Структура развития франшиз в сфере услуг в 2023 г. показана на схеме рисунка 1 [1].

В 2022 г. было замечено увеличение стоимости франшиз, что привело к увеличению инвестиций в их покупку. Некоторые франшизы перешли в более дорогие ценовые сегменты, а открытие ресторанов стало на 15–30% дороже. Многие сети начали развиваться в небольших городах, вводя упрощенные форматы с меньшими инвестициями.

Доля в сфере услуг для бизнеса и населения увеличилась до половины всех франчайзинговых проектов, тогда как доля франшиз в производственной сфере снизилась до 3%. Но начало 2023 г. в России было увеличение до 3 249 франшиз, что на 5% больше, чем годом ранее, однако около 280 франчайзинговых сетей закрылись, что на 70% больше, чем в 2021 г.

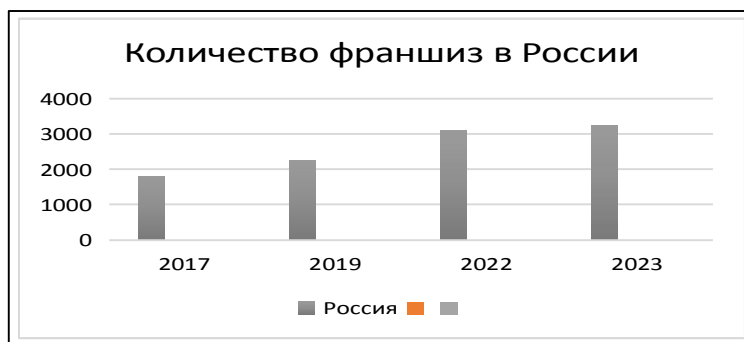


Рисунок 1 – Структура развития франшиз в сфере услуг в 2023 г.

Существует тенденция, если предприниматель не адаптируется к изменяющимся обстоятельствам, он теряет конкурентоспособность. Поэтому гибкость играет важную роль во франчайзинге. Важно учитывать, что, несмотря на то, что стандарты являются основой франчайзинга, при открытии франшизы необходимо учитывать особенности региона, такие как региональная ценовая политика, использование местных продуктов и рецептов.

Специалисты рынка отмечают, что доля региональных франшиз в России стремительно возрастает. Ранее большинство продавцов и франчайзи были либо из Москвы, либо из Санкт-Петербурга, однако сейчас все больше брендов начинают развиваться из регионов. Эта тенденция будет продолжаться, поскольку региональные предприниматели имеют более глубокое понимание местного рынка, чем московские. Никто не сомневается в том, что франчайзинг будет продолжать развиваться в России (рисунок 2) [2].

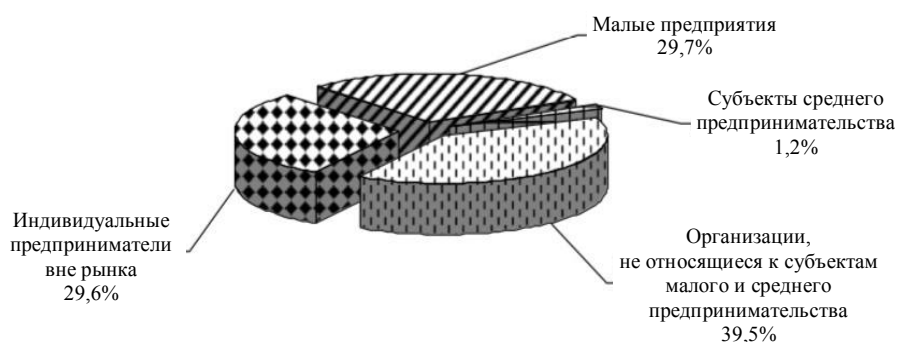


Рисунок 2 – Структура оборота розничной торговли в Ненецком автономном округе в январе 2024 г. [2]

Повышение структуры оборота розничной торговли в январе 2024 г. в России способствует увеличению эффективности торговых операций, развитию сферы потребительского рынка и улучшению качества обслуживания потребителей. Новые технологии, повышение квалификации персонала и активное внедрение инновационных методов управления сделают розничную торговлю более конкурентоспособной и привлекательной для потребителей [3].

Франшиза – это проверенная формула успешного бизнеса. В периоды кризиса франчайзинг развивается с удвоенной силой, поскольку люди ищут надежные решения и поддержку.

По последним данным статистики, в 2023 г. количество малых и средних предприятий в России продолжило расти. По прогнозам экспертов, к концу 2023 г. их число достигло исторического максимума.

Важным фактором развития малого и среднего бизнеса является поддержка со стороны государства, которая способствует увеличению предпринимательской активности и созданию новых рабочих мест.

Согласно Постановлению Правительства Российской Федерации (РФ) № 2371 от 21 декабря 2021 г., эксперимент по оказанию поддержки малого и среднего предпринимательства в рамках Цифровой платформы начался с 1 февраля 2022 г. и будет продолжаться до 1 февраля 2031 г.

Этот проект предназначен для помощи малому и среднему бизнесу, самозанятым, а также тем, кто только планирует начать свой бизнес. Целью этой инициативы является централизация всех услуг для малого и среднего предпринимательства и предоставление предпринимателям возможности выбирать и получать необходимую поддержку удаленно.

В текущем году правительство планирует сделать отечественное программное обеспечение более доступным, улучшить процесс привлечения инвестиций, а также поддержать программное обеспечение в сфере IT и туризма.

Между тем, в условиях ужесточения санкций, увеличивается интерес к развитию отечественных предприятий, и государство стремится обеспечить наличие квалифицированных специалистов, а также принимает комплексные меры в сфере IT для снижения нагрузки на бизнес и создания благоприятных условий для его развития [2, 3].

В 2024 г. ожидается значительное повышение финансовой деятельности предприятий и организаций, что способствует уменьшению безработицы и созданию новых рабочих мест. Планируется развитие экономики и стимулирование инвестиций, чтобы обеспечить устойчивый рост и процветание бизнеса. Реализация новых программ и проектов позволит увеличить доходы и улучшить условия труда для населения.

Учитывая текущую конъюнктуру рынка, можно отметить стремительное развитие франчайзинга на местном сегменте товаров и услуг. Это подтверждает его привлекательность в экономике, способствуя повышению уровня экономической грамотности и общего благосостояния страны.

Франчайзинг действенен как для малого бизнеса, улучшая его репутацию и статус, так и для крупных компаний, подтверждая их ведущее положение и увеличивая капитализацию. В контексте серьезного экономического спада франчайзинг выделяется как важный инструмент выхода из кризиса и стимулирования мирового экономического развития.

Список использованной литературы

1. **Российский франчайзинг 2023** [Электронный ресурс] // franshiza.ru. – Режим доступа: https://franshiza.ru/article/read/statistika_franchisinga_2023/. – Дата доступа: 24.03.2024.
2. **Социально-экономическое** положение ненецкого автономного округа за январь 2024 года [Электронный ресурс] // 29.rosstat.gov.ru. – Режим доступа: <https://29.rosstat.gov.ru/strage/mediabank>. – Дата доступа: 20.03.2024.
3. **Интернет-торговля** (рынок России) [Электронный ресурс] // tadviser.ru. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>. – Дата доступа: 25.03.2024.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОК В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В данной статье рассматриваются современные логистические особенности этапов и методов планирования и организации закупок товаров в торговле.

This article examines modern logistics features of the stages and methods of planning and organizing the purchase of goods in trade.

Ключевые слова: торговые организации; поставщики товаров; закупочная логистика; этапы закупок товаров; процедура закупок товаров; критерии выбора поставщиков; эффективность закупок товаров.

Key words: trade organizations; suppliers of goods; procurement logistics; stages of procurement of goods; procedure for purchasing goods; criteria for selecting suppliers; efficiency of procurement of goods.

Нынешний этап развития экономики предопределяет возрастающее значение закупочной логистики в экономических процессах. Рыночные условия вызвали к жизни ряд существенных изменений в сфере материально-технического обеспечения производства и закупок товаров торговлей. При этом происходит:

- давление растущего ассортимента товаров, запрашиваемых рынком;
- сокращение времени внедрения в оборот новых товаров, ускоряющих расширение их ассортимента;
- сокращение длительности производственного цикла;
- обострение конкуренции между поставщиками на фоне насыщения рынка нужными товарами.

Эти изменения привели к тому, что различные виды деятельности любой организации стали все больше зависеть от состояния закупочной деятельности. В системе снабжения есть обширные зоны неэффективности, рационализация которых может дать большую экономию. Поэтому возникает необходимость реализации новых подходов к самой организации процессов материального обеспечения деятельности субъектов хозяйствования. В целом же закупочная логистика становится одной из основных логистических подсистем в экономике, которая изучает процесс движения товаров с рынка закупок до складов организации.

Любая организация, как производственная, так и торговая, в которой обрабатываются материальные потоки, имеет в своем составе службу, осуществляющую закупку, доставку и временное хранение различных ресурсов (сырья, полуфабрикатов, товаров народного потребления и т. п.). Она обычно именуется службой закупок.

Деятельность этой службы может быть рассмотрена на *трех уровнях*:

- служба закупок является элементом, обеспечивающим связи и реализацию целей макрологистической системы, в которую входит любая организация, в том числе и торговая;
- служба закупок является элементом микрологистической системы, т. е. одним из подразделений организации, обеспечивающим реализацию ее основных целей;
- служба закупок одновременно является самостоятельной системой, имеющей элементы, структуру и самостоятельные цели.

Основу экономической эффективности закупочной логистики составляют поиск, выбор и закупка необходимых товаров удовлетворительного качества по минимальным ценам. Для решения вышеперечисленных задач необходимо, чтобы в организации выполнялись важнейшие функции закупочной логистики. Функции закупочной логистики являются традиционными для многих организаций и достаточно хорошо изучены. Новизна логистического подхода к этой сфере деятельности заключается в том, что интеграция ее со смежными видами деятельности

(складированием, распределением, транспортировкой и т. п.) позволяет добиться своевременной закупки качественных товаров с минимальными затратами времени и финансовых ресурсов, тем самым укрепляя систему сквозного управления материальными и информационными потоками [1, с. 33].

К важнейшим функциям закупочной логистики относятся следующие:

- формирование стратегии приобретения организацией товаров и прогнозирование потребности в них;
- классификация товаров, закупаемых или потребляемых организацией;
- анализ эффективности использования организацией товаров, выявление резервов их экономии;
- определение потребности организации в товарах с учетом оптимизации их потребления или реализации;
- анализ фактической обеспеченности организации товарами;
- определение объема закупки товаров на планируемый период;
- расчет оптимальных объемов закупки товаров;
- оперативное исследование предложения на рынке товаров и услуг;
- увязка запросов организации с рыночным предложением товаров;
- выбор каналов закупки товаров;
- получение и оценка предложений от потенциальных поставщиков товаров;
- выбор поставщиков товаров;
- установление хозяйственных отношений с поставщиками товаров;
- заключение договоров на закупку необходимых товаров;
- определение потребителей товаров и расчет их количества;
- согласование цены и заключение договоров на поставку;
- подготовка бюджета закупок, включающего различные виды затрат (стоимость выполнения заказов по поставкам; транспортировка, экспедирование и страхование; приемка и проверка товарно-материальных ресурсов; поиск информации о потенциальных поставщиках и т. п.);
- разработка оперативных планов закупок;
- расчет оптимальных размеров партий и интервалов закупок товаров;
- разработка оптимальных схем доставки товаров в организацию;
- управление закупками и доставкой товаров и их регулирование;
- осуществление контроля за сроками поставки товаров;
- осуществление контроля качества и количества товаров, размещение их на складах;
- доведение товаров до места реализации;
- организация оперативного учета наличия, закупки и расхода товаров;
- анализ обеспеченности торговли товарами и устранение узких мест;
- поддержание на нормальном уровне запасов товаров на складах.

Вышеперечисленные функции в основном реализуются службой закупок в тесной взаимосвязи с другими подразделениями организации (маркетингом, бухгалтерией, финансовыми, юридическими службами и др.).

Что касается такого важного элемента как планирование закупочной деятельности торговых организаций, то в большинстве случаев на практике оно представляет собой процесс, включающий в себя следующие этапы:

- сбор информации;
- анализ потребностей и возможностей;
- выбор стратегии закупочной деятельности;
- определение метода закупок;
- принятие оперативных решений;
- контроль исполнения;
- анализ хода плана закупок;
- корректировка плана закупок [2, с. 95].

Для эффективной закупочной деятельности в торговой организации необходимо прежде всего иметь информацию о том, какие именно товары и в каком количестве нужно закупить. Такая информация может содержаться в плане закупок, главной целью которого является обеспечение согласованности действий всех внутрифирменных подразделений и должностных лиц организации по решению таких важных задач закупочной деятельности, как определение потребности в товарах; определение метода закупок и заключение договоров на поставку товаров;

организация контроля за количеством, качеством, сроками поставок и организация размещения товаров на складе. При этом в эффективных торговых структурах процесс планирования закупок предшествует исследованию рынка закупаемых товаров.

В целом реальный процесс планирования начинается с информации, полученной из ежегодного плана продаж, текущего плана продаж и общего экономического плана организации. Планирование продаж определяет потребности в товарах, которые будут приобретены службой закупок организации; текущее планирование предоставит информацию об источнике, где будут приобретаться товары; экономическое планирование обеспечит информацию, полезную при оценке общих тенденций цен на товары, заработной платы и других расходов. В большинстве организаций используется закон Парето, который известен также как ABC-анализ (при закупке основных товаров, составляющих менее 20% от всего перечня товаров, расходуется более 80% средств организации).

Оптимальный объем закупок разных товаров определяется по принятым в данной торговой организации методам.

Закупочный цикл – последовательность этапов удовлетворения потребности организации в товарах. Построение закупочного цикла тесно связано как с внешней средой, конъюнктурой рынка, так и с внутренней средой организации.

В общем виде перечень процедур закупок в организациях торговли перекликается с задачами закупочной логистики и выглядит в виде этапов закупок следующим образом: анализ потребностей в товарах; определение и оценка требований к закупаемым товарам; исследование рынка закупаемых товаров; выбор конкретных поставщиков; осуществление закупок; контроль за поставками товаров; подготовка бюджета закупок; координация и взаимосвязь функции снабжения с другими подразделениями торговой организации.

Ввиду особой важности указанных этапов рассмотрим их более подробно.

Анализ потребностей. Процесс закупок начинается с определения потребностей в товарах организации. В случае изменения ассортимента реализуемых товаров, их номенклатура должна быть пересмотрена. В процессе определения потребности в товарах необходимо:

- идентифицировать внутрифирменных потребителей товаров;
- выполнить расчеты потребности в товарах;
- установить требования к весу, размеру и другим параметрам поставок, а также к сервису поставок;
- разработать планы-графики и спецификации на каждую позицию номенклатуры товаров или на номенклатурные группы.

Определение и оценка требований к закупаемым товарам. После определения внутрифирменных потребителей и номенклатуры товаров, должны быть установлены требования по весу, размерам, параметрам поставок, а также другие спецификации на каждую позицию закупаемых товаров. Также должны быть определены требования к уровню сервиса поставщика.

Исследование рынка закупок. Исследование рынка закупок начинают с определения всех возможных поставщиков по непосредственным рынкам данных товаров, рынкам заменителей и новым рынкам. Далее следует предварительная оценка всех возможных источников закупаемых товаров, а также анализ рисков, связанных с выходом на конкретный рынок.

Выбор поставщиков включает сбор информации о поставщиках, создание базы данных о поставщиках, поиск оптимального поставщика, оценка результатов работы с выбранными ранее поставщиками. В целом для окончательного выбора поставщика используется многокритериальная оценка.

На практике имеется два основных критерия выбора поставщика:

- оценивается стоимость приобретения товаров и услуг, которая включает в себя цену товаров или услуг и не имеющую денежного выражения прочую стоимость;
- оценивается качество обслуживания; которое включает качество товаров и надежность обслуживания (гарантированность обслуживания потребителя нужными ему ресурсами в течение заданного промежутка времени).

Используются и другие критерии выбора поставщика:

- удаленность поставщика от потребителя;
- сроки выполнения текущих и экстренных заказов;
- наличие у поставщика резервных мощностей;
- организация управления качеством товаров у поставщика;
- психологический климат в трудовом коллективе поставщика;
- риск перебоев в работе поставщика;

- способность обеспечить поставку запчастей в течение всего срока службы поставленного оборудования (применительно к поставляемому оборудованию);
- кредитоспособность и финансовое положение поставщика.

Что касается *способов выбора* поставщика, то в мировой практике используются следующие из них: метод рейтинговых оценок; метод оценки затрат; метод доминирующих характеристик; метод категорий предпочтений.

Наиболее распространенным методом выбора поставщика можно считать метод рейтинговых оценок, который используется и белорусскими торговыми организациями. При этом выбираются основные критерии выбора поставщика, далее работниками службы закупок или привлеченными экспертами устанавливается их значимость (экспертным путем).

Осуществление закупок товаров. Процедура закупок включает в себя оформление договорных отношений, передачу прав собственности на товары, их оплату, организацию транспортировки товаров. Реализация данной функции начинается с проведения переговоров, которые должны завершиться оформлением договорных отношений, т. е. заключением соответствующего контракта.

Контроль за поставками товаров. Эффективность управления закупками оценивается путем мониторинга выполнения условий договоров по срокам, ценам, количеству, качеству и другим параметрам поставок и сервиса.

Подготовка бюджета закупок. Здесь необходимо проведение соответствующих экономических расчетов для выявления точных затрат на все закупочные процедуры и операции.

Координация и взаимосвязь функции снабжения с другими подразделениями организации, а также установление тесных связей с поставщиками, что обеспечивает включение данной торговой организации в единую макрологистическую систему закупок и снабжения [3].

После принятия решения закупить необходимые для данной организации товары, на практике осуществляется очень важный выбор между тем, купить у производителя товаров или у посредника. Эта специфическая задача закупочной логистики решается посредством анализа сложившейся или оптимальной организации и системной взаимосвязи закупок товаров с их реализацией, а также тесных связей с поставщиками по вопросам планирования, техники и технологии закупки и поставки товаров.

Список использованной литературы

1. **Верниковская, О. В.** Закупочная логистика: учеб. пособие / О. В. Верниковская. – Минск : Экоперспектива, 2020. – 116 с.
2. **Левкин, Г. Г.** Коммерческая логистика: учеб. пособие / Г. Г. Левкин. – Саратов : Вузовское образование, 2016. – 204 с.
3. **Логистика** [Электронный ресурс] : специализир. науч.-практ. журн. – Режим доступа: <http://www.logistika-prim.ru/>. – Дата доступа: 15.02.2024.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В данной статье рассматриваются основные направления и особенности современной сбытовой политики производственных организаций.

This article discusses the main directions and features of modern sales policy of manufacturing enterprises.

Ключевые слова: производственные организации; сбытовая политика; задачи сбытовой политики; элементы сбытовой политики; посредники; организация сбытовой деятельности; каналы распределения.

Key words: manufacturing enterprises; sales policy; objectives of sales policy; elements of sales policy; intermediaries; organization of sales activities; distribution channels.

Следует прежде всего учитывать, что как с научной, так и с практической точки зрения сбытовая политика организаций может рассматриваться в широком и в узком смысле. В широком смысле сбытовая политика означает совокупность избранных руководством организации сбытовых стратегий маркетинга, а также комплекс мероприятий, направленных на формирование ассортимента производимой продукции и ценообразование, формирование спроса и стимулирование сбыта (реклама, обслуживание покупателей, коммерческое кредитование, скидки). В данное понятие включается также заключение договоров купли-продажи, товародвижение, осуществление транспортировки, инкассация дебиторской задолженности, организационные, материально-технические и многие другие аспекты сбытовой деятельности. В узком смысле, если говорить кратко, сбытовая политика определяет только отношения «продавец-покупатель», т. е. является заключительной фазой товародвижения.

Сущность сбытовой политики заключается в организации бесперебойной и бесконфликтной реализации продукции и услуг фирмы, а также обеспечение доступности производимого фирмой продукта покупателям с целью возврата вложенных в производство и маркетинг средств и получения прибыли. Сбытовая политика любой организации имеет большое значение во всей ее маркетинговой деятельности. Именно система сбыта концентрирует в себе весь результат осуществляемого организацией экономического и производственного процесса.

Сбытовая политика организации нацелена главным образом на доставку товара от места его изготовления к месту продажи с целью достижения максимального удовлетворения потребностей покупателей и прибыли для данной организации. При этом надо выделить и другие, не менее важные ее составляющие. Так, весьма важными целями современной сбытовой политики являются:

- формирование и развитие структуры каналов распределения и системы управления;
- выбор методов сбыта по различным группам товаров и географических рынков;
- обеспечение полного поступления денежных средств за реализованную продукцию и услуги [1, с. 153].

Для достижения указанных целей необходимо решать комплекс взаимосвязанных задач. При этом на уровне организации сбытовая логистика решает следующие задачи:

- планирование процесса реализации;
- организация получения и обработки заказов;
- организация сети складов;
- выбор вида упаковки, принятия решения о комплектации, а также организация выполнения других операций, непосредственно предшествующих отгрузке;
- организация отгрузки продукции;
- организация доставки и контроль транспортирования;
- организация послереализационного обслуживания.

На макроуровне к задачам сбытовой логистики относят:

- выбор схемы распределения материального потока;
- определение оптимального количества распределительных центров (складов) на обслуживаемой территории;
- определение оптимального места расположения распределительного центра (склада) на обслуживаемой территории.

Для решения задач по оптимизации распределения необходимо обеспечить контроль за всеми звеньями системы перемещения грузов. Главным же показателем успешной деятельности компании является, как известно, полученная прибыль.

При решении определенной задачи организация может столкнуться с проблемой, связанной с уменьшением дохода, которая возникла из-за не учета всех факторов, влияющих на доход компании. Для успешного ведения бизнеса организация должна решить следующие важные вопросы: в какой мере затраты, связанные с сокращением времени товародвижения, компенсируются увеличением выручки от возросшего объема продаж; может ли организация допустить снижение уровня обслуживания клиента при одновременном увеличении объема поставок; насколько целесообразно складировать товар по месту производства или непосредственно на рынке сбыта.

Основу сбытовой политики представляет принципиальная ориентация организации на удовлетворение большого количества запросов конечных потребителей, либо же на построение особой системы распределения, эффективность которой будет очевидна как для самой организации, так и для ее посредников. Важной составляющей является и то, как выбранная сбытовая политика будет реализовываться, какова совокупность действий по максимальному приближению товара к целевой группе потребителей (либо наоборот, привлечение потребителей к товару фирмы). Выбор одного наиболее эффективного и конкретного способа для удовлетворения потребностей покупателей и является в принципе основной сутью сбытовой политики организации. Эффективная сбытовая политика помогает организации поддерживать относительно стабильный уровень продаж в течение всего года (и не только в определенный сезон), а также своевременно удовлетворять накопившиеся потребности различных групп покупателей.

Кроме основных участников, т. е. продавца и покупателя, на рынке сбыта присутствуют помощники, оказывающие поддержку самому сбытовому процессу – банки, транспортные предприятия, рекламные агентства, страховые компании и прочие. Задача основных участников на рынке сбыта заключается в проведении взаимовыгодной товарно-денежной сделки между продавцом и покупателем. Маркетинговая же деятельность всех участников на рынке сбыта активно способствует этому обмену, выявляя потребности и направляя потоки в системе «товар-деньги» навстречу друг другу.

Организация системы сбыта в субъекте хозяйствования требует комплексного, рационального подхода и решения целого ряда проблем, связанных в конечном итоге с определением эффективности той или иной системы организации сбытовой деятельности. Основной формой продажи при сбыте является личная. Это обуславливает необходимость в установлении большого количества личных контактов между продавцами и потенциальными покупателями или партнерами по бизнесу. В целом же при организации сбытовой деятельности можно прибегнуть к использованию двух основных методов продаж:

- реализация продукции напрямую конечному потребителю;
- реализация продукции через посредников.

На практике в большинстве случаев сбыт невозможен без посредников. Это чаще всего торговые организации, юридически независимые от поставщиков товаров и услуг, которые оказывают им услуги путем принятия на себя части функций сбыта и получающие за это вознаграждение. Структура любого канала распределения характеризуется числом входящих в него уровней между производителем и конечным потребителем. В целом ряде случаев существуют и такие каналы распределения, в которых нет посредников (уровней).

В прямом канале производитель продает товар непосредственно потребителю. В данном канале нет посредников и поэтому его называют каналом нулевого уровня. Иногда производители открывают собственную розничную сеть и в данном случае такой канал также называют прямым. В непрямом канале существует один или несколько разных посредников. В зависимости от их количества каналы делятся на длинные не прямые и короткие не прямые. Выбор торгового посредника осуществляется на основе множества различных критериев. Однако среди основных критериев здесь можно выделить следующие:

- характеристики данного рынка, характеризующиеся его размером, географической протяженностью, спецификой покупательских привычек и рядом других;
- физические, химические и технические свойства товаров очень важны при выборе конфигурации каналов;
- специфика самой фирмы-производителя также значительно влияет на выбор конфигурации канала сбыта [2, с. 91].

В области сотрудничества с посредниками элементы сбытовой политики организации включают в себя три основных направления. Первым направлением является поиск клиентов и посредников, который необходим для инициирования контакта сотрудника отдела сбыта с клиентом с целью вовлечения последнего в сбытовой процесс. В данном вопросе различают понятия: контакт и перспективный клиент. Под контактом в сбытовом процессе понимают либо конкретного индивидуума, либо организацию, которые могут быть заинтересованы в продуктах фирмы. Перспективный клиент – это объект сбытового процесса, индивидуум или организация, которые, с одной стороны, получают удовлетворение своих потребностей при использовании предлагаемой фирмой продукции, и, с другой стороны, являются платежеспособными для приобретения и использования продукции.

Второе направление деятельности – подготовка контакта, которое предполагает сбор информации о перспективном клиенте, его оценку и определение основных потребностей клиента, которые затем должны быть учтены при подготовке коммерческого предложения. Коммерческое предложение – это формальное предложение заключить коммерческую сделку, содержащее все существенные условия соглашения: ассортимент товаров, количество, цены, сроки и ответственность сторон.

Третье направление состоит в организации самого контакта и предполагает планирование и осуществление обращения к потенциальному клиенту со своим коммерческим предложением. Важным моментом здесь является получение доступа к нужному человеку или подразделению, которые принимают решение. Контакты с потенциальными клиентами могут осуществляться прямым способом, когда сотрудник отдела сбыта напрямую обращается к клиенту в его доме, офисе или в других местах, или с помощью средств удаленной связи (телефон, факс, электронная почта).

Другим элементом сбытовой политики, влияющим на стимулирование клиентов и посредников, являются условия оплаты заказов. На практике существуют следующие основные виды оплаты за поставку продукции, сгруппированные по степени увеличения риска для фирмы-поставщика:

- предоплата – товар отгружается только при его 100%-ой оплате;
- частичная предоплата с оплатой товара по его поступлению клиенту: товар отгружается клиенту по поступлению оговоренной части предоплаты, другая часть оплачивается сразу после получения товара;
- оплата с отсрочкой платежа – товар отгружается в кредит, который погашается через определенный оговоренный срок;
- товарная консигнация – товар отгружается клиенту, а оплата поставщику поступает по мере реализации товара клиентом;
- банковский аккредитив или гарантия – товар отгружается клиенту при подтверждении банком гарантии его оплаты;
- открытый счет – партии товара отгружаются конечному потребителю без каких-либо условий, а сам клиент оплачивает товар в любые устраивающие его сроки [3, с. 107].

Важнейшими элементами сбытовой политики в области коммерческих условий сопровождения сделок являются вопросы ценообразования. Политика в области ценообразования коммерческих сделок направлена на формализацию и стандартизацию системы скидок и надбавок на реализуемые фирмой товары. Это необходимо для определения границ возможностей торгового сотрудника сбыта и создания честных и равных условий сотрудничества с клиентами.

Элементы сбытовой политики в области коммерческой логистики включают в себя и важные условия транспортировки продукции фирмы-поставщика. Сюда относятся следующие условия:

- размер минимальной партии товара;
- срок производства или отгрузки заказа;
- виды транспортной тары, используемой при транспортировке товара;
- количество продукции, которое может быть загружено в разные типы транспортной тары;

- правила комплектации отгрузок;
- оформляемые фирмой-поставщиком отгрузочные документы;
- маршруты следования транспортных средств;
- используемые фирмой-поставщиком базисные условия поставок, регламентируемые нормативными документами.

Рассмотренные элементы сбытовой политики являются тактическими инструментами сбыта и коммерции и позволяют фирме-производителю реализовывать выбранную стратегию сбыта.

В конечном счете при организации и регулировании различных сбытовых процессов надо исходить из того, что именно система сбыта концентрирует на себе итоговый результат от всех маркетинговых мероприятий, а значит, является незаменимым звеном в формировании эффективного управления любой производственной организацией.

Список использованной литературы

1. **Святохо, Н. В.** Стратегия сбытовой деятельности предприятия: сущность, виды, принципы формирования и управления / Н. В. Святохо // Науч. вестн.: финансы, банки, инвестиции. – 2021. – № 1. – С. 152–160.

2. **Канке, А. А.** Логистика: учеб. пособие / А. А. Канке, И. П. Кошечкина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Форум : Инфра-М, 2022. – 384 с.

3. **Лукинский, В. С.** Логистика и управление цепями поставок: учебник и практикум для вузов / В. С. Лукинский, В. В. Лукинский, Н. Г. Плетьева. – М. : Изд-во Юрайт, 2022. – 359 с.

УДК 339.18

В. Г. Рабушко (2142503@mail.ru),
магистрант

А. И. Капштык (aikapshtyk@mail.ru),
д-р экон. наук, профессор

Н. А. Савостенко (Natalex2103@rambler.ru),
ст. преподаватель

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ ПРИ ВЫБОРЕ ПОСТАВЩИКОВ ПРОДУКЦИИ

В данной статье рассматриваются современные логистические подходы и приемы при выборе предприятиями поставщиков продукции и товаров.

This article discusses modern logistics approaches and techniques when enterprises select suppliers of products and goods.

Ключевые слова: производственное предприятие; материально-техническое снабжение; логистические подходы; поставщики продукции; выбор поставщиков; критерии выбора поставщиков; рейтинг поставщиков.

Key words: manufacturing enterprise; logistics; logistics approaches; product suppliers; selection of suppliers; criteria for selecting suppliers; rating of suppliers.

В широком смысле, материально-техническое обеспечение является способом организации деятельности предприятия, позволяющим объединить усилия различных структур, производящих и реализующих товары и услуги, с целью оптимизации финансовых, материальных и трудовых ресурсов, используемых предприятием для достижения своих стратегических целей. В данном контексте материально-техническое обеспечение тесно связано с понятием логистики в широком ее смысле как инструментом повышения эффективности деятельности прежде всего производственных предприятий. Его можно понимать и как направление управленческой деятельности, ориентированное на построение эффективных бизнес-процессов с приведением затрат по движению и хранению всех видов ресурсов к оптимальному уровню. Часто под материально-техническим обеспечением или снабжением подразумевается функция материально-

технического обеспечения как деятельности, связанной с приобретением продуктов и материалов у внешних поставщиков, главной целью которого является поддержка производства путем своевременных закупок с наименьшими общими издержками.

В логистике материально-технического снабжения предприятий важной и насущной задачей всегда является выбор поставщиков. Перечислим и охарактеризуем основные этапы решения этой задачи.

1. Поиск потенциальных поставщиков.

При этом могут быть использованы следующие методы:

- объявление конкурса;
- изучение рекламных материалов: фирменных каталогов, объявлений в средствах массовой информации и т. п.;
- посещение выставок и ярмарок продукции и товаров поставщиков;
- переписка и личные контакты с возможными поставщиками.

В результате перечисленных мероприятий формируется список потенциальных поставщиков, который обычно постоянно обновляется и дополняется.

2. Анализ потенциальных поставщиков. Составленный перечень потенциальных поставщиков анализируется на основании специальных критериев, позволяющих осуществить отбор приемлемых поставщиков. В принципе количество таких критериев может составлять несколько десятков. Однако зачастую ограничиваются ценой и качеством поставляемой продукции, а также надежностью поставок, под которой понимают соблюдение поставщиком обязательств по срокам поставки, ассортименту, комплектности, качеству и количеству поставляемой продукции.

К другим критериям, принимаемым в ряде случаев во внимание при выборе поставщика, относят следующие:

- удаленность поставщика от потребителя;
- сроки выполнения текущих и экстренных заказов;
- наличие резервных мощностей;
- организация управления качеством продукции у поставщика;
- психологический климат у поставщика (в плане возможности перебоев в работе его персонала);
- способность обеспечить поставку запасных частей в течение всего срока службы поставляемого оборудования;
- финансовое положение поставщика, его кредитоспособность и др.

В результате анализа потенциальных поставщиков формируется перечень конкретных поставщиков, с которыми проводится работа по заключению договорных отношений.

3. Оценка результатов работы с поставщиками [1, с. 139].

На выбор поставщика существенное влияние оказывают результаты работы с ним по уже заключенным договорам. Для этого разрабатывается специальная шкала оценок, позволяющая рассчитать рейтинг поставщика.

Перед расчетом рейтинга необходимо выполнить дифференциацию закупаемой у поставщика продукции.

Закупаемые товары, сырье и комплектующие изделия, как правило, неравнозначны с точки зрения целей производственного или торгового процесса. Отсутствие комплектующих, требующихся регулярно, может привести к остановке производственного процесса (равно как и дефицит некоторых товаров в торговле – к резкому падению прибыли торгового предприятия). Главным критерием при выборе поставщика данной категории продукции будет надежность поставки.

Если закупаемые предметы труда не являются значимыми с точки зрения производственного или торгового процесса, то при выборе их поставщика главным критерием будут служить затраты на их приобретение и доставку.

Значимость различных видов продукции влияет и на рейтинг его поставщиков. Допустим, что предприятию необходимо закупить товар А, дефицит которого недопустим. Соответственно, на первое место при выборе поставщика будет поставлен критерий надежности поставки. Далее присваивается значимость остальным критериям, установленная так же, как и значимость первого критерия, экспертным путем сотрудниками службы снабжения.

Итоговое значение рейтинга определяется путем суммирования произведений значимости критерия на его оценку для данного поставщика. Рассчитывая таким образом рейтинг для

разных поставщиков и сравнивая полученные значения, определяют наилучшего поставщика-партнера [2, с. 45].

Вступая в тех или иных условиях в хозяйственные связи с неизвестным поставщиком, предприятие подвергается определенному риску. В случае несостоятельности или недобросовестности поставщика у потребителя могут иметь место срывы в выполнении производственных программ или же прямые финансовые потери. Возмещение понесенных убытков связано, как правило, с определенными трудностями. Поэтому организации изыскивают различные способы, позволяющие выявлять ненадлежащих поставщиков. Например, некоторые западные фирмы нередко прибегают к услугам специализированных агентств, готовящих справки о поставщиках, в том числе и с использованием различных неформальных каналов.

Эти справки могут содержать следующую информацию о финансовом состоянии поставщика:

- отношение ликвидности поставщика к сумме его долговых обязательств;
- отношение объема продаж к дебиторской задолженности;
- отношение чистой прибыли к объему продаж;
- движение денежной наличности;
- оборачиваемость запасов и др.

Следует отметить, что предприятия при выборе поставщика в настоящее время в основном полагаются на собственную информацию. При этом на предприятии, имеющем много поставщиков, может быть сформирован список хорошо известных, заслуживающих доверия поставщиков. Утверждение договоров с этими поставщиками, разрешение предварительной оплаты намеченной к поставке продукции осуществляется по упрощенной схеме. Если же намечается заключение договора с поставщиком, отсутствующим в названном списке, то процедура утверждения и оплаты усложняется проведением необходимых предварительных мероприятий, обеспечивающих безопасность финансовых и других интересов организации.

В указанных процессах сейчас используются поставки «точно в срок». Система поставок «точно в срок» это вариант современной производственной философии и в то же время технический прием. Эта система основана на том, что в звено логистической системы не должно поступать никаких материалов, пока в этом звене не возникнет острой необходимости в этих материалах.

Сущность данной системы заключается в том, что спрос на любом участке цепи поставок определяется тем спросом, который предъявляется в самом конце цепи. Пока нет такого спроса на продукцию в конце цепи, продукция не производится и не накапливается, не заказываются и не накапливаются комплектующие для нее. Движение материалов здесь напоминает течение реки: спрос, возникший в устье реки, передается вверх по течению. Ответом на спрос является адекватный ему материальный поток. Снизился спрос – течение замедлилось, увеличился спрос – соответственно усилилась скорость потока.

Противоположностью данной системы является используемая некоторыми предприятиями традиционная система накопления запасов в ожидании соответствующего спроса.

В результате развития философии «точно в срок» был разработан метод быстрого реагирования, который представляет собой метод планирования и регулирования поставок товаров в предприятия розничной торговли и распределительные центры, в основе которого лежит логистическое взаимодействие между торговым предприятием, его поставщиками и субъектами транспорта. Суть метода в целом раскрыта в его названии: это быстрая реакция логистической системы на появившийся на рынке спрос. Если поставщиком является производственное предприятие, то оно должно иметь возможность оперативно перестраивать производство на выпуск новых товаров мелкими партиями. Поставщик должен иметь возможность быстрого доступа к информации о реальном спросе, который предъявляет потребительский рынок. Решение о поставке товара на предприятие торговли предприятием-изготовителем принимается тогда, когда достаточно высока вероятность возникновения длительной реальной потребности в товаре данного вида. При этом передача заказа и поставка товаров должны осуществляться без каких-либо задержек [2, с. 47].

Метод быстрого реагирования основан на использовании трех технологий и новой концепции бизнеса.

Технология первая: автоматическая идентификация штриховых товарных кодов. Она позволяет быстро и эффективно собрать точную и детальную информацию о том, что в данный момент продается.

Технология вторая: электронный обмен данными. Это не только интернет, но и комплекс стандартов, позволяющий организациям оперативно обмениваться большими объемами документированной информации.

Технология третья: автоматическая идентификация грузовых единиц (например, транспортировочных контейнеров).

Новая концепция бизнеса – это дух партнерства и сотрудничества между организациями, участвующими в продвижении товара. Роль согласованности участников чрезвычайно высока. Например, в США в конце 80-х годов, когда уже примерно 90% товаров несли на себе штриховой товарный код, технологией быстрого ответа были объединены лишь несколько сотен партнеров. Причиной медленного внедрения явилась не столько новизна технологии, сколько традиционный дух недоверия и соперничества между торговцами в розницу, дистрибьюторами и производителями, так как исторически каждая организация пыталась извлечь максимальную прибыль и сделать это за счет прибыли других партнеров. Практика показала, что разрушить эти традиционные сопернические отношения не менее сложно, чем решить важные технические и технологические вопросы, связанные с внедрением технологии быстрого ответа.

В современных условиях хозяйствования, характеризующихся последствиями мирового финансового кризиса, в условиях неопределенности и непредсказуемости внешней среды с точки зрения выживаемости и повышения устойчивости предприятий, наиболее приемлемой их стратегией является диверсификация производства – в выигрыше оказались организации, реализующие данную стратегию. Это касается и предприятий-поставщиков, которых должны выбирать покупатели в логистических процессах.

Диверсификация способствует, с одной стороны, решению проблемы рационального использования ресурсов путем более полного вовлечения в производственный оборот всех наличных ресурсов организации, а, с другой стороны, связана с наиболее эффективным распределением ресурсов между альтернативными вариантами их использования. При реализации стратегии диверсификации производства становится необходимым и совершенствование подходов к разработке стратегии по отдельным сферам деятельности, в том числе и в сфере материально-технического обеспечения и логистики [2, с. 43].

Говоря о важности выбора нужных поставщиков, следует еще учитывать и то, что традиционно существует два варианта организации завоза от них материальных ресурсов: самовывоз и централизованная доставка. Самовывоз характеризуется отсутствием единого органа, обеспечивающего оптимальное использование транспорта. Предприятие самостоятельно договаривается с транспортными организациями, не предъявляет жестких требований к типам используемого транспорта – главное вывезти материальные ресурсы. При этом применяются исторически сложившиеся технологические процессы грузопереработки, как правило, не согласованные между собой. Отсутствует при этом необходимость использования строго определенных видов тары, часто отсутствуют условия для беспрепятственного подъезда транспорта, быстрой разгрузки и приемки материальных ресурсов.

При централизованной доставке предприятие-поставщик и предприятие-получатель создают единый орган, цель которого – оптимизировать совокупный материальный поток. Для этого разрабатываются схемы завоза продукции, определяются рациональные размеры партий поставок и частота завоза; разрабатываются оптимальные маршруты и графики завоза продукции; создается парк специализированных автомобилей и выполняется ряд других мероприятий. В целом централизованная доставка позволяет:

- повысить степень использования транспорта и складских площадей;
- оптимизировать товарные запасы, как у производителя, так и у потребителя продукции;
- повысить качество и уровень материально-технического обеспечения производства, оптимизировать размеры партии поставок продукции.

Используемые в нынешних условиях новые концепции бизнеса предполагают и соответствующее дальнейшее совершенствование методов и подходов логистики материально-технического снабжения предприятий и выбора поставщиков.

Список использованной литературы

1. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник для высших учебных заведений. – 8-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2013. – 408 с.
2. Желад, Т. Методика создания логистических систем / Т. Желад // Маркетинг. – 2018. – № 1. – С. 43–48.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В данной статье подвергнуты анализу перспективы развития розничной торговли в Республике Беларусь.

This article analyzes the prospects for the development of retail trade in the Republic of Belarus.

Ключевые слова: розничная торговля; потребители; рыночные отношения; инновационная экономика; предпринимательская деятельность.

Key words: retail trade; consumers; market relations; innovative economy; entrepreneurial activity.

Торговля выступает самостоятельной отраслью экономики, особым видом хозяйственной деятельности субъектов, занимающихся непосредственным обеспечением потребителей потребительскими товарами и услугами. Как отраслевая экономическая система, торговля включает совокупность торговых организаций и торговых объектов, обладает общностью материально-технической базы, используемых кадров и торгово-технологического процесса. В 2022 г. в розничной торговле было занято 406,3 тыс. человек.

Розничная торговля Республики Беларусь на начало 2023 г. объединяла 67 417 торговых объектов, из которых более 60,3 тыс. магазинов с торговой площадью почти 6 386 тыс. м². Увеличивается обеспеченность населения торговыми площадями. Если в 2005 г. торговая площадь на 1 000 жителей составляла 294 м² в целом по стране, то на начало 2022 г. – 682,1 м² (482 м² в сельской местности). На конец 2022 г. показатель обеспеченности населения торговыми площадями составил 695,8 м², т. е. возрос по сравнению с 2005 г. в 2,4 раза. Кроме того, на начало 2023 г. функционировало 363 рынка на 78,1 тыс. торговых мест [1].

Сопоставление обеспеченности населения торговыми площадями в расчете на 1000 человек населения с социальным стандартом по обслуживанию населения (600 м² на 1000 человек) свидетельствует, что в целом по Республике Беларусь он выполнялся в 2021 г. на 106,2% [2, с. 7], а в 2022 г. – на 115,1%.

В Республике Беларусь вследствие перехода к инновационной экономике в торговле развиваются современные формы обслуживания и торговые форматы, начался переход на европейские стандарты в технологии, ассортиментной насыщенности и уровне обслуживания покупателей, выходят на рынок новые отечественные и иностранные предпринимательские структуры. В 2020 г. удельный вес объектов иностранной собственности в розничном товарообороте страны составлял 21,5%, а в 2022 г. возрос до 23,5% [1], т. е. продолжается возрастание влияния иностранного капитала в розничной торговле. Значительно вырос и удельный вес объектов иностранной собственности в структуре розничного товарооборота фирменной торговли с 11,5% в 2018 г. до 24,7% в 2022 г.

Рыночные преобразования в торговой деятельности обеспечили развитие потребительского рынка с достаточно высоким уровнем насыщения товарами. Одновременно и структура потребностей населения, а также факторов, формирующих спрос на услуги, качественно изменились.

На потребительском рынке и в розничной торговле продолжают кардинальные изменения. Это обусловлено не тем, что розничной торговле присуща внутренняя тенденция к изменениям, а тем, что меняется окружающая среда. Возрастает влияние крупных торговых сетей. В 2022 г. крупные организации обеспечили 73,1% розничного товарооборота, в то время как в 2018 г. данный показатель составлял 65%.

На протяжении 2019–2021 гг. произошел рост розничного товарооборота. Так, розничный товарооборот пищевых продуктов, напитков и табачных изделий в 2022 г. составил 33 695,5 тыс. р. и по сравнению с 2020 г. увеличился на 28,6%, в том числе в 2022 г. по сравнению с 2021 г. – на 15,6% (таблица).

Структура розничного товарооборота Республики Беларусь за 2020–2022 гг.

Показатели	Годы			Темп роста, %, или отклонение (+/–) 2022 г. к (от)	
	2020	2021	2022	2020 г.	2021 г.
Розничный товарооборот, всего	53 539,0	60 067,5	68 058,6	127,1	113,3
В том числе:					
пищевые продукты, напитки и табачные изделия:					
в сумме, тыс. р.	26 196,6	29 136,7	33 695,5	128,6	115,6
в % к розничному товарообороту	48,9	48,5	49,5	0,6	1,0
непродовольственные товары					
в сумме, тыс. р.	27 342,4	30 930,8	34 361,1	121,4	113,1
в % к розничному товарообороту	51,1	51,5	50,5	–0,6	–1,0
Примечание – Источник: [1].					

Удельный вес пищевых продуктов, напитков и табачных изделий в 2022 г. составил 49,5% и по сравнению с 2020 г. возрос на 0,6%, в том числе по сравнению с 2020 г. данный показатель возрос на 1%.

Удельный вес непродовольственных товаров в общей структуре товарооборота в 2022 г. составил 50,5%. В то же время в 2022 г. удельный вес непродовольственных товаров в розничном товарообороте по сравнению с 2021 г. снизился на 1%, что свидетельствует о некотором ухудшении структуры розничного товарооборота.

В 2023 г. розничный товарооборот (без микроорганизаций) составил 65 945 млн р. Если в 2021 г. индекс роста физического объема розничного товарооборота на душу населения составлял по отношению к предыдущему году 102,7%, то в 2023 г. – 96,8% по сравнению с 2022 г., т. е. наблюдалось снижение данного показателя.

В связи с переходом все большей части населения на использование при расчетах банковских пластиковых карт, наметилась тенденция устойчивого роста продаж путем безналичных расчетов. Если в 2006 г. доля продаж по безналичным расчетам составляла 1,1%, в 2018 г. – 38,5%, то в 2022 г. – 49,85% в товарообороте торговых организаций [1].

Основная цель стратегического развития торговли Республики Беларусь – стабильное обеспечение спроса различных категорий населения в высококачественных товарах широкого ассортимента, преимущественно отечественного производства, при высоком уровне обслуживания. Удельный вес товаров отечественного производства в розничном товарообороте в целом по Республике Беларусь составил в 2022 г. 57,6% и имеет тенденцию к росту. Однако высока доля импортных продовольственных товаров в продаже организациями торговли. Так, в 2023 г. она составила 22,5%, а отечественных товаров – 77,5%, что ниже порогового значения в соответствии с Рекомендациями по соблюдению Положений Доктрины национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь (не менее 85%).

Доктриной предусмотрено использование индикаторов оценки состояния национальной продовольственной безопасности, отклонение от которых свидетельствует о снижении уровня защищенности национальных интересов и ситуации, требующей принятия соответствующих мер регулирования. Одним из индикаторов экономической доступности сельскохозяйственной продукции и продовольствия является доля продажи продовольственных товаров отечественного производства организациями торговли на внутреннем рынке в общем объеме продаж – не менее 85%.

По фруктам доля импортных продуктов в розничном товарообороте организаций торговли составила 85,7%, маслу растительному – 89,9%, рыбе – 55,1%, крупе гречневой – 65,1%, сахаристым кондитерским изделиям – 47,3%, т. е. пока очень значительна [1].

Для расширения продажи товаров отечественного производства перед торговыми организациями ставится задача обеспечить первоочередное размещение предложений о заключении договора розничной купли-продажи товаров отечественного производства; техническую возможность выборки товаров отечественного производства на сайтах интернет-магазинов, электронных торговых площадок по специальному поисковому запросу (например, «производство Беларусь»); расширение сервисов доставки товаров отечественного производства; внедрение

мобильных приложений для продажи товаров отечественного производства с использованием сети Интернет.

В целом рынок розничной торговли Беларуси демонстрирует высокие темпы роста на протяжении последних нескольких лет. В 2021 г. основным драйвером являлся рост современных форматов торговли (СФТ) продуктами питания. При этом, по данным 2020–2021 гг., продовольственный рынок Беларуси показал себя наименее подверженным влиянию пандемии COVID-19 и другим кризисным явлениям.

Вместе с тем проникновение современных форматов торговли, которое по итогам 2021 г. достигло 54%, остается на структурно невысоком уровне в сравнении с другими развивающимися и развитыми странами. С другой стороны, низкий уровень проникновения СФТ подтверждает потенциал их развития на рынке Беларуси.

Субъекты хозяйствования большое внимание уделяют поиску платформенных компаний, которые обеспечили бы им реализацию товаров и их рекламу. Прогнозируется, что эта тенденция будет наблюдаться и в последующие годы. Для адаптации коммерческой деятельности к стремительным трансформационным процессам, происходящим на рынке в связи с геополитическими факторами, необходимо внедрение инноваций, применение обновленных инструментов взаимодействия, консолидации, интеграции и автоматизации, что позволит повысить эффективность ведения розничной торговли [2].

Государство, в свою очередь, должно стимулировать развитие розничной торговли путем государственной поддержки, улучшения инвестиционного климата в отрасли, способствовать развитию потребительского спроса населения. Перед государством стоит задача определения четкой стратегии развития розничной торговли в соответствии с современными требованиями.

В условиях рыночных отношений формы и методы коммерческой деятельности по организации розничной продажи товаров претерпевают существенные изменения и должны совершенствоваться на основе новых принципов. Главным должно стать внимание к интересам конечного потребителя. В рыночных условиях исключительное значение приобретает комплексное изучение рынка, требований потребителей к товарам, методам их продажи, а также к сервисному обслуживанию [2, с. 67].

В соответствии с Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г., повышение качества жизни осуществимо за счет обеспечения высоких жизненных стандартов населения и условий для гармоничного развития личности на основе перехода к высокоэффективной экономике, основанной на знаниях и инновациях, при сохранении благоприятной окружающей среды для будущих поколений.

Рассматривается переход к качественному сбалансированному росту экономики путем ее структурно-институциональной трансформации с учетом реализации принципов «зеленой экономики», переход к стабильной устойчивости развития и достижение высокого качества человеческого потенциала, ускоренного совершенствования высокотехнологичных производств [3].

Развитие «зеленой экономики» оказывает влияние на формирование нового направления развития и нового формата в розничной торговле: «зеленого ритейла». «Зеленый ритейлер», использует в своей концепции ассортимент эко-товаров, осуществляет «зеленые закупки», проводит эко-просвещение сотрудников и покупателей, внедряет систему экологического менеджмента, энерго- и водосбережения, рационально использует упаковку, утилизирует отходы. В настоящее время использование комплексной концепции «зеленого ритейла» в розничной торговле Республики Беларусь не наблюдается. Однако, использование отдельных его элементов есть в некоторых торговых объектах сетевых операторов, таких как «Евроопт», «Корона», Green, «Гиппо» и в ряде других.

На современном этапе необходима глубокая и всесторонняя модернизация торговли, которая должна войти в группу инновационных видов деятельности и внести весомый вклад в динамику и эффективность национальной экономики. Проблема влияния розничной торговли на состояние окружающей среды стоит достаточно остро во всем мире. Ритейл – это активно развивающаяся отрасль, которая не только создает массу рабочих мест, но и наносит существенный ущерб экологии. Это и высокое энергопотребление, и большое количество отходов, и автомобильные выхлопы и др. С претензиями со стороны природоохранных организаций регулярно сталкиваются крупные мировые продавцы – как офлайн торговли, так и онлайн торговли.

Успешный торговый бизнес не может оставаться в стороне от общего направления движения мирового рынка в сторону экологизации. На сегодняшний день происходит формирование так называемых ответственных покупателей, не безразличных к проблемам защиты окружающей среды. На фоне заинтересованности состоянием окружающей среды, меняющегося климата и моды на здоровый образ жизни фактор экологичности товара становится важным при принятии решения о покупке, а экологическая ответственность бизнеса – важной при выборе поставщика услуг и даже работодателя [4, с. 67].

Ответственное потребление – сравнительно новый тренд Беларуси. Основными трендами экологизации ритейла являются: переработка тары и упаковки; сбор использованных батареек; сбор и переработка текстиля; отказ от пластиковых пакетов; отказ от пластика и одноразовой посуды; внедрение бумажной посуды; утилизация отходов, энергосбережение.

Для изменения концепции магазина и работы с экоассортиментом, отказа от пластика, нужны значительные инвестиции и инновации, понимание политики «зеленой экономики» в обществе, развитие экомаркетинга, формирование спроса на «зеленый ассортимент» товаров.

Список использованной литературы

1. **Официальный** сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 05.02.2024.
2. **О состоянии** и перспективах развития торговли [Электронный ресурс] // www.mintorg.gov.by. – Режим доступа: www.mintorg.gov.by. – Дата доступа: 04.02.2024.
3. **Национальная** стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года // Экон. бюллетень Науч.-исследоват. экон. ин-та М-ва экономики Респ. Беларусь. – 2015. – № 4 (214). – С. 6–99.
4. **Голенда, Л. К.** Розничная торговля в Республике Беларусь в условиях цифровой трансформации / Л. К. Голенда, А. В. Грань, М. А. Шульга // Передовые технологии и материалы будущего : м-лы IV междунар. науч.-техн. конф., Минск, 9 дек. 2021 г. : в 3 т. / Белорус. гос. технолог. ун-т. – Минск, 2021. – Т. 3. – С. 62–67.
5. **Емельянова, Т. В.** К вопросу о развитии розничной торговли Республики Беларусь / Т. В. Емельянова, С. А. Северин // Потреб. кооп. – 2021. – № 1 (72). – С. 3–13.
6. **Рекомендации** по соблюдению Положений Доктрины национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс] // mart.gov.by. – Режим доступа: <https://mart.gov.by/activity/torgovlya-i-uslugi/rekomendatsii-po-obespecheniyu-soblyudeniya-polozheniy-doktriny-natsionalnoy-prodovolstvennoy-bezopa>. – Дата доступа: 05.03.2024.

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

В данной статье проанализирована система характеристик конкурентоспособности торговых предприятий. Определены условия повышения конкурентоспособности торгового предприятия.

In this article, the system of characteristics of the competitiveness of trading enterprises is analyzed. The conditions for increasing the competitiveness of a trading enterprise have been determined.

Ключевые слова: торговля; предприятие; конкурентоспособность; конкурентоспособность предприятия; особенности.

Key words: trade; company; competitiveness; enterprise competitiveness; peculiarities.

В современном развивающемся рынке все большее внимание уделяется важности конкурентоспособности для достижения ключевых стратегических целей, в частности для стимулирования продаж и роста прибыли. Отечественные и зарубежные исследователи уделяют огромное внимание для понимания о конкурентных преимуществах, а также оценку конкурентоспособности организации и разработке методов ее повышения.

Одна из самых важных черт в условиях рынка – конкуренция, следовательно, предприятия разных направлений должны подстраиваться к существующей на сегодня современной конкуренции. Самым главным аспектом является маркетинговая среда, в которой существует организация и воздействия других субъектов сегодняшнего рынка.

Актуальность работы обусловлена тем, что в современном мире повышение конкурентоспособности организации становится все более актуальней с этим связано изменение факторов внешней среды в результате усиления процессов глобализации и повышения рисков внешне-экономической деятельности.

Методологической базой является нормативный анализ, экономико-математическое моделирование и сравнительный анализ.

В экономической теории понятие о конкуренции было заимствовано из нашего повседневного словаря и уже давно означает независимую конкуренцию между несколькими участниками рынка. Первоначально в экономической литературе был принят поведенческий подход к пониманию конкуренции, рассматривавший конкуренцию как внутреннюю человеческую характеристику, заложенную в человеческой природе и проявляющуюся в экономическом поведении [1].

Под организацией можно подразумевать независимость юридического лица, юридически созданным для получения прибыли путем производства, продажи и предоставления товаров и услуг, которые отвечают потребностям общества [1].

Используя свои сложные структуры и системы, торговая организация получает прибыль, покупая, храня и продавая продукты клиентам, которые удовлетворяют свои особые потребности на рынке.

Эффект от таких организаций зависит от высокого уровня потребления на рынке и финансовых процессов, где организация имеет наивысший уровень автономии в реализации производственных и торговых процессов, удовлетворяющих потребительский спрос. То же самое касается таких отраслей, как торговля и общественное питание, которые удовлетворяют потребности людей в товарах и услугах.

Данный спектр включает в себя множество областей, включая недвижимость, потребительские и промышленные товары, интеллектуальную собственность и ценные бумаги – товары, за которые люди готовы платить определенную цену.

Важно отметить, что цена продаваемых товаров должна превышать закупочную цену, и разница должна покрывать издержки реализации, соответствовать государственным обязательствам и приносить прибыль владельцам организации. Основной характерной чертой коммерческой деятельности является стремление к прибыли, а успех коммерческой организации измеряется прежде всего объемом прибыли, который оно генерирует.

Конкурентные рынки потребительских товаров существуют во всем мире. Ключом к поддержанию конкурентоспособности организаций в таких случаях является постоянное развитие, разработка соответствующих стратегий управления. Достижение успеха в бизнесе требует тщательного анализа рынка потребительских товаров и эффективного управления как внутренними, так и внешними бизнес-факторами для повышения конкурентоспособности.

Конкурентоспособность коммерческих предприятий определяется особенностями предоставляемых ими услуг, а также многочисленными конкурентными преимуществами. Управление этими преимуществами имеет важное значение для достижения устойчивой конкуренции. Внешние и внутренние факторы способствующие конкурентоспособности коммерческих предприятий приведены на рисунке 1 [2, 3].

Внешние	– Уровень предпринимательской активности и доступность услуг предприятия колеблется в зависимости от географического расположения – Решающими факторами являются материально-технический и экономический потенциал, а также степень использования технологий – На конкурентоспособность территории влияют территориальное социально-экономическое развитие, интеллектуальный и научный потенциал, создание новых рабочих мест, бизнес-среда, социально-политическая стабильность, а также качество и уровень жизни населения региона – Факторы, такие как инфраструктура рынка, экономическая структура, масштабы и привлекательность инвестиций в регионе, а также качество сотрудничества с государственными и бизнес-организациями, играют важную роль в улучшении конкурентоспособности – На конкурентоспособность коммерческих предприятий также влияет развитие и расширение досуга, культурных объектов, курортной индустрии
Внутренние	– Площадь торговой точки влияет на количество товаров, которые могут быть выставлены, что важно для привлечения покупателей – Широкий ассортимент и разнообразность товаров для привлечения потребителей, особенно оптовиков, которые ценят широкий выбор в одном месте – Продление рабочего дня компании до 18:00 может привлечь оптовиков и покупателей, которым удобно посещать магазин после рабочего дня – Затраты на маркетинг могут привлечь новых клиентов и увеличить спрос на продукцию компании

Рисунок 1 – Факторы конкурентоспособности коммерческих предприятий

Суммарные данные выше представляют собой факторы, определяющие конкурентоспособность коммерческих предприятий и их привлекательность для целевой аудитории. Для анализа рыночной позиции и разработки стратегии, особенно в текущей обстановке, применяются разнообразные методы. Среди них SWOT-анализ, PEST-анализ, SNW-анализ, матричный метод, анализ конкурентов, модель 5 сил Портера, метод ключевых факторов успеха (КФУ) и многоугольник конкурентоспособности.

С развитием информационных технологий, изменением потребительских предпочтений, изменением бизнес-идей и появлением новых идей для развития бизнеса управление конкурентоспособностью коммерческого предприятия становится все более важным. Цель владельцев коммерческого бизнеса, которые стремятся привлечь больше клиентов путем создания уникальных функций, заключается в создании популярного бренда в своей отрасли. Конкурентную разработку стратегий может разработать практически каждая компания, что является уникальной ситуацией [3].

Для поддержания конкурентоспособности организация нуждается в отдельной стратегии. Во-первых, важно установить четкую позицию бизнеса на рынке. Все сотрудники должны быть осведомлены о маркетинговых целях, которые они должны достичь и понять. Взаимодействие

с клиентами, особенно с постоянными, требует соблюдения принципов маркетинга. Для торговой компании важнейшим аспектом создания конкурентного преимущества является использование маркетингового подхода, ориентированного на потребителя, для формирования выигрышной стратегии.

В коммерческих предприятиях маркетинг предполагает эффективный контроль над созданием и поставкой продуктов и услуг, уделяя особое внимание удовлетворению потребностей клиентов и достижению высоких финансовых показателей [4]. Маркетинговый подход к факторам конкурентоспособности организации приведен на рисунке 2 [4, 5].

Персонал	– Компетентность, опыт и навыки, соответствующие требованиям к качеству продукции и услуг
Процесс	– Этапы обслуживания клиентов
Окружающая среда	– Предоставление услуг в чистоте и порядке должно поддерживаться в чистоте и организованности

Рисунок 2 – Факторы маркетингового подхода

В коммерческих предприятиях маркетинг предполагает проведение тщательного анализа и принятие стратегических решений по разработке и рекламе продуктов и услуг. Это также включает в себя понимание и удовлетворение конкретных потребностей клиентов, а также принятие обоснованного управленческого выбора [5].

Для улучшения рекламной деятельности крайне важно определить наиболее ключевые шаги:

- определить наиболее часто используемые продукты;
- разработка современных рекламных и графических дизайнов;
- повышение креативности сотрудников;
- поиск новых категорий рекламных товаров.

Маркетинговые стратегии, которые используют компании, основаны на прогнозировании долгосрочных изменений и потребностей рынка, которые являются важными факторами успешной маркетинговой стратегии.

Коммерческий маркетинг включает в себя широкий спектр специфических элементов. Маркетинговые исследования необходимы для определения оптимальной стратегии для различных категорий продуктов, рекламных акций, мест расположения и персонала.

Для предприятий чрезвычайно важно постоянно оценивать свою конкурентоспособность, чтобы учитывать как внешние, так и внутренние факторы, влияющие на нее, и принимать соответствующие обоснованные решения. Предприятия общественного питания оцениваются с целью повышения своей конкурентоспособности с использованием различных стратегий, основанных на конкурентном анализе и оценке, и принимают необходимые меры для повышения конкурентоспособности на основе выявленных проблем [6, с. 69].

В этой статье были рассмотрены теоретические основы управления конкурентоспособностью организации. Из изучения этой статьи можно сделать ряд выводов.

Изучая и проанализировав конкурентоспособную позицию организации, учитывая, как финансовые, так и маркетинговые аспекты можно увидеть, что подход помогает организациям выявить свои сильные и слабые стороны и разработать эффективные стратегии повышения своей конкурентоспособности.

При различных методах оценки конкурентоспособности можно сделать выбор в пользу наиболее эффективного и удобного метода оценки, отвечающего целям исследования, а полученные результаты также позволяют руководителю организации выбрать более эффективные шаги по улучшению своей работы в различных сферах деятельности.

Для того чтобы быстро реагировать как на внутренние, так и на внешние факторы, влияющие на конкурентоспособность, и принимать правильные решения, важно регулярно проводить оценку конкурентоспособности организации. Это требует использования различных методов анализа и оценки конкурентоспособности. Как только проблемы будут выявлены, могут быть разработаны подходящие стратегии для повышения конкурентоспособности путем решения этих конкретных проблемных областей.

Следовательно, теоретические основы управления конкурентоспособностью организации представляют собой многогранный комплекс, включающий анализ конкурентоспособности с целью выявления сильных и слабых сторон, а также разработку эффективных стратегий ее усиления. С другой стороны, управление конкурентоспособностью предприятия требует систематического контроля над внешними и внутренними факторами. Для того чтобы эффективно учитывать как внутренние, так и внешние факторы, влияющие на конкурентоспособность, и принимать обоснованные решения, важно регулярно оценивать конкурентную позицию организации. Это предполагает использование различных подходов к анализу и оценке конкурентоспособности. Как только проблемы будут выявлены, могут быть разработаны соответствующие стратегии повышения конкурентоспособности.

Список использованной литературы

1. **Головачев, А. С.** Конкурентоспособность организации / А. С. Головачев. – Минск : Вышэйшая школа, 2022. – 382 с.
2. **Жилина, Е. В.** Параметры оценки конкурентоспособности розничной торговой сети [Электронный ресурс] / Е. В. Жилина // Экономика, управление, финансы : материалы III Международ. науч. конф., г. Пермь, февр. 2014 г. – Пермь : Меркурий, 2014. – С. 44–48. – Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/93/4858/>. – Дата доступа: 23.01.2024.
3. **Константинова, М. А.** Актуальная классификация и методы оценки конкурентоспособности предприятий / М. А. Константинова // Менеджер. – 2021. – № 4 (98). – С. 112–119.
4. **Суровцева В. А.** Оценка и управление конкурентными рисками [Электронный ресурс] / М. К. Черняков, В. А. Суровцева, В. А. Курбатова // Вестн. Евразий. науки. – 2018. – № 2. – Режим доступа: <https://esj.today/PDF/41ECVN218.pdf>. – Дата доступа: 25.03.2024.
5. **Черняков, М. К.** Конкурентные возможности регионального ритейла / М. К. Черняков, В. В. Салий, Д. В. Глебова, Н. В. Шаланов // Экономика и предпринимательство = Ecomomy and Entrepreneurship. – 2022. – № 6 (143). – С. 528–531.
6. **Шостко, А. А.** Методы повышения конкурентоспособности предприятия / А. А. Шостко // Вопр. устойчивого развития общества. – 2021. – № 10. – С. 68–72.

УДК 339.178

А. С. Шинкоренко (naska_lapushka@mail.ru),
магистрант

М. В. Серебкова (mserebkova@bk.ru),
магистрант

А. И. Капштык (aikapshtyk@mail.ru),
д-р экон. наук, профессор
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ РАБОТЫ ПО СБЫТУ И ОПТОВОЙ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ

В данной статье рассматриваются современные особенности совершенствования коммерческой работы организации по сбыту и оптовой продаже товаров.

This article discusses modern features of improving the commercial work of enterprises for the sale and wholesale of goods.

Ключевые слова: коммерческая работа; сбытовая деятельность; оптовая продажа товаров; емкость рынка; конъюнктура рынка; стратегия сбыта; формы и методы сбыта.

Key words: commercial work; sales activities; wholesale of goods; market capacity; market conditions; sales strategy; forms and methods of sales.

Коммерция является неотъемлемой частью деятельности организаций в условиях рынка. Коммерция (коммерциум) – слово латинского происхождения, в переводе обозначает «торговля». Торговля – это, как известно, приобретение и сбыт (продажа) товаров. В узком смысле слова торговля включает ряд покупок и продаж.

Таким образом, коммерция – это совокупность процессов и операций, направленных на совершение купли-продажи товаров с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли.

Сбытовая работа является важнейшим аспектом коммерческой деятельности организации. Сбыт – это процесс реализации организацией произведенной продукции с целью превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей. Только продав товар и получив прибыль, организация достигает конечной цели: затраченный капитал принимает денежную форму, в которой он может начать свой кругооборот.

Наряду с термином «сбыт» существует понятие «продажа» товаров или «оптовая продажа» товаров. Принципиальной разницы в этих понятиях нет. Вместе с тем следует уточнить, что сбыт – это процесс, представляющий собой совокупность функций, а продажа завершает процесс сбыта, когда товар переходит в собственность покупателя. Кроме того, понятие «продажа», раскрывает сущность одного из видов маркетинговых коммуникаций, в результате которого продажа товара осуществляется чаще всего при личных контактах продавца и покупателя. По смыслу и по близким функциям и операциям к сбытовой деятельности (обычно эта деятельность характерна для производственных организаций и других производителей товаров) наиболее близка именно оптовая продажа товаров (характерная для оптовых торговых организаций).

Самое важное в познании и удовлетворении потребностей потребителей или покупателей – это изучать их мнение о товарах организации, конкурирующих товарах, проблемах и перспективах деятельности потребителей. Прежде всего, это можно делать там, где организация непосредственно соприкасается с потребителем, т. е. в системе сбыта. И делать это должен прежде всего персонал, занятый в этой системе.

Очень важно учитывать, что, с одной стороны, сбыт является подсистемой коммерческой логистики организации, а с другой стороны, сбыт продукции – это один из важных аспектов коммерческой деятельности производителей продукции. Сбыт является средством достижения поставленных целей организации и завершающим этапом выявления вкусов и предпочтений покупателей. Сбыт продукции для указанных организаций важен по ряду причин: объем сбыта определяет многие другие важные показатели организации (величину доходов, прибыль, уровень рентабельности). Кроме того, от сбыта зависят производство и материально-техническое обеспечение. Таким образом, в процессе сбыта окончательно определяется результат работы организации, направленный на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли.

Приспосабливая сбытовую сеть и сервисное обслуживание до и после покупки товаров к запросам покупателей, организация-производитель повышает свои шансы в конкурентной борьбе. Коммерческая деятельность по сбыту продукции на предприятии весьма многогранна и начинается она с координации интересов организации-производителя с требованиями рынка.

Характерное для нынешнего этапа развития экономики расширение номенклатуры продукции усложняет производственный процесс, а при выпуске небольших партий изделий растет себестоимость каждого изделия, усложняется организация управления, в ряде случаев требуется частая переналадка оборудования. Поэтому, чтобы скоординировать интересы организации-изготовителя и рынка, необходимо четкое планирование ассортимента продукции как новой, так и уже выпускавшейся в организации. Планирование ассортимента является важнейшей составной частью коммерческой деятельности промышленных организаций. Выполняться эта работа должна в основном отделом сбыта в тесном взаимодействии с отделом маркетинга организации.

Основной портфель заказов формируют организации-изготовители, производящие и поставляющие продукцию на «известный» рынок, т. е. по долгосрочным контрактам, а также по заказам государства. Для того, чтобы разработать план сбыта, организация-изготовитель должна составить прогноз объема сбыта, являющийся базой плана сбыта. При этом производителю товара необходимо знать сложившуюся зависимость между предложением своего товара на рынке и его реальным сбытом. Предложение же товара во многом определяется его ценой, ценами других аналогичных товаров, применяемой технологией изготовления товара, уровнем налогов и дотаций, природно-климатическими и другими условиями.

Спрос потребителей на товар организации, а, следовательно, и сбыт этого товара зависят в основном от цены данного товара, уровня дохода и благосостояния покупателей, их вкусов и предпочтений, а также мнений покупателей о своих перспективах и сезонности потребления товара. Большое значение имеет оперативно-сбытовая работа, связанная с приемкой готовой

продукции от цехов-изготовителей и отгрузкой ее покупателям, так как именно эта завершающая часть сбыта продукции приносит организации реальные результаты.

Как известно, коммерческая деятельность по сбыту продукции начинается с координации интересов организации-производителя с требованиями рынка. Для этого организация должна, прежде всего, определить структуру спроса покупателей, а также исследовать товарный рынок по следующим направлениям: изучение товара; определение потенциала и емкости рынка; анализ конъюнктуры рынка; изучение основных потребителей и сегментации рынка; анализ деятельности конкурентов; изучение основных форм и методов сбыта товаров. При этом главной целью изучения товара является производство организацией тех товаров, которые максимально удовлетворяли бы запросы потребителей и приносили бы высокую прибыль.

В основе решения этой задачи находятся: определение соответствия выпускаемой или намечаемой к производству продукции вкусам и требованиям покупателей, выявление недостатков и достоинств продукции, сравнение качеств и свойств товаров данной организации с соответствующими характеристиками товаров конкурентов, прогнозирование перспектив изменения требований рынка к характеристикам и качеству выпускаемых организацией изделий. При изучении свойств и качества продукции необходимо уделять большое внимание возможностям применения достижений научно-технического прогресса в сфере данного производства.

Очень важным сейчас является быстрое обновление номенклатуры продукции, обусловленное развитием науки и техники и другими современными факторами. В целом потенциал рынка определяется его емкостью и перспективами развития. Потенциал рынка для конкретного товара включает существующий рынок (используемый) и возможный (не используемый). Емкость рынка также может быть потенциальной и реальной. Потенциальная емкость рынка – это максимально возможный объем сбыта товаров в течение определенного времени (например, года).

Следует всегда учитывать, что на показатель емкости товарного рынка оказывают основное влияние следующие конкретные факторы:

- изменение товарных цен;
- модернизация продукции, выпуск новой продукции;
- организация послепродажного обслуживания, обеспечение клиента большим набором сопутствующих услуг и в более короткий срок, чем другие конкуренты;
- улучшение организации сбыта и качества работы сбытового аппарата;
- уровень подготовки сбытового персонала;
- правильный выбор каналов сбыта;
- грамотная реклама;
- грамотное стимулирование сбыта.

Четкое определение емкости рынка позволит установить, какую долю рынка может завоевать данная организация для каждого из выпускаемых товаров. При исследовании емкости рынка большое значение имеет анализ тенденций развития рынка на отраслевом уровне и инвестиционной политики в данной отрасли. Анализ конъюнктуры рынка необходим потому, что его результаты дают возможность организации продавать производимые товары по более выгодным ценам, а также увеличивать или сокращать выпуск товаров в соответствии с ожидаемыми рыночными условиями. Конъюнктура же товарного рынка – это сложившаяся экономическая ситуация, характеризующая соотношение между спросом и предложением, а также уровень цен и товарных запасов.

Анализ конъюнктуры рынка включает также экономический анализ производства и сбыта продукции на внутреннем и внешнем рынках. Составной частью анализа конъюнктуры рынка является анализ факторов, оказывающих существенное влияние на спрос, предложение и уровень цен. Большое значение имеет прогнозирование рынка, т. е. выработка научно-обоснованных знаний о перспективах его развития, поскольку конъюнктурное прогнозирование имеет цель обеспечить наилучшую тактику поведения организации на рынке. Исследование рынка включает также всесторонний анализ потребителей, их потребностей и мотиваций.

После изучения товарного рынка и получения на этой основе информации о спросе и предпочтениях потребителей промышленная организация должна планировать ассортимент как новой, так и уже выпускаемой продукции. Планирование ассортимента продукции – это обоснованный отбор изделий для будущего производства и сбыта, а также приведение всех характеристик изделий в соответствии с требованиями покупателей. Надо при этом учитывать, что несмотря на то, что внедрение новой продукции имеет очень большое значение для производственной организации, оно зачастую является весьма рискованным мероприятием.

Исследования показывают, что, удельный вес неудачных нововведений в различных товарных группах колеблется между 50 и 90%. Причинами неудач при внедрении новых видов продукции могут быть: относительная бесполезность самой идеи нового товара; неправильная политика цен; недостаточное количество средств на маркетинг; низкий уровень рекламы и упаковки; недооценка реакции конкурентов; существующие организационные структуры, не способствующие инновациям; несвоевременный выпуск нового товара на рынок; низкий уровень и слабое использование рыночных исследований; необъективность принятия решений на уровне руководства организации. Относительный вес каждого из оценочных показателей при принятии решения о выпуске нового товара должен определяться в зависимости от его предполагаемого значения для данного предприятия [1, с. 102].

После отбора новых изделий для производства, на каждое из них должна быть составлена спецификация в соответствии с требованиями покупателей. Спецификация направляется в производственный отдел организации, изготавливаются опытные образцы и делается предварительная проверка целесообразности изготовления изделий с учетом производственных возможностей. Затем составляется предварительная калькуляция издержек производства. В том случае, если калькуляция издержек свидетельствует о возможности получения достаточного уровня рентабельности, сначала выпускается небольшая партия новых изделий для испытания на рынке.

В процессе планирования ассортимента продукции очень важно учитывать жизненный цикл каждого изделия. Как известно, любой товар имеет свой жизненный цикл, который включает пять стадий пребывания его на рынке: внедрение, рост, зрелость, насыщение, спад. Каждый период (стадия) жизненного цикла изделия характеризуется колебаниями объема реализации и получаемой прибыли, в каждой из них перед организацией стоят определенные задачи. На стадии внедрения товар впервые появляется на рынке, постепенно увеличивается объем его продаж. Эта стадия характеризуется тем, что организация практически не получает прибыли, поскольку она несет большие издержки, обусловленные самим внедрением товара на рынок.

Стадии внедрения изделия на рынке предшествует фаза его разработки. Это период инвестиций, которые в последующем должны окупиться за счет выручки от реализации товара. Стадия роста (или развития рынка) – это период завоевания товаром рынка и роста прибыли от его реализации. На стадии зрелости объем продаж достигает максимума. Стадия насыщения рынка продолжается до фактического спада. Стадия спада – это по существу сокращение рынка. На данной стадии производитель должен решить проблему: либо снять изделие с производства, когда оно будет неэкономично, либо отыскать новые средства для продления периода его рентабельности [2].

На каждой стадии жизненного цикла товара должна быть выбрана определенная стратегия сбыта. На стадии внедрения новый товар является конкурентом для старых, поэтому важным средством закрепления товара на рынке служит реклама, которая должна быть направлена на информирование покупателей о преимуществах данного товара. На стадии роста главной задачей организации является поддержание увеличения объема продаж с помощью улучшения качества изделия, выхода его на новые рынки, освоения новых каналов сбыта, усиления рекламы, снижения цен.

Многие из указанных элементов коммерческой работы по сбыту товаров характерны и для процессов коммерческой деятельности по оптовой продаже товаров. Последняя в основном осуществляется не организациями-изготовителями, а различными посредническими структурами: оптовыми базами, логистическими центрами, предпринимателями-посредниками и т. д. В конечном счете учет всех особенностей современной коммерческой деятельности по сбыту и оптовой продаже товаров имеет важное значение для более полного удовлетворения спроса как розничных, так и оптовых покупателей.

Список использованной литературы

1. **Коммерческая** логистика : учеб. / И. К. Васильев [и др.] ; под общ. ред. И. К. Васильева. – Ростов н/Д, 2002. – 120 с.
2. **Сбытовая** деятельность на предприятии [Электронный ресурс] // www.bibliofond.ru. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=455628>. – Дата доступа: 29.12.2023.

ОСОБЕННОСТИ ОНЛАЙН-СООБЩЕСТВА КАК НОВЫЙ ТРЕНД ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В данной статье рассмотрены предпосылки развития онлайн-сообществ в Республике Беларусь. Рассмотрено развитие онлайн-исследований, которые представляют собой новый тренд в проведении маркетинговых исследований и открывают множество возможностей для более эффективного взаимодействия с аудиторией и получения ценных данных.

This article examines the prerequisites for the development of online communities in the Republic of Belarus. The development of online research is considered, which represents a new trend in marketing research and opens up many opportunities for more effective interaction with the audience and obtaining valuable data.

Ключевые слова: сетевая коммуникация; информационно-коммуникационные технологии; интернет-коммуникации; интернет-сообщества; онлайн-сообщества; онлайн-исследования; маркетинговые исследования; социальные сети.

Key words: Network communication; information and communication technologies; Internet communications; Internet communities; online communities; online research; marketing research; social networks.

В последнее время резко возрастает внимание к такому социальному феномену, как сетевая коммуникация, которая становится объектом изучения на разных уровнях и в различных концептуальных планах: социологическом, кибернетическом, политологическом, социобиологическом, философском, психологическом, лингвистическом, культурологическом и т. д. Такой исследовательский интерес является вполне закономерным и объяснимым. В последние годы Республика Беларусь достигла заметных успехов в развитии национальной информационной инфраструктуры, создании государственных информационных систем и ресурсов. Межведомственный документооборот переведен в электронную форму, сформированы базовые компоненты электронного правительства, автоматизировано представление государственной статистической, ведомственной и налоговой отчетности, внедрены электронные счета-фактуры, электронная система фискализации налоговых процедур, система маркировки товаров, созданы условия для электронного взаимодействия государства и бизнеса.

Необходимо отметить, что наблюдается устойчивое непрерывное развитие информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ), стремительное расширение их потенциала, возрастание вклада производства товаров и услуг, связанных с ИКТ, в создание добавленной стоимости, появление новых возможностей использования и формирования на их основе глобального информационного пространства.

По данным национального статистического комитета Республики Беларусь к 2022 г. использование ИКТ населением выглядело следующим образом: пользователями интернета стали 89,5% населения в возрасте от 6 до 72 лет проживающего в республике, в 2013 г. данный показатель составлял лишь 58,4%. 72,8% населения пользуются сетью Интернет ежедневно. 42% населения используют сеть Интернет для осуществления финансовых операций и 24% населения используют сеть Интернет для осуществления взаимодействия с органами государственного управления [1].

Креативное агентство We are Social, работающее над исследованиями в области социальных медиа, опубликовало отчет Digital 2022: Belarus, в котором представлены основные тенденции по использованию глобальной сети Интернет и социальных сетей в Беларуси.

По результатам данного исследования было отмечено, что одной из национальных особенностей Республики Беларусь является высокая доля трафика со стационарных устройств – 57%, хотя за последние два года она упала на 30%. Мобильный трафик составил 42,04% и за анализируемый период прибавил 13%. При этом мобильный трафик заметно изменился – доля устройств Apple продолжает прибавлять в стране, и теперь 22,09% интернет-потока дают

мессенджеры этого бренда и соответственно 77,54% составляют устройства, использующие операционную систему Android.

В современном мире глобальная трансформация современного общества сопровождается проникновением интернет-коммуникаций во все сферы жизнедеятельности социума, возникновением и развитием качественно нового типа коммуникативных структур и процессов, обладающих признаками сети. При наличии достаточно небольших ресурсов любой пользователь может включаться в жизнь почти безграничного количества виртуальных сообществ. Растет и доля людей, включенных в активные формы социального поведения в сети. Вполне очевидно, что данные явления стимулируют переосмысление коммуникативной природы социальной реальности, современных изменений в социально-коммуникативной сфере, места и роли коммуникаций в развитии общества [2].

Социальные сети характеризуются потенциально бесконечным числом независимых центров аккумуляции и распространения информации, что определяет, с одной стороны глобальность, демократичность и доступность коммуникации, а с другой, ее бесконтрольность. Интернет-сообщество представляет собой особый вид социального объединения пользователей коммуникационных сетей, интеграция которых возникает на основе общего дискурса в виртуальном пространстве при длительной и эмоциональной вовлеченности в процесс коммуникации.

С развитием интернета и появлением новых площадок для коммуникации людей друг с другом, большое значение в бизнесе стали играть онлайн-сообщества, которые посвящены какой-либо марке.

То, что интернет стал одним из основных каналов для формирования и продвижения бренда, сегодня не вызывает никаких сомнений. Онлайн-сообщества являются основой для формирования и поддержания брендов компаний.

Все больше успешных компаний создают на своих сайтах онлайн-сообщества для клиентов, в которых они могут получить необходимую поддержку и поделиться своим опытом с другими пользователями. Такое сообщество является в настоящий момент очень действенной технологией развития лояльности к компании. С помощью онлайн-коммуникации компании могут отслеживать негативные отклики и быстро реагировать на них – давать комментарии или советы. Важным фактором, влияющим на бренд, являются отзывы незаинтересованных людей, которым человек доверяет. Именно такие отзывы можно получить в онлайн-сообществах.

Основная ценность онлайн-сообществ потребителей состоит в том, что они дают возможность быстро предоставлять точную и необходимую информацию о товарах и услугах, пропущенную сквозь призму собственного опыта и впечатления отдельно взятого участника сообщества. Подобные площадки требуют к себе особого внимания в периоды создания, формирования и эффективной организации структуры.

Социальные сети, форумы, блоги, сервисы быстрого обмена информацией, вики-проекты и официальные сайты создают вместе онлайн-сообщество, которое, в свою очередь, помогает брендам построить тесную связь со своей целевой аудиторией.

Для эффективного использования ресурсов, привлечения новых пользователей и увеличение спроса брендам необходимо совмещать использование разных площадок для более широкого охвата целевой аудитории и удовлетворения большинства ее потребностей [3].

Отрасль маркетинговых исследований и актуальность решаемых в ней задач постоянно трансформируются – как со стороны исследовательских агентств, так и со стороны компаний-заказчиков.

Еще несколько лет назад активно обсуждались «технические» вопросы – отказ от поквартальных и бумажных опросов и переход в онлайн-исследования, трансформация исследовательских проектов в формат «исследование + консалтинг», Eye-tracking, Usability-тесты и другие технологии. В настоящее время актуальными и обсуждаемыми являются: онлайн-опросы, психографика, нейромаркетинг, Big Data.

За последнее десятилетие онлайн-методики зарекомендовали себя в качестве оперативных и экономических средств изучения рынков и общественного мнения. Это стало возможно благодаря росту числа потребителей, с которыми можно установить контакт через онлайн-сообщество.

Рассуждения о принципиальной методологической новизне онлайн-исследований нередко основаны на явном или неявном противопоставлении сетевого опроса, обследования или онлайн-эксперимента как техник, обладающих очевидными преимуществами с точки зрения эффективности затрат, широты охвата людей, мест и временных интервалов, использованию [4].

Социальные сети могут стать полезным инструментом, при помощи которого возможно получить немедленную обратную связь от потребителей, данные об их личном опыте использования продукта или услуги; информацию о том, как улучшить продукт или услугу (по мнению клиентов).

Существует три вида качественных исследований, которые подходят для социальных сетей:

- Качественный контент-анализ (количество лайков / комментариев / репостов). Оценка степени вовлеченности потребителей в социальных сетях может свидетельствовать о привлекательности маркетингового сообщения или продукта.

- Наблюдение. Пассивный сбор отзывов клиентов или отслеживание их мнения о бренде или конкурентах.

- Опросы / вопросы.

Очевидно, что маркетинговые исследования имеет смысл проводить только в тех социальных сетях, в которых ваши клиенты проводят больше всего времени и проявляют наибольшую активность. Главное преимущество социальных сетей в том, что данные можно собрать очень быстро, так как почти половина пользователей заходят в свой профиль как минимум раз в день.

Достаточно много мировых компаний проводят онлайн-исследования в социальных сетях несмотря на то, что социальные сети сложно назвать идеальным источником для маркетинговых исследований. Все дело в нерепрезентативной выборке: для малого бизнеса выборка чрезмерно мала, однако для крупных компаний онлайн-исследования, а особенно онлайн исследования в социальных сетях чрезвычайно важны, так как именно там проводят свое время самые ярые поклонники бренда.

Использование интернет-технологий не отменяет традиционных методов. Вместе с тем, развитие интернет-технологий не только совершенствует инструментарий сбора и обработки первичной социологической информации, но и создает принципиально новые технологии сочетающие изучение общественного мнения с практикой социального конструирования, что способствует следующим тенденциям в развитии онлайн-исследований.

Таким образом, особенности онлайн-сообщества представляют собой новый тренд в проведении маркетинговых исследований, который открывает множество возможностей для более эффективного взаимодействия с аудиторией и получения ценных данных. Путем создания онлайн-сообществ исследователи могут установить более прочные связи с потребителями, получая их реальные отзывы и мнения, а также отслеживать тенденции и изменения в их предпочтениях и поведенческих моделях. В конечном итоге, использование онлайн-сообществ в маркетинговых исследованиях помогает улучшить качество стратегий продвижения продукции и услуг, увеличивая конкурентоспособность компании на рынке.

Список использованной литературы

1. **О национальных** показателях развития цифровой экономики в Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/informatsionno-telekommunikatsionnye-tehnologii/tsifrovaya-ekonomika/o-natsionalnykh-statisticheskikh-pokazatelyakh-razvitiya-tsifrovoy-ekonomiki-v-respublike-belarus/>. – Дата доступа: 22.01.2024.

2. **Сергодеев, В. А.** Сетевые интернет-сообщества: сущность и социокультурные характеристики [Электронный ресурс] // В. А. Сергодеев // cyberleninka.ru – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevye-internet-soobschestva-suschnost-i-sotsiokulturnye-harakteristiki/viewer> – Дата доступа: 01.03.2024.

3. **Онлайн-сообщества**, их функционирование и жизненный цикл [Электронный ресурс] // Vuzlit – архив студенческих работ. – Режим доступа: https://vuzlit.com/108212/onlayn-soobschestva_funktsionirovanie_zhiznennyi_tsikl. – Дата доступа: 21.03.2024.

4. **Проведение** маркетинговых исследований в интернете [Электронный ресурс] // Учебные материалы для студентов. – Режим доступа: https://studme.org/64265/marketing/provedenie-marketingovyh_issledovaniy_internete. – Дата доступа: 01.11.2022.

VI. ТОВАРОВЕДЕНИЕ, ЭКСПЕРТИЗА, КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ

УДК 66.092.81

Е. Л. Антонова (viramaina3@yandex.by),
аспирантка

В. Е. Сыцко (val19-10@mail.ru),
д-р техн наук, профессор
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

В. М. Шаповалов (v.shapovalov@tut.by),
д-р техн. наук, профессор
Институт механики металлополимерных
систем имени В. А. Белого НАН Беларуси
г. Гомель, Республика Беларусь

МОДИФИКАТОРЫ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННЫХ ДРЕВЕСНО-ПОЛИМЕРНЫХ КОМПОЗИТОВ

В данной статье подвергнут анализу вопрос возможности применения модификаторов в древесно-полимерных композиционных материалах.

In this article, the question of the possibility of using modifiers in wood-polymer composite materials is analyzed.

Ключевые слова: модификаторы; полимеры; древопластик.

Key words: modifiers; polymers; wood plastic.

На сегодняшний день можно считать доказанным факт, что комплекс свойств индивидуальных полимеров достаточно хорошо известен, и их «потолок» уже достигнут. Тем самым получение новых материалов на основе полимеров должно в обязательном порядке предполагать комбинирование различных компонентов с тем, чтобы добиться требуемого уровня технических и эксплуатационных характеристик. В связи с этим к числу основных задач современного полимерного композиционного материаловедения относится объяснение закономерностей и механизмов межфазных взаимодействий, осуществляемых с участием компонентов данной композиции. Поскольку в композицию могут быть введены компоненты самой различной природы (синтетические полимеры, природные полимеры, неорганические вещества, активные функциональные добавки, пластификаторы и др.), спектр реализующихся межфазных взаимодействий чрезвычайно широк и может включать в том числе возникновение новых химических связей. Добавки разного типа и степени дисперсности, совмещаемые с базовым полимером, придадут подобным композитам многоуровневую структурную организацию, что призвано повысить уровень их общетехнических характеристик [1].

Целью является разработка составов и технологии формирования погонажных экструзионных древесно-полимерных композитов (ДПК) на основе отходов древесины и термопластичных полимеров, в том числе вторичных, обеспечивающих получение качественных изделий технического и бытового назначения, способных конкурировать на рынке с зарубежными аналогами. Достижение поставленной цели возможно путем целевого модифицирования ДПК за счет введения в их состав полифункциональных добавок, позволяющих повысить технологическую совместимость древесных частиц и полимеров, тем самым обеспечив формирование материалов с улучшенным комплексом свойств.

Для достижения цели определены следующие основные задачи:

- оптимизация рецептурно-технологических параметров получения погонажных изделий из ДПК;
- доработка технологического оборудования и оснастки для получения качественных изделий;
- разработка технической документации для организации производства.

В работе профессора В. М. Шаповалова [2] представлен системный анализ физико-химических явлений, определяющих условия формирования зоны взаимодействия «древесина – термопласт» в композите, обосновано предположение, что для реализации механизма, определяющего развитие и организацию структуры древеснонаполненных термопластов, следует рассматривать три структурных уровня: микро-, мезо- (промежуточный) и макроуровень. Микроуровень представляется основой для программирования поведения материала, соответствующего кооперативным эффектам сегментальной подвижности и конформационной перестройки, обеспечивая самоорганизующее начало в композитных системах. Мезоуровень, являясь промежуточным, оказывает наиболее сильное влияние на протекание граничных физико-химических процессов, формируя зону специфических взаимодействий «древесина – термопласт – древесина». Прежде всего это процессы пластификации полимера и древесины, а также сшивание полимера, которые, в свою очередь, могут конкурировать между собой и образовывать градиентную структуру композита. Это может выражаться, в частности, в формировании различных по модулю упругости матричного полимера в граничном слое и полимерной матрицы в объеме. Представляется, что формирование градиентной полимерной матрицы позволяет управлять ее механическими характеристиками, сохраняя упруго-эластические свойства в исследуемой зоне межфазных взаимодействий.

Важнейшими явлениями, которые могут оказывать существенное влияние на состояние промежуточного слоя, являются процессы смачивания и миграции на границе раздела «древесина – термопласт». При этом для реализации процесса смачивания возможно использовать капиллярно-пористую систему древесины в качестве резервуаров для модифицирующих веществ с возможностью их выдавливания в зону взаимодействия «древесина – термопласт».

Регулирование процесса смачивания полимера за счет использования подобных резервуаров позволяет создавать предпосылки для усиления адгезионного взаимодействия в ДПК. С миграцией связаны процессы перераспределения во времени модифицирующего вещества как вглубь полимерной матрицы, так и вне ее, что в целом может способствовать снижению физико-механических характеристик композитов, например вследствие охрупчивания полимера. В этом случае нежелательные миграционные процессы снижают долговечность изделий, вследствие чего предполагается необходимость их учета и регулирования при формировании ДПК.

Конечным пунктом представленного системного анализа являются физико-механические и технологические свойства в макрообъеме композита (макроуровень), аккумулирующие функциональные возможности организации и жизнеспособности композитной системы в целом как отклик на изменение структуры на мезоскопическом и микроскопическом уровнях. Несмотря на некоторую условность предлагаемых уровней, проведенный анализ показал, что для целенаправленного регулирования свойств композиций на основе измельченной древесины и термопластов необходим учет физико-химических явлений на границе их раздела, а также анализ напряженно-деформированного состояния компонентов в локальных областях структуры таких материалов. Эффективному решению этих задач может способствовать сочетание новых экспериментальных и вычислительных методов механики.

С использованием элементов компьютерного моделирования [3; 4] на основе пространственно-дискретных методов конечных элементов и данных физико-механических испытаний было рассчитано напряженно-деформированное состояние ДПК. Моделировали зону взаимодействия «древесина – термопласт – древесина» исходя из предположения, что вблизи границы раздела и в полимерной матрице происходят изменения вязкостных и деформационных свойств полимера и древесины. Проследить такое изменение непосредственно в композите не представляется возможным. Модельная схема формирования зоны взаимодействия «древесина – термопласт – древесина» представлена на нижеприведенном рисунке.

**Модельная схема формирования зоны взаимодействия
«древесина – термопласт – древесина» в ДПК**



Основной вывод, который можно сформулировать на основе анализа результатов проведенных исследований, состоит в том, что повышение физико-механических и технологических свойств экструзионных ДПК возможно путем применения смесей термопластов и комбинированных наполнителей. Это позволит создать многоструктурные композиты, в которых различные фазовые компоненты будут связаны между собой на разных масштабных уровнях, формируя уровень свойств, недоступный для чистых полимеров.

Список использованной литературы

1. **Опыт** и перспективы исследований в области древесно-полимерных композитов и изделий из них / Е. Л. Антонова [и др.] // Вестн. Бел. гос. экон. ун-та. – 2022. – № 6. – С. 46–51.
2. **Шаповалов, В. М.** Разработка высоконаполненных экструзионных композитов на основе древесины и термопластов : автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.02.01 / В. М. Шаповалов ; ИММС НАН Беларуси. – Гомель, 1989. – 21 с.
3. **Физическая** мезомеханика и компьютерное конструирование материалов : в 2 т. / под ред. В. Е. Панина. – Новосибирск : Наука, 1995.
4. **Плескачевский, Ю. М.** Этапы развития и уровни организации структуры материалов: адаптивные композиты / Ю. М. Плескачевский, С. В. Шилько, С. В. Стельмах // Доклады НАН Беларуси. – 1999. – Т. 43, № 5. – С. 114–118.

АССОРТИМЕНТ КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В данной статье проводится анализ структуры торгового ассортимента косметических товаров в организациях торговли Гомельского филиала Гомельского областного потребительского общества.

This article analyzes the structure of the trade range of cosmetic products in trade organizations of the Gomel branch of the Gomel Regional Consumer Society.

Ключевые слова: торговый ассортимент; косметические товары; производители; реализованный спрос.

Key words: assortment; cosmetic products; manufacturers; realized demand.

Гомельский филиал Гомельского областного потребительского общества (Гомельского ОблПО) – это многоотраслевая организация системы потребительской кооперации, основной деятельностью которой являются розничная торговля, общественное питание, заготовительная деятельность и промышленность.

Основными задачами общества являются: организация оптовой и розничной торговли, общественного питания; закупка у граждан и юридических лиц сельскохозяйственной продукции и сырья, дикорастущих плодов, ягод и грибов, лекарственно-технического сырья, вторичных материальных ресурсов и другое; производство сельскохозяйственной продукции, пищевых продуктов, непродовольственных товаров; оказание платных услуг населению; организация рынков для торговли товарами.

Гомельский филиал Гомельского ОблПО осуществляет торговое обслуживание Гомельского района, который занимает территорию 2,0 тыс. км, состоит из 186 населенных пунктов с численностью населения на 1 января 2023 г. 69,3 тыс. чел. Гомельский филиал Гомельского ОблПО играет важную роль в жизнедеятельности района, что выражается, прежде всего, в обслуживании сельского населения. Филиал посредством предприятий торговли, автомагазинов, предприятий общественного питания осуществляет торговую деятельность в городе Гомеле и в 186 сельских населенных пунктах.

В Гомельском филиале Гомельского ОблПО реализуется ассортимент непродовольственных товаров, в том числе косметических товаров (таблица 1).

Таблица 1 – Структура розничного товарооборота непродовольственных товаров в Гомельском филиале гомельского ОблПО за 2019–2021 гг.

Показатели	Год			Темп роста (%) или отклонение (+; –) 2021 г. от 2019 г.
	2019	2020	2021	
Розничный товарооборот непродовольственных товаров, тыс. р.	3 254,5	3 116,4	2 908,6	89,4
Розничный товарооборот парфюмерно-косметической продукции и туалетных принадлежностей, тыс. р.	205,5	271,4	229,6	111,7
Доля парфюмерно-косметической продукции и туалетных принадлежностей в товарообороте непродовольственных товаров, %	6,3	8,7	7,9	+1,6
Товарные запасы парфюмерно-косметической продукции и туалетных принадлежностей, тыс. р.	34,8	28,9	31,5	90,5

Розничный товарооборот непродовольственных товаров в Гомельском филиале Гомельского ОблПО за три анализируемых года уменьшился на 10,6% (345,9 тыс. р.) и составил в 2021 г.

2 908,6 тыс. р. Товарооборот же парфюмерно-косметической продукции и туалетных принадлежностей вырос на 11,7% (24,1 тыс. р.) и составил в 2021 г. 7,9 тыс. р., при этом доля этой товарной группы в товарообороте непродовольственных товаров выросла на 1,6% и составила в 2021 г. 7,9%. Товарные запасы парфюмерно-косметической продукции и туалетных принадлежностей за анализируемый период сократились на 9,5% (3,3 тыс. р.).

Рассмотрим ассортимент косметических товаров, реализуемых в торговых объектах Гомельского филиала Гомельского ОблПО, за период с 2019 по 2021 г. в разрезе поставщиков, групп по общему назначению, по функциональному назначению, половозрастному признаку, консистенции и виду изделий (таблицы 2–5).

Таблица 2 – Структура торгового ассортимента косметических товаров в Гомельском филиале Гомельского ОблПО за 2019–2021 гг. по поставщикам

Поставщики	Реализация по годам						Изменение структуры в 2021 г. по сравнению с 2019 г. (+; –)	
	2019		2020		2021			
	количество, ед.	уд. вес, %	количество, ед.	уд. вес, %	количество, ед.	уд. вес, %	по количеству, ед.	по уд. весу, %
СП «Белита» ООО и ЗАО «Витэкс», г. Минск	334	43,1	447	42,2	460	46,1	126	+3,0
ПКООО «Белкосмекс», г. Минск	143	18,5	198	18,6	199	19,9	56	+1,4
СООАО «Модум – наша косметика», г. Минск	32	4,1	48	4,5	41	4,1	9	–
СООО «Парфюм-бытхим», г. Минск	266	34,3	369	34,7	299	29,9	33	–4,4
Всего	775	100	1 062	100	999	100	224	–

Таблица 3 – Структура торгового ассортимента косметических товаров в Гомельском филиале Гомельского ОблПО за 2019–2021 гг. по функциональному назначению

Группы по назначению	Реализация по годам						Изменение структуры в 2021 г. по сравнению с 2019 г. (+; -)	
	2019		2020		2021			
	коли- чество, ед.	уд. вес, %	коли- чество, ед.	уд. вес, %	коли- чество, ед.	уд. вес, %	по коли- честву, ед.	по уд. весу, %
Средства для ухода за кожей лица и тела	320	41,3	436	41,1	458	45,9	138	4,6
Средства для ухода за полостью рта	58	7,5	80	7,5	70	7,0	12	0,5
Средства для бритья и ухода за кожей после бритья	128	16,5	153	14,4	141	14,1	13	-2,4
Средства для ухода за волосами	269	34,7	393	37,0	330	33,0	61	-1,7
Всего	775	100	1 062	100	999	100	224	-

Таблица 4 – Структура торгового ассортимента косметических товаров в Гомельском филиале Гомельского ОблПО за 2019–2021 гг. по половозрастному признаку

Группы по половозрастному признаку	Реализация по годам						Изменение структуры в 2021 г. по сравнению с 2019 г., (+; –)	
	2019		2020		2021			
	коли- чество, ед.	уд. вес, %	коли- чество, ед.	уд. вес, %	коли- чество, ед.	уд. вес, %	по количе- ству, шт.	по уд. весу, %
Универсальные	130	16,7	189	17,8	162	16,3	32	–0,4
Для женщин	205	26,5	307	28,9	245	24,5	40	–2,0
Для мужчин	219	28,3	282	26,6	252	25,2	33	–3,1
Для детей	221	28,5	284	26,7	340	34,0	119	5,5
Всего	775	100	1 062	100	999	100	224	–

Таблица 5 – Структура торгового ассортимента косметических товаров в Гомельском филиале Гомельского ОблПО за 2019–2021 гг. по консистенции

Группы по консистенции	Реализация по годам						Изменение структуры в 2021 г. по сравнению с 2019 г. (+; –)	
	2019		2020		2021			
	коли- чество, ед.	уд. вес, %	коли- чество, ед.	уд. вес, %	коли- чество, ед.	уд. вес, %	по количе- ству, ед.	по уд. весу, %
Густая (мазеоб- разная)	58	7,5	80	7,6	70	7,1	12	–0,4
Кремообразная	261	33,7	354	33,3	357	35,7	96	2,0
Гелеобразная	256	33,0	358	33,7	351	35,1	95	2,1
Пенообразная	80	10,3	103	9,7	93	9,3	13	–1,0
Жидкая	120	15,5	167	15,7	128	12,8	8	–2,7
Всего	775	100	1 062	100	999	100	224	–

На протяжении анализируемого периода 2019–2021 гг. наблюдается увеличение реализации торгового ассортимента косметических средств на 224 ед., которая в 2021 г. составила 999 ед. Косметическую продукцию в филиал поставляют такие поставщики, как «Белита» ООО и ЗАО «Витэкс», ПКООО «Белкосмекс», СОАО «Модум – наша косметика» и СООО «Парфюмбытхим».

Больше всего в реализованном ассортименте преобладает продукция СП «Белита» ООО и ЗАО «Витэкс» – реализация в 2021 г. составила 460 ед. (доля в ассортименте составила 46,1%), что связано с большим спросом у потребителей косметических средств данного предприятия. Также значительную долю в ассортименте занимает реализация косметической продукции СООО «Парфюмбытхим» (29,9%) и ПКООО «Белкосмекс» (19,9%). Наименьшим спросом пользовалась продукция СОАО «Модум – наша косметика» – реализовано в 2021 г. всего 41 ед. косметической продукции (доля в ассортименте составила 4,1%).

В торговом ассортименте косметических средств в разрезе групп по общему назначению подавляющую долю в филиале занимает лечебно-гигиеническая косметика (доля в ассортименте в 2021 г. – 97,9%), что связано с большим спросом и более широким видовым ассортиментом.

В разрезе групп по функциональному назначению наибольшую долю в торговом ассортименте косметических товаров в филиале занимают средства для ухода за кожей лица и тела (55,9% в 2021 г.), что связано с большим спросом и более широким видовым ассортиментом. Также значительную долю среди данной товарной группы занимают средства для ухода за волосами (33,0%), что также связано со спросом и широким ассортиментом. Наименьшую долю занимают средства для бритья и ухода за кожей после бритья (14,1%) и средства для ухода за полостью рта (7,0%).

В торговом ассортименте косметических средств по половозрастному признаку в филиале реализовывались изделия универсальные, для мужчин, женщин и детей. Больше всего в реализованном ассортименте преобладали изделия для детей – их доля в 2021 г. составляла 34,0%. Немного с меньшим покупательским спросом реализовывались мужские (доля в ассортименте 25,2%) и женские (24,5%) косметические средства. Безусловным спросом также пользовались универсальные косметические средства (16,3%).

Косметические товары реализовывались в филиале различных групп по консистенции – мазеобразные, кремообразные, гелеобразные, пенообразные и жидкие. Наибольшую долю в реализованном спросе в 2021 г. составили кремообразные (крем-гели для душа, крем для бритья, кондиционеры для волос, крем-гели и др.) и гелеобразные (гели для душа, шампуни, жидкое мыло, гель-пена для купания и др.) косметические средства (по 35% каждая). Также пользуется спросом косметика жидкой консистенции (лосьон после бритья, масло для ухода и массажа и др.), их доля в ассортименте – 12,8%. Незначительным спросом пользуются косметические средства пенообразной (пена для бритья, мусс и пена для укладки волос – 9,3%) и густой, мазеобразной консистенции (зубные пасты – 7,0%).

Реализованный ассортимент косметических товаров в группе средств для ухода за кожей лица и тела был представлен в филиале такими видами изделий, как гель для душа, крем-гель для душа, крем для лица, крем для рук, крем-гель для тела, масло для ухода и массажа, гель-пена для купания и др. Группа средств для ухода за волосами была представлена в ассортименте филиала шампунем, кондиционером для волос, муссом для волос, пеной для укладки волос и др. Спрос на косметические средства для бритья и ухода за кожей после бритья был реализован на такие виды изделий, как крем для бритья, лосьон после бритья и пена для бритья. Средства для ухода за полостью рта были представлены зубными пастами.

Таким образом, анализ структуры торгового ассортимента косметических товаров в организациях торговли Гомельского филиала Гомельского областного потребительского общества показал, что доля этой товарной группы в товарообороте непродовольственных товаров составляет около 8% и ассортимент достаточно широк в разрезе поставщиков (предприятий-производителей), по функциональному и половозрастному назначению, видам изделий.

УДК 665.5:338.45:658.152

Е. П. Багрянцева (gep07@mail.ru),

канд. техн. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

О. Г. Котоменкова (kot-og@yandex.ru),

канд. техн. наук, доцент

Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

А. М. Басак (anastasiabasak@mail.ru),

студентка

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИННОВАЦИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

В данной статье отражены основные тенденции, характерные для развития косметической отрасли в целом, в том числе для Беларуси. Приведены основные косметические ингредиенты и передовые технологии, позволяющие производить более эффективные и безопасные косметические продукты.

This article reflects the main trends characteristic of the development of the cosmetic industry as a whole, including for Belarus. The main cosmetic ingredients and advanced technologies are presented that make it possible to produce more effective and safe cosmetic products.

Ключевые слова: косметическая промышленность; косметические продукты; стволовые клетки; гиалуроновая кислота; нанотехнологии.

Key words: cosmetic industry; cosmetic products; stem cells; hyaluronic acid; nanotechnology.

Косметическая промышленность находится в постоянном поиске новых, натуральных и инновационных составов, которые не только станут основой эффективного качественного продукта, но и окупят затраты производителя. Производители косметики демонстрируют удивительное сочетание научных инноваций и повышенного внимания к экологии и индивидуальным потребностям потребителей. Современные достижения в этой области не просто улучшают качество и эффективность косметических средств, но также способствуют появлению совершенно новых продуктов и услуг. Инновационные технологии в косметике – это включение в состав мощных компонентов, создание новых средств, которые быстро улучшают состояние кожи и волос, предотвращают дерматологические проблемы, останавливают алопецию, оказывают мощное омолаживающее действие.

По производству инновационная косметика делится на две разновидности:

– природная косметика, в состав которой входят травы (корни пиона, красного женьшеня, солодки, азиатские грибы, экстракты целебных растений и др.);

– высокотехническая косметика, создаваемая посредством биотехнологического процесса, в состав которой входят ретинол, пептиды, наночастицы, микрокапсулы (эти средства высокоэффективны, но и стоят намного дороже обычных).

Отдельного внимания заслуживают коллоидное золото, жемчуг и серебро («молекулы жизни»), их можно включить в обе группы. Они работают с кожей на разных уровнях – изнутри и снаружи, укрепляют и восстанавливают ее. Наночастицы серебра устраняют воспаление и уничтожают бактерии. Коллоидное золото омолаживает, запускает процесс самовосстановления кожи. Жемчуг лечит и предупреждает дерматиты, регулирует pH дермы, осветляет темные круги, придает лицу легкое сияние.

Рассмотрим действие инновационных технологий в косметике, изготовленной на основе:

– *плаценты* – экстракт плаценты содержит аминокислоты, белки, ферменты, восстанавливающие эпидермис, такие средства предотвращают раннее старение, замедляют возрастные деформации, ускоряют обновление клеток и дермы, косметика с плацентой очищает кожу от токсинов, питает ее, разглаживает морщины, улучшает цвет лица, купирует воспаление;

– *кислорода* – в основу такой косметики вошли микроэмульсионные соединения, которые легко вступают в нужные реакции, они доставляют кислород даже в глубокие подкожные слои, запуская самовосстановление клеток, ускоряя заживление микроразрывов на поверхности эпидермиса, подходят для любого возраста и типа кожи, оказывают омолаживающее действие и предотвращают раннее старение;

– *стволовых клеток* – действие такой косметики аналогично плацентарной, но дополнительно стимулирует эпидермис на выработку собственного коллагена, в результате кожа остается упругой, эластичной;

– *пробиотиков* – такая косметика хорошо восстанавливает кожу, повышает ее защитные свойства, останавливает преждевременное старение и замедляет возрастные изменения, хорошо увлажняет, улучшает цвет лица, идеально подходит для сухой и увядающей кожи, устраняет ощущение стянутости, успокаивает раздраженные участки эпидермиса, уменьшает выраженность воспаления;

– *эпидермального фактора роста (EGF)* – это белковое вещество с 53 соединениями из аминокислот, такая косметика оказывает мощное восстанавливающее действие, ускоренное обновление клеток и тканей, подтягивает кожу, разглаживает морщины, замедляет старение и возрастные изменения, убирает пигментацию;

– *фуллерена* – он «отлавливает» и нейтрализует свободные радикалы, которые разрушают клетки, предотвращает старение кожи и ускоряет ее обновление, проникает в глубокие слои эпидермиса, оказывает мощное омолаживающее действие, хорошо увлажняет, нейтрализует вредное воздействие ультрафиолета, предотвращает появление пигментации и развитие рака кожи, сужает поры, купирует воспаление, разглаживает морщинки, нормализует работу сальных желез, снижая выработку подкожного жира;

– *коэнзима Q10* – это мощный компонент против раннего старения кожи, замедляет возрастные изменения, запускает восстановление поврежденных клеток и тканей, омолаживает, в косметику добавляется в нанокapsулах, которые проникают в глубокие слои дермы и работают с ней изнутри, предотвращая образование морщин, усиливая иммунный барьер кожи, разглаживая имеющиеся складки;

– *минерального комплекса SK-ONE* – такая косметика действует на клеточном уровне, проникая глубоко в кожу, насыщает минералами, аминокислотами, витаминами и питательными веществами, быстро восстанавливая эпидермис, улучшает клеточный метаболизм, цвет лица, усиливает естественную защиту от внешних агрессивных факторов;

– *новой формы ретинола* – новая улучшенная формула витамина А не вызывает раздражения даже у очень чувствительной кожи, косметика с ретинолом действует одновременно на поверхности и в глубоких слоях эпидермиса, она отшелушивает ороговевшие частички, отбеливает кожу, выравнивает ее рельеф, удаляет пигментацию и препятствует появлению темных пятен, нейтрализует свободные радикалы, обеспечивая безопасность клеток, ускоряет их регенерацию, усиливает выработку коллагена, фибрина;

– *муцина улитки* – это уникальное вещество, которое получают из слизи улиток; это мощный восстанавливающий компонент, запускающий ускоренную регенерацию поврежденных клеток; в составе муцина имеются пептиды, ускоряющие заживление микроразрывов кожи, устраняющие акне; аллантоин разглаживает свежие рубцы и способен убрать даже застаревшие; гликолевая кислота отшелушивает ороговевшие клетки, устраняет тусклость кожи, возвращает ей нормальный цвет и сияние, замедляет старение, усиливает выработку коллагена, что поддерживает и восстанавливает упругость и эластичность эпидермиса; гиалуроновая кислота притягивает влагу и удерживает ее внутри дермы, поддерживая нужный водный баланс;

– *бифидобактерий* – косметика, идеальная для проблемной кожи, бифидобактерии нейтрализуют опасные и болезнетворные микроорганизмы, которые вызывают воспаление, угри, акне, высыпание, раздражение, такая косметика быстро устраняет проблему, возвращая коже гладкость, выравнивает рельеф;

– *красного женьшеня* – это мощный омолаживающий компонент, поэтому его часто можно увидеть в антивозрастной косметике, женьшень отлично тонизирует кожу, замедляет возрастные изменения, повышает защитные свойства эпидермиса, защищает его от ультрафиолета, улучшает микроциркуляцию крови, предотвращает появление сосудистой сеточки.

В отдельную группу можно выделить *антивозрастную косметику*, в состав которой могут входить:

– *биомиметические пептиды* – это короткие цепочки из аминокислот, фрагменты белков, которые являются строительным материалом для клеток и отлично с ними взаимодействуют, пептиды имитируют в кожном покрове естественные биологические процессы и запускают тем самым выработку эластина и коллагена, за счет этого кожа становится более упругой и морщины разглаживаются, такая косметика имеет пролонгированный эффект, стимулирует быстрое обновление эпидермиса, омолаживает, останавливает возрастные изменения и раннее старение;

– *фрагментированная гиалуроновая кислота* – она отличается микроскопическими размерами молекул, которые способны проникать в нижние слои эпидермиса, притягивать к себе влагу и, увеличиваясь в размере, расправляют морщины изнутри по принципу косметических инъекций, это помогает сохранить упругость кожи, предотвратить появление морщин и складок.

В отдельную группу можно выделить уходовую и декоративную косметику с *солнцезащитными SPF-фильтрами*. Она подходит для любого типа кожи, поддерживает водный баланс, отражает солнечные лучи и снижает негативное действие ультрафиолета, тем самым усиливает защитный барьер, предотвращает появление пигментации и развитие рака кожи.

Косметическая индустрия непрерывно развивается, привнося передовые технологии и революционные подходы, которые значительно расширяют ее возможности. Технологические достижения не только трансформируют способы производства косметических средств, но и радикально изменяют взаимодействие их с потребителями, делая уход за кожей более научно обоснованным, персонализированным и интерактивным. Среди таких технологий можно выделить следующие:

– *нанотехнологии* – это одна из ключевых инноваций в косметической индустрии, они позволяют создавать продукты с микроскопическими частицами, которые могут проникать глубоко в кожу и достигать целевых слоев для максимальной эффективности, усиливать действие ухаживающих и антивозрастных продуктов, например наночастицы золота могут стимулировать выработку коллагена и улучшать упругость кожи, это позволяет достичь более заметных результатов в борьбе с морщинами и старением кожи, использование нанотехнологий в косметологии открывает новые горизонты для интенсивного и эффективного ухода за кожей;

– *дрон-технологии*, или косметика с дрон-пептидами, – это новый метод, позволяющий доставлять активные вещества в глубокие слои эпидермиса, помимо функции «доставки» у таких дрон-веществ есть и другие преимущества – они помогают восстанавливать клетки и стимулировать выработку коллагена, при этом размер дрона больше, чем размер наночастиц, поэтому он более безопасен, на внешней стенке дрон-сферы есть лиганд (антенна), который принимает сигналы от рецепторов разных клеток и ведет дрон к нужной клетке, использование дронов является самым безопасным вариантом для доставки активных веществ, поскольку удалось снизить концентрацию компонентов и, как следствие, нагрузку на кожу, без потери эффективности;

– *биотехнологии* – современные биотехнологии обладают такими возможностями, как наработка в «закрытых» системах целевых веществ (ферментов, витаминов, кислот и т. д.), точные технологии, управление качественным составом вторичных метаболитов ценных растений и др., более того, специалисты отрасли могут обеспечить косметическую промышленность методиками для контроля качества и безопасности продукции – важнейшего этапа, отделяющего производство от конечного потребителя, биотехнологические разработки также способны предоставить экологичную упаковку для косметики, что особенно актуально на фоне мирового тренда заботы об окружающей среде.

– *умные кремы и маски* – могут адаптироваться к потребностям кожи, содержат датчики и интеллектуальные компоненты, которые анализируют состояние кожи и реагируют на него, например умный крем может регулировать уровень увлажнения кожи в зависимости от ее потребностей, эти кремы и маски предлагают персонализированный уход и помогают достичь оптимального состояния кожи.

Еще одним актуальным направлением развития косметической отрасли является разработка *персонализированных косметических продуктов*. В настоящее время достигнут компромисс, при котором продукты для ухода разделяются по типу кожи, возрасту, полу. Однако больше остальных ценятся косметические продукты, разработанные специально для конкретного потребителя. С помощью новых технологий и анализа индивидуальных потребностей кожи каждого человека можно создать уникальные формулы, точно соответствующие его потребностям. Персонализированные косметические продукты позволят достичь максимально эффективного и индивидуального ухода за кожей. Например, анализ ДНК или измерение уровня влаги в коже позволяют разработать уникальные формулы и рекомендации по уходу за кожей.

В заключение можно отметить, что инновации в косметической индустрии приводят к новым и захватывающим возможностям в области ухода за кожей и красоты. Использование новых косметических ингредиентов, нанотехнологий и растительных стволовых клеток, интеллектуальных устройств, персонализированный подход помогают достичь более глубокого, эффективного и долгосрочного воздействия на кожу. В целом инновационные технологии в косметической сфере продолжают эволюционировать, предлагая все более эффективные и индивидуальные решения: лазерные технологии, генную терапию и использование искусственного интеллекта, – благодаря чему потребители получают более эффективные, безопасные и экологически устойчивые косметические продукты.

УДК 621.395

А. А. Воронина (kttd@lki-lipetsk.ru),
студентка

С. И. Гаврилюк (govbur@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент
Липецкий институт кооперации (филиал)
Белгородского университета
кооперации, экономики и права
г. Липецк, Российская Федерация

КЛАССИФИКАЦИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННОГО АССОРТИМЕНТА СМАРТФОНОВ

В данной статье приводится анализ основных характеристик современного ассортимента смартфонов.

This article provides an analysis of the main characteristics of the modern range of smartphones.

Ключевые слова: смартфон; классификация; оперативная память; процессор; камера; аккумулятор; экран.

Key words: smartphone; classification; RAM; processor; camera; battery; screen.

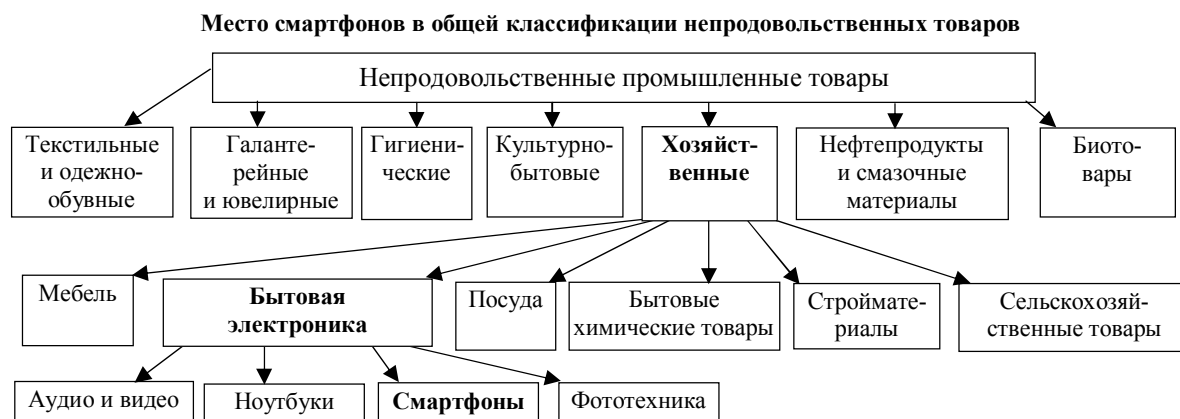
Сегодня сложно представить жизнь без смартфона. Ими обзавелись даже люди из предыдущих поколений, и они есть у каждого из нас. Этот девайс уже давно значит намного больше, чем просто телефон для связи. Это целый компьютер, помещенный в тонкий и мобильный корпус. С его помощью можно снимать любые фото, звонить и писать в мессенджерах, играть практически в любые игры.

Смартфоны имеют экраны разных размеров, разные по мощности аккумуляторы и камеры с разными уровнями разрешения.

Согласно Общероссийскому классификатору продукции мобильные устройства (сотовые телефоны, смартфоны, планшеты и карманные компьютеры) относятся к радиостанциям приемопередающим (код 65 7140 6) [1].

По товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД) смартфоны относятся к коду 8517 12 000 0 – телефонные аппараты для сотовых сетей связи или других беспроводных сетей связи.

В соответствии с товароведной классификацией смартфоны относятся к классу «непродовольственные товары», подклассу «хозяйственные», группе однородных товаров «бытовая электроника». Место смартфонов в общей классификации непродовольственных товаров представлено на рисунке.



Рассмотрим характеристики современных моделей смартфонов.

Apple iPhone 12 (128 GB). Этот смартфон обладает идеальными размерами для удобного удержания, а толщина всего 7,4 мм позволяет легко носить его с собой в кармане. Вес телефона составляет 164 г.

Корпус сделан из алюминия – легкого материала, сильно превосходящего пластик по надежности. Экран же выполнен из устойчивого к царапинам стекла. Весь телефон также полностью защищен от воздействия влаги.

Смартфон оснащен тремя камерами: одной фронтальной и двумя тыльными. Все камеры имеют превосходное разрешение 12 Мп. Максимальное разрешение при записи видео составляет 3840×2160 , а частота кадров в зависимости от разрешения колеблется от 60 до 240 кадров в секунду.

Телефон имеет геопозиционирование и сопоставим со многими видами интернет-связи.

Samsung Galaxy Note 20 (8/256 GB). В данной модели используется 8-ядерный процессор, мощный видеопроцессор и 8 Гб оперативной памяти, что позволяет ему работать очень быстро и не зависать при выполнении даже самых серьезных задач. Мощный аккумулятор будет снабжать телефон энергией на протяжении нескольких часов. С экраном диагональю в 6,7 дюймов это один из самых крупных смартфонов в рейтинге.

В целом этот телефон является одним из лучших для игр и работы с ресурсоемкими программами, но он отлично подходит и для любых других целей.

Телефон будет хранить информацию пользователя в безопасности, так как оснащен ультразвуковым сканером, распознающим отпечатки пальцев.

Данный смартфон имеет две фронтальные камеры с разрешением 12 Мп (широкий и сверхширокий угол) и фронтальную камеру 10 Мп.

Эта модель оснащена стереодинамиками, поэтому аудио из него будет звучать очень четко и реалистично.

Смартфон имеет крепкую конструкцию, устойчивую к падениям, царапинам и влаге.

HUAWEI Nova 5T. Небольшие размеры, толщина и вес этого смартфона позволяют ему запросто разместиться в любом кармане.

Этот смартфон является отличным вариантом за свои деньги. Несмотря на небольшую цену, он оснащен пятью камерами, четыре из которых тыловые. У них превосходное разрешение (48 Мп у основной тыловой камеры), поэтому качество фото и видео будет на высоте.

В данном телефоне используется мощный 8-ядерный процессор, поэтому он всегда будет быстро работать независимо от сложности поставленной перед ним задачи. Этому также способствует видеопроцессор и большой объем оперативной памяти.

Данный смартфон также очень производителен и может работать длительное время без подзарядки.

Samsung Galaxy A51 (64 GB). Этот смартфон отлично лежит в руке благодаря своему идеальному размеру, а его небольшая толщина в 7,9 мм придает ему дополнительную изящность и компактность.

Данная модель может без проблем справляться с самыми трудными задачами, так как она работает на мощном 8-ядерном процессоре, который позволит поиграть в любые игры, а также работать с тяжелыми графическими редакторами и другими программами.

У смартфона есть четыре основные камеры на тыльной стороне и одна фронтальная. Их разрешение позволяет делать фото с разрешением до 48 Мп и записывать видео с максимальным разрешением 3840×2160 и частотой до 240 кадров в секунду. Такое качество за сравнительно небольшую цену очень приятно удивляет.

Встроенная память составляет 64 Гб, а при использовании карты памяти ее можно увеличить до 512 Гб.

HONOR 10i (4/128 GB). Этот смартфон имеет отличный яркий экран с разрешением в 2340×1080 . Экран выдает отличное качество изображения, и даже яркий свет не перекрывает его яркость. Телефон имеет диагональ экрана в 6,21 дюйма.

У модели есть три камеры: на 24 и 2 Мп сзади и на 8 Мп фронтальная. Качество изображений и видео выходит отличным, а объем памяти на 128 Гб позволит сохранять тысячи фото и часы видео. А если вставить вместо второй сим-карты карту памяти, можно будет даже еще сильнее расширить ее.

С процессором HiSilicon Kirin 710 модель способна выдержать любые, даже самые интенсивные игры, а оперативное запоминающее устройство (ОЗУ) объемом на 4 Гб позволит запускать игры.

Аккумулятор имеет объем 3400 мА · ч, а это значит, что даже со своим большим экраном телефон сможет долгое время работать при активном использовании.

Телефону доступны все виды беспроводной связи, в том числе и NFC для бесконтактной оплаты.

Meizu 16 (6/64 GB). Этот недорогой смартфон оснащен отличным процессором Qualcomm Snapdragon 710, который является одним из самых мощных в этой линейке. Еще у смартфона имеется 6 Гб ОЗУ, чего вполне достаточно для различных игр.

С экраном диагональю в 6 дюймов и разрешением 2160 × 1080 этот смартфон выглядит компактным по сравнению с другими в этом списке. Но разрешение отличное, и на нем можно как играть, так и смотреть видео. А на постоянном запоминающем устройстве (ПЗУ) объемом в 64 Гб уместится любое количество видео и фотографий.

Девайс оснащен двумя камерами: селфи-камера выдает 12 Мп, а задняя – 20 Мп.

С аккумулятором на 3100 мА · ч смартфон продержится долго.

Весит телефон всего 155 г.

OPPO A5 (2020). Сильная сторона этого смартфона – мощный аккумулятор, выдающий до 5000 мА · ч. Это отличный результат, и даже с большим экраном диагональю в 6,5 дюймов телефон уверенно продержится два дня, даже при сравнительно активном использовании.

Экран же имеет разрешение на 720p, что немного, но качество изображения остается неплохим.

Телефон оснащен большим ПЗУ на 64 Гб, и там уместится любое количество фотографий, программ и часов видео. Камер у этого телефона четыре: три камеры сзади на 2, 8 и 12 Мп, и одна фронтальная на 2 Мп.

Процессор Qualcomm Snapdragon 665 потянет многие игры, а ОЗУ на 3 Гб позволит запускать многие на хороших настройках. Правда для требовательных игр и тяжелых программ его может не хватить.

Смартфону доступны все виды беспроводной связи, в том числе и NFC. Масса телефона за счет большого аккумулятора – 195 г.

Xiaomi Redmi 9A. Это новый телефон от корпорации «Сяоми», и на нем установлена красивая новая операционная система Android 10. Телефон оснащен мощными камерами, и главная имеет разрешение 13 Мп.

Экран этого телефона довольно большой, и его диагональ – 6,53 дюйма. Он имеет разрешение в 720p. Объем памяти достигает 32 Гб.

С процессором MediaTek Helio G25 можно будет поиграть в некоторые игры, а сам смартфон будет работать без лагов, ОЗУ на 2 Гб хватит для всего. В целом это бюджетный смартфон с большим экраном и хорошим аккумулятором.

Мощность аккумулятора следует выделить отдельно, ведь он имеет объем в 500 мА · ч, а значит, будет способен поддерживать телефон до двух дней.

За счет большого экрана и мощной батареи телефон весит 194 г.

ZTE Blade A7. Этот телефон на операционной системе Android 9.0 оснащен экраном на 720p с диагональю в 6,09 дюймов. Он имеет три довольно мощные камеры: селфи-камера выдает 8 Мп, а две задние камеры – 16 и 2 Мп.

Процессора Mediatek Helio P22 хватает на работу с любыми приложениями и мессенджерами, а также для поиска в интернете. Простые игры он тоже потянет, а вот на более сложное его не хватит. С ОЗУ на 2 Гб также получается выполнять большинство задач.

ПЗУ имеет объем 32 Гб, а с помощью слота для карты памяти можно еще сильнее расширить память.

Телефон оснащен всеми видами беспроводной связи, в том числе и NFC для бесконтактной оплаты.

Аккумулятор выдает 400 мА · ч, что при таком небольшом размере экрана хватает надолго. Процессор также не относится к энергоемким, и потому телефон может долго работать.

Весит он всего 164 г, что не мешает носить его с собой.

Vivo Y19. По сравнению с другими экземплярами эта модель сильно выигрывает в соотношении «цена – качество». За небольшие деньги можно получить стильный, удобный в обращении и очень многофункциональный смартфон.

Источником энергии является мощная литий-полимерная батарея с емкостью 5000 мА · ч. Ее хватит на целых 55 ч непрерывной работы без подзарядки.

У данного смартфона одна фронтальная и три основные тыловые камеры, способные делать высококачественные фотографии с разрешением 16 Мп. Максимальное разрешение видео составляет 1920 × 1080.

Телефон быстро реагирует и не зависает благодаря 8-ядерному процессору. Так как в него также встроен видеопроцессор, на нем отлично работают различные игры. Также можно работать с программами, которые требуют больших ресурсов, например «Фотошоп» [2].

Современный ассортимент смартфонов представлен линейками от различных производителей, которые отличаются такими техническими характеристиками, как качество дисплея, операционная система, процессор, память, камеры, аккумулятор.

При покупке смартфонов россияне стали больше обращать внимание на наличие ряда технологий и характеристик: доля моделей с поддержкой NFC для бесконтактных платежей достигла 84%, доля девайсов с технологиями биометрической аутентификации – примерно вдвое, до 10% увеличилось количество проданных устройств с поддержкой eSIM. Доля смартфонов с диагональю от 6 до 7 дюймов превысила 70% рынка. Помимо качественного и широкого безрамочного дисплея у пользователей есть потребность в большей автономности – число моделей с объемом аккумулятора от 4000 мА · ч увеличилось с 25 до 50%. Кроме того, в 2,1 раза выше стал спрос на смартфоны с оперативной памятью более 128 Гб, на четверть увеличились продажи моделей с фронтальной камерой от 20 Мп. Расширился ассортимент смартфонов со складным экраном.

Особенностям и перспективам развития высокотехнологичных и инновационных рынков посвящен ряд научных трудов и маркетинговых исследований, однако рынок вряд ли можно назвать хорошо изученным и предсказуемым в связи с относительной непродолжительностью его существования и высокой технологической мобильностью, выражающейся в быстром моральном устаревании устройств. Производители средств мобильной связи своими разработками подстегивают потребителя к покупке новых и новых моделей.

Список использованной литературы

1. **Общероссийский** классификатор продукции по видам экономической деятельности : ОК 034-2014 (КПЕС 2008) [Электронный ресурс] : утв. приказом Росстандарта, 31 янв. 2014 г., № 14-ст // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

2. **Российская** система качества (Роскачество) [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступ: <https://roskachestvo.gov.ru/>. – Дата доступа: 25.03.2024.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА СВОЙСТВА УПАКОВОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Представлены результаты исследования влияния излучения на свойства полимерных упаковочных материалов и использования экспресс-метода фотодеформаций для прогнозирования их долговечности и прочностных свойств.

The results of a study of the influence of radiation on the properties of polymer packaging materials and the use of the express photodeformation method to predict their durability and strength properties are presented.

Ключевые слова: полимерные упаковочные материалы; долговечность; ультрафиолетовое излучение; фотодеформационный эффект.

Key words: polymer packaging materials; durability; ultraviolet radiation; photodeformation effect.

В современных условиях упаковка товара становится едва ли не единственным средством непосредственной коммуникации с потребителем. Она играет роль носителя информации о ценности продукта и является одним из наиболее важных и очевидных способов создания дифференциации между продуктами [1].

С совершенствованием технологии получения упаковочных материалов расширяются и функции упаковки. Упаковка должна не только сохранять свойства упакованной продукции и способствовать улучшению товарного вида, но и быть экологически безопасной.

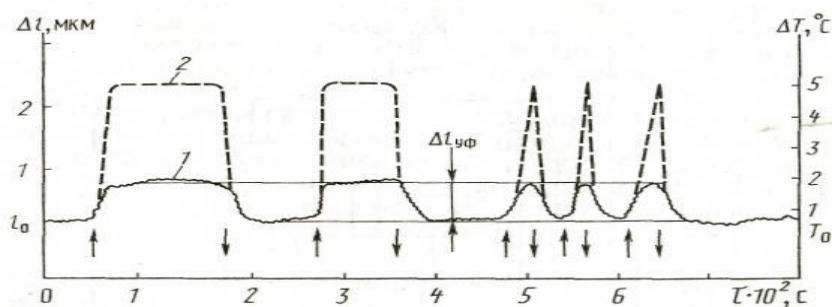
Одной из причин широкого использования полимерных материалов для упаковки пищевых продуктов являются их высокие прочностные свойства, долговечность и стабильность в различных условиях эксплуатации. Важность прогнозирования стабильности функциональных свойств этих материалов диктуется требованиями гарантии их применения в условиях воздействия ультрафиолетового облучения, тепловых и силовых полей, влажности, различных сред, в том числе агрессивных, и других факторов.

Изучение фотоупругих свойств полимерных упаковочных материалов является необходимым для прогнозирования их долговечности в различных условиях при интегральном и дифференциальном воздействии различных факторов. Например, целенаправленное исследование фоторелаксационных процессов в пленках позволит получить новые закономерности взаимодействия ультрафиолетового (УФ) излучения с поверхностными слоями твердых тел различной природы, какими являются и пищевые продукты, и разработать способы защиты их от преждевременной порчи.

В качестве модельных объектов исследований при изучении деформации пленок из полимерных материалов при одновременном воздействии УФ-излучения и одноосного растяжения в области малых напряжений и упругих деформаций, когда УФ-облучение оказывает существенное влияние на долговечность материалов, были выбраны полимерные пленки из полиэтилена, поливинилбутирала, фторопласта, пентапласта, полиметилметакрилата, поликарбоната и поливинилхлорида. Эти полимеры наиболее часто используют для изготовления упаковочных материалов как однослойных, так и комбинированных. Деформацию измеряли с помощью прибора, снабженного лампой УФ-излучения ДРТ-400 12, при диапазоне длин электромагнитных волн 240–320 нм [2].

Результаты многочисленных измерений деформации пленок из поликарбоната при УФ-облучении показали, что при воздействии последнего они удлиняются на некоторую величину $\Delta l_{\text{УФ}}$ и уменьшаются на ту же величину после прекращения его воздействия. В дальнейшем при отсутствии облучения размеры пленок остаются постоянными, если приложенные растягивающие нагрузки не создают в пленках напряжений, превышающих предел пропорциональности. При многократном периодическом воздействии УФ-излучения процесс повторяется (рисунок).

Деформация пленки из поликарбоната при периодическом УФ-облучении



Примечания:

1. Направление стрелок: вниз – облучение выключено, вверх – включено.
2. Условные обозначения: 1 – деформация пленки; 2 – повышение температуры, обусловленное генерируемым в пленке теплом.

Как видно из рисунка (кривая 2), наряду с деформацией наблюдается изменение температуры в образцах. Для оценки рассеивания энергии излучения в образце и превращения ее в тепловую энергию одновременно с термопарой, вплавленной в образец, подвергали воздействию УФ-облучения термопару, которая находилась в свободном состоянии, помещая ее перед образцом, и сравнивали их показания.

При сопоставлении величин удлинения пленки от воздействия УФ-облучения ($\Delta l_{\text{УФ}}$) с термическим удлинением ($\Delta l_{\text{ИК}}$), возникающим при нагревании пленки до адекватной температуры с помощью ИК-излучателя, обнаружено, что у пленок всех исследованных материалов наблюдается различие абсолютных значений $\Delta l_{\text{УФ}}$ и $\Delta l_{\text{ИК}}$, зависящее от природы материала, его химической и физической структур (таблица).

Деформация пленок из разных материалов при УФ- и ИК-облучении

Материал	Толщина пленки, мкм	Напряжение растяжения, МПа	Повышение температуры в образце, °C	Величина деформации, мкм/град		
				$\Delta l_{\text{ИК}}$	$\Delta l_{\text{УФ}}$	δ
Полиэтилен низкого давления	200	3,00	3,0	3,00	2,25	0,75
Полиэтилен высокого давления	200	1,00	7,5	3,56	2,90	0,66
Поливинилбутираль	130	1,00	5,5	1,65	1,58	0,07
Фторопласт-4	150	2,30	3,0	0,94	0,78	0,16
Поликарбонат	160	4,45	6,5	0,84	0,77	0,07
Пентапласт	200	4,75	4,5	1,84	1,35	0,29
Полиметилметакрилат	200	2,50	3,8	1,49	0,96	0,52
Поливинилхлорид	600	0,23	4,7	1,60	1,49	0,11

Из данных таблицы следует, что при периодическом действии УФ-излучения на полимерные пленки под нагрузкой наблюдаются обратимые деформации, обусловленные изменением температуры в образцах. Деформации удлинения полимерных пленок, нагреваемых до одной и той же температуры, меньше при облучении в УФ-диапазоне, чем в ИК. Разница между удлинениями полимерных пленок в случае УФ- и ИК-облучений при адекватной температуре не зависит от величины напряжения одноосного растяжения. Существенная разница между $\Delta l_{\text{УФ}}$ и $\Delta l_{\text{ИК}}$ свидетельствует о том, что в полимерных материалах действие УФ-излучения препятствует расширению материала, при этом появляется эффект уплотнения (сжатия) материала в микрообъемах. Абсолютное значение обратимых микродеформаций для полимерного материала сохраняется постоянным в широком интервале упругих деформаций растяжения.

Замеченное явление в твердых телах под действием УФ-излучения названо фотодеформационным эффектом [2].

При возникновении фотодеформационного эффекта воздействие УФ-излучения вызывает в твердом теле появление напряжений сжатия, тормозящих свободное расширение тела и обуславливающих сдвиговые деформации в микрообъемах твердого тела. В полимерных материалах в соответствии с принципом Франка – Кондона переход в другое электронное состояние молекулы приводит к нарушению ее равновесной конформации и изменению колебательной

энергии. Эти процессы являются причиной неодинаковой устойчивости к воздействию УФ-излучения полимеров с одной химической структурой, но с разной упаковкой элементов надмолекулярной структуры и конформационной энергией цепей.

После определенного для каждого полимерного материала времени воздействия УФ-излучения возникают необратимые деформации, наблюдается ползучесть материала. Вследствие происходящих процессов сжатия-растяжения наблюдаются усталостные явления, накапливаются необратимые деформации, проявляясь в виде локальной пластической деформации. В пластической зоне деформации наблюдается значительная анизотропия свойств материала (резко выражен оптический дихроизм, изменяется ориентация кристаллических элементов, подвижность и конформация молекул). Такие области представляют собой наиболее дефектные места, в них зарождаются и развиваются трещины.

Факт выявления фотодеформационного эффекта, обусловленного УФ-излучением, позволил проанализировать процессы разрушения материалов и изучить кинетику зарождения дефектов и развития трещин. Обнаружено, что при действии на полимеры в твердом состоянии УФ-излучения даже с небольшой интенсивностью (2 Вт/см^2) температура в поверхностных слоях возрастает на $3\text{--}7^\circ\text{C}$.

Тепловое расширение и изменение электронного состояния молекул, вызванные фотодеформационным эффектом, приводят к нарушению равновесных конформаций и варьированию колебательной энергии макромолекул.

Оценка энергетического состояния деформированных молекулярных связей при возбуждении и дезактивации молекул показала, что в локальных объемах материала под действием УФ-излучения возникают напряжения сжатия. Происходит уплотнение материала, что подтверждается уменьшением межплоскостных расстояний кристаллических элементов. Создаются зоны с напряжениями различного знака (сжатие в одних, растяжение в других), проявляются перенапряжения на проходных цепях полимера. Уплотнение материала в кристаллических зонах обуславливает возникновение сдвиговых деформаций, развитие прямолинейных дефектов дислокационного характера.

Анализ результатов исследований позволяет сделать вывод об определяющем влиянии деформационно-реологических процессов в начальный период зарождения трещин в полимере под действием УФ-излучения, при перепаде температур, знакопеременных силовых нагрузках. Кинетика процесса разрушения полимерных пленочных материалов свидетельствует о том, что чем больше диапазон деформации (Δl), тем меньше долговечность пленок при хранении и эксплуатации.

Таким образом, проведенные исследования показывают, что с помощью метода фотодеформаций, оценивая упругие свойства твердых тел, можно прогнозировать долговечность полимерных пленок и разработать методы защиты упаковочных материалов, подвергающихся воздействию факторов окружающей среды [3–5].

Список использованной литературы

1. **Попов, Н.** Как сделать конкурентное преимущество из упаковки? [Электронный ресурс] / Н. Попов // Advertology – наука о рекламе. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article26300.htm>. – Дата доступа: 01.04.2024.
2. **Ухарцева, И.** Долговечность полимерных материалов. Дифференциальное и интегральное влияние различных факторов / И. Ухарцева, Л. Корецкая. – Германия : LAMBERT Acad. Publ., 2014. – 95 с.
3. **Корецкая, Л. С.** Исследование эксплуатационных свойств полимерных упаковочных материалов для пищевых продуктов / Л. С. Корецкая, И. Ю. Ухарцева // Вестн. Рос. ун-та кооп. – 2012. – № 4 (10). – С. 103–110.
4. **Метод** прогнозирования свойств полимерных материалов в условиях воздействия факторов внешней среды / Л. С. Корецкая [и др.] // Потребит. кооп. – 2011. – № 3 (34). – С. 69–74.
5. **Гладышева, А. Д.** Исследование структуры и свойств полимерных упаковочных материалов [Электронный ресурс] / А. Д. Гладышева, И. Ю. Ухарцева // Молодежь и наука : материалы XII междунар. форума молодых ученых, Гомель, 19 мая 2023 г. / Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. ; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель, 2023. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА АНТИМИКРОБНОГО ДЕЙСТВИЯ ЭФИРНЫХ МАСЕЛ

В статье представлены результаты тестирования антимикробного действия эфирных масел с использованием бактериальной культуры *Streptococcus* spp. Результаты исследования могут быть полезны при создании антимикробных композиций из натуральных компонентов, используемых в средствах гигиены полости рта.

The article presents the results of testing the antimicrobial effect of essential oils on the bacterial culture of *Streptococcus* spp. The results of the study can be useful in creating antimicrobial compositions from natural components used in oral hygiene products.

Ключевые слова: средства гигиены полости рта; зубные пасты; эфирные масла; антимикробное действие.

Key words: oral hygiene products; toothpastes; essential oils; antimicrobial action.

Микроорганизмы являются частью биоценоза планеты, сопровождают человека на протяжении всей его жизни, играя как положительное, так и отрицательное значение. Микроорганизмы могут повреждать различные материалы и товары, изменять их свойства [1–2], вызывать заболевания в том числе стоматологические. Самым распространенным стоматологическим заболеванием является кариес и его дальнейшие осложнения, такие как гингивит, пульпит, периодонтит. Основная причина возникновения кариеса – это микроорганизмы. В зубном налете сосредоточено до 90% всей микрофлоры полости рта. Бактерии образуют плотную пленку на поверхности зубов и в процессе своей биохимической деятельности превращают питательные вещества в органические кислоты: молочную, муравьиную, масляную и другие, которые, в свою очередь, разрушают зубную эмаль. Причиной кариеса чаще всего являются *Streptococcus mutans*, *Streptococcus sanguis*, *Streptococcus mitis*, *Lactobacillus*, *Actinomyces israeli*, *Actinomyces naeslundii* [3]. Во многих исследованиях отмечается, что основной кариесогенной микрофлорой является группа стрептококков, в которую входят *Streptococcus mutans*, *Streptococcus sanguis*, *Streptococcus mitis* [4].

Для профилактики кариеса и других заболеваний полости рта необходимо производить тщательную гигиену полости рта с использованием средств, содержащих активные компоненты, обладающие антимикробным действием против возбудителей стоматологических заболеваний.

В качестве таких компонентов могут быть выбраны эфирные масла, которые издавна используются человеком в том числе и за их антимикробное действие [5–7]. В настоящее время действие эфирных масел против кариесогенных микроорганизмов изучено недостаточно, что придает актуальность данной теме исследования.

Цель исследования состояла в сравнительной оценке действия различных эфирных масел на кариесогенную микрофлору полости рта.

Объектами исследования являлись: эфирные масла розмарина, горной лаванды, сандала, мяты, шалфея, чайного дерева, розового дерева, изготовленные АО «Алуштинский эфиромасличный совхоз-завод», эфирные масла бергамота и можжевельника обыкновенного торговой марки Oleos. Все образцы являются 100%-ми эфирными маслами, полученными методами паровой дистилляции.

Антимикробное действие эфирных масел определялось чашечным методом. В качестве тест-культуры использовали штамм бактерии *Streptococcus* spp., выделенный из зубного налета ротовой полости здорового человека.

Из суточной тест-культуры готовили суспензию в стерильном физиологическом растворе, соответствующую $6,0 \times 10^8$ КОЕ/см³ по стандарту мутности. Затем в чашки петри на поверхность питательной среды – мясо-пептонный агар стерильно вносили по 0,5 см³ приготовленной взвеси микробных клеток и распределяли ее по всей поверхности агаровой пластины.

На поверхность засеянных тест-культурой агаровых пластин в чашках петри размещали диски из фильтровальной бумаги, пропитанные эфирными маслами и известными антибактериальными средствами. Затем чашки с посевами помещали в термостат при температуре $(30 \pm 2)^\circ\text{C}$ на 48 ч.

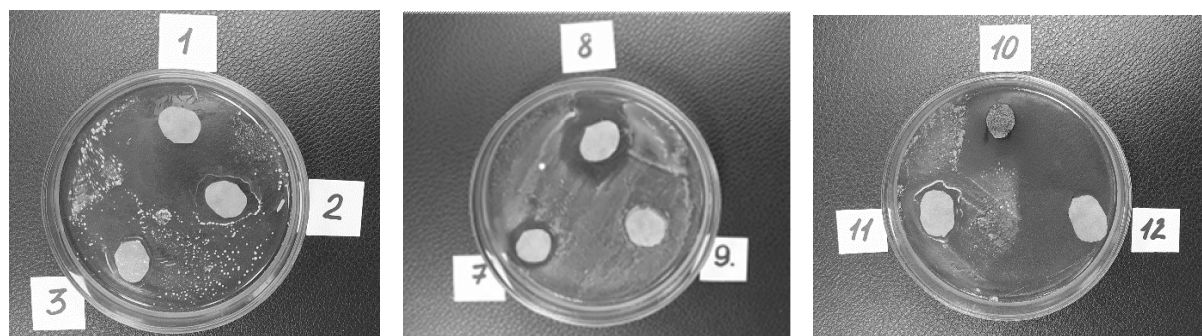
Оценку действия на бактериальную тест-культуру проводили по наличию или отсутствию роста микроорганизмов вокруг дисков, размеру зон. Интенсивность бактериального роста определялась визуально сравнением с ростом в контроле. Контролем являлся посев без внесения на поверхность агара дисков из фильтровальной бумаги.

Результаты тестирования эфирных масел на бактериальную культуру *Streptococcus* spp. представлены в таблице 1 и на рисунке.

Таблица 1 – Результаты действия эфирных масел на бактериальную тест-культуру

Тестируемое средство	Характер действия на тест-культуру	Размер зоны, мм
1. Эфирное масло розмарина	Антибактериальное	30
2. Эфирное масло лаванды горной*	Антибактериальное	15
3. Эфирное масло сандала	Антибактериальное	10
4. Эфирное масло мяты	Антибактериальное	25
5. Эфирное масло шалфея	Антибактериальное с наличием отдельных резистентных клеток в антимикробной зоне	20
6. Эфирное масло чайного дерева	Антибактериальное с наличием отдельных резистентных клеток в антимикробной зоне	25
7. Эфирное масло можжевельника	Антибактериальное	20
8. Эфирное масло бергамота	Антибактериальное	30
9. Эфирное масло пихты сибирской	Бактериостатическое	18
10. Краситель фуксин (водно-спиртовой раствор)	Антибактериальное	40
11. Эфирное масло розового дерева*	Антибактериальное	12
12. Левомецетин	Антибактериальное	60
13. Этиловый спирт медицинский 97% об.	Бактериостатическое	17
14. Йод	Антибактериальное	22
15. Сок чеснока	Бактериостатическое	40
* На границе антимикробной зоны и роста бактериальной культуры в чашке наблюдается небольшая зона стимуляции роста.		

Фотографии некоторых результатов биотестирования эфирных масел и известных антимикробных средств чашечным методом (номера дисков соответствуют номерам тестируемых средств в таблице)



Все исследуемые в работе эфирные масла в той или иной степени проявляли действие на бактериальную тест-культуру. Выделенный из ротовой полости штамм бактерии *Streptococcus* spp. проявил наименьшую чувствительность к эфирному маслу пихты сибирской, сандала, розового дерева, лаванды горной. Также только снизили интенсивность роста бактерии этиловый спирт и сок чеснока, используемые в исследовании для сравнения действия эфирных масел с общеизвестными антимикробными средствами.

Наибольшую антибактериальную активность среди эфирных масел проявили масла розмарина, бергамота, чайного дерева и мяты. Действие эфирных масел оказалось менее выраженным, чем антибактериальное действие антибиотика левомецетина, но сопоставимо с действием раствора йода.

Эфирные масла имеют состав, насчитывающий зачастую более 30–40 компонентов [8] (таблица 2). Также химический состав одного и того же вида масла может значительно зависеть от места произрастания растения [9].

Таблица 2 – Основные компоненты эфирных масел

Номер образца	Наименование эфирного масла	Основные компоненты химического состава
1-й	Эфирное масло розмарина	1,8-Цинеол 17–32%, лимонен, камфора 17%, α - и β -пинен, борнеол 16–19%, борнилацетат 1–7%, изоалантолактон 10%, камфен 8%
2-й	Эфирное масло горной лаванды	Линалилацетат 35–45%, линалоол 30–35%, терпинен-4-ол до 5%, лавандулилацетат до 2%
3-й	Эфирное масло сандала	α - и β -Сантален 2–10%, α -санталол 45–50%, <i>цис</i> - β -санталол 15–30%, <i>эпи</i> - β -санталол 2–7%, α -транс-бергамотол 2–6%
4-й	Эфирное масло мяты перечной	Ментол, монотерпен ментон, терпеноид ментилацетат, кариофиллен, лимонен, изоментон
5-й	Эфирное масло шалфея лекарственного	Линалоол и ланалил ацетат, борнеол, цинеол и камфора
6-й	Эфирное масло чайного дерева	Терпинен-4-ол, γ -терпинен, α -терпинен, <i>пара</i> -цимол, α -терпинеол, терпинен, α -пинен, лимонен
7-й	Эфирное масло можжевельника	α -Пинен, сабинен, мирцен, борнеол, кардинен, камфен, терпеновые спирты
8-й	Эфирное масло бергамота	Около 50% состава – сложный эфир линалилацетат; спирты, относящиеся к терпеноидам; природные ароматические углеводороды той же группы; бергамотовый фурукумарин; метиловый эфир бергаптол
9-й	Эфирное масло пихты сибирской	Камфен, борнеол, борнилацетат, изоборнилацетат, β -кариофиллен, α -пинен
11-й	Эфирное масло розового дерева	Линалоол 85–95%, терпинеол 5%, гераниол 1%, α -терпинеол 3%, 1,8-цинеол 1%
Примечание – Источники: данные производителей и статья [7].		

Исследование и применение эфирных масел в качестве антимикробных агентов в средствах гигиены полости рта, косметических и других средствах является, на взгляд авторов, перспективным, так как вместе с антимикробным действием они формируют аромат, вкус, способны благотворно влиять на психологическое состояние и физиологию организма человека, являются натуральными компонентами. Однако их применение в составе продукции требует предоставления информации для потребителей о возможных аллергических реакциях, что может установить проведение предварительного теста на чувствительность кожи запястья перед применением средства с эфирными маслами в составе.

Таким образом, основываясь на результатах биотестирования антимикробной активности эфирных масел с использованием штамма бактерии *Streptococcus* spp., выделенного из зубного налета, для использования в составе средств гигиены полости рта можно рекомендовать эфирные масла розмарина, мяты, бергамота и чайного дерева.

Список использованной литературы

1. **Виноградова, А. В.** Основы микробиологии и биоповреждаемость товаров : учеб. пособие / А. В. Виноградова, О. Г. Котоменкова, Е. П. Багрянцева. – Курск : Университет. кн., 2023. – Ч. I : Основы микробиологии. – 84 с.
2. **Виноградова, А. В.** Изменение свойств окрашенных полиэфирных швейных ниток под действием микроорганизмов / А. В. Виноградова // Хим. волокна. – 2010. – № 4. – С. 41.
3. **Правосудова, Н. А.** Микробиология полости рта : учеб.-метод. пособие / Н. А. Правосудова, В. Л. Мельников. – Пенза : ПГУ, 2013. – 89 с.
4. **Маланьин, И. В.** Влияние пародонтопатогенной микрофлоры на интенсивность развития кариесогенных микроорганизмов / И. В. Маланьин // Кубан. науч. мед. вестн. – 2007. – № 3. – С. 39–43.
5. **Сидорова, Н. Р.** Оценка антимикробных свойств эфирных масел / Н. Р. Сидорова, А. В. Виноградова // Современные научные взгляды в эпоху глобальных трансформаций: проблемы, новые векторы развития : материалы XLII Всерос. науч.-практ. конф., Ростов-на-Дону, 16 дек. 2021 г. / Юж. ун-т. – Ростов н/Д, 2021. – С. 854–856.

6. **Исследование** биостойкости ароматизированных швейных ниток / А. С. Каневский [и др.] // Швейная пром-сть. – 2005. – № 1. – С. 22.

7. **Виноградова, А. В.** Тестирование антимикробного действия эфирных масел для оценки эффективности их использования в составе средств ухода за полостью рта / А. В. Виноградова, Ю. Д. Григорьева // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли : материалы Всерос. науч.-практ. и учеб.-метод. конф., Санкт-Петербург, 15–19 мая 2023 г. : в 8 ч. / С.-Петерб. политехн. ун-т Петра Великого. – СПб., 2023. – Ч. 4. – С. 638–646.

8. **Эфирные** масла и их качество / В. С. Паштецкий [и др.]. – Симферополь : АРИАЛ, 2021. – 212 с.

9. **Соловьева, Е. С.** Состав и свойства эфирного масла пихты сибирской *Abies*, произрастающей в разных районах Кировской области / Е. С. Соловьева, Т. А. Адамович // Химия раст. сырья. – 2020. – № 3. – С. 291–297.

УДК 087.5

К. В. Илларионова (elkv@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент

А. В. Алешина (toniagonya@gmail.com),
студентка

Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА КНИЖНЫХ ИЗДАНИЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ, РЕАЛИЗУЕМЫХ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Представлены результаты оценки соответствия маркировки, внешнего вида, физико-механических, гигиенических и оптических показателей качества литературно-художественных книжных изданий для детей, реализуемых на потребительском рынке Российской Федерации, которые показали, что наиболее высокими значениями показателей качества книжных изданий для детей обладают образцы «Малыши» и «Рапунцель», выпущенные российскими издательствами.

The results of the assessment of the conformity of labeling, appearance, physico-mechanical, hygienic and optical quality indicators of literary and artistic book publications for children sold on the consumer market of the Russian Federation are presented, which showed that the samples “Malyshy” and “Rapunzel” released by Russian publishing houses have the highest values of quality indicators of book publications for children.

Ключевые слова: книжные издания для детей; оценка качества; соответствие маркировки; плотность бумаги; белизна бумаги; гигиенические показатели качества книжных изданий.

Key words: book publications for children; quality assessment; labeling compliance; paper density; paper whiteness; hygienic quality indicators of book publications.

Ассортимент книжных изданий для детей в России отличается большим разнообразием. Детская литература вошла в число приоритетов российских издателей и книготорговцев в 2008 г., и с тех пор этот рынок растет в денежном объеме и в объеме продукции. На данный момент насчитывается более 70 книжных издательств, выпускающих книги для детей [1].

Целью исследования является проведение оценки качества книжных изданий для детей, реализуемых торговыми предприятиями Российской Федерации.

В качестве объектов исследования были выбраны литературно-художественные книжные издания для детей дошкольного и младшего школьного возраста различных издательств, характеристика которых представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика образцов литературно-художественных книжных изданий для детей

Сведения	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3	Образец № 4	Образец № 5	Образец № 6
Название	Сказки о доброте	Малыши	Рапунцель	Сказка-былина про Илью Муромца	Курочка Ряба	Бело-снежка
Автор	Г. В. Ульева	Г. А. Балл	Братья Гримм в переводе Г. Петниковой	Народная	Народная сказка	Братья Гримм в пересказе С. Кузьмина

Окончание таблицы 1

Сведения	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3	Образец № 4	Образец № 5	Образец № 6
Возрастные рекомендации	Старший дошкольный возраст	3–5 лет	Дошкольный возраст	Младший школьный возраст	Дошкольный и младший школьный возраст	Дошкольный и младший школьный возраст
Количество страниц	32	16	16	63	10	10
Печать (бумага)	Офсет	Офсет	Офсет	Офсет	Офсет	Офсет
Формат	84×108/16	60×90/8	84×108/16	60×90/16	60×84/8	60×84/8
Размер (ширина, высота, глубина), мм	198×260×2	215×274×2	195×255×1	1400×210×3	200×285×1	204×285×1
Тираж, экз.	5 000	Доп. тираж 10 000	Доп. тираж 7 000	10 000	8 000	5 030
Переплет	Мягкий переплет (крепление скрепкой)	Мягкий переплет (крепление скрепкой)	Мягкий переплет (крепление скрепкой)	Мягкий переплет (крепление скрепкой)	Мягкий переплет (крепление скрепкой)	Мягкий переплет (крепление скрепкой)
Иллюстрации	Цветные	Цветные	Цветные	Нет	Цветные	Цветные
Масса, г	82	85	82	61	34	43
Средняя цена реализации, р.	130	70	100	80	135	135
Страна производства	Россия	Россия	Россия	Украина	Белоруссия	Белоруссия

Определение показателей качества образцов проводилось стандартными методами в соответствии с нормативно-техническими документами, регламентирующими требования к качеству книжных изданий для детей [2–5].

Результаты анализа маркировки и выходных сведений у первых четырех исследуемых книжных литературно-художественных изданий для детей дошкольного возраста показали соответствие требованиям ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков». У образцов № 5 и 6 отсутствует элемент маркировки – единый знак обращения продукции на рынке государств-членов Евразийского экономического союза [2].

Наиболее соответствующим ГОСТ Р 7.0.4-2020 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Выходные сведения. Общие требования и правила оформления» оказался образец № 4 «Сказка-былина про Илью Муромца», у него не выявлено ни одного нарушения, а наименее соответствующим – образец № 1 «Сказки о доброте», имеющий четыре выявленных нарушения: некорректное место расположения на странице классификационных индексов УДК и ББК, авторского знака, знака охраны авторского права [6].

В таблице 2 отражены результаты визуальной оценки наличия критических дефектов образцов книжных изданий. У образца № 1 (книжное литературно-художественное издание для детей старшего дошкольного возраста «Сказки о доброте») обнаружен дефект, затрудняющий его использование по назначению, в виде незагнутой нижней скобы. Наличие данного дефекта может привести к механическому повреждению кожи или одежды ребенка, так как скобы имеют довольно острые края. Данный образец не соответствует требованиям ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» и ОСТ 29.42-98 «Полиграфическое производство. Дефекты полуфабрикатов и готовой продукции. Термины и определения» и должен был быть снят с реализации [2; 7].

Таблица 2 – Результаты оценки качества образцов литературно-художественных книжных изданий для детей

Показатели качества	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3	Образец № 4	Образец № 5	Образец № 6
Маркировка	+	+	+	+	–	–
Выходные сведения	–	–	–	+	–	–
Внешний вид	–	+	+	–	–	–
Плотность, г/см ³	0,66	0,74	0,73	0,69	0,74	0,79
Гигиенические показатели	+	+	+	–	+	+
Корешковое поле, мм	23	23	20	15	28	25
Верхнее поле, мм	25	23	23	16	–	18

Показатели качества	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3	Образец № 4	Образец № 5	Образец № 6
Наружное поле, мм	25	25	25	14	30	24
Нижнее поле, мм	25	23	32	16	20	–
Длина строки, мм	148	166	148	110	125	155
Белизна, %	82,65	83,52	82,66	79,37	84,46	84,87
Количество перегибов, шт.	7 495	9 979	10 967	6 112	3 746	10 687
Примечание – В таблице использованы следующие обозначения: «+» – соответствует требованиям нормативно-технической документации; «–» – не соответствует требованиям нормативно-технической документации.						

У образца № 4 (книжного литературного издания для детей младшего школьного возраста «Сказка-былина про Илью Муромца») визуально определяется коробление обложки над местом крепления нижней скобы, смятия страниц под ним не наблюдается. Образцы № 5 и 6 (книжные литературные издания для детей дошкольного и младшего школьного возраста «Курочка Ряба» и «Белоснежка» белорусских издательств) имеют одинаковые дефекты в виде механических повреждений издания, смятых страниц, а также коробления обложек изданий и должны были быть сняты с реализации. Эти дефекты могли возникнуть как в ходе нарушения технологического процесса изготовления издания, так и при нарушении условий транспортировки и хранения [7].

В таблице 2 представлены результаты определения плотности бумаги исследуемых образцов книжных изданий для детей. Исходя из данного показателя бумагу образца № 1 «Сказки о доброте» ($0,66 \text{ г/см}^3$) и образца № 4 «Сказка-былина про Илью Муромца» ($0,69 \text{ г/см}^3$) можно отнести к бумаге офсетной № 2 марки «Б», а бумагу образца № 6 («Белоснежка», Белоруссия) – к офсетной бумаге № 2 марки «А». Бумага образцов № 2, 3 и 5 («Малыши», «Рапунцель» и «Курочка Ряба») по значениям плотности ($0,74$; $0,73$ и $0,74 \text{ г/см}^3$ соответственно) входит в пересекающийся диапазон для бумаги данных марок ($0,70\text{--}0,75 \text{ г/см}^3$) и не может быть четко отнесена к одной из них по этому показателю.

В таблице 2 представлена оценка гигиенических показателей образцов книжных изданий для детей первой и второй возрастных групп. Размеры полей у издания № 4 «Сказка-былина про Илью Муромца» украинского производства формата $60 \times 90/16$ не соответствуют показателям стандарта. Так, в частности, верхнее и наружное поля составляют менее 18 мм (16 и 14 мм соответственно), нижнее – менее допустимых 22 мм, а именно 16 мм. Остальные образцы соответствуют требованиям стандарта по размерам полей изданий для детей первой и второй возрастных групп. Согласно проведенному измерению длин строк страниц книжных изданий все исследуемые образцы по этому показателю соответствуют нормативно-технической документации [5].

Определение белизны бумаги образцов книжных изданий осуществлялось электронным спектрофотометром [8], результаты приведены в таблице 2. Согласно ГОСТ 9094-89 «Бумага для печати офсетная. Технические условия» белизна для бумаги № 2 марки «А» должна быть не менее 74,0% [3]. Таким образом, все исследуемые книжные издания соответствуют данному показателю. Наибольшей белизной обладает образец № 6 («Рапунцель» белорусского издательства) с белизной 84,87%, а наименьшей – образец № 4 («Сказка-былина про Илью Муромца» украинского издательства) с белизной 79,37%.

В таблице 2 представлены результаты испытания по измерению количества перегибов бумаги образцов перед разрывом. Количеством перегибов устанавливают степень устойчивости бумаги к физико-механическим воздействиям и ее износостойкости. Из данного исследования можно сделать вывод, что наиболее устойчивыми к перегибам являются образцы № 3 «Рапунцель» и № 6 «Белоснежка», а менее устойчивым к такому воздействию оказался образец № 5 «Курочка Ряба». Также замечается отсутствие у данного показателя прямой корреляции со значением плотности бумаги. Так, у образца № 5 плотность является второй по величине среди исследуемых образцов ($0,74 \text{ г/см}^3$). В то же время пятый образец является самым ранее выпущенным из всех (2011 г.), что может указывать на «усталость» бумаги.

Наибольшее количество нарушений внешнего вида, приводящих к снижению качества изданий, выявлено у образца № 5 «Курочка Ряба» и образца № 6 «Белоснежка» – по два дефекта (коробление обложки, смятые страницы). Это может быть обусловлено давним выпуском этих изданий (2011 и 2014 гг.), а соответственно, большей степенью их изношенности вследст-

вие более длительных сроков хранения на складах и транспортировок. Критический дефект, недопустимый и опасный для здоровья в виде незагнутой части скобы, имеет образец № 1 «Сказки о доброте».

Также гигиеническим требованиям по размеру полей страниц книжных изданий для детей в зависимости от возрастной группы не соответствует образец № 4 «Сказка-былина про Илью Муромца».

Проведенное исследование показало, что наиболее высокими значениями показателей качества книжных изданий для детей обладают образец № 2 – книжное литературно-художественное издание для детей 3–5 лет «Малыши» и образец № 3 – книжное литературно-художественное издание для детей дошкольного возраста «Рапунцель», выпущенные российскими издательствами.

Список использованной литературы

1. **Алешина, А. В.** Анализ современного ассортимента книжных изданий для детей, представленных на потребительском рынке Санкт-Петербурга / А. В. Алешина, К. В. Илларионова // Наука молодых – будущее России : материалы 8-й Междунар. науч. конф. перспектив. разработок молодых ученых, Курск, 12–13 дек. 2023 г. / Вольное эконом. о-во России, Пятигор. ин-т (фил.) Сев.-Кавказ. федер. ун-та. – Курск, 2023. – С. 410–413.

2. **О безопасности** продукции, предназначенной для детей и подростков [Электронный ресурс] : ТР ТС 007/2011 : принят 23.09.2011 : вступ. в силу 01.07.2012 / Комис. Тамож. союза // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов / АО «Кодекс». – СПб., 2024.

3. **Издания** книжные и журнальные для детей и подростков. Общие технические условия : ОСТ 29.127-2002. – Введ. 01.03.05. – М. : Стандартинформ, 2003. – 35 с.

4. **Бумага** для печати офсетная. Технические условия : ГОСТ 9094-89. – Введ. 01.07.90. – М. : Изд-во стандартов, 1989. – 12 с.

5. **Издания** книжные и журнальные. Форматы : ГОСТ 5773-90. – Введ. 01.07.91. – М. : Изд-во стандартов, 2004. – 4 с.

6. **Система** стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения : ГОСТ Р 7.0.60-2020. – Введ. 01.12.20. – М. : Изд-во стандартов, 1994. – 42 с.

7. **Полиграфическое** производство. Дефекты полуфабрикатов и готовой продукции. Термины и определения : ОСТ 29.42-98. – Введ. 01.01.98. – М. : Изд-во стандартов, 1999. – 28 с.

8. **Асфондьярова, И. В.** Физические, химические, физико-химические свойства и методы контроля качества : учеб. пособие / И. В. Асфондьярова, К. В. Илларионова, Р. Р. Мухутдинов. – СПб. : Троиц. мост, 2023. – 184 с.

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ИЗДЕЛИЙ ИЗ ПЛАСТМАСС

В статье рассматриваются результаты оценки показателей качества посудохозяйственных изделий из пластмасс стандартными методами.

The article discusses the results of assessing figures of merit of plastic tableware products using standard methods.

Ключевые слова: пластмассовая посуда; безопасность товаров; качество; конкурентоспособность; показатель качества.

Key words: plastic tableware products; products safety; quality; competitiveness; figure of merit.

В настоящее время в розничной торговой сети Республики Беларусь широко представлены посудохозяйственные изделия из пластмасс. По сравнению с аналогичными изделиями из других материалов (стекла, металлов, керамики) эти изделия имеют ряд преимуществ: они легкие, но при этом достаточно прочные, имеют красивый внешний вид и удобны в применении. Многие посудохозяйственные изделия из пластмасс контактируют с пищевыми продуктами и телом человека и поэтому должны соответствовать ряду стандартных требований, важнейшими из которых являются требования безопасности, а также требования к функциональным, эргономическим и эстетическим свойствам изделий.

Целью данного исследования являлась оценка показателей качества посудохозяйственных изделий, контактирующих с пищевыми продуктами. Объектами оценки являлись шесть образцов кувшинов различных производителей: ОАО «Полесье» (г. Кобрин) – одно изделие, ОАО «Борисовский завод пластмассовых изделий» – одно изделие, ОАО «Минский завод «Термопласт» – два изделия, а также два изделия зарубежных производителей (Китай). Все оцениваемые изделия в соответствии с маркировкой изготовлены из полипропилена, способ производства – литье под давлением, вид отделки – цветная пластмасса.

Оценку показателей качества посудохозяйственных изделий из пластмасс проводили в соответствии с требованиями и методами оценки показателей качества, изложенными в ГОСТ 34827-2022 «Посуда и изделия из пластмасс. Общие технические условия».

Для оценки качества посудохозяйственных изделий были выбраны следующие показатели: внешний вид, вместимость изделий, стойкость к горячей воде, миграция красителя и стойкость к загрязнению. Все выбранные показатели можно достаточно просто оценить, используя стандартные методы.

Внешний вид изделий проверяли визуально без применения увеличительных приборов путем сравнения с требованиями стандарта: изделия не должны иметь острых (режущих, колющих) кромок, не допускается выступание литника над опорной поверхностью. Отдельно оценивали состояние наружной и внутренней поверхностей изделия. Внешний вид наружной поверхности изделия должен удовлетворять следующим требованиям: не должно быть дефектов, портящих внешний вид (таких, как раковины, вздутия, трещины, грат, следы течения, линии холодного стыка, царапины, сколы); инородных включений в количествах, превышающих допустимые по нормативному или техническому документу на материал, из которого изготовлено изделие, и их локальных скоплений. Высота или глубина следов от формирующего инструмента не должна быть более 0,5 мм. Внешний вид внутренней поверхности изделия должен

удовлетворять следующим требованиям: высота или глубина следов от формующего инструмента должна быть не более 0,5 мм.

Вместимость изделий проверяли, наливая воду комнатной температуры из мерной посуды до перелива через край или сливное устройство. За вместимость принимали объем воды, израсходованной на наполнение изделия. Вместимость изделия должна соответствовать маркировке.

Стойкость к горячей воде проверяли путем заполнения изделия водой температурой $(60 \pm 5) ^\circ\text{C}$. После выдержки в течение 10 мин из изделия удаляли воду, охлаждали и насухо протирали поверхность. После испытания изделие должно оставаться без видимых изменений, а вода внутри него не должна окрашиваться.

Миграцию красителя проверяли пятикратной протиркой изделия белым ватным диском, предварительно смоченным водой температурой 30–40 $^\circ\text{C}$. По окончании протирки на ткани или тампоне не должно оставаться следов красителя.

Стойкость к загрязнению изделия оценивали следующим образом: поверхность обрабатывали горячим мыльным раствором и вытирали насухо. Затем на обработанную поверхность наносили небольшое количество вещества-загрязнителя (растительного масла). После выдержки в течение 2 ч поверхность промывали горячим мыльным раствором, насухо протирали и осматривали при дневном освещении. Поверхность должна быть чистой, без каких-либо видимых изменений.

В таблице 1 приведены результаты оценки показателей качества образца № 1.

Таблица 1 – Результаты оценки показателей качества образца № 1 (кувшин, ОАО «Полесье», г. Кобрин)

Показатели	Метод определения, ссылка на ТНПА	Значение параметра (характеристика, показатель)	
		фактическое	соответствие ТНПА
Внешний вид	Визуальный, пункт 6.2 ГОСТ 34827	Поверхность изделия гладкая, без видимых дефектов на внутренней и наружной поверхности, режущие кромки отсутствуют, литник не выступает над опорной поверхностью, посторонние включения не обнаружены	Соответствует требованиям стандарта
Вместимость изделия	Измерительный, пункт 6.4 ГОСТ 34827	На наполнение изделия использовано 1,5 л воды	Соответствует маркировке изделия
Стойкость к горячей воде	Визуальный, пункт 6.5 ГОСТ 34827	После испытания внешний вид изделия не изменился, вода не окрасилась	Соответствует требованиям стандарта
Миграция красителя	Визуальный, пункт 6.6 ГОСТ 34827	После испытания следов красителя на поверхности ватного диска не обнаружено	Соответствует требованиям стандарта
Стойкость к загрязнению	Визуальный, пункт 6.19 ГОСТ 34827	После испытания на поверхности изделия следов загрязнителя не обнаружено, состояние поверхности не изменилось	Соответствует требованиям стандарта

В соответствии с данными таблицы 1 образец № 1 по всем оцениваемым показателям качества соответствует требованиям стандарта.

Рассмотрим результаты оценки показателей качества образца № 2 в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты оценки показателей качества образца № 2 (кувшин мод. 70081, Китай)

Показатели	Метод определения, ссылка на ТНПА	Значение параметра (характеристика, показатель)	
		фактическое	соответствие ТНПА
Внешний вид	Визуальный, пункт 6.2 ГОСТ 34827	Поверхность изделия гладкая, на наружной поверхности изделия ниже ручки обнаружены малозаметные потертости, не портящие внешний вид изделия, режущие кромки отсутствуют, литник не выступает над опорной поверхностью, посторонние включения не обнаружены. Снизу обнаружены следы пленки, не ухудшающие внешний вид изделия	Соответствует требованиям стандарта
Вместимость изделия	Измерительный, пункт 6.4 ГОСТ 34827	На наполнение изделия использовано 1,5 л воды	Соответствует маркировке изделия
Стойкость к горячей воде	Визуальный, пункт 6.5 ГОСТ 34827	После испытания внешний вид изделия не изменился, вода не окрасилась	Соответствует требованиям стандарта
Миграция красителя	Визуальный, пункт 6.6 ГОСТ 34827	После испытания следов красителя на ватном диске не обнаружено	Соответствует требованиям стандарта
Стойкость к загрязнению	Визуальный, пункт 6.19 ГОСТ 34827	После испытания обнаружены следы загрязнителя на внутренней поверхности ручки кувшина. Состояние наружной поверхности не изменилось	Не соответствует требованиям стандарта

В соответствии с данными таблицы 2 образец № 2 не соответствует требованиям стандарта по показателю стойкости к загрязнению. Это связано с не вполне удачной конструкцией ручки кувшина. Поскольку ручка полая, часть загрязнителя попадает внутрь и не поддается полной очистке. На поверхности изделия обнаружены малозаметные следы потертостей, не снижающие качества изделия и следы пленки (допускаются при отделке изделий декоративными термоусадочными пленками).

Результаты оценки показателей качества образца № 3 приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Результаты оценки показателей качества образца № 3 (кувшин мод. С19, ОАО «Борисовский завод пластмассовых изделий»)

Показатели	Метод определения, ссылка на ТНПА	Значение параметра (характеристика, показатель)	
		фактическое	соответствие ТНПА
Внешний вид	Визуальный, пункт 6.2 ГОСТ 34827	Поверхность изделия гладкая, на наружной и внутренней поверхности изделия дефекты не обнаружены, режущие кромки отсутствуют, литник не выступает над опорной поверхностью. В трех местах обнаружены посторонние включения, незначительно отличающиеся по цвету	Соответствует требованиям стандарта. Допускаются стандартом
Вместимость изделия	Измерительный, пункт 6.4 ГОСТ 34827	На наполнение изделия использовано 1,5 л воды	Соответствует маркировке изделия
Стойкость к горячей воде	Визуальный, пункт 6.5 ГОСТ 34827	После испытания внешний вид изделия не изменился, вода не окрасилась	Соответствует требованиям стандарта
Миграция красителя	Визуальный, пункт 6.6 ГОСТ 34827	После испытания следов красителя на ватном диске не обнаружено	Соответствует требованиям стандарта
Стойкость к загрязнению	Визуальный, пункт 6.19 ГОСТ 34827	После испытания следы загрязнителя не обнаружены, состояние поверхности не изменилось	Соответствует требованиям стандарта

Как видно из данных таблицы 3, в целом показатели качества образца № 3 соответствуют требованиям стандарта. На поверхности изделия имеются посторонние включения, не снижающие качества изделия, допустимые стандартом.

Рассмотрим результаты оценки показателей качества образца № 4 в таблице 4.

Таблица 4 – Результаты оценки показателей качества образца № 4 (кувшин мод. 7745, ОАО «Минский завод «Термопласт»)

Показатели	Метод определения, ссылка на ТНПА	Значение параметра (характеристика, показатель)	
		фактическое	соответствие ТНПА
Внешний вид	Визуальный, пункт 6.2 ГОСТ 34827	Поверхность изделия гладкая, на наружной и внутренней поверхности изделия дефекты не обнаружены, режущие кромки отсутствуют, литник не выступает над опорной поверхностью, посторонних включений не обнаружено	Соответствует требованиям стандарта
Вместимость изделия	Измерительный, пункт 6.4 ГОСТ 34827	На наполнение изделия использовано 1,5 л воды	Соответствует маркировке изделия
Стойкость к горячей воде	Визуальный, пункт 6.5 ГОСТ 34827	После испытания внешний вид кувшина не изменился, вода не окрасилась	Соответствует требованиям стандарта
Миграция красителя	Визуальный, пункт 6.6 ГОСТ 34827	После испытания следов красителя на ватном диске не обнаружено	Соответствует требованиям стандарта
Стойкость к загрязнению	Визуальный, пункт 6.19 ГОСТ 34827	После испытания следы загрязнителя не обнаружены, состояние поверхности изделия не изменилось	Соответствует требованиям стандарта

В соответствии с данными таблицы 4 показатели качества образца № 4 соответствуют требованиям стандарта.

Результаты оценки показателей качества образца № 5 приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Результаты оценки показателей качества образца № 5 (кувшин мод. 98160, Китай)

Показатели	Метод определения, ссылка на ТНПА	Значение параметра (характеристика, показатель)	
		фактическое	соответствие ТНПА
Внешний вид	Визуальный, пункт 6.2 ГОСТ 34827	Поверхность изделия гладкая, на дне обнаружена царапина, режущие кромки отсутствуют, литник не выступает над опорной поверхностью, посторонние включения не обнаружены	Соответствует требованиям стандарта

Окончание таблицы 5

Показатели	Метод определения, ссылка на ТНПА	Значение параметра (характеристика, показатель)	
		фактическое	соответствие ТНПА
Вместимость изделия	Измерительный, пункт 6.4 ГОСТ 34827	На наполнение изделия использовано 1,5 л воды	Соответствует маркировке изделия
Стойкость к горячей воде	Визуальный, пункт 6.5 ГОСТ 34827	После испытания внешний вид изделия не изменился, вода не окрасилась	Соответствует требованиям стандарта
Миграция красителя	Визуальный, пункт 6.6 ГОСТ 34827	После испытания следов красителя на ватном диске не обнаружено	Соответствует требованиям стандарта
Стойкость к загрязнению	Визуальный, пункт 6.19 ГОСТ 34827	После испытания следы загрязнителя не обнаружены, состояние поверхности не изменилось	Соответствует требованиям стандарта

Как показывают данные таблицы 5, в целом показатели качества образца № 5 соответствуют требованиям стандарта. На дне изделия обнаружена царапина, не снижающая качества изделия.

Рассмотрим результаты оценки показателей качества образца № 6 в таблице 6.

Таблица 6 – Результаты оценки показателей качества образца № 6 (кувшин мод. 749С, ОАО «Минский завод «Термопласт»)

Показатели	Метод определения, ссылка на ТНПА	Значение параметра (характеристика, показатель)	
		фактическое	соответствие ТНПА
Внешний вид	Визуальный, пункт 6.2 ГОСТ 34827	Поверхность изделия гладкая, на внешней и внутренней поверхности дефектов не обнаружено, режущие кромки отсутствуют, литник не выступает над опорной поверхностью, посторонние включения не обнаружены	Соответствует требованиям стандарта
Вместимость изделия	Измерительный, пункт 6.4 ГОСТ 34827	На наполнение изделия использовано 1,5 л воды	Соответствует маркировке изделия
Стойкость к горячей воде	Визуальный, пункт 6.5 ГОСТ 34827	После испытания внешний вид изделия не изменился, вода не окрасилась	Соответствует требованиям стандарта
Миграция красителя	Визуальный, пункт 6.6 ГОСТ 34827	После испытания следов красителя на ватном диске не обнаружено	Соответствует требованиям стандарта
Стойкость к загрязнению	Визуальный, пункт 6.19 ГОСТ 34827	После испытания следы загрязнителя не обнаружены, состояние поверхности не изменилось	Соответствует требованиям стандарта

Из данных таблицы 6 видно, что все показатели качества образца № 6 соответствуют требованиям стандарта.

Результаты оценки показателей качества образцов кувшинов показали, что все изделия, за исключением образца № 2, в целом соответствуют требованиям стандарта. В отдельных изделиях обнаружены незначительные дефекты, допустимые стандартом. Так, в образце № 3 имеются посторонние включения (три случая), а в образце № 5 – царапина на дне изделия. Указанные недостатки не ухудшают качество изделия.

Образец № 2 (кувшин мод. 70081, Китай) не соответствует требованиям стандарта по показателю стойкости к загрязнению. Это связано с не вполне удачной конструкцией ручки кувшина. Кроме того, на поверхности изделия обнаружены малозаметные следы потертостей, не снижающие качества изделия и следы пленки (допускаются при отделке изделий декоративными термоусадочными пленками).

Таким образом, целесообразно усилить контроль за качеством посуды хозяйственных изделий, поступающих на белорусский рынок от зарубежных производителей, чтобы не допустить насыщение рынка товарами ненадлежащего качества.

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Проведен опрос потребителей колбасных изделий в сети Интернет. Анализ результатов изучения мнений респондентов позволил выявить потребительские предпочтения для формирования ассортимента колбасных изделий в розничных торговых предприятиях.

A survey of sausage consumers on the Internet was conducted. Analysis. The results of the study of respondents' opinions allowed us to identify consumer preferences for the formation of a range of sausage products in retail trade enterprises.

Ключевые слова: колбасные изделия; опрос потребителей; потребительские предпочтения; анализ потребительских предпочтений; формирование ассортимента.

Key words: sausage products; consumer survey; consumer preferences; analysis of consumer preferences; assortment formation.

Социально-практическая проблема современного товароведения – потеря качества готовой продукции [1].

При этом ассортимент продукции, с точки зрения Ю. В. Тарануха [2], является как ключевым составляющим элементом розничной стратегии и оружием в конкурентной борьбе, так и элементом в потребительской корзине. Непрерывное изменение связано со стихийным поведением потребителей и быстрой тенденцией развития современного мира.

По мнению Н. Н. Камарович и М. Л. Микулинич [3], на потребительском рынке колбасные изделия относятся к часто употребляемым продуктам питания, и спрос на них достаточно стабилен.

Вместе с тем Д. С. Туголуков и Б. Тохириен [4] полагают, что чем больше потребители приобретают продукцию отечественного производителя колбасных изделий, тем больше они стимулируют мясоперерабатывающие предприятия к расширению ассортиментного ряда и производству более качественной продукции.

Так, Л. В. Михайлова и Л. Н. Шмакова [5] отмечают, что торговая организация приобретает опыт формирования и управления востребованного ассортимента, анализируя результаты потребительских предпочтений колбасных изделий на региональном рынке.

Для изучения потребительских предпочтений на рынке колбасных изделий был проведен опрос в сети Интернет.

В опросе приняли участие 129 человек, из них употребляют колбасные изделия 86,8% покупателей, которые и продолжили участие в дальнейшем исследовании.

В опросе участвовали респонденты из разных регионов России, основная их часть проживает в Санкт-Петербурге (более 70%). Более 4/5 опрошиваемых – представительницы женского пола (83%). Основной возраст респондентов 18–25 лет (58%), доля респондентов в возрасте 26–45 лет и старше 45 лет составила около 2/5 ($\approx 41\%$).

Результаты исследования представлены на рисунках 1–6. На основе данных рисунков можно сделать следующие выводы:

1. Почти половина опрошиваемых (47,3%) употребляет колбасные изделия несколько раз в неделю (рисунок 1), один раз в неделю и реже – 42,9% респондентов, а ежедневно – лишь 1/10 (9,8%).

2. 3/4 опрошиваемых (рисунок 2) приобретают колбасные изделия в продовольственных магазинах и гипермаркетах (75%), в фирменных торговых точках – 15,2%.

3. В ходе опроса респонденты отметили, что приобретают все виды колбасных изделий (рисунок 3), но большая доля приходится на сардельки и сосиски (62,5%).

4. Респонденты употребляют колбасные изделия разных торговых марок (рисунок 4), при этом наибольшее предпочтение отдается продукции «Черкизово», «Вязанка» и «Великолукский мясокомбинат» (около 50%). Также следует отметить, что для почти 1/5 покупателей (18,8%) торговая марка продукции не имеет значения.

5. На выбор колбасных изделий для большинства опрошенных (78,6%) важны в первую очередь органолептические показатели (вкус, внешний вид, запах) (рисунок 5). Однако для потребителей также важны стоимость (64,3%) и состав ингредиентов (55,4%).

6. При анализе состава мясных ингредиентов (рисунок 6) большинство респондентов (35,7%) отметили, что для них не важен вид мяса, из которого изготавливается колбасное изделие. Среди тех, кто обращает внимание на вид мясного полуфабриката, предпочтение отдается свинине и говядине (35,7%), а также и свинине и говядине с добавлением мяса птицы (25,9%).

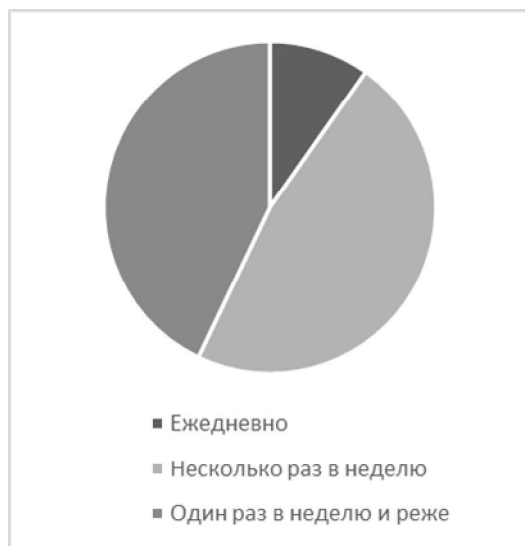


Рисунок 1 – Результаты анкетирования по запросу «Как часто Вы употребляете колбасные изделия?»



Рисунок 2 – Результаты анкетирования по запросу «Где Вы обычно приобретаете колбасные изделия?»

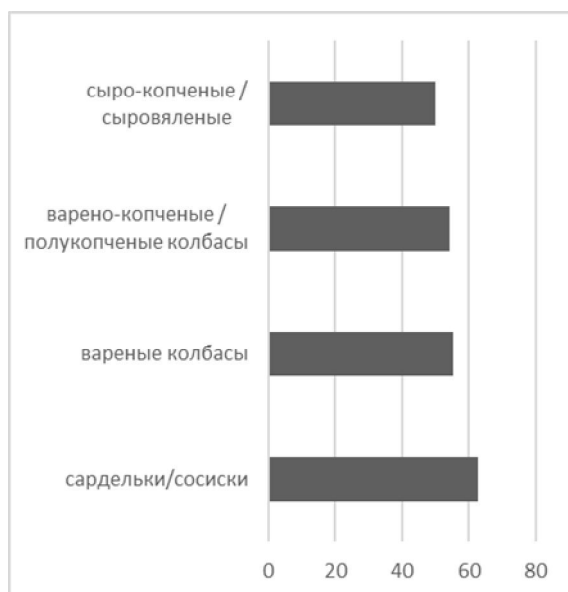


Рисунок 3 – Результаты анкетирования по запросу «Какие колбасные изделия Вы предпочитаете?»

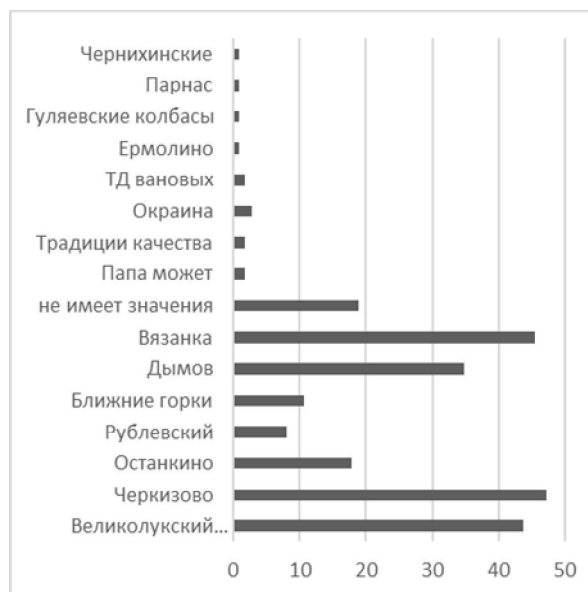


Рисунок 4 – Результаты анкетирования по запросу «Изделия каких торговых марок (брендов) Вы предпочитаете?»

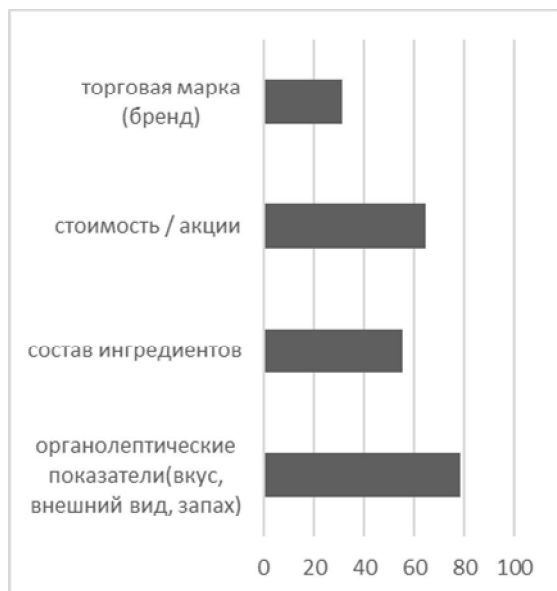


Рисунок 5 – Результаты анкетирования по запросу «Какие факторы являются для Вас предпочтительными при выборе колбасных изделий?»

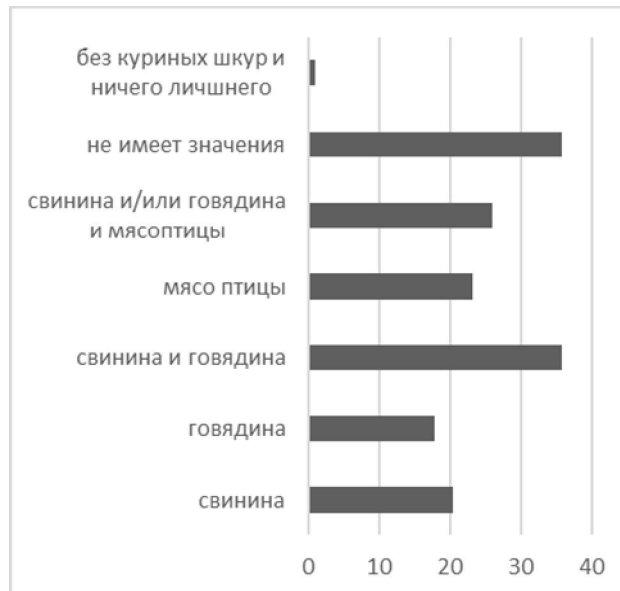


Рисунок 6 – Результаты анкетирования по запросу «Какой состав мясных ингредиентов при выборе колбасных изделий для Вас предпочтителен?»

Таким образом, анализ результатов изучения мнений респондентов позволил выявить потребительские предпочтения для формирования ассортимента колбасных изделий в розничных торговых предприятиях.

Список использованной литературы

1. Рудь, И. В. Квалиметрическая оценка готовой продукции / И. В. Рудь, О. Г. Котоменкова, Е. Е. Нилова // Качество в производственных и социально-экономических системах АПК : материалы Междунар. науч.-техн. конф., Курск, 28 нояб. 2023 г. / Курский гос. аграр. ун-т им. И. И. Иванова. – Курск, 2023. – С. 211–215.
2. Тарануха, Ю. В. Стратегия поведения в современной конкуренции / Ю. В. Тарануха // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 2. – С. 68–84.
3. Камарович, Н. Н. Анализ ассортимента и повышение конкурентоспособности мясных вареных колбасных изделий / Н. Н. Камарович, М. Л. Микулинич // Товароведно-технологические аспекты повышения качества и конкурентоспособности продукции : материалы Всерос. (нац.) науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвящ. Году науки и технологии в РФ, Новосибирск, 18 нояб. 2021 г. / Сиб. ун-т потребит. кооп. – Новосибирск, 2021. – С. 165–171.
4. Туголуков, Д. С. Обзор российского рынка колбасных изделий / Д. С. Туголуков, Б. Тохириен // Новые концептуальные подходы к решению глобальной проблемы обеспечения продовольственной безопасности в современных условиях : материалы 10-й Междунар. науч.-практ. конф., Курск, 14 нояб. 2022 г. / Урал. гос. эконом. ун-т. – Курск, 2022. – С. 273–276.
5. Михайлова, Л. В. Потребительские предпочтения колбасных изделий на региональном рынке / Л. В. Михайлова, Л. Н. Шмакова // Товароведение, технология и экспертиза: инновационные решения и перспективы развития : материалы III нац. науч.-практ. конф., Москва, 2 июня 2022 г. / Моск. гос. акад. ветеринар. медицины и биотехнологии им. К. М. Скрябина. – М., 2022. – С. 195–200.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА МОРОЖЕНОГО

В работе представлены результаты изучения ассортимента мороженого. Эта тема достаточно актуальна. Сейчас, когда мы заходим в магазин, нам достаточно трудно сделать выбор мороженого: в холодильных прилавках представлено более 100 видов этой продукции. Оно почти не заменимо в жаркое время года. Популярность мороженого постоянно растет. Проведенные исследования позволяют прогнозировать спрос мороженого, отвечающего ожиданиям потребителей, и, как следствие, способствовать конкурентоспособности ассортимента данной продукции.

The paper presents the results of studying the range of ice cream. This topic is quite relevant. Now, when we go to the store, it is quite difficult for us to make a choice of ice cream: more than 100 types of these products are presented in the refrigerated counters. It is almost irreplaceable in the hot season. The popularity of ice cream is constantly growing. The conducted research allows to predict the demand of ice cream that meets the expectations of consumers, and, as a result, to promote the competitiveness of the range of products.

Ключевые слова: конкурентоспособность; ассортимент; мороженое.

Key words: competitiveness; assortment; ice cream.

В современных условиях изготовители должны еще на стадии разработки товара или его модификации создавать конкурентоспособный товар с учетом требований, предпочтений и запросов потребителей. За последние годы ассортимент и производство мороженого в Беларуси значительно выросли. На рынке молочных продуктов, пользующихся стабильным спросом, находятся сотни его наименований, и многие из них активно рекламируются. Поэтому соблазн подделать или увеличить объемы мороженого путем разбавления молока водой всегда имеется как у реализатора, так и производителя молочной продукции. Информация о потребителях является экономическим фундаментом деятельности организации, так как она способствует формированию предложений на рынке товаров и услуг в соответствии с их спросом, повышает эффективность работы. Необходимо выяснять, какие факторы определяют решение о покупке товаров.

В последнее время одним из наиболее распространенных методов получения необходимой информации становится опрос определенного круга людей, имеющих непосредственное отношение к исследуемой проблеме. Провести опрос – означает выявить существующие позиции опрашиваемых по некоторому кругу вопросов, относящихся к рассматриваемой проблеме.

Отмеченные обстоятельства обуславливают актуальность и обоснованность наших исследований.

Цель исследования – определить предпочтения покупателей к ассортименту мороженого, представленному на рынке г. Могилева.

Задачи исследования: оценить лояльность потребителей к мороженому; определить уровень приверженности к изготовителю; выявить факторы, влияющие на решение о покупке.

Предметом исследования является характеристика и анализ ассортимента мороженого.

Для определения предпочтений потребителей при выборе мороженого в городе Могилеве был подготовлен ряд вопросов, а также сформулированы возможные ответы на них и проведено анкетирование, в котором приняли участие 100 респондентов.

На вопрос «Какое мороженое Вы предпочитаете покупать?» 80% опрошенных высказались в пользу пломбира. Сливочное мороженое предпочитают 17% опрошенных. Наименьшее предпочтение отдали фруктовому льду – 3%.

Большинство респондентов (55%) покупают мороженое один раз в день, 30% покупают раз в неделю, 10% покупают два раза в день и только 5% покупают очень редко.

Согласно рисунку 1 наиболее предпочтительным изготовителем мороженого на потребительском рынке является СП «Санта Бремор» Республика Беларусь (продукцию этого производителя предпочитают покупать 60% респондентов). На втором месте – ОАО «Морозпродукт» (его предпочитают 20% респондентов), 15% потребителей обычно покупают мороженое произ-

водителя ОАО «Брестское мороженое». Меньше всего потребители отдают предпочтение ОАО «Могилевская фабрика мороженого» – 5%.

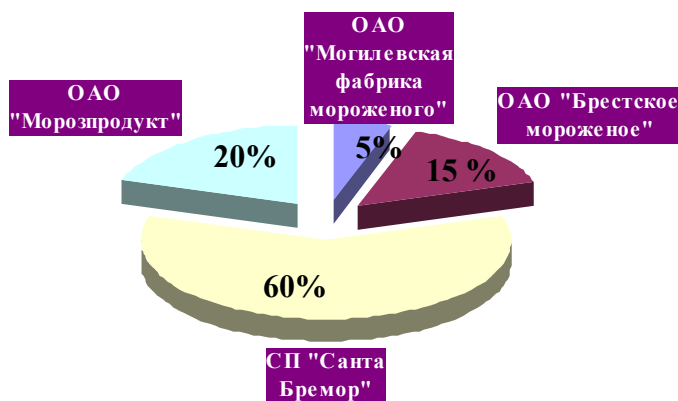


Рисунок 1 – Предпочтения потребителей при выборе мороженого в зависимости от производителя

Из рисунка 2 видно, что предпочтения потребителей при выборе мороженого распределились следующим образом. Лидирующую позицию занимает пломбир на сливках – 55% респондентов отдали ему предпочтение, 17% респондентов предпочитают приобретать мороженое крем-брюле, 10% – с карамелью, 8% – мороженое с добавкой джема, а мороженое с фруктовой и ореховой добавкой приобретают по 5% респондентов.

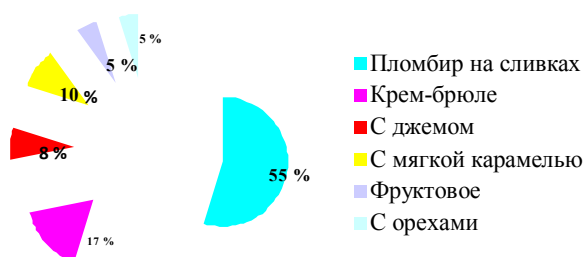


Рисунок 2 – Потребительские предпочтения в выборе мороженого зависят от вкусовых добавок

Мороженое – взбитый, замороженный и потребляемый в замороженном виде сладкий молочный продукт, молочный составной продукт или молочносодержащий продукт [2].

Мороженое изготавливается обычно из молока, сливок, масла, сахара с добавлением вкусовых и ароматических веществ. Мороженое может быть также фруктовым на основе сока и мякоти фруктов и ягод (такое мороженое называется «сорбент») или соевым на основе соевого молока [1].

Исходя из данных, отображенных на рисунке 3, мы видим, что 95% респондентов предпочитают покупать закаленное мороженое. Но все же некоторые потребители покупают мягкое мороженое. Это обусловлено тем, что мягкое мороженое нельзя транспортировать и долго хранить. В кафе, ресторанах, крупных магазинах ставят небольшой мощности компактные фризеры, в которых производят мягкое мороженое и немедленно подают клиенту [1].

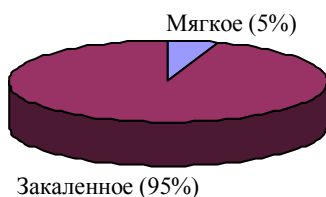


Рисунок 3 – Предпочтения к мороженому в зависимости от степени охлаждения

По мнению большинства опрошенных (42%), решающим фактором при выборе является качество мороженого, для 22% опрошенных решающим фактором при выборе является «мы его давно покупаем», 11% основывают свой выбор на привлекательной цене товара, только 2% делают свой выбор благодаря рекламе и рекомендациям (рисунок 4).

Качественное мороженое является источником таких витаминов, как А, В, Р, D, а также железа и кальция. Мороженое дарит нам энергию и хорошее настроение, снимает нервное напряжение, улучшает работу головного мозга. Но если оно изготовлено из некачественных ингредиентов, то, безусловно, принесет больше вреда, чем пользы [2].

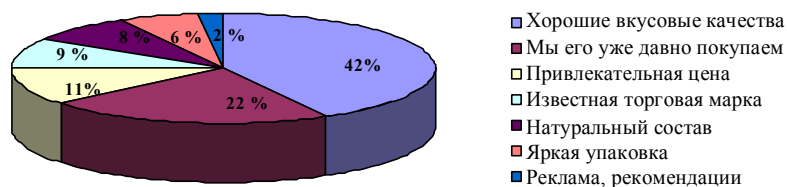


Рисунок 4 – Факторы, влияющие на выбор мороженого

Из проведенного исследования можно сделать заключение, что для обеспечения конкурентоспособного ассортимента мороженого необходимо в большем объеме представить в наличии закаленное мороженое пломбир на сливках преимущественно изготовителей СП «Санта Бремор», ОАО «Морозпродукт» и ОАО «Брестское мороженое». Вся продукция мороженого должна быть качественной.

Список использованной литературы

1. **Коник, Н. В.** Товароведение, экспертиза и сертификация молока и молочных продуктов : учеб. пособие / Н. В. Коник, Е. А. Павлова, И. С. Киселева. – М. : Альфа-М, 2015. – 236 с.
2. **Рощина, Е. В.** Товароведение продовольственных товаров : учеб. / Е. В. Рощина, Ж. В. Кадолич, М. Ф. Бань. – Минск : РИВШ, 2020. – 428 с.

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ПРЯНИЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

В данной статье показаны современные подходы к совершенствованию ассортимента пряничных изделий и актуальность их развития.

This article shows modern approaches to improving the assortment of gingerbread products and the relevance of their development.

Ключевые слова: пряничные изделия; ассортимент; области совершенствования; здоровая и безопасная пища; культура питания; пищевые продукты.

Key words: gingerbread products; assortment; areas of improvement; healthy and safe food; food culture; food products.

Пряники – это один из наиболее древних видов мучных кондитерских изделий. Они издавна изготавливались в России и известны еще со времен Киевской Руси, когда их делали преимущественно на меду. Пряники – излюбленное и распространенное лакомство. Название «пряник» происходит от слова «пряность», так как обязательной добавкой в пряничное тесто являются «сухие духи». Это смесь молотых корицы, гвоздики, кардамона, мускатного ореха, бадьяна, перца душистого и черного, имбиря, ванилина [1].

В последние годы имеется устойчивая тенденция к росту потребления пряников. Это обусловлено не только традиционными вкусами населения, но и относительно малой стоимостью этих изделий при достаточной калорийности и возможности длительного хранения.

Производителями пряничных изделий в Республике Беларусь являются: ОАО «Кондитерская фабрика «Слодych», ООО «Лодисс», многие хлебозаводы, ООО «Салита», ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай», некоторые организации потребительской кооперации и др. Современный рынок пряничных изделий, характеризующийся высоким уровнем конкуренции, заставляет предприятия оперативно реагировать на изменения спроса, подчиняться его потребностям.

В связи с этим совершенствование ассортимента пряничных изделий приобретает особую актуальность.

В настоящее время при разработке технологий новых пищевых продуктов возникает необходимость внедрения наукоемких подходов и инновационных решений, направленных на оптимизацию питания отдельных групп населения, посредством расширения производства продукции импортозамещающей, отвечающей современным требованиям качества и безопасности.

Нами проанализированы научные разработки в ассортименте пряничных изделий. Так, учеными Лаптевой Н. К. и Митькиных Л. В. с целью расширения ассортимента мучных кондитерских изделий для здорового питания разработаны новые пряничные изделия повышенной пищевой ценности: коврижка с черносливом и пряники «Забава», «Фантазия», «Вдохновение». Пищевая ценность новых пряничных изделий определяется содержанием в них муки ржаной обдирной, масла подсолнечного, чернослива, кураги, какао-порошка, которые обогащают изделия многими необходимыми для организма человека микронутриентами: пищевыми волокнами, минеральными веществами, витаминами, полиненасыщенными жирными кислотами (ПНЖК). Новые пряничные изделия являются функциональными: содержат 26,4–36,4% среднесуточной потребности человека в ПНЖК и 29,0–37,0% – витамина Е. Пряники «Забава»

и «Фантазия» содержат соответственно 17,0 и 20,0% среднесуточной потребности пищевых волокон и 15,7% – железа [2].

Романовой Х. С., Симаковой И. В., Марадудиным М. С. и Шевченко П. М. разработаны рецептура и технология производства пряничных изделий повышенной пищевой ценности с добавлением белково-углеводного комплекса из семян фасоли. В ходе проведенных исследований было установлено улучшение качества и повышение пищевой ценности пряничных изделий за счет применения нетрадиционной добавки белково-углеводного комплекса из семян фасоли. При внесении добавки белково-углеводного комплекса из семян селекционной и товарной фасоли улучшаются органолептические и физико-химические свойства готовых изделий. Кроме того, повышается пищевая ценность за счет увеличения содержания белка и полиненасыщенных жирных кислот [3].

Актуальны исследования ученых по применению муки из цельнозерновых семян нута, муки из цельнозернового зерна пшеницы, муки из отрубей гречишных и масла горчичного. Нетрадиционные виды муки вносили в виде мучной композитной смеси взамен муки пшеничной (50%) по рецептуре пряников глазированных, масло горчичное 8% к общей массе муки. Показано, что применение нетрадиционных видов сырья позволяет улучшить органолептические и физико-химические показатели, увеличить антиоксидантную активность, повысить пищевую ценность пряничных изделий. Установлено, что потребление 100 г обогащенных пряничных изделий обеспечит удовлетворение суточной потребности в белке на 10%, жире на 2–6%, углеводах на 19%, пищевых волокнах на 14%, кальции, калии и селене на 5–8%, в магнии, фосфоре и железе на 15–30%, витаминах В₁, В₂ и РР на 8–11%, витамине Е на 3–18%, незаменимых аминокислотах на 9–20% [4].

В статье авторов Санжаровской Н. С., Сокол Н. В., Храпко О. П. показана возможность расширения ассортимента и обоснована целесообразность производства сырцовых пряников, обогащенных микронутриентами за счет введения в рецептуру овсяной муки и измельченных семян кунжута. Целью исследования была разработка рецептур обогащенных сырцовых пряников. В опытных образцах пряников содержание таких минеральных элементов, как магний, кальций, калий, железо, значительно выше, чем в контрольном образце. Также они отличаются более высоким содержанием полиненасыщенных жирных кислот, пищевых волокон, что значительно повышает их пищевую ценность. Результаты исследований свидетельствуют о целесообразности использования овсяной муки и измельченных семян кунжута для обогащения сырцовых пряников микронутриентами, необходимыми для жизнедеятельности человеческого организма [5].

Сафьяновым Д. А., Туксиной К. С. и Позняковским В. М. разработаны рецептуры и технология пряничных изделий, обогащенных микронутриентами. В качестве обогащающей добавки использован витаминно-минеральный премикс «Валетек-5», количественный и качественный состав которого обоснован с учетом специфики продукта и потребности населения в незаменимых факторах питания. Установлены регламентируемые показатели пищевой ценности, обеспечивающие не менее 1/3–2/3 суточной потребности человека в витаминах и минеральных веществах, при условии потребления рекомендуемого количества продукта [6].

Известна разработка технологии нового вида заварных пряничных изделий с использованием нетрадиционного растительного сырья. Использование при производстве пряничных изделий муки, полученной из пророщенных семян дыни, способствует улучшению органолептических и физико-химических показателей готовой продукции [7].

Свои исследования по внедрению инновационных направлений в ассортимент пряничных изделий планируем выполнить на хлебозаводе Малоритского райпо. Хлебозавод Малоритского райпо реализует широкий ассортимент мучных кондитерских изделий, из них торты и пирожные, сладости мучные, пряники, коврижки, кексы. Наибольшую долю среди производимых и реализуемых изделий занимают сладости мучные, в 2021 г. их доля составила 90,7%, в 2022 г. – 85,7 и в 2023 г. – 93,2%. Наименьшую долю занимают пряники, в 2021 г. их доля составила 0,98%, в 2022 г. – 0,81 и в 2023 г. – 0,77%. За весь период реализовались пряники «Белорусочка», за период 2021–2023 гг. их реализация значительно увеличилась – на 538,2%, за период 2022–2023 гг. – на 78,1%.

С целью выбора направлений совершенствования ассортимента пряничных изделий, вырабатываемых хлебозаводом Малоритского райпо, нами проведена оценка удовлетворенности потребителей. Оценивая удовлетворенность потребителей пряников, отметим, что среднее зна-

чение по критерию «Исполнение» составило 4,89, по критерию «Важность» – 4,91, эти показатели выше средних значений, что является положительным результатом.

Полученное итоговое значение по удовлетворенности потребителей пряников составило 24,0 балла, что входит в интервал 20–25 баллов и соответствует хорошей степени удовлетворенности. Однако стоит повысить результаты степени удовлетворенности потребителей пряников, так как может грозить ее неудовлетворенность.

На основании полученных результатов стоит отметить, что для потребителя важен рецептурный состав и способ изготовления, безопасность, вкус пряничных изделий, а также цена, что нами и будет учтено при проведении дальнейших исследований в области совершенствования ассортимента пряничных изделий.

Список использованной литературы

1. **Рощина, Е. В.** Товароведение продовольственных товаров : учеб. / Е. В. Рощина, Ж. В. Кадолич, М. Ф. Бань. – Минск : РИВШ, 2020. – 428 с.
2. **Лаптева, Н. К.** Расширение ассортимента пряничных изделий функциональной направленности / Н. К. Лаптева, Л. В. Митькиных // Аграр. наука Евро-Северо-Востока. – 2019. – № 20. – С. 334–342.
3. **Пряничные** изделия с добавлением белково-углеводного комплекса из фасоли / Х. С. Романова [и др.] // Пищевая пром-сть. – 2018. – № 11. – С. 101–105.
4. **Пряничные** изделия повышенной пищевой ценности с нетрадиционными видами сырья / Е. И. Пономарева [и др.] // Вопр. питания. – 2017. – № 5. – С. 75–81.
5. **Санжаровская, Н. С.** Использование нетрадиционного сырья в технологии сырцовых пряников / Н. С. Санжаровская, Н. В. Сокол, О. П. Храпко // Вопр. питания. – 2018. – № 1. – С. 147–154.
6. **Сафьянов, Д. А.** Пряничные изделия, обогащенные витаминами и минеральными веществами: оценка потребительских свойств / Д. А. Сафьянов, К. С. Туксина, В. М. Позняковский // Новые технологии. – 2010. – № 5. – С. 21–23.
7. **Харьков, С. Е.** Новая технология заварных пряничных изделий с использованием нетрадиционного растительного сырья / С. Е. Харьков, В. В. Гончар, Ю. Ф. Росляков // Изв. высш. учеб. заведений. Пищевая технология. – 2012. – № 5-6. – С. 112–113.

АНАЛИЗ ЛИПИДНОГО ПРОФИЛЯ КОФЕЙНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОТХОДОВ

В статье представлены результаты определения содержания липидов и жирно-кислотный состав кофейных потребительских отходов, образованных в результате заваривания кофе эспрессо арабика и робуста капельным методом в кофемашине. В составе жирных кислот преобладают пальмитиновая и линолевая жирные кислоты независимо от ботанического вида кофе и образующихся кофейных потребительских отходов.

The article presents the results of determining the lipid content and fatty acid composition of coffee consumer waste generated after preparing espresso Arabica and Robusta coffee using the capsule method in a coffee machine. The composition of fatty acids is dominated by palmitic and linoleic fatty acids, regardless of the botanical type of coffee and the resulting coffee consumer waste.

Ключевые слова: кофе; арабика; робуста; кофейные потребительские отходы; липиды; жирные кислоты.

Key words: coffee; Arabica; Robusta; coffee consumer waste; lipids; fatty acids.

Кофе – один из наиболее потребляемых в мире сельскохозяйственных продуктов, из которого готовят популярный напиток, обладающий особым ароматом, вкусом и составом. При приготовлении кофе для непосредственного употребления напитка потребителями в индустрии питания и домохозяйствах образуются отходы (кофейная гуща), называемые на международном рынке spent espresso coffee ground (SECG) [1]. Они также, как и промышленные отходы, образующиеся при производстве растворимого кофе (spent coffee ground), являются источником кофеина и других биологически активных веществ, пищевых волокон, белков и липидов [1–3]. Количество липидов в них зависит от ботанического вида кофе *Coffea Arabica* и *Coffea Canephora* и способа образования кофейных отходов. Кофейное зерно арабика содержит от 13 до 18% липидов, а робуста – от 8 до 12% [4–6]. Количество липидов уменьшается в случае использования для производства кофе плодов, не достигших степени зрелости, относящихся к дефектным. Промышленные отходы, образующиеся при производстве растворимого кофе, содержат в 2–3 раза больше липидов, чем потребительские кофейные отходы [7–8]. По данным источника [9] во время заваривания кофе эспрессо экстрагируется только около 10% доступных липидов, а остальные остаются в кофейной гуще (кофейные потребительские отходы). Но количество липидов в отходах зависит от способа приготовления кофе, большая часть которых образуется в индустрии питания (кафе, ресторанах), где используют кофемашины со способом приготовления кофе эспрессо. Другие способы приготовления (фреш-пресс, аэропресс, мока, холодный способ и др.) в индустрии питания не используют или используют в ограниченном количестве. Поэтому наибольший интерес представляют кофейные потребительские отходы, полученные в результате приготовления кофе эспрессо.

В состав липидов кофе и кофейных отходов входят насыщенные жирные кислоты от лауриновой C12:0 до лигноцериновой C24:0 и ненасыщенные жирные кислоты от пальмитолеиновой C16:1 до гадолеиновой кислоты C20:1 [4, 5, 8]. Ненасыщенные жирные кислоты преобладают, составляя по данным источников [5, 6] около 52%. Главными жирными кислотами среди насыщенных жирных кислот является пальмитиновая C16:0 (33–36%), среди ненасыщенных – линолевая C18:2 жирная кислота (41–45%) [5]. Кроме того, липиды кофе содержат около 40 мг / 100 г токоферолов с преобладанием γ -токоферола, фитостеролы с преобладанием β -ситостерола, дитерпены – кафестол и кахвеол [10]. При извлечении этих веществ их количество будет зависеть от методов экстракции липидов. Так, суммарное количество токоферолов, фитостеролов, полиненасыщенных жирных кислот извлекается из кофейных потребительских отходов в большем количестве при использовании микроволновой экстракции, а насыщенных жирных кислот и дитерпенов – при ультразвуковой экстракции.

Кофейные потребительские отходы могут служить сырьем для получения липидов с высоким содержанием полиненасыщенных жирных кислот или самостоятельно использоваться

как пищевой функциональный ингредиент в производстве нового ассортимента пищевых продуктов.

Целью работы явилось изучение содержания липидов и его жирно-кислотного состава в кофе, реализуемого на российском потребительском рынке, и кофейных потребительских отходах, образующихся в процессе приготовления кофе эспрессо.

Для исследований использовали кофе арабика «Живой кофе» (Россия) и кофе робуста Urban Platter (Индия), которые были закуплены в розничной торговле. Для получения кофейных потребительских отходов использовали наиболее распространенный в индустрии питания способ приготовления кофе эспрессо с использованием кофемашины. Из 7 г каждого образца кофе заваривали эспрессо в капсульной кофемашине Nescafe Krups Dolce Gusto. Полученные кофейные отходы высушивали до постоянной массы в сушильном шкафу при температуре +105 °С.

Содержание липидов в потребительских кофейных отходах определяли в аппарате «Сокслета». Экстракцию осуществляли петролейным эфиром. Определение жирно-кислотного состава проводили методом газовой хроматографии по ГОСТ 31665-2012 на хроматографе Agilent 6890 Series, Agilent Technologies, США.

Кофе арабика и робуста, взятые для исследований, отличались содержанием липидов, которых было в кофе арабика на 20,4% больше, чем в кофе робуста (таблица 1), что соответствует опубликованным данным [4–6], но также может быть связано с присутствием недоразвитых зерен кофе и различными режимами сушки и обжарки [6]. После приготовления напитка в кофейных потребительских отходах содержалось 11,78 и 9,68% липидов для арабики и робусты соответственно. Таким образом, в кофейных потребительских отходах осталось 90,9 и 90,04% для отходов арабики и робусты соответственно, чему способствовало короткое время приготовления и температура, не превышающая 100 °С.

Таблица 1 – Количество липидов и состав жирных кислот кофе и кофейных потребительских отходов

Продукт	Количество липидов, %	Жирные кислоты, %							
		C14:0	C16:0	C16:1	C18:0	C18:1	C18:2	C20:0	C22:0
Арабика									
Кофе	12,95	0,09	34,20	0,11	7,92	10,50	44,50	2,45	0,23
Отходы	11,78	0,09	34,40	0,10	8,10	10,84	43,82	2,40	0,25
Робуста									
Кофе	10,75	0,16	35,10	0,57	6,58	11,20	42,86	3,28	0,25
Отходы	9,68	0,12	35,18	0,65	7,00	11,44	42,10	3,25	0,26

В составе жирных кислот независимо от ботанического вида кофейных зерен в кофе и кофейных потребительских отходах было идентифицировано 8 жирных кислот, в которых доминировали линолевая и пальмитиновая кислоты, составляя более 42 и 34% соответственно (см. таблицу 1). Второе место в диапазоне 6–11% составляли две жирные кислоты – олеиновая > стеариновая, количество остальных жирных кислот было менее 2,45 и 3,28% для кофе робуста и арабика соответственно. По количественному содержанию жирные кислоты выстроили следующий ряд: линолевая C18:2 > пальмитиновая C16:0 > олеиновая C18:1 > стеариновая C18:0 > арахиновая C20:0 > бегеновая C22:0 > пальмитолеиновая C16:1 > миристиновая C14:0. Существенных отличий в жирно-кислотном составе кофе арабика и робуста и их кофейных потребительских отходах не установлено, за исключением пальмитолеиновой кислоты C16:1, которая количественно преобладала в кофе робуста и их кофейных потребительских отходах, изменяя ранжированный ряд. Но содержание C16:1 было не существенным – менее 1%. Жирные кислоты лауриновую C12:0 и линоленовую C18:3, которые были идентифицированы и опубликованы другими авторами [1, 4, 5] из-за их незначительного содержания в составе липидов исследуемых образцов кофе и кофейных потребительских отходов, идентифицировать не удалось.

В составе жирных кислот преобладали ненасыщенные жирные кислоты в диапазоне 54–55%, из которых на долю полиненасыщенных жирных кислот приходилось 80,75% в кофе арабика и 78,5% в кофе робуста (таблица 2). В потребительских кофейных отходах из кофе арабика доля полиненасыщенных жирных кислот уменьшилась всего на 0,75%, а из кофе робуста – увеличилась на 0,8%.

Таблица 2 – Характеристика групп жирных кислот кофе и кофейных потребительских отходов

Продукт	Сумма жирных кислот			
	насыщенные	ненасыщенные	мононенасыщенные	полиненасыщенные
<i>Арабика</i>				
Кофе	44,89	55,11	10,61	44,50
Отходы	45,24	54,76	10,94	43,82
<i>Робуста</i>				
Кофе	45,37	54,63	11,77	42,86
Отходы	45,81	54,19	12,09	42,10

Полиненасыщенные жирные кислоты были представлены только одной жирной кислотой – линолевой, а мононенасыщенные жирные кислоты – олеиновой и пальмитолеиновой, разница в количественном содержании которых была в 10 и более раз. Это соотношение не изменилось в кофейных потребительских отходах.

Таким образом, при приготовлении кофе эспрессо основная часть липидов остается в кофейных потребительских отходах (кофейной гуще), составляя около 90% от количества липидов, содержащихся в кофейных зернах. Ботанический вид кофе (арабика, робуста) не оказал существенного влияния на экстракцию липидов в напиток несмотря на их различное содержание в кофейных зернах.

Состав жирных кислот как в кофейных зернах арабики и робусты, так и потребительских отходах, образующихся при приготовлении напитка, не имел существенных различий. Из 8 идентифицированных жирных кислот преобладали линолевая и пальмитиновая жирные кислоты, на долю которых приходилось 42,1–44,5 и 34,2–35,18% соответственно. Но несмотря на это в кофе и кофейных потребительских отходах преобладали ненасыщенные жирные кислоты, составляя 54,19–55,11%.

Список использованной литературы

1. **Campos-Vega, R.** Spent coffee grounds: A review on current research and future prospects / R. Campos-Vega, G. Loarca-Piña, H. A. Vergara-Castañeda // Trends in Food Science & Technology. – 2015. – № 45. – P. 24–36.
2. **Choi, B.** Spent coffee as a rich source of antioxidative compounds / B. Choi, E. Koh // Food Sci Biotechnol. – 2017. – № 26 (4). – P. 921–927.
3. **Andrade, C.** Bioactive compounds and antioxidant activity from spent coffee grounds as a powerful approach for its valorization / C. Andrade, R. Perestrelo, J. S. Câmara // Molecules. – 2022. – № 27. – P. 7504.
4. **Go, A. W.** Recovery of sugars and lipids from spent coffee grounds: a new approach / A. W. Go, A. T. Conag, D. E. S. Cuizon // Waste Biomass Valor. – 2016. – № 7 (5). – P. 1047–1053.
5. **Comparison** of chemical and fatty acid composition of green coffee bean (*Coffea arabica* L.) from different geographical origins / M. Zhu [et al.] // LWT – Food Science and Technology. – 2021. – № 140. – P. 1–9.
6. **Effect** of different drying techniques on bioactive components, fatty acid composition, and volatile profile of robusta coffee beans / W. Dong [et al.] // Food Chemistry. – 2017. – № 234. – P. 121–130.
7. **Espresso** coffee residues: a valuable source of unextracted compounds / R. Cruz [et al.] // J. Agric. Food Chem. – 2012. – № 60 (32). – P. 7777–7784.
8. **Effect** of solvent extraction parameters on the recovery of oil from spent coffee grounds for biofuel production / I. Efthymiopoulos [et al.] // Waste Biomass Valor. – 2019. – № 10 (2). – P. 253–264.
9. **Lipid-dense** and pre-functionalized post-hydrolysis spent coffee grounds as raw material for the production of fatty acid methyl ester / K. L. Quijote [et al.] // Energy Conversion and Management. – 2021. – № 240. – P. 1–14.
10. **Comparison** of the effect of extraction methods on the quality of green coffee oil from Arabica coffee beans: Lipid yield, fatty acid composition, bioactive components, and antioxidant activity / W. Dong [et al.] // Ultrasonics. – 2021. – № 74. – P. 1–10.

VII. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

УДК 94

А. В. Беляева (anna271533@mail.ru),

преподаватель-стажер

Могилевский государственный университет

имени А. А. Кулешова

г. Могилев, Республика Беларусь

СВЯЗЬ АНАЛИТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ С ПОЛИТИКОЙ США В ОТНОШЕНИИ КИТАЯ

В статье дана классификация аналитических центров Соединенных Штатов Америки, рассмотрены подходы каждой категории «мозговых центров» по отношению к Китаю с применением компьютеризованного количественного контент-анализа.

The article gives a classification of United States of America policy institutes, examines the approaches of each category of “think tanks” in relation to China using computerized quantitative content analysis.

Ключевые слова: аналитический центр; «мозговой центр»; Соединенные Штаты Америки; Китай; количественный контент-анализ; MAXQDA2020.

Key words: policy institutes; “think tanks”; United States of America; China; quantitative content analysis; MAXQDA2020.

На принятие внешнеполитических решений в Соединенных Штатах Америки (США) оказывает влияние множество факторов. Одним из них являются аналитические центры, «фабрики мысли» или «мозговые центры» (think tanks). Об их значимости в политическом процессе говорит их количество. По разным оценкам число «мозговых центров» составляет от 1 500 до 2 500 [1].

При таком количестве неизбежен вопрос классификации. Ряд исследователей в качестве критерия выдвигает идеологический признак, другие – критерий авторитетности на основе публикуемых рейтингов, третьи – способы финансирования. Одним из наиболее удачных видится подход американских исследователей Эндрю Рича и Кента Уивера, которые делят все «мозговые центры» на три категории.

К первой группе относятся «университеты без студентов». Большинство их сотрудников являются лицами с ученой степенью из профессорского состава университетов, поэтому они придают большое значение методологии, объективности и полноте исследований, результаты которых публикуются в виде научных статей и монографий.

Самым известным и авторитетным подобным аналитическим центром является институт Брукинга. В данном учреждении исследования на китайском направлении осуществляются в рамках Центра восточноазиатских политических исследований, созданного в 1998 г., Китайского тематического центра имени Джона Торнтона, открытого в 2006 г. Брукингский институт активно сотрудничает с китайским Университетом Цинхуа и имеет совместный исследовательский центр в Пекине. Это один из наиболее либеральных «мозговых центров» в США, который имеет тесные связи с Демократической партией.

Это выражается в том, что в 2013 г. Брукингский институт выпустил сборник статей под названием «Big Bets and Black Swans: A Presidential Briefing Book» («Большие ставки и темные лошади. Рекомендации внешнеполитических экспертов Брукинга президенту Б. Обаме») [2]. В нем исследователи института Брукинга поделились своим видением ключевых направлений внешней политики Б. Обамы на период его второго президентского срока. Среди рассмотренных направлений несколько разделов было посвящено китайскому вектору внешней политики США.

Авторы публикаций, в первую очередь, предлагали повысить интенсивность диалога между двумя странами на высшем уровне, существенно усилить и интенсифицировать «стратегическую» часть «Стратегического и экономического диалога», возникшего в период первого президентского срока Б. Обамы: «Подобная интенсификация саммитов, по мнению авторов доклада, соразмерна высокой значимости китайско-американских отношений» [3, с. 43].

Помимо контактов на высшем уровне, эксперты предлагают продвинуться в разрешении проблемы американо-китайских отношений (слабости и ограниченности двусторонних контактов в военной сфере). В этой связи специалисты Института Брукингса рекомендуют привлекать Китай к более широкому спектру совместных военных маневров, так как, отказываясь от приглашения Китайской Народной Республики к такому виду военного взаимодействия, Министерство обороны США дает Китаю еще один аргумент подозревать Вашингтон во «враждебных ожиданиях» с китайской стороны [2, с. 7].

Самую острую тему в плане военных рисков, согласно данной публикации, представляют территориальные конфликты в Южно-Китайском и Восточно-Китайском морях. В связи с этим американские эксперты предлагают администрации Б. Обамы четко и недвусмысленно зафиксировать перед Китаем следующий подход: США, если они не являются прямым участником конфликта, будут воздерживаться от признания суверенитета каких-либо стран над спорными территориями. Кроме того, аналитики Брукингского института советовали также активно поддерживать все форматы коллективных переговоров Ассоциации государств Юго-Восточной Азии с Китаем по спорной теме, чтобы конфликт не обострялся. При этом США должны продолжать демонстрировать свою приверженность принципам мирного разрешения территориальных споров и свободы морской навигации.

Количественный контент-анализ, осуществленный с помощью компьютерной программы MAXQDA2020, позволил выделить словосочетания, которые наиболее часто употреблялись в тех разделах документа, которые посвящены Китаю (рисунок 1). С их помощью можно определить основные темы, которые в своих рекомендациях затрагивали эксперты института Брукингса. Как следует из выборки, наиболее насыщенной была проблема Корейского полуострова, с которой связано не только словосочетание «North Korea» («Северная Корея»), но и «South Korea» («Южная Корея»), а также с высокой долей вероятности «nuclear weapons» («ядерное оружие»). Необходимо также отметить высокий уровень упоминаний темы изменения климата, ставшей одним из наиболее активных направлений в деятельности президента Б. Обамы.

1	Словосочетание	Частота
2	north korea	16
3	climate change	9
4	free trade	9
5	china sea	8
6	east asia	8
7	territorial disputes	8
8	foreign policy	7
9	middle east	7
10	nuclear weapons	7
11	south korea	7

Рисунок 1 – Наиболее часто употребляемые словосочетания в отчете «Big Bets and Black Swans: A Presidential Briefing Book»

Ко второй, наиболее крупной, группе относятся пропагандистские исследовательские центры. В эту категорию входят организации самой разной идеологической направленности, а их финансированием занимаются не только фонды, но и частные лица и корпорации. Пропагандистские «мозговые центры» ориентируются на запросы политических деятелей, что определяет их сотрудников, форму представления исследований. Они отдают предпочтение тем, кто имеет практический опыт выработки и принятия политических решений, хотя многие сотруд-

ники аналитических центров данной категории имеют ученые степени. Также они отдают предпочтение аналитическим справкам небольшого объема по отдельным вопросам.

Среди пропагандистских аналитических центров консервативной направленности (Фонд «Наследие», Американский институт предпринимательства, Институт Хадсона и др.) в основном присутствуют антикитайские настроения. Характер их исследований и оценок связан с «китайской угрозой», необходимостью сдерживания Китая, защиты интересов и лидирующих позиций США в мире. Экспертами регулярно подвергаются критике действия Китая в Южно-Китайском и Восточно-Китайском морях, нарушения прав человека, анализируются вопросы укрепления независимости Тайваня и Гонконга.

Среди данной категории «мозговых центров» существуют также и те, чья политическая окраска изменялась с течением времени. Примером может служить основанный в 2006 г. Центр американо-китайских отношений в «Обществе Азии», возглавляет который известный журналист и синолог Орвилл Шелл. Именно его подход к Китаю во многом определяет отношение к нему всей организации. По мере роста влияния Китайской Народной Республики на международной арене его взгляды изменялись, что подтверждает его статья «Смерть вовлечения», опубликованная в 2020 г. [4]. Кроме того, представители Центра американо-китайских отношений составили свои рекомендации администрации Д. Трампа, в которых сосредоточились исключительно на китайской проблематике.

Как показывает проведенный количественный контент-анализ, эксперты данной организации во многом обратили внимание на те же темы, что и эксперты института Брукинса в 2013 г. – Северная Корея, изменение климата и Южно-Китайское море (рисунок 2). Однако словосочетания «Hong Kong» («Гонконг»), «international law» («международное право», «human rights» («права человека») расширяют перечень проблем в двусторонних отношениях, на которые эксперты Центра американо-китайских отношений советуют обратить внимание Д. Трампу.

К третьей группе относятся контрактные аналитические центры. Это означает, что проблематику их исследований, равно как и объем финансирования, определяют государственные ведомства. Результаты своих научных исследований подобные «мозговые центры» публикуют в соответствии с требованиями заказчиков, поэтому в большинстве случаев они представляют собой развернутые отчеты, а не монографии.

1	Словосочетание	Частота
2	trump administration	78
3	north korea	60
4	china sea	44
5	south china	35
6	climate change	31
7	south korea	31
8	hong kong	28
9	north korean	24
10	international law	23
11	human rights	21

Рисунок 2 – Наиболее часто употребляемые словосочетания в отчете «US – China Task Force Report»

Крупнейшим представителем данной категории аналитических центров является RAND Corporation, тесно связанная с анализом военной сферы и, как следствие, Министерством обороны США.

В ее рамках существует специальное подразделение, занимающееся американо-китайской проблематикой – Институт американо-китайских отношений имени Танга. Вследствие ориентации данного «мозгового центра» на Пентагон основные темы его исследований носят военно-политический и военно-стратегический характер.

Примером могут служить доклад 2015 г. «The US – China Military Scorecard» («Сравнительная оценка военного потенциала США и Китая») и доклад 2016 г. «War with China: Thinking Through the Unthinkable» («Война с Китаем: размышляя о немыслимом») [5–6].

В первом из них проводится сравнение вооруженных сил США и Китая в десяти оперативных областях, составляется система оценки показателей для каждой из них. Военные показатели двух стран оценены за период с 1996 по 2017 гг., а в качестве опорных точек взяты 1996, 2003, 2010 и 2017 (прогнозируемый) гг. Кроме того, исследователи RAND Corporation решили учесть влияние географии и расстояния, поэтому военные возможности США и Китая анализируются ими в контексте сценариев двух наиболее вероятных конфликтов – Тайвань и острова Спратли.

Во втором докладе рассматриваются сценарии военных действий между США и Китаем без применения ядерного оружия, так как, по мнению экспертов RAND Corporation, вероятность применения ядерного оружия одной из сторон маловероятно: «Даже в чрезвычайно жестком конфликте с применением обычных вооружений ни одна из сторон не считала бы свои потери настолько серьезными, свои перспективы настолько мрачными, а ставки настолько жизненно важными, что она подверглась бы риску разрушительного ядерного возмездия, применив ядерное оружие первой» [6, с. 9]. Хронологические рамки их исследования – 2015–2025 гг. Изучив все обстоятельства, эксперты делают вывод, что возможная война между США и Китаем будет региональной и обычной, а местом действия станет Восточная Азия, где расположены потенциальные американо-китайские очаги напряженности и основные вооруженные силы Китая, что приведет к серьезным экономическим проблемам в регионе. Маловероятным сценарием являются крупномасштабные сухопутные бои, они будут вестись на море и под водой, в воздухе, космосе (против спутников) и киберпространстве.

Таким образом, аналитические центры США активно занимаются китайской проблематикой. Тематика их исследований зависит не только от политической окраски «мозгового центра», но и от того, к какому типу аналитических центров он относится.

Список использованной литературы

1. **Мирзаян, Г. В.** «Мозговые центры» и процесс принятия решений в США [Электронный ресурс] / Г. В. Мирзаян // Россия и Америка в XXI веке. – 2011. – № 3. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/articles/4567>. – Дата доступа: 19.03.2024.
2. **Big Bets and Black Swans: A Presidential Briefing Book** [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/big-bets-and-black-swans-a-presidential-briefing-book-20.pdf>. – Date of access: 19.03.2024.
3. **Труш, С. М.** «Новая модель отношений» КНР – США: поиск на экспертном уровне / С. М. Труш // США и Канада: экономика, политика, культура. – 2015. – № 1. – С. 37–52.
4. **Schell, O.** The Death of Engagement [Electronic resource] / O. Schell // The Wire China. – 2020. – June 7. – Mode of access: <https://www.thewirechina.com/2020/06/07/the-birth-life-and-death-of-engagement/>. – Date of access: 19.03.2024.
5. **Heginbotham, E.** The US – China military scorecard: forces, geography, and the evolving balance of power, 1996–2017 [Electronic resource] / E. Heginbotham. – Mode of access: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR392.html. – Date of access: 19.03.2024.
6. **Gompert, D.** War with China Thinking Through the Unthinkable [Electronic resource] / D. Gompert. – Mode of access: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR1140.html. – Date of access: 19.03.2024.

ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ

Цель статьи – описать актуальные особенности применения инновационных образовательных технологий при обучении иностранных студентов русскому языку. Автор описывает образовательные возможности использования интерактивной доски, применение которой позволяет реализовать совершенно новые педагогические приемы. В статье автор особое внимание уделяет специфике онлайн-занятий, а также методам и технологиям по формированию коммуникативной компетенции марокканских и турецких студентов.

The purpose of the article is to describe current features of using innovative educational technologies in teaching Russian to foreign students. The author describes educational opportunities of using an interactive whiteboard, which allows implementing completely new pedagogical techniques. In the article, the author pays special attention to the specifics of online-classes, as well as methods and technologies for developing communicative competence of Moroccan and Turkish students.

Ключевые слова: иностранные студенты; коммуникативная компетенция; интерактивная доска; методы обучения; инновационные образовательные технологии.

Key words: foreign students; communicative competence; interactive whiteboard; teaching methods; innovative educational technologies.

Быстрая смена технологий в современном мире формирует принципиально новую систему образования, предполагающую постоянное обновление.

Интерес иностранных обучающихся к получению качественного образования в белорусских университетах вызвал необходимость грамотного использования возможностей инновационных средств обучения, которые способствуют активизации познавательной деятельности при изучении русского языка.

В Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации обучаются представители разных стран. Турция, Марокко, Камерун, Кот-д'Ивуар, Эфиопия, Туркменистан, Таджикистан, Конго, Гвинея – вот та география, которая дает простор методическому творчеству преподавателей и возможность изучения преподавателями структуры языковых концептов представителей разных национальностей. Тем не менее, удается, используя разнообразные технологии и методы интерактивного обучения, достигать высоких результатов в овладении русским языком.

Одним из наиболее эффективных методов интерактивного обучения является использование интерактивной доски, применение которой позволяет реализовать совершенно новые педагогические приемы [1].

Интерактивная доска – это доска, на которую проецируется изображение, она используется как сенсорный экран: стилусом или пальцами рук можно управлять программной средой точно так же, как обычной мышью. Специальное программное обеспечение для интерактивных досок позволяет работать с текстами и объектами, аудио-, фото- и видеоматериалами.

Преподаватель имеет возможность сделать процесс обучения русскому языку значительно более наглядным и интерактивным. Этому способствуют красочные и наглядные обучающие программы по русскому языку как иностранному (далее – РКИ), позволяющие моделировать этапы уроков, возможности тестирования иностранных обучающихся с моментальным выводом на доску полученных результатов, проведения аудирования, демонстрации тематических видеоматериалов и т. д.

Используя широкие возможности экранного меню, можно создать собственную обучающую программу, заранее подготовить все необходимые материалы, включая готовые грамматические модели, иллюстрации, схемы, вносить любые дополнения в ходе проведения занятия, акцентировать наиболее значимые моменты, что формирует интерактивное пространство у иностранных студентов.

Знание грамматики очень актуально для изучающих русский язык как иностранный, поскольку русский язык принадлежит к числу флективных языков. Недостаточный уровень грамматических навыков не позволит сформировать полную языковую, речевую и социокультурную компетенцию. При отработке грамматического материала можно использовать следующие

приемы: «Найдите ошибку», «Уберите лишнее», «Заполнение пробелов», «Текст с пропусками», «Создание схем», «Лингвистические игры». Во время презентации грамматического явления можно представить схему, используя разные цвета. При изучении отдельных речевых конструкций целесообразно использовать тексты с пропусками, позволяющие быстро контролировать сформированность грамматических навыков иностранных обучающихся.

Интерактивное обучение требует от преподавателя необходимых методических, специальных и психологических знаний и компетенций. Например, умение включать всех участников образовательного занятия в процесс обсуждения, умение осуществлять психологическую подготовку обучающихся и правильно организовывать пространство для занятия, умение грамотно распределять учебное время. Использование интерактивных информационных технологий позволяет преподавателю экономить время при объяснении и проверке материала, повышает мотивацию слушателей, но самое главное – повышает качество знаний обучающихся.

Применение компьютерных программных средств на уроках РКИ позволяет не только разнообразить традиционные формы обучения, но и решать самые разные задачи: повысить наглядность обучения, обеспечить его дифференциацию, облегчить контроль знаний, развивать познавательную активность обучающихся [2].

В Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации на разных этапах обучения активно используются следующие программы: «Учим русский язык», «А. С. Пушкин. В зеркале столетий», «Владимир» и др.

С целью повышения эффективности образовательного процесса и совершенствования контроля знаний обучающихся преподаватели РКИ отдают предпочтение не традиционной контрольной работе, а тестовым заданиям как методу объективного контроля. Учебная цель, которая формируется согласно практической направленности, играет важную роль [3]. Говоря об учебной цели теста, имеем в виду конкретные умения и навыки, на овладение которых направлено тестовое задание. Использование тестовых заданий в процессе преподавания РКИ позволяет рационально организовывать и интенсифицировать образовательный процесс; активизировать познавательную деятельность; расширить объем усваиваемого материала; адаптировать процесс обучения к индивидуальным особенностям обучающегося.

При разработке тестовых заданий преподаватель тщательно анализирует свой опыт преподавания РКИ, выявляет типичные ошибки иностранных обучающихся при овладении каждой темой и может включить такие примеры в качестве вариантов ответов на тестовые задания, что значительно повысит качество и эффективность тестов [4].

Тесты по РКИ могут включать задания, направленные на выбор и установление иностранцами следующих элементов:

- Окончание. Например: «Ты повторя... урок?» (варианты ответов: -ешь, -ем); «У меня нет тетрад...» (варианты ответа: -и, -я); «Это очень интересн... книга» (варианты ответа: -яя, -ая, -ый, -ие).

- Предлог, союз, наречие (неизменяемые слова). Например: «Она работает ... университете» (варианты ответов: в, на); «Моя сестра живет ...» (варианты ответов: наверх, сюда, вниз, наверху).

- Слово в определенной грамматической форме: «Где ... твой друг?» (варианты ответов: учитеесь, учится, учишься, учиться).

Особенно важными на начальном этапе обучения РКИ являются задания на правильное определение окончания. Данные задания, несмотря на всю их кажущуюся простоту и ординарность, делают большую работу – закладывают фундамент в грамматической системе, которая потом будет реализована в речи. Русский язык имеет синтетический строй, довольно сложную для иностранцев парадигму имен существительных, прилагательных и глаголов, поэтому тесты по грамматике в обязательном порядке должны включать задания на вставку окончаний слов [5].

Формирование коммуникативной языковой компетенции иностранных обучающихся направлено на осуществление межкультурной коммуникации. Управляемое коммуникативное общение преследует определенную цель – развитие индивидуальности в диалоге культур. Для этого можно организовать на практическом занятии объединение нескольких видов речевой деятельности, таких как «аудирование», «говорение» и «письмо». В качестве примера можно привести фрагмент практического занятия с марокканскими студентами на основе просмотра фильма «Республика Беларусь». Просмотр фильма позволяет преподавателю определить уровень понимания слушателями основного его содержания. Затем обучающиеся на основе видеосюжета составляют монологическое высказывание с элементами описания, повествования и рассуждения.

В условиях развития новых технологий обучения коммуникативная компетенция позволяет осуществлять межкультурное профессиональное общение, выступать средством получения необходимой информации, осуществлять коммуникации для решения ситуационных задач в профессиональной сфере. Одним из эффективных путей формирования коммуникативной компетенции посредством активизации обучения является технология ролевых и деловых игр. В своей практической деятельности преподаватели РКИ часто используют ролевую игру, включая обучающихся в моделируемую речевую ситуацию, которая требует от них принятия решения.

Для формирования речевых умений преподаватели РКИ Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации используют упражнения типа «кейс study». Обучающиеся, работая в группе или индивидуально, должны самостоятельно найти решение своего речевого поведения в конкретной ситуации. Для этого они должны ее проанализировать, разобраться в сути проблемы, предложить все возможные решения, но выбрать лучшее из них. Кейсы базируются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации. Например, обучающимся из Турции предлагается презентовать информацию о гостиницах своего города. Обучающиеся, находясь в рамках условно-коммуникативной ролевой деятельности, анализируют рекламный материал и презентуют информацию (Я хочу порекомендовать вам гостиницу «Blue sky» / Мне хочется предложить вам отдых в гостинице «Ananas»). При организации таких занятий можно использовать презентационные модули, на которых размещаются лексика, грамматика и речевые конструкции, необходимые студентам для работы над заданиями кейсов. Использование подобных игровых технологий позволяет изучить особенности русского речевого этикета и правила делового письма и имеет практическое преломление в виде моделирования вариантов речевой коммуникации и выполнения разнообразных заданий, связанных с основной темой занятия.

Также преподаватели РКИ на платформе zoom проводят онлайн-занятия с обучающимися из Китая. Функционал программы позволяет приблизить урок к реальному занятию в аудитории.

При помощи демонстрации экрана можно показывать различные файлы с текстами и картинками, презентации Power Point, видео. Эти занятия всегда проходят интересно и результативно.

Преподаватели РКИ университета внесли свой вклад и в развитие инновационных технологий контроля знаний. Созданный ими электронный учебно-методический комплекс для дистанционной формы получения высшего образования включает учебную программу (в электронном виде), карту курса, цели и задачи дисциплины, модули. Каждый модуль содержит презентации к лингвострановедческим темам, тематический словарь, теоретический словарь по грамматике, практические задания, вопросы для самоподготовки, тестирование и список литературы (основной и дополнительной). При создании электронного учебно-методического комплекса преподавателями РКИ были разработаны лексико-грамматические тесты для промежуточного и итогового контроля. Посредством компьютерной программы ISpring они были трансформированы в электронный вид. Компонент программы ISpring позволил включить в тестовые задания аудио- и видеофайлы. В настоящее время ведется работа с целью создания электронного учебно-методического комплекса по РКИ для слушателей подготовительных курсов дистанционной формы обучения. Этот электронный учебно-методический комплекс поможет представителям дальнего зарубежья выучить русский алфавит, овладеть навыками чтения и говорения.

Таким образом, используемые инновационные образовательные технологии формируют у иностранных обучающихся интерес к изучению русского языка, систему страноведческих фоновых знаний, помогают социокультурной адаптации. Процесс обучения становится процессом непрерывного творчества. Использование инновационных образовательных технологий активизирует познавательную деятельность студентов, способствует развитию саморегуляции, стимулирует целепорождающую деятельность [6]. Это, в свою очередь, способствует повышению эффективности учебной работы. Владея этими технологиями, преподаватель может организовать познавательную деятельность студентов более оптимально.

Инновационный компонент в обучении русскому языку как иностранному позволяет активизировать процесс усвоения материала и подготовиться к сдаче зачета или экзамена по дисциплине.

Список использованной литературы

1. Котикова-Сабайда, С. В. Русский язык как иностранный. Начальный этап обучения / С. В. Котикова-Сабайда. – Минск : РИВШ, 2020. – 271 с.

2. **Руденко-Моргун, О.** Концептуальные прагматические основы мультимедиа-комплекса по русскому языку как иностранному / О. Руденко-Моргун // *Alma mater*. – 2006. – № 3. – С. 50–52.
3. **Короткая, С. Н.** Тестирование на начальном этапе РКИ / С. Н. Короткая // *Теория и практика преподавания русского языка как иностранного: достижения, проблемы и перспективы развития : материалы междунар. науч.-метод. конф.* – Минск : БГУ, 2009. – С. 258–261.
4. **Кулаженко, Н. В.** Тестирование как методический прием повышения эффективности обучения РКИ / Н. В. Кулаженко, Н. А. Любченко // *Теория и практика преподавания русского языка как иностранного: достижения, проблемы и перспективы развития : материалы междунар. науч.-метод. конф.* – Минск : БГУ, 2009. – С. 261–262.
5. **Грудзинский, А. О.** Университет как предпринимательская организация / А. О. Грудзинский // *Социол. исслед.* – 2003. – № 4.
6. **Методика преподавания русского языка как иностранного в китайской аудитории** / Л. Г. Золотых [и др.]. – Астрахань : Астрахан. ун-т, 2012.

УДК 316.77

С. А. Горюнова (svetochka_goryunova1553@mail.ru),
аспирант

*Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова
г. Москва, Российская Федерация*

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Ежедневно в социальных сетях проводят время миллионы людей, Интернет стал для них той социокультурной средой, которая соответствует их желаниям и потребностям, здесь происходит общение, усвоение жизненных норм и ценностей человека. Автор подчеркивает, что информация и социальные сети не могут существовать друг без друга. Это вполне логично, ведь информация не может доставляться до адресата без каналов коммуникации, в качестве которых и выступают медиа. В свою очередь, коммуникационные каналы теряют свое назначение без транслирующегося по ним предмета. В статье рассматриваются особенности социальных сетей, приводится классификация основных видов коммуникации, определяется специфика общения пользователей посредством интернет-пространства. Отдельное внимание автор уделяет негативным аспектам в процессе коммуникации в социальных сетях. Подчеркивается, что социальные сети предоставляют широкие возможности для коммуникации и общения между пользователями, делая процесс более интересным и разнообразным, однако неумеренное и неконтролируемое использование социальных сетей может негативно сказаться на психическом и физическом здоровье потребителей интернет-контента.

Every day millions of people spend time in social networks, the Internet has become for them the socio-cultural environment that corresponds to their desires and needs, here there is communication, assimilation of human life norms and values. The author emphasises that information and social networks cannot exist without each other. This is quite logical, because information cannot be delivered to the addressee without communication channels, which are the media. In turn, the communication channels lose their purpose without the subject matter broadcast through them. The article considers the peculiarities of social networks, provides a classification of the main types of communication, defines the specifics of user communication through the Internet space. The author pays special attention to the negative aspects in the process of communication in social networks. Emphasises that social networks provide a wide range of opportunities for communication and communication between users, making the process more interesting and diverse, but the immoderate and uncontrolled use of social networks can negatively affect the mental and physical health of consumers of Internet content.

Ключевые слова: социальные сети; коммуникации; интернет-пользователи; контент; чат; сообщество; вербальные средства; невербальные средства.

Key words: social networks; communication; Internet users; content; chat; community; verbal means; non-verbal means.

Ежедневно в социальных сетях проводят время миллионы людей. Vk, RUTUBE, Odnoklassniki, Privet, Familyspace, Instagram (признана в России экстремистской организацией), YouTube (признана в России экстремистской организацией), Tik Tok и другие стали для них той социокультурной средой, которая соответствует их желаниям и потребностям, здесь происходит общение, усвоение жизненных норм и ценностей человека.

Традиционные средства массовой информации переживают не лучшие времена, современный человек важную информацию получает не из газетных публикаций, теле- и радионовостей, а из сети «Интернет» [1, с. 57].

По данным Harvard Business Review, за последние два года человечеством сгенерировано данных больше, чем за всю свою предыдущую историю [2, с. 54]. В связи с этим на первое ме-

сто выходит проблема информационной перегрузки и нехватки общения. Пользователи социальных сетей вынуждены быстро распределять информацию, «выхватывать» из общего потока интересное, быстро читать, делиться со знакомыми и близкими.

В современном мире под социальной сетью понимается сайт, платформа в интернет-пространстве или площадка, на которой происходит общение между людьми [3]. Общение может происходить как между знакомыми друг с другом пользователями, так и между незнакомыми. Социальные сети – способ познакомиться с интересными людьми, найти друзей, единомышленников, спутников жизни и др.

Т. Ж. Балхорова выделяет следующие особенности социальных сетей:

– Социальные сети – это часть онлайн-пространства, которое не подвергается опасностям во время кризисов в стране или мире. Как показывает практика, социальные сети в период кризисов становятся еще более популярными и востребованными.

– Социальные сети – это инструмент для получения любой информации. В социальных сетях существует раздел «новости», где быстро можно узнать о последних событиях не только в стране и мире, но и в конкретном регионе, муниципалитете. Любой пользователь может найти информацию о способах приготовления пищи, графике работы организации, узнать интересную информацию о жизни спортсменов, актеров, музыкантов, прочитать онлайн-книгу, подготовиться к экзамену, пройти дистанционное обучение и др. Пользователи социальных сетей активны, открыты к получению новой информации, что также несет в себе огромный потенциал для маркетинговой деятельности компаний в интернете.

– Социальные сети – персонализированный инструмент. Например, подборка новостей в ленте формируется на основании предпочтений пользователя аккаунта в социальной сети. Если человек ведет свой блог на определенной интернет-платформе, то вокруг него аккумулируются люди с похожими ценностями, взглядами, идеями, интересами.

– Социальные сети – инструмент для построения коммуникации между людьми, группами, сообществами [4, с. 34].

Информация и социальные сети не могут существовать друг без друга. Это вполне логично, ведь информация не может доставляться до адресата без каналов коммуникации, в качестве которых и выступают медиа. В свою очередь, коммуникационные каналы теряют свое значение без транслирующегося по ним предмета [3].

Новые способы коммуникации в социальных сетях определяются стремлением пользователей, в большей степени, к визуализации материалов, которая реализуется за счет уменьшения объемов текста. Текстовая информация становится дополнением к визуальной.

Как отмечает Т. Н. Колокольцева, коммуникация – это «социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации, как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных коммуникативных средств» [1, с. 56].

В свою очередь, Т. В. Юдина под интернет-коммуникациями в современном мире понимает «способ общения и коммуникации между друзьями, родственниками, коллегами по работе или иными субъектами, которые реализуются в интернет-пространстве при помощи специфических инструментов, отличных от стандартного и привычного общения» [5, с. 654]. К таким инструментам относятся голосовые сообщения, видеообращения, отправка файлов, репост аудиозаписей и геолокаций, лайки, посты и т. д. Кроме того, пользователи могут делиться различным контентом, таким как фотографии, видео, статьи, ссылки и т. д.

А. А. Селютин классифицирует все виды коммуникаций в социальных сетях по двум основным признакам. Первым из них является коммуникация в режиме онлайн, т. е. общении здесь и сейчас. Примером могут служить диалоги в социальной сети «ВКонтакте». В этой социальной сети появляется возможность создавать диалоги с друзьями, а также беседы, в которых количество пользователей нередко достигает 500 чел. [6, с. 13].

Вторым классификационным признаком является общение в отложенном режиме, через определенный промежуток времени. Согласно этому признаку, общение в социальных сетях также может делиться на общение с одним собеседником и общение с несколькими пользователями.

Т. Г. Грушевицкая и В. Д. Попков определяют специфику общения пользователей посредством интернет-пространства следующим образом:

– Анонимность. Вне зависимости от того, что в социальных сетях можно увидеть фамилию и имя собеседника, а также его фотографию на аватаре (не всегда) опасность интернет-коммуникации существовала и будет существовать в дальнейшем, ведь, принимая во внимание

только эти данные, нельзя адекватно оценить личность человека, характеристики которой могут судить о безопасном или опасном общении с ним. Более того, зачастую пользователи социальных сетей находят возможность безответственно относиться ко всему происходящему, так как реальных данных о их личности нет, пользователи ведут себя более раскрепощенно, вызывая, часто применяют речевую агрессию.

– В связи с тем, что через сеть «Интернет» невозможно при переписке с собеседником передать элементы невербальной коммуникации, то при общении срабатывают элементы стереотипизации, шаблонности, а также приписывание определенных качеств партнеру по общению.

– Общаясь в социальной сети «Интернет», у пользователя появляется возможность добровольно откликнуться на взаимодействие с другим человеком или отказать ему в общении.

– Эмоциональная окраска разговора и диалога при переписке с собеседником значительно затруднена. Поэтому пользователи активно применяют в общении символы, обозначающие эмоции и эмоциональные состояния человека – эмодзи. Более эмоционально активными являются представительницы женского пола, поэтому их диалоги включают желтые смайлики с разной смысловой нагрузкой.

– Общаясь в сети «Интернет», у пользователя появляется возможность показать себя с другой, более выгодной для себя, стороны. Зачастую собеседник разочаровывается в партнере при личной встрече, отмечает у него неприсущие качества личности и черты характера, которые никак не просматривались в процессе переписки [7, с. 71].

В свою очередь, Е. Н. Двойнина, проводя исследования в области интернет-коммуникации, отмечает следующие факторы коммуникации в социальных сетях:

– высокий уровень вербальной коммуникации, позволяющий не подбирать слова и допускающий речевую агрессию;

– быстрота общения, применение коротких сообщений и фраз, активное развитие «клипового» мышления;

– своеобразные, характеризующиеся своей спецификой, этикет и манера общения;

– недостаточное общение в невербальной сфере приводит к возможности применения эмодзи, позволяющих передать ту или иную эмоцию в определенный момент времени;

– определенные эмоциональное состояние, настрой и фон общения собеседников;

– быстрая смена информации, переключение на другого собеседника, полное погружение в общение, что приводит к потере ориентации во времени [8, с. 31].

Коммуникации в социальных сетях имеют ряд негативных аспектов и могут нанести вред здоровью и благополучию пользователям интернет-пространства. Рассмотрим следующие из них:

– Отрицательное влияние на психическое здоровье. Проявляется у людей, которые постоянно сравнивают себя с другими, желают быть на виду, ежедневно публикуют посты, размещают фото- и видеоконтент, демонстрируют свой успех, рассказывают о дорогой покупке, делятся планами и задумками. В такой соревновательной борьбе не всегда удается быть первым и собирать максимальное количество лайков, это приводит к возникновению стрессовых ситуаций, депрессии, тревоги, неудовлетворенности, низкой самооценке и ряду проблем психологического характера.

– Зависимость, которая проявляется в длительном проведении времени в социальных сетях, отвлечение от реальных событий, работы, учебы, личной жизни, погружение в мир контента других пользователей.

– Возникновение риска воздействия манипулирования сознанием потребителей контента, основанного на принципах внедрения скрытых убеждений и ценностей на уровне подсознания, подчиняющихся коммерческим интересам блогеров, что приводит к неосознанному структурированию потребительского выбора пользователей социальных сетей.

– Распространение негативного контента, выражающееся в массовом размещении фейков, ненавистных высказываний, негативных комментариев и внедрение других форм негативного контента.

– Нарушение приватности, заключающееся в использовании персональных данных пользователей социальных сетей без их согласия, что приводит к утечке информации, краже идентификационных данных, распространении личных сведений.

– Негативное влияние на взаимоотношения пользователей сети «Интернет», приводящее к замещению реального общения виртуальным, углублению разногласий и конфликтов [9, с. 28].

Таким образом, социальные сети предоставляют широкие возможности для коммуникации и общения между пользователями, делая процесс более интересным и разнообразным, поскольку открываются новые возможности быстрого взаимодействия с большим количеством людей из разных стран и культур, появляются темы для обсуждения, обмен мнениями и идеями, возникает моментальная обратная связь от других пользователей через комментарии и лайки, формируются группы и сообщества с общими интересами, происходит поиск новых друзей. Однако неумеренное и неконтролируемое использование социальных сетей может негативно сказаться на психическом и физическом здоровье пользователей, привести к зависимости, манипуляции сознанием потребителей контента, нарушению приватности, отвлечению от реальных событий, работы, учебы, личной жизни, погружению в мир других пользователей.

Список использованной литературы

1. Колокольцева, Т. Н. Интернет-коммуникация как зеркало основных тенденций развития и функционирования русского языка / Т. Н. Колокольцева // Грани познания. – 2019. – № 4 (14). – С. 52–62.
2. Иванов, Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста / Л. Ю. Иванов // Словарь и культура русской речи. – М. : Сфера, 2019. – 382 с.
3. Общение в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bubunta.com/obshhenie-v-socialnyx-setyax.html>. – Дата доступа: 12.02.2024.
4. Балхрамова, Т. Ж. Влияние информационного общества на развитие интернет-пространства : дис. ... канд. социол. наук / Т. Ж. Балхрамова. – Улан-Удэ, 2016. – 152 с.
5. Юдина, Т. В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации / Т. В. Юдина ; под ред. М. Н. Володиной // Язык средств массовой информации. – М. : Акад. проект ; Альма Матер, 2018. – 754 с.
6. Селютин, А. А. Коммуникативная природа социальных сетей: статус как элемент коммуникативной структуры / А. А. Селютин // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2019. – Т. 2. – № 6. – С. 11–24.
7. Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : учеб. для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков ; под ред. А. П. Садохина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 204 с.
8. Двойнина, Е. В. Речевая манипуляция в интернет-дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Е. В. Двойнина. – Саратов, 2019. – 63 с.
9. Дедова, О. В. О языке Интернета / О. В. Дедова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9. Филология. – 2019. – № 3. – С. 25–38.

СОХРАНЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО САМОСОЗНАНИЯ КАК ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

В статье актуализируется вопрос о важности и необходимости сохранения национального самосознания, русской культуры и передачи ее последующим поколениям. Также авторы рассматривают особенности менталитета жителей Калининградской области. Выделяются тенденции развития социокультурной ситуации в обществе.

The article updates the issue of the importance and necessity of preserving national identity, Russian culture and passing it on to subsequent generations. The authors also consider the peculiarities of the mentality of residents of the Kaliningrad region. Trends in the development of the sociocultural situation in society are highlighted.

Ключевые слова: национальное самосознание; менталитет; русская культура; социокультурная ситуация; миграционная политика; культурное самоопределение.

Key words: national identity; mentality; Russian culture; sociocultural situation; migration policy; cultural self-determination.

В настоящее время современное общество стремительно развивается и претерпевает изменения во всех сферах жизни. Основными направлениями являются следующие: технологическое, экономическое, социальное и экологическое. В социальном направлении просматриваются, прежде всего, развитие социального сознания, расширение прав и свобод человека, борьба за равенство и справедливость, развитие системы здравоохранения и образования. Значимость каждого из этих направлений определяется потребностями и вызовами современного общества. С одной стороны, это создает новые возможности для дальнейшего прогресса и улучшения нашей жизни. С другой стороны, перед современным обществом возникают новые вызовы, такие как информационное перенасыщение и потеря культурного многообразия. Создается дефицит национального самосознания общества, «русскости». Социально-экономическая модель вытесняет социокультурную модель. Актуальным становится сохранение баланса для удержания безопасности страны и сохранения русской культуры и передачи ее последующим поколениям.

Значительная часть населения России, несмотря на многолетние реформы, которые привели к увеличению зависимости от ситуации на мировых рынках и транснациональных экономических процессов, остается, в значительной мере, привязанной к «месту» экономически и культурно.

Социальные процессы зависят от географического пространства. На динамику социальной организации существенное влияние оказывает концентрация людей и их культурных артефактов на данной территории. Для жизни человека не менее важна среда, созданная культурой его предков и им самим. Природа необходима человеку для его биологической жизни, а культурная среда – для его духовной, нравственной жизни, привязанности к родным местам, его нравственной самодисциплины и социальности.

Значимость Калининградской области в системе социоприродных и социокультурных взаимодействий обусловлена ее географическим положением, природно-климатическими характеристиками, ресурсными возможностями и социокультурными процессами. Культурные стили населения области – результат взаимодействия неповторимого исторического наследия и современных транскультурных коммуникаций, которые становятся основополагающим критерием оценки социоприродных практик [1].

В ряду иных субъектов Российской Федерации область занимает особое положение. От основной территории страны область отделена сухопутными границами иностранных государств. На западе и юго-западе она омывается Балтийским морем и его заливами. Главные реки Неман и Преголя, а также озера, болота и смешанные леса образуют уникальный природный ансамбль и заповедные территории. В комплексе всех сырьевых месторождений особо значи-

мыми являются крупнейшие в мире запасы янтаря, которые обуславливают редкую специализацию области по его добыче и переработке.

Усиление глобальных транснациональных и транскультурных потоков способствует не только возрастанию внешнеэкономического значения области, но и военно-стратегического влияния. Непосредственная близость к Европе, благоприятные климатические условия делают Калининградскую область наиболее динамично развивающимся макрорегионом.

Историко-культурные и природно-климатические особенности области раскрыли мощный потенциал для развития туристической сферы региона.

Данные особенности области оказали существенное влияние на формирование менталитета и культуры жителей Калининградского региона. Чем же отличается калининградский менталитет, самосознание жителей области?

Ответить на данный вопрос поможет взгляд на проблему в исторической плоскости. На территории Калининградской области происходили важные исторические события, изменяющие границы этого региона, роль этой земли в политической жизни Европы. В 1255 г. рыцари Тевтонского ордена построили на реке Прегель крепость и назвали ее Кенигсберг – «Королевская гора». Кенигсберг и Восточная Пруссия были составной частью Германии до конца Второй мировой войны. По результатам Потсдамской конференции этот регион стал частью Советского Союза. В 1946 г. он был переименован в Калининградскую область, которая в настоящее время является субъектом Российской Федерации.

Эта земля всегда была мостом между Востоком и Западом. Ее прошлое – это не только прошлое европейской культуры и цивилизации, но также оно является неотъемлемой частью истории России. Этот регион можно назвать культурным и историческим перекрестком, где существовали различные уклады жизни, традиции и религии. В послевоенные годы произошли существенные изменения, но они не разрушили мультикультурную и многонациональную жизнь области. Население современной Калининградской области состоит из различных этнических групп. Это произошло потому, что в послевоенные годы жителей со всего Советского Союза активно переселяли для восстановления региона после войны. В область приезжали представители различных национальностей: русские, белорусы, украинцы, татары, башкиры, мордва, якуты и многие другие. Такое многообразие послужило почвой для создания новой интегрированной культуры, благодаря которой сформировалась особая лояльность к приезжим, что объясняется исторической ориентацией на заселение людей для проживания.

Присутствует интерес к довоенной истории и сохраняющаяся из поколения в поколение память об исторических корнях выходцев из других стран и мест. Таким образом, Калининградская область характеризуется богатым и разнообразным историко-культурным наследием.

Особую значимость приобретают процессы, связанные с миграционной политикой, которая мало чем отличается от миграционных процессов, происходящих на остальной территории Российской Федерации. Однако удаленность области, особенности ее исторического прошлого, приоритетный экономический статус наложили свой особенный отпечаток на ее современную переселенческую проблему. После войны, начиная с 1946 г. и до начала 90-х гг., этот процесс носил естественный для всей страны характер, а численность населения росла за счет расширяющегося военного контингента. Падение «железного занавеса» автоматически открыло двери для всех желающих здесь поселиться. До начала 2000-х гг. больше всего иммигрантов в Калининградскую область было из Казахстана. Официальная статистика отводит 80% мигрантов из стран Содружества Независимых Государств, затем шли Латвия и Узбекистан.

Калининградская область очень привлекательна для приезжих. Этому есть несколько причин. Отсутствие глубоких традиционных корней местного населения позволяет мигрантам рассчитывать на относительно большую лояльность со стороны «коренных» жителей. Это является первостепенным психологическим фактором для адаптации и интеграции на новом месте. Также мягкие климатические условия и географические особенности региона делают Калининградскую область привлекательной для иммигрантов.

Жители Калининградской области – это самые западные россияне, которые живут за пределами основной территории Российской Федерации. Превосходящее число калининградцев считает себя россиянами и не мыслят себя вне Отчизны, но они ощущают себя жителями особенной земли, России в Европе. Западный край России территориально находится внутри Европейского союза. Это означает геополитическую и геоэкономическую неповторимость региона. Близость к восточной Европе воздействует на мировосприятие жителей области. «Калининградская область существует в промежуточном, пограничном положении. Отчасти это статус заложника. Быть “между” не всегда означает соединять, связывать и оказываться “мостом”».

Фактор регионализма то и дело обостряется внешней политикой России. Чем хуже отношения между Российской Федерацией и Европейским союзом, тем труднее нашему региону» [2].

Таким образом, эта общность россиян сложилась из социокультурной, духовной, социально-экономической и геополитической составляющих. Непохожесть калининградского менталитета проявляется также в том, что житель региона одновременно именует себя патриотом-государственником и противником расширения Организации Североатлантического договора, менталитет, самосознание жителей Калининградской области характеризуется совокупностью российского, европейского и регионального компонентов, что является неотъемлемой частью культурного самоопределения личности. При такой «мозаичности» менталитета сложнее поддерживать национальное самосознание на должном уровне. В современной геоэкономической и геокультурной ситуации становится намного труднее сосуществовать в общем мире, строить взаимовыгодный диалог со всеми субъектами этого пространства, уметь наводить межкультурные мосты между представителями различных конфессий, культур и стран. Следовательно, одной из первостепенных задач является сохранение русской культуры. Несмотря на дефицит национального самосознания современного общества, выделяются позитивные тенденции развития социокультурной ситуации:

- востребуется и во многом заново осваивается огромный гуманитарный потенциал русской культуры (философская, культурологическая, социологическая, психологическая, экономическая мысль);

- наблюдается активизация национально-культурного самосознания различных этнических групп и социальных общностей, что способствует формированию исторической памяти, воспитанию чувства «малой родины», любви и привязанности человека к территории исконного проживания, возрождению культа предков и родственников, бытовых обрядов, традиционных форм хозяйствования, быта, верований;

- восстанавливается в своих правах религиозная культура народов России;

- наблюдается активизация социально-культурного творчества различных категорий и групп населения, расширение количества видов и форм художественного творчества, обогащение спектра культурных инициатив за счет развития различного рода общественных объединений, движений, клубов, ассоциаций;

- развитие средств массовой коммуникации ввело в культурный контекст большое количество научных знаний, эстетических направлений, философских учений, отвечающее многообразию отношений человека с миром;

- быстро развивается индустрия культуры и досуга [3–5].

Данные позитивные тенденции можно проследить на примере социокультурной жизни Калининградской области. Особого внимания заслуживает реализация проекта по созданию культурно-просветительского пространства на базе школьного Музейно-образовательного центра «Время. События. Люди» в поселке Грачевка Зеленоградского муниципального округа. Целью проекта является сохранение исторической памяти и поддержка краеведческой работы. Культурно-историческое пространство объединяет ресурсы школы, Дома культуры, библиотеки, православного храма, Центра межнационального и межкультурного сотрудничества, класса юнармии, казачества, фольклорного коллектива «Уголок России». Основной направленностью работы в рамках проекта станет расширение и обустройство музейного пространства, организация краеведческой работы, общественных исторических выставок, проведения массовых мероприятий историко-патриотического, духовно-нравственного воспитания с целью сохранения национальной идентичности и любви к Родине.

Также 21 февраля 2024 г. по инициативе Совета национальных культурных сообществ Калининградской области была проведена региональная национально-патриотическая конференция «Образ героя: живая памятная нить от воина-победителя ВОВ до героя-бойца СВО».

За прошедший многолетний период Калининградскими региональными общественными организациями были проведены мероприятия, целью которых было патриотическое воспитание молодежи. Эта масштабная работа способствует укреплению патриотического духа, развитию культуры личности, сохранению национального самосознания. Это, в свою очередь, позволяет человеку жить в гармонии как с общечеловеческой и национальной культурой, так и с культурой других народов.

Список использованной литературы

1. **Факторы** и особенности современной социокультурной ситуации в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://student-servis.ru/spravochnik/factory-i-osobennosti-sovremennoj-sotsiokulturnoj-situatsii-v-rossii/>. – Дата доступа: 12.02.2024.

2. **Калининградская** идентичность как компонент социально-культурного развития // Актуальные проблемы современной регионалистики // Реформы и поиск оптимальной модели местного самоуправления: российская практика и зарубежный опыт : сб. ст. участников междунар. науч.-практ. конф., г. Голдап, Польша, 31 мая – 2 июня 2015 г. – Калининград : Искра, 2016. – 154 с.

3. **Коптева, Е. В.** Особенности миграционных процессов в Калининградской области / Е. В. Коптева, В. С. Тукач // Молодой ученый. – 2015. – № 1. – С. 235–240.

4. **Сайт** Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kaliningrad.gks.ru/>. – Дата доступа: 12.02.2024.

5. **Идентичность** и коллективная память калининградцев в зеркале современных польских исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-i-kollektivnaya-pamyat-kaliningradtsev-v-zerkale-sovremennyh-polskih-issledovaniy/viewer>. – Дата доступа: 12.02.2024.

УДК 364.042:615.19

А. А. Куеня (nastia20041053@gmail.com),
студент

А. В. Винник (pallmall13117@gmail.com),
студент

П. А. Рылач (polinarylac@gmail.com),
студент

Ю. Д. Юревич (yukayurevich@gmail.com),
студент

Е. С. Сухаревич (liza.suharevich@mail.ru),
студент

Т. М. Шачек (tatianashachek@gmail.com),
канд. техн. наук, доцент

Белорусский государственный технологический университет
г. Минск, Республика Беларусь

УЛУЧШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ПУТЕМ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ПО ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМАТИЧЕСКОГО ПРИЕМА ЛЕКАРСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

В данной статье рассматривается влияние информационных технологий на качество жизни населения и способы реализации тенденций в области здорового образа жизни. Представлены результаты разработки системы по организации систематического приема лекарственной продукции с применением мобильного приложения.

This article examines the impact of information technology on the quality of life of the population and ways to implement trends in the field of healthy lifestyle. The results of the development of a system for the organization of systematic intake of medicinal products using a mobile application are presented.

Ключевые слова: качество жизни; информационные технологии; поддержание здоровья; система приема лекарственной продукции; рецепт; совместимость препаратов; органайзер; мобильное приложение.

Key words: quality of life; information technology; health maintenance; drug reception system; prescription; compatibility of medicines; organizer; mobile application.

Качество жизни – это степень развития и полнота удовлетворения всего комплекса потребностей и интересов людей, проявляющихся как в различных видах деятельности, так и в самом жизнеощущении. Базовыми аспектами высокого уровня качества жизни являются достойные условия оплаты труда, минимальная степень загрязнений окружающей среды, а также высокий уровень технического развития, в том числе информационных технологий. В первую очередь, качество жизни человека определяется образом жизни: его ментальным и физическим здоровьем, социально-культурным развитием, вовлеченностью в различные аспекты общественной жизни.

В настоящее время огромное влияние на качество жизни человека оказывают мобильные телефоны. С течением времени это влияние будет только возрастать за счет расширения областей применения и функционала мобильных устройств. Д. В. Мазниченко, А. П. Попов и

В. А. Брыкина проанализировали использование смартфонов в повседневной жизни студентов. 57,9% из них используют телефон во время гигиенических процедур, 78% – во время приема пищи, а 72,4% опрошенных посчитали жизнь невыносимой без смартфона [1]. Нами также было проведено собственное исследование, подтверждающие высокую активность использования телефонов среди студентов Белорусского государственного технологического университета (рисунок 1).

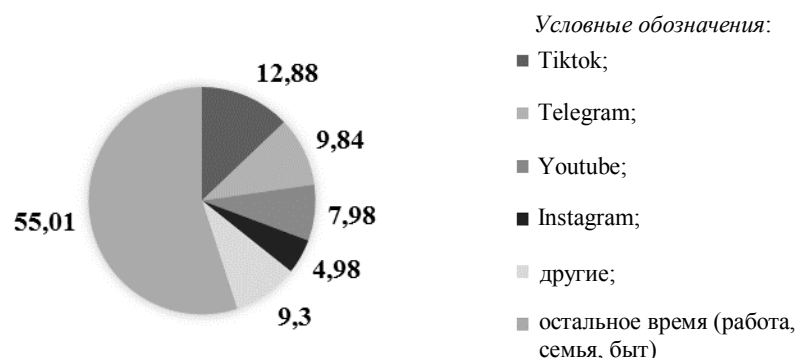


Рисунок 1 – Распределение временного ресурса при использовании мобильных устройств студентами

Примечание – Период исследования – 12.02.2024 г. – 18.02.2024 г.; характеристика выборки – количество студентов – 104 чел.; возрастная группа – 19–21 год; учреждение образования – Белорусский государственный технологический университет (г. Минск); факультет, курс – технологии органических веществ, принттехнологии и медиакоммуникации, 3-й курс; специальности: физико-химические методы и приборы контроля качества продукции, химическая технология переработки древесины, полиграфическое оборудование и системы обработки информации.

В результате опроса было установлено, что в среднем студенты используют телефон 50,4 ч в неделю, что составляет 45% всего их временного ресурса (без учета времени сна). Представленные выше данные указывают на существенное значение социальных сетей и мессенджеров в жизни молодых людей, согласно повсеместно наблюдаемой практике, и населения других возрастных групп.

Однако мобильные устройства можно использовать и в положительном аспекте развития человека, например, в части продвижения здорового образа жизни. Развлекательному контенту можно противопоставить порталы и ресурсы, содержащие доступную и понятную информацию о правильном питании, техниках снижения стресса и поддержания психического здоровья, необходимости физической активности и отказа от пагубных привычек, профилактики различных заболеваний. В Республике Беларусь в последнее десятилетие наблюдается положительная тенденция в части возрастания доли физически активных граждан (рисунок 2).

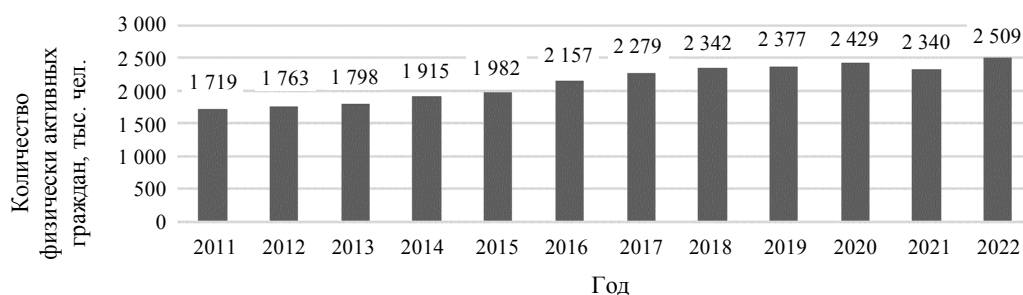


Рисунок 2 – Численность населения, занимающегося физической культурой и спортом

Согласно данным рисунка 2, в период с 2011 по 2022 гг. численность населения, занимающегося спортом, увеличилась на 746 тыс. (42% от исходного количества). В январе 2022 г. количество граждан, ведущих активный образ жизни, составляло 27% от общей численности населения, проживающего в Республике Беларусь [2].

Государственную поддержку здорового образа жизни белорусов можно оценить по состоянию спортивной инфраструктуры в стране. Так, согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, количество спортивных объектов в 2022 г. состав-

ляло 23 387, что соответствует 2,6 ед. сооружений на 1 000 чел. [2]. Аналогичный показатель для России (1,7) меньше в 1,5 раза [3].

Важнейшим аспектом улучшения качества жизни и сохранения здоровья является систематический прием фармацевтической продукции, способствующий эффективному лечению (прием лекарственных препаратов) и (или) профилактике заболеваний (прием биологически активных добавок, витаминов и др.). Для достижения максимального терапевтического эффекта многие лекарственные средства должны приниматься в соответствии с четкими рекомендациями: время, интервал приема, способ употребления и др. Соблюдение режима приема влияет на стабильность уровня лекарственного вещества в организме, минимизацию побочных эффектов и предупреждение развития осложнений. Систематический прием фармацевтической продукции важен для контроля таких хронических заболеваний, как диабет, гипертония, сердечная недостаточность и др.

Актуальным представляется объединение современных тенденций развития информационных технологий и здорового образа жизни для улучшения качества жизни человека. Это обусловило цель данной работы – разработка клиенториентированной системы по приему лекарственной продукции.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- разработана концепция системы DailyPillHelp;
- идентифицированы этапы процесса предоставления услуги;
- разработан функционал мобильного приложения.

Предлагаемая система представляет собой комплекс услуг, включающий в себя продажу фармацевтической продукции; структурирование и сопровождение курса лечения; мобильное приложение.

Блок-схема процесса предоставления услуги представлена на рисунке 3.

Выходом изображенного на рисунке 3 процесса является заказ, который представляет собой органайзер с препаратами, разделенный на необходимое количество дней, которые могут быть разделены по времени суток. При формировании заказа учитывается совместимость различных лекарственных препаратов, при необходимости их прием разграничивается по времени. Для удобства (на случай приема лекарств вне дома) каждую ячейку можно отделить и носить с собой. В органайзере находится определенное количество фармацевтической продукции, рассчитанное в соответствии с прописанным курсом лечения. К каждому заказу прилагается памятка по эксплуатации и, по желанию клиента, инструкции по применению к каждому лекарственному средству на бумажном носителе. Для более безопасного использования органайзер оснащен системой открывания «защита от детей». Для слепых и слабовидящих людей на крышках ячеек располагается шрифт Брайля. При желании каждый день недели органайзера можно сделать определенного цвета (для удобства пожилым людям). На протяжении всего курса лечения клиент имеет возможность консультации со штатным врачом.

Важной частью системы выступает мобильное приложение, являющееся помощником по приему лекарственных средств, биологически активных добавок, витаминов и средством оперативной связи с врачом. Главной составляющей приложения является аккаунт, синхронизированный онлайн, который активируется после получения заказа и выполняет следующие функции:

- уведомление о приеме препарата и подтверждение действия пользователем;
- чат-переписка с врачом;
- электронные инструкции к фармацевтической продукции.

Предложенный вариант мобильного приложения предусматривает дальнейшую его модификацию: организация прямых эфиров с узкими специалистами; публикация научных статей и другой дополнительной информации о здоровье и способах его поддержания; подключение функции «детский режим», направленной на стимулирование приема лекарств у детей в игровой форме и др.

Разработанная система DailyPillHelp не имеет аналогов в Республике Беларусь и направлена на реализацию ответственного поведения населения в вопросах сохранения здоровья. Она позволяет экономить время для клиентов, ведущих активный образ жизни (бизнесмены, спортсмены и др.), повысить эффективность лечения путем его правильной организации для пожилых людей, клиентов с ограниченными возможностями, а также имеющих хронические заболевания или нуждающихся в длительном курсе лечения, что способствует улучшению качества их жизни.

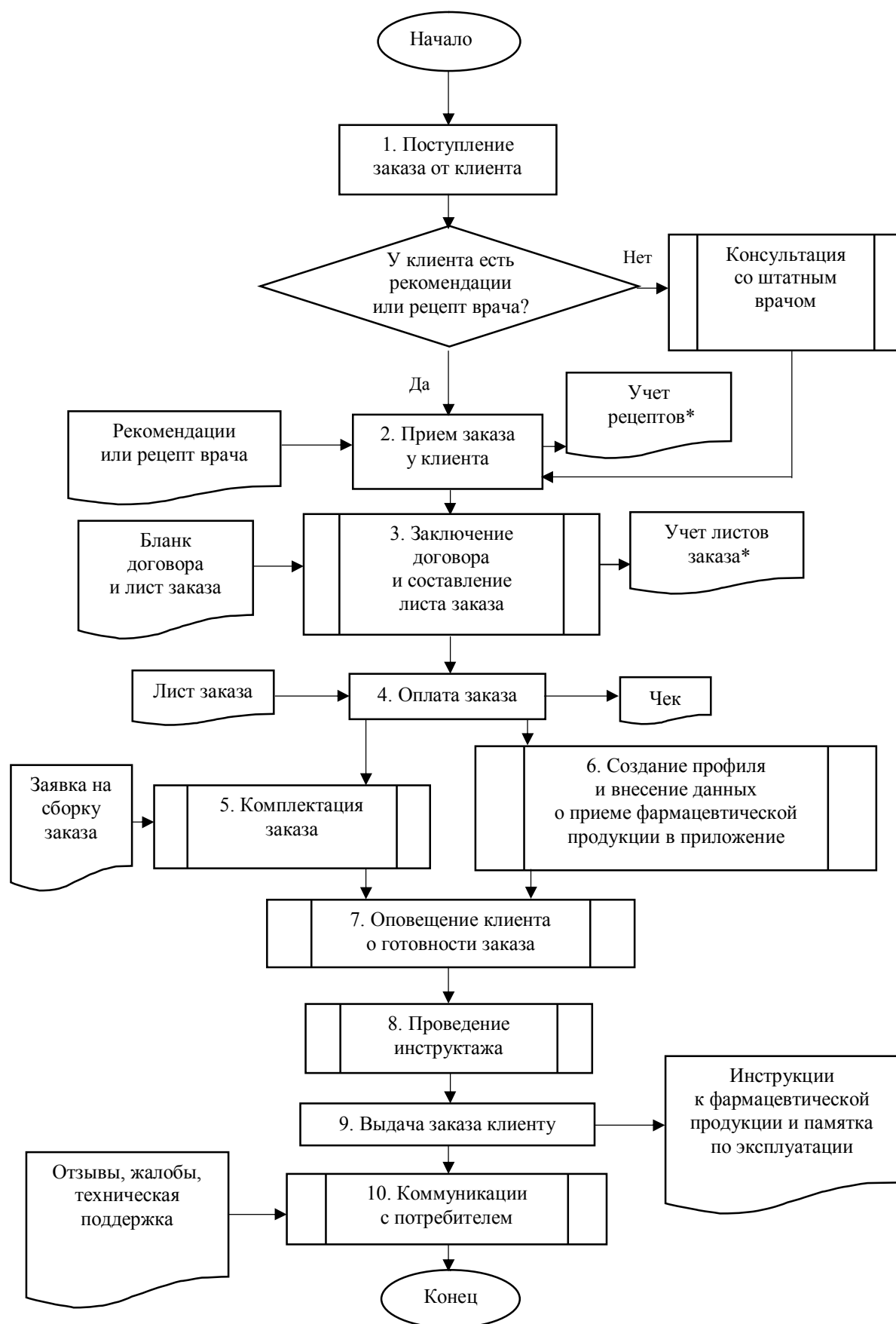


Рисунок 3 – Этапы процесса предоставления услуги по организации приема фармацевтической продукции

* Регистрация информации осуществляется в электронной базе данных.

Список использованной литературы

1. Мазниченко, Д. В. Проблема «номофобии» в современном обществе / Д. В. Мазниченко, А. П. Попов, В. А. Брыкина // Автономия личности. – 2020. – № 2. – С. 49–54.
2. Национальный интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 22.02.2024.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Росстат. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>. – Дата доступа: 22.02.2024.

УДК 378

А. Н. Панфилов (ANPanfilov@kpfu.ru),
канд. пед. наук, доцент

В. М. Панфилова (VMPanfilova@kpfu.ru),
канд. пед. наук, доцент

И. А. Панфилов (IAPanfilov@kpfu.ru),
аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет
г. Елабуга, Российская Федерация

ОБРАЗОВАНИЕ В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ: ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕРАКЦИИ

В статье рассматриваются социокультурные проблемы, связанные с образовательными процессами в киберпространстве. Представлен анализ проблемы обеспечения качественного освоения студентами образовательной программы в образовательном киберпространстве. Исследуется проблема отсутствия социальной интеракции в образовательном киберпространстве. Приводятся данные проведенного эмпирического исследования. Сделан вывод, что разработка и реализация стратегий, способствующих улучшению социальной интеракции в виртуальной среде, становятся ключевыми направлениями для обеспечения эффективного и полноценного образования в онлайн-формате.

The article discusses sociocultural problems associated with educational processes in cyberspace. An analysis of the problem of ensuring high-quality mastery of an educational program by students in educational cyberspace is presented. The problem of the lack of social interaction in educational cyberspace is explored. The data of the conducted empirical research are presented. It is concluded that the development and implementation of strategies to improve social interaction in a virtual environment are becoming key areas for ensuring effective and complete education in an online format.

Ключевые слова: киберпространство; социальная интеракция; образование.

Key words: cyberspace; social interaction; education.

С развитием цифровых технологий и интернета образовательное пространство переживает серьезную трансформацию. Виртуальные классы, онлайн-курсы и дистанционное обучение становятся все более распространенными. Однако вместе с новыми возможностями появляются и новые вызовы, связанные с социокультурными аспектами образования в киберпространстве. Имеющиеся исследования в области образования демонстрируют, что уровень мотивации и учебных достижений студентов высших учебных заведений в онлайн-форматах может быть ниже, чем в традиционных образовательных технологиях [1; 2]. Было выявлено, что студенты, участвующие в онлайн-образовании, чаще сталкиваются с проблемами мотивации из-за отсутствия регулярной личной интеракции с преподавателями и однокурсниками. Недостаток межличностного взаимодействия может привести к уменьшению учебной мотивации, снижению успешности и удовлетворенности, что затрудняет процесс освоения учебного материала образовательной программы и уменьшает эффективность обучения.

Из-за этих вызовов становится ясной необходимость дальнейшего изучения и анализа социокультурных аспектов образования в киберпространстве, а также разработки стратегий и решений, направленных на обеспечение качественного освоения студентами образовательных программ.

Традиционно выделяют следующие социокультурные проблемы образования в киберпространстве: ограниченный доступ к технологиям, отсутствие социальной интеракции, качество образовательного контента, проблемы безопасности [3].

На наш взгляд, менее изученным социокультурным аспектом является отсутствие (потеря) социальной интеракции [4]. В киберпространстве студенты могут чувствовать себя изолированными и лишенными возможности для общения и обмена идеями, чувствами, действиями с однокурсниками и преподавателями. Социальная интеракция играет важную роль в образовании, поскольку способствует формированию культурного контекста, развитию межличностных навыков, а также обеспечивает поддержку и мотивацию для учебного процесса. Таким образом, потеря социальной интеракции в образовательном киберпространстве представляет собой значительную проблему, оказывающую отрицательное влияние на образовательную мотивацию и психологическое благополучие студентов.

Социальное взаимодействие с преподавателями и сверстниками играет ключевую роль в поддержании мотивации и вовлеченности студентов в учебный процесс. При использовании офлайн образовательных технологий студенты могут общаться, дискутировать и сотрудничать при выполнении учебных заданий, что способствует их участию в учебной деятельности. Однако в онлайн-среде этот аспект может быть ограничен, так как отсутствует непосредственное общение лицом к лицу [5].

Социальная поддержка со стороны преподавателей и однокурсников может играть важную роль в психологическом благополучии студентов. Ощущение принадлежности к учебному сообществу, поддержка в трудных ситуациях и эмоциональная поддержка способствуют уменьшению стресса и улучшению общего состояния психического здоровья. Взаимодействие с преподавателями и другими студентами способствует развитию социальных навыков, таких как коммуникация, сотрудничество, решение конфликтов и эмпатия. Эти навыки являются ключевыми как для успешной адаптации в обществе, так и на рынке труда.

Социальные взаимодействия в учебной среде способствуют формированию культурного контекста, который включает в себя общие ценности, нормы, ожидания, инструменты деятельности. В онлайн-среде этот аспект может быть менее выраженным, что может привести к утрате части образовательного опыта, связанного с вовлечением в культурную среду.

Отсутствие личной социальной интеракции в образовательном киберпространстве представляет собой серьезную проблему с несколькими аспектами, которые могут оказать негативное влияние на процесс обучения и развитие студентов.

В традиционном аудиторном офлайн-обучении студенты могут непосредственно общаться с преподавателями и сверстниками, обмениваться идеями, задавать вопросы и получать мгновенную обратную связь. Этот процесс стимулирует активное мышление, развивает навыки коммуникации и способствует более глубокому пониманию учебного материала. В виртуальной среде эта возможность ограничена, что может привести к ощущению изоляции и неудовлетворенности у студентов.

Отсутствие личной социальной интеракции может привести к снижению мотивации студентов. Возможность взаимодействия с однокурсниками и преподавателями может быть мощным стимулом для учебной активности. В виртуальной среде студенты могут чувствовать себя более изолированными и менее мотивированными, особенно если они испытывают трудности в понимании материала или нуждаются в дополнительной поддержке [6].

Недостаток личной социальной интеракции может сказаться и на качестве обучения. Возможность обсуждения материала, совместной работы над проектами и получения обратной связи от преподавателей играет важную роль в усвоении знаний и развитии навыков. В отсутствие таких возможностей студенты могут испытывать затруднения в усвоении материала и углублении своего понимания.

Отсутствие личной социальной интеракции может привести к ощущению изоляции у студентов. Они могут чувствовать себя оторванными от образовательного процесса и лишенными поддержки со стороны однокурсников и преподавателей.

Отсутствие личной социальной интеракции в образовательном киберпространстве может иметь серьезные последствия для мотивации, качества обучения и психологического благополучия студентов. Это подчеркивает важность разработки эффективных стратегий по стимулированию социальной интеракции в виртуальной среде, чтобы обеспечить более полноценное и эффективное образование для всех обучающихся, осваивающих образовательную программу.

Для получения эмпирических результатов авторами был создан опросник «Отсутствие социальной интеракции». Опрос позволил выявить следующие показатели: частоту, с которой студенты чувствуют отсутствие социальной интеракции в онлайн-обучении; степень важности для студентов социального взаимодействия; стратегии, которые студенты используют для преодоления отсутствия социальной интеракции. В опросе приняли участие 120 студентов-

бакалавров 3–4-х курсов, осваивающих образовательные программы по направлениям подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)» и 44.03.02 «Психолого-педагогическое образование».

Были получены следующие результаты. 51% респондентов указали на чувство отсутствия социального контакта и межличностного взаимодействия во время онлайн-обучения (в процессе освоения образовательных программ используются массовые открытые онлайн-курсы, цифровые образовательные ресурсы). Только 8,3% респондентов указали, что никогда в онлайн-обучении не испытывали чувства отсутствия социальной интеракции. Отсутствие социальной интеракции снижает мотивацию к освоению образовательных программ у 33,3% респондентов, у 20,7% – онлайн-обучение не оказывает влияние на мотивацию, 16% испытуемых усиливает мотивацию освоения образовательной программы. Для 78% испытуемых взаимодействие с преподавателями и сокурсниками во время учебных занятий является важным, 6,5% – заявили о низкой важности участия во взаимодействии на учебном занятии. На вопрос «Как вы справляетесь с отсутствием взаимодействия в онлайн-обучении?» были получены следующие результаты: общаюсь с однокурсниками через онлайн-платформы (45 студентов – 37,25%); стремлюсь участвовать в дополнительных онлайн-мероприятиях или дискуссионных группах (25 студентов – 20,8%); прошу помощи у преподавателей (15 студентов – 12,5%); не справляюсь, это для меня большая проблема (5 студентов – 4,2%).

Результаты опроса среди 120 студентов подтверждают, что проблема отсутствия социальной интеракции в онлайн-образовании актуальна и оказывает значительное влияние на обучение и мотивацию студентов. Во-первых, большинство респондентов часто или очень часто испытывают отсутствие социальной интеракции во время онлайн-обучения. Это свидетельствует о том, что проблема является широко распространенной среди студентов. Во-вторых, влияние отсутствия социальной интеракции на мотивацию к учебе также значительно. Более половины опрошенных студентов отмечают, что это сильно или немного снижает их мотивацию. Кроме того, для большинства студентов важно взаимодействие с преподавателями и однокурсниками во время обучения, что подчеркивает важность социальной составляющей в образовательном процессе. Несмотря на указанные проблемы, студенты активно применяют различные стратегии для преодоления отсутствия социальной интеракции. Большинство из них общаются с однокурсниками через онлайн-платформы или используют дополнительные ресурсы для поддержания мотивации.

Таким образом, проведенный опрос подчеркивает необходимость уделить больше внимания социальным аспектам в онлайн-образовании. Разработка и реализация стратегий, способствующих улучшению социальной интеракции в виртуальной среде, становятся ключевыми направлениями для обеспечения эффективного и полноценного образования в онлайн-формате.

Образовательное киберпространство предоставляет широкие возможности для распространения знаний и доступа к образованию, независимо от местоположения и времени. Однако, чтобы эти возможности были максимально эффективными, необходимо учитывать социокультурные проблемы, с которыми сталкивается пространство образования. Равный доступ к технологиям, поддержка социальной интеракции, обеспечение качества образования и безопасности данных – ключевые аспекты, на которые следует обращать внимание при развитии онлайн-образования. Решение этих проблем потребует совместных усилий образовательных учреждений, правительственных организаций и общественности в целом. Только таким образом возможно максимально эффективно использовать потенциал образовательного киберпространства для развития общества и повышения доступности и качества образования для всех.

Список использованной литературы

1. **Шмурыгина, О. В.** Особенности мотивации к обучению студентов вузов при реализации образовательного процесса в онлайн-формате [Электронный ресурс] / О. В. Шмурыгина, Д. Г. Овчинникова // Инсайт. – 2023. – № 3 (15). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-motivatsii-k-obucheniyu-studentov-vuzov-pri-realizatsii-obrazovatel'nogo-protsessa-v-onlayn-formate>. – Дата доступа: 28.02.2024.
2. **Панфилов, А. Н.** Использование чат-ботов в процессе освоения образовательной программы / А. Н. Панфилов, В. М. Панфилова // Вестн. педагог. наук. – 2023. – № 5. – С. 119–124.
3. **Письменский, Г. И.** Образовательное киберпространство – важнейшая часть киберпространства / Г. И. Письменский, С. В. Сафонова, Ж. Ю. Бакаева // Человеч. капитал. – 2023. – № 12 (180). – Ч. 2. – С. 96–105.

4. Золотухин, С. А. Ретроспектива взглядов на возможность осуществления интеракций в киберпространстве [Электронный ресурс] / С. А. Золотухин // Сибир. педагог. журн. – 2014. – № 6. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/retrospektiva-vzglyadov-na-vozmozhnost-osuschestvleniya-interaktsiy-v-kiberprostranstve>. – Дата доступа: 28.02.2024.

5. Айсина, Р. М. Киберсоциализация молодежи в информационно-коммуникационном пространстве современного мира: эффекты и риски / Р. М. Айсина, А. А. Нестерова // Соц. психология и о-во. – 2019. – Т. 10. – № 4. – С. 42–57.

6. Шукшина, Л. В. Особенности обучения и мотивация студентов в условиях онлайн-взаимодействия [Электронный ресурс] / Л. В. Шукшина, К. Г. Фролова // Соврем. педагог. образование. – 2021. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-obucheniya-i-motivatsiya-studentov-v-usloviyah-onlayn-vzaimodeystviya>. – Дата доступа: 12.03.2024.

УДК 378.14.015.3(476)

Т. Л. Рыжковская (tut12345@tut.by),

ассистент

Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

В данной статье представлены результаты практико-ориентированного направления деятельности Студенческой научно-исследовательской лаборатории Белорусского государственного экономического университета «Экономика, социум и личность», проводимого в период с 2021/2022 по 2023/2024 учебные годы. Данный вид деятельности был реализован через проведение среди учащихся Белорусского государственного экономического университета серии тренинговых занятий, направленных на развитие предпринимательских качеств.

This article presents the results of the practice-oriented activity of the Student Research Laboratory of the Belarusian State Economic University “Economy, Society and Personality”, conducted during the period from 2021/2022 to 2023/2024 academic years. This type of activity was implemented through a series of training sessions among Belarusian State Economic University students aimed at developing entrepreneurial qualities.

Ключевые слова: предпринимательские качества; развитие; программа; тренинг; эффективность.

Key words: entrepreneurial qualities; development; program; training; efficiency.

Развитие предпринимательских качеств у студентов в процессе обучения является важным аспектом для подготовки будущих специалистов, способных успешно адаптироваться и быстро меняющейся экономической среде. Интеграция предпринимательского образования в учебные планы университетов позволит развить у студентов ценные навыки, которые повысят их конкурентоспособность на рынке труда, будут способствовать экономическому развитию страны и принесут пользу обществу в целом. Среди таких можно выделить следующие:

– Повышение инновационного потенциала личности. Развитие предпринимательского мышления будет поощрять студентов мыслить творчески, генерировать инновационные идеи и выявлять новые рыночные возможности, что поможет им развивать критический анализ, проблемное мышление и уверенность в своих способностях.

– Подготовка к будущей рабочей среде. Современный рынок труда характеризуется нестабильностью и постоянными изменениями; развитие предпринимательских качеств, таких как адаптивность, стойкость, умение принимать риски, поможет студентам подготовиться к сложным условиям профессиональной деятельности и преуспеть в решении непредсказуемых сложных вопросов.

– Создание новых рабочих мест. Предприниматели являются движущей силой экономического роста и создания рабочих мест; развитие предпринимательских качеств у студентов будет способствовать развитию духа предпринимательства и повышать вероятность того, что они создадут собственный бизнес, тем самым способствуя экономическому росту.

– Улучшение коммуникативных и межличностных навыков. Предпринимательство предполагает эффективное общение, сотрудничество и ведение переговоров; через практическое обучение и активные формы работы студенты смогут развить сильные коммуникативные и

межличностные навыки, которые необходимы для установления деловых отношений в любой сфере деятельности.

– Развитие финансовой грамотности. Студенты с развитыми предпринимательскими качествами понимают принципы управления финансами и способны принимать взвешенные финансовые решения; обучение этим навыкам даст им преимущество в понимании финансового мира и управлении собственными финансами и (или) бизнесом в будущем.

– Повышение уверенности в себе и самореализация. Предпринимательство связано с принятием рисков; развитие предпринимательских качеств поможет студентам повышать уровень уверенности в себе, чувство собственного достоинства и стремления к самореализации как в личной жизни, так и в карьере.

На кафедре экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности Белорусского государственного экономического университета с 2021/2022 учебного года до настоящего времени в рамках Студенческой научно-исследовательской лаборатории (далее – СНИЛ) «Экономика, социум и личность» организована работа по развитию основных предпринимательских качеств у студентов экономических специальностей. Данная программа включает в себя серию тренинговых занятий, каждое из которых направлено на развитие конкретного предпринимательского качества (таблица 1).

Таблица 1 – Тренинговая программа развития предпринимательского потенциала

Название тренинга	Цель	Количество часов
Развитие лидерских качеств	Раскрытие личностного потенциала участников группы, формирование базовых навыков влияния, необходимых лидеру	8
Тренинг личностного роста	Создание условий для развития лидерских качеств у студентов, развитие навыков и качеств для достижения более высоких уровней личной эффективности в бизнесе и жизни	8
Тайм-менеджмент	Расширить представления о ценности понятия «время» как возможности человека воплотить задуманное, развитие навыков управления временем для повышения эффективности работы и личностного роста	8
Целеполагание	Научить основам продуктивного целеполагания	8
Развитие коммуникативных навыков	Развить коммуникативные умения, знания, способности, воспитать коммуникативную личность	10
Тренинг публичного выступления	Обучение участников тренинга практическим умениям и навыкам выступления на публике	8
Эффективные стратегии выхода из конфликтных ситуаций	Формирование умений эффективного поведения в конфликтных ситуациях	8
Командообразование	Знакомство с психологическими особенностями формирования команды, формирование устойчивых доверительных отношений внутри группы для достижения общей цели	8
Тренинг креативности	Снятие стереотипности мышления, знакомство с этапами креативного процесса, развитие навыков управления креативным процессом	8
Тренинг продаж	Развитие эмоциональной компетентности и умения влиять на принимаемое клиентом решение	8

За 2021–2024 учебные годы на базе Белорусского государственного экономического университета было проведено три цикла тренинговых занятий. Все тренинги проводились со студентами в свободное от основных занятий время с соблюдением всех этических и программных требований. Студенты принимали участие в тренинге на добровольной основе.

Для оценки развития у студентов предпринимательских качеств (уровень общительности, креативность, тайм-менеджмент, мышление, работа в команде и пр.) до и после проведения тренингов проводилось психологическое тестирование. В силу большого объема информации, в данной статье приведем результаты эффективности тренинговой работы по развитию коммуникативной компетентности и креативности студентов Белорусского государственного экономического университета.

В соответствии с целью исследования была сформулирована гипотеза о том, что показатели уровня общительности и общей креативности студентов после проведения тренинга превышают значения показателей уровня общительности и общей креативности студентов до проведения тренинга. Исследование проводилось среди студентов 1–4-х курсов. Общая численность испытуемых составила 50 чел. Их возраст – 17–21 год. Выбор респондентов обусловлен целями и задачами исследования.

Для изучения развития коммуникативных навыков у студентов была подобрана методика «Оценка уровня общительности» В. Ф. Ряховского, а для выявления общего уровня креативности – методика «Тест креативности» Торранса.

Для обработки результатов исследования применялся непараметрический статистический тест «Т-критерий Вилкоксона». В данном случае выбор обусловлен удобством, поскольку применяется для сопоставления показателей, измеренных в двух разных условиях на одной и той же выборке испытуемых (таблица 2).

Гипотезы исследования следующие: H_0 – различия статистически значимы; H_1 – статистически значимых различий не выявлено.

Таблица 2 – Количественные показатели уровня коммуникабельности до и после проведения тренинга

Уровень коммуникабельности	До		После	
	Количество человек	%	Количество человек	%
Очень высокий уровень	–	–	–	–
Высокий уровень	3	6	1	2
Выше среднего уровня	–	–	2	4
Средний уровень	18	36	22	44
Ниже среднего уровня	8	16	9	18
Низкий уровень	6	12	5	10
Очень низкий уровень	15	30	11	22

Сумма по столбцу рангов равна $\Sigma = 780$.

$T = \Sigma Rt = 19 + 26,5 + 6,5 + 2 + 11,5 + 11,5 + 19 + 11,5 + 19 + 19 + 2 + 6,5 + 19 + 2 = 194$.

Находим критические значения для Т-критерия Вилкоксона для $n = 39$: $T_{кр} = 224$ ($p \leq 0,01$); $T_{кр} = 271$ ($p \leq 0,05$). В данном случае эмпирическое значение T попадает в зону значимости: $T_{эмп} < T_{кр}$ (0,01). Гипотеза H_0 принимается. Различия коммуникативных качеств студентов до и после проведения тренинга статистически значимы.

Таким же способом проанализируем результаты по тесту креативности (таблица 3).

Гипотезы исследования следующие: H_0 – различия статистически значимы; H_1 – статистически значимых различий не выявлено.

Таблица 3 – Количественные показатели уровня общей креативности до и после проведения тренинга

Уровень коммуникабельности	До		После	
	Количество человек	%	Количество человек	%
Очень высокий уровень	–	–	–	–
Высокий уровень	3	6	1	2
Выше среднего уровня	–	–	2	4
Средний уровень	18	36	22	44
Ниже среднего уровня	8	16	9	18
Низкий уровень	6	12	5	10
Очень низкий уровень	15	30	11	22

Сумма по столбцу рангов равна $\Sigma = 595$. $T = \Sigma Rt = 9 = 9$.

Находим критические значения для Т-критерия Вилкоксона для $n = 34$: $T_{кр} = 162$ ($p \leq 0,01$); $T_{кр} = 200$ ($p \leq 0,05$). Эмпирическое значение T попадает в зону значимости: $T_{эмп} < T_{кр}$ (0,01). Гипотеза H_0 принимается.

Таким образом, реализованный проект по развитию предпринимательских качеств студентов экономических специальностей следует считать успешным.

На данный момент проблема становления высококвалифицированных профессионалов привлекает достаточно большее внимание специалистов различных областей науки. Современный выпускник учреждения высшего образования должен отвечать требованиям, среди которых значимое место занимают сформированные предпринимательские навыки: творческое мышление, коммуникативная компетентность, умение работать в команде, высокий профессионализм, активность и пр. Современный подход к обучению должен ориентировать на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, государства в выработку у студентов социально полезных знаний, убеждений, качеств характера, коммуникаций и опыта поведения.

РАЗВИТИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ КУЛЬТУРЫ ТАЙЦЗИЦЮАНЬ В БЕЛАРУСИ

В данной статье рассматривается развитие культуры тайцзицюань в Беларуси, предлагается ряд мер и рекомендаций в этой связи.

This paper investigates the development of taijiquan culture in Belarus, proposes a series of countermeasures and recommendations in this regard.

Ключевые слова: тайцзицюань; культура; Республика Беларусь; Китай; спорт.

Key words: taijiquan; culture; Republic of Belarus; China; sport.

Тайцзицюань имеет многовековую историю и является важной частью традиционной культуры Китая. Тайцзицюань как нематериальное культурное наследие мирового уровня, известное в Китае и за рубежом, обладает глубокими теоретическими знаниями, а в практической сфере – медленной и мягкой формой движений и уникальным фитнес-эффектом, который пользуется большим спросом у населения в стране и за рубежом [1]. Тайцзицюань имеет распространение в более чем 160 странах и регионах мира, число практикующих этот вид физической культуры достигло 150 млн человек.

Распространение тайцзицюань привлекло внимание ученых, которые в настоящее время глубоко исследуют межкультурное пространство тайцзицюань с различных точек зрения. Несмотря на это, причины распространения тайцзицюань в определенной стране мало исследованы. В связи с этим в данной работе анализируется современное состояние развития культуры тайцзицюань в Беларуси, а также предлагается ряд мер в этом направлении [2].

Беларусь – один из партнеров Китая. Все больше китайцев едут в Беларусь работать и учиться, а обмены между двумя странами становятся все более частыми. 17 декабря 2020 г. успех заявки тайцзицюань на получение наследия не только расширяет популярность тайцзицюань, но и дает возможность для международного распространения тайцзицюань.

Межкультурная коммуникация тайцзицюань в Беларуси включает два уровня: первый уровень – это межкультурная спортивная ассоциация с тайцзицюань в качестве основного объекта, сосредоточенная на обмене навыками тайцзицюань; второй уровень – межкультурная философская ассоциация, использующая тайцзицюань как носитель через встроенное культурное философское мышление тайцзицюань для осуществления диалога, сосредоточенного на культурном подтексте тайцзицюань [3].

Основное содержание обучения тайцзицюань в Беларуси сосредоточено на боевых достоинствах, этикете и традиционной китайской культуре. Исследования показали, что функция легких у пожилых людей может быть эффективно улучшена с помощью практики тайцзицюань. Тайцзицюань как программа, сочетающая движение и дыхание, может использоваться не только для профилактики заболеваний, но и для коррекции уже имеющихся изменений в состоянии здоровья, а также для тренировки дыхательной системы, поддержания эластичности легких, более глубокого, устойчивого и ровного дыхания, улучшения кровоснабжения, расслабления мышц и нервной системы, умеренной нагрузки на организм, улучшения гибкости тела, регуляции эмоций, а также для развития навыков расслабления и сосредоточенности. Тайцзи – это мягкая форма бокса, которая может быть отличным фитнес-упражнением.

В настоящее время в Беларуси не так много институтов Конфуция, где преподают тайцзицюань, за исключением Института Конфуция при Белорусском государственном университете физической культуры, который специализируется на обучении тайцзицюань. Остальные институты Конфуция по-прежнему сосредоточены на курсах боевых искусств и китайского языка.

Во-первых, не хватает преподавателей. 28,3% институтов Конфуция по всему миру имеют преподавателей ушу, только 10,9% из них имеют штатного преподавателя тайцзицюань. В классе тайцзицюань Института Конфуция при Белорусском государственном университете физической культуры всего два таких преподавателя.

Во-вторых, препятствием является языковой барьер. Существует множество школ традиционного тайцзицюань, таких как Чэнь, Ян, У, Ву, Сунь и т. д. Существуют различные виды тайцзицюань, в каждой школе есть несколько наборов упражнений тайцзицюань, отличающихся по стилям и характеристикам. Некоторые движения, более сложные для изучения, требуют подробного объяснения и демонстрации, но из-за языкового барьера преподавание не может быть достаточным.

В-третьих, не хватает местных учебных материалов, а их распространение слишком узкое. В белорусских институтах Конфуция используются универсальные учебные материалы, при этом нет местных, учитывающих особенности страны и специфику местных условий. Содержание белорусских материалов по распространению культуры тайцзицюань сосредоточено на способах поддержания здоровья и практике распорядка, при этом мало изучаются уникальные культурные коннотации тайцзицюань. Большинство практикующих тайцзицюань знают о тайцзицюань в основном с точки зрения укрепления здоровья и профилактики заболеваний, но мало знают о происхождении тайцзицюань, его философском осмыслении, наступательных и защитных техниках.

Тайцзицюань как восточный вид спорта, богатый символами китайской культуры, должен интерпретироваться всесторонне и многоуровнево в процессе распространения, особенно следует увеличить распространение трех аспектов: философской мысли, истории возникновения, техники атаки и защиты, что может не только удовлетворить потребности различных аудиторий, но и повысить конкурентоспособность тайцзицюань в процессе распространения. Исходя из вышеизложенного, мы предлагаем следующие меры, которые могут быть полезными для распространения и изучения тайцзицюань в условиях Республики Беларусь:

– Усиление подготовки преподавателей. В настоящее время белорусских преподавателей тайцзицюань можно разделить на две категории, одна из которых – белорусские специалисты и энтузиасты тайцзицюань, которые после обучения в Китае возвращаются в Беларусь, чтобы открыть соответствующие школы и курсы, а другая – профессиональные тренеры, направленные Китаем. С учетом различных характеристик этих двух групп преподавателей обучение должно проводиться отдельно, включая усиление подготовки языковых навыков и культуры преподавательского состава, страны, создание профессионального и эффективного механизма работы и организацию обучения менеджменту, а также создание высокоуровневой и высокообразованной международной команды по распространению тайцзицюань.

– Устранение лингвистических дилемм. Точность перевода является важным фактором качества общения в тайцзицюань. В межкультурной коммуникации недостаточное внимание к переводу может привести к культурным ошибкам и непониманию. Необходимо усовершенствовать перевод терминологии экстерриториального тайцзицюань и одновременно перевод книг по тайцзицюань в Беларуси, способствовать обмену и сотрудничеству лингвистов и синологов в стране и за рубежом, издавать авторитетные словари тайцзицюань на иностранных языках, учебные пособия и т. п. Необходимо проанализировать содержание общения в этой сфере в свете местных обычаев и условий и рекомендовать тайцзицюань, который больше подходит белорусам для достижения лучших результатов в области здравоохранения.

– Распространение через новые медиа. В эпоху интернета необходимо реализовать многомерное распространение сетевой информации, аудио- и видеоматериалов, текста и изображений на разных платформах, чтобы создать режим межкультурной коммуникации тайцзицюань интернет+. Мы должны снимать, формировать целевые аудиовизуальные продукты для изучения тайцзицюань и улучшать сетевую активность, основать сетевые курсы качества тайцзицюань, сетевые видеоконкурсы и т. д., а также предоставить платформу сетевого обмена для энтузиастов. В то же время необходимо контролировать сеть и придерживаться основной линии традиционной китайской культуры. Можно использовать зарубежную коммуникационную платформу «Один пояс и один путь» для проведения и создания высококачественных мероприятий с мировой популярностью. Кроме того, нужно составлять высококачественные русскоязычные учебные материалы по тайцзицюань для зарубежных стран и углублять китайско-белорусское сотрудничество по многочисленным каналам.

Тайцзицюань представляет традиционную культуру Китая, содержит культурную философию сильной, но не гегемонистской цивилизации, которая является культурным носителем восточной мудрости, подчеркивая гуманистический дух китайской нации и концепцию развития «мир – это ценно».

Таким образом, межкультурное распространение тайцзицюань не только придает новый импульс развитию мирового спорта, но и оказывает воздействие на человеческое сообщество

для устранения конфликтов в современной глобальной политике, а также придает восточную мудрость современному международному управлению. С помощью культуры тайцзицюань мы можем донести до всего мирового сообщества мирный и развивающийся образ китайской нации, которая стремится к гармонии и сочетает в себе строгость и гибкость.

Тайцзицюань появился в Китае и теперь принадлежит всему миру. За это время этот вид китайского боевого искусства менялся и развивался, а его межкультурное распространение получило в настоящее время больше возможностей.

Распространение тайцзицюань в Беларуси не только способствует культурным обменам и общественным контактам между Китаем и Беларусью, но и представляет собой модель распространения тайцзицюань.

Список использованной литературы

1. **Хунцзе, Ю.** Основные методические подходы при обучении новым движениям в единоборствах / Ю. Хунцзе // Спорт, человек, здоровье : X Междунар. конгресс, 8–10 декабря 2021 г. – 2021. – С. 455–457.

2. **Хунцзе, Ю.** Организационно-методические особенности физического воспитания студентов Китайской Народной Республики / Ю. Хунцзе. – Минск : БГУФК. – 2022.

3. **Хунцзе, Ю.** Развитие и распространение спортивной культуры Китая и Беларуси в рамках программы «Пояс и путь» / Ю. Хунцзе // Бел. нац. техн. ун-т. – 2023. – № 2. – С. 125–126.

VIII. 80-ЛЕТИЕ ОСВОБОЖДЕНИЯ БЕЛАРУСИ ОТ НЕМЕЦКО-ФАШИСТСКИХ ЗАХВАТЧИКОВ: ИСТОРИЯ, ПОДВИГ, ПАМЯТЬ

УДК 94

К. В. Анисимов (oit@iki-lipetsk.ru),

канд. ист. наук, доцент

Липецкий институт кооперации (филиал)

Белгородского университета

кооперации, экономики и права

г. Липецк, Российская Федерация

ОПЕРАЦИЯ «БАГРАТИОН»: ВОЗМЕЗДИЕ В БЕЛОРУССИИ

В данной статье анализируется ход наступательной операции Красной армии 1944 г. по освобождению Советской Белоруссии «Багратион».

This article analyzes the course of the 1944 offensive operation of the Red Army to liberate Soviet Belarus “Bagration”.

Ключевые слова: Белоруссия; освобождение; наступление; армия; фронт; группа армий.

Key words: Belarus; liberation; offensive; army; front; army group.

Приступая к работе над статьей, посвященной освобождению Белоруссии в 1944 г., мы исходили из научно-теоретической актуальности данной темы, вытекающей из необходимости более научного, комплексного исследования указанной исторической проблемы.

Практическая актуальность избранной проблематики заключается в сохранении светлой памяти о подвиге наших предков, спасших в годы Великой Отечественной войны мир от нацистской «коричневой чумы». Кроме того, современная борьба Русского мира с неонацистами на Украине выступает логическим историческим продолжением справедливой борьбы России за освобождение славянских земель от западных захватчиков. Задачей, которую ставит перед собой автор статьи, является донесение до современников объективных фактов о событиях Великой Отечественной войны, в частности о юбилее освобождения Белоруссии от нацистских оккупантов, которому в 2024 г. исполняется 80 лет. В ходе решения поставленной задачи автор придерживался рабочей гипотезы, заключающейся в идее грандиозного успеха русского оружия в ходе операции «Багратион», ставшей истинным возмездием 1944 г. за злодеяния гитлеровцев на земле Белоруссии в период оккупации.

Целью статьи выступает раскрытие темы «Операция “Багратион”: возмездие в Белоруссии».

В ходе работы над статьей автор использовал достаточный для запланированного объема исследования историографический массив научной литературы. Основными источниками по избранной теме выступают мемуарные произведения, созданные знаменитыми советскими полководцами эпохи Великой Отечественной войны: четырежды Героя Советского Союза Маршала Советского Союза Г. К. Жукова [1] и дважды Героя Советского Союза Маршала Советского Союза В. И. Чуйкова [2].

Хронология событий в эпопее освобождения оккупированной немцами Белоруссии содержится в трудах Н. Шефова [3] и группы британских историков П. Эббота, Н. Томаса и М. Чаппела [4]. Общие сведения о потенциалах сражавшихся во втором глобальном вооруженном конфликте национальных армий содержатся в трехтомной монографии французских историков немецкого происхождения, супругов Фреда и Лилианы Функен [5]. Значительный массив информации объективного характера, посвященной анализу событий Великой Отечественной войны, содержится в учебнике А. С. Орлова, В. А. Георгиева, Н. Г. Георгиевой и Т. А. Сивохинной [6].

Таким образом, изученный автором целый ряд источников и литературных материалов является вполне достаточным для написания на его основе оригинального труда. В процессе его создания автор придерживался четких принципов методики исторического исследования. Исходя из поставленной цели и заданий предложенного исследования, использовались такие общенаучные принципы, как историзм и объективность. Наряду с общенаучными принципами исследования применялся также принцип многоперспективности (полиперспективности). Для исчерпывающего достижения, реализации заданий статьи применялись общенаучные и специализированные исторические методы исследования, в ходе избрания которых учитывался характер работы. Общенаучными методами считаются те, которые применяются как в так называемых «точных», так и в гуманитарных науках, так как их природа ориентирована не на конкретный объект исследования, а на решение наиболее общих заданий, встающих перед любой наукой. В статье применяются такие общенаучные методы, как индукция, дедукция, динамический, статичный метод, метод описания.

Опираясь на вышеобозначенные методы исследования, приступаем к непосредственному анализу проблемы. На конец апреля 1944 г. германскому командованию удалось стабилизировать Восточный фронт на отдельных его участках. Невзирая на резкое ухудшение общей обстановки в Германии, ее военно-промышленный комплекс не только количественно увеличивал массив выпускаемого вооружения, но и постоянно совершенствовал его качественно. Ученые и инженеры Третьего рейха достигли небывалых высот в строительстве новых видов вундерваффе (от нем. Wunderwaffe – чудо-оружие): баллистических и крылатых ракет ФАУ-2 и ФАУ-1, реактивных истребителей и бомбардировщиков, бесшумных субмарин. Германские физики Оппенгеймер и Фукс вплотную подошли к созданию атомной бомбы. Если бы гитлеровцам удалось массово применить данные новшества, полыхавшая война вышла бы на качественно иной уровень людских жертв и разрушений. Как планировало руководство Третьего рейха, использование невиданных ранее технологий призвано было компенсировать чрезвычайную ограниченность ресурсно-сырьевой базы и как результат привести к перелому в войне в сторону немцев.

Однако Генеральный штаб Красной армии в Москве переиграл немецких стратегов из Верховного командования вермахта – вооруженных сил нацистской Германии. Генеральную наступательную операцию летне-осенней кампании 1944 г. под кодовым названием «Багратион» решено было провести в Белоруссии.

Здесь оказались собраны мощные силы. Удар готовились нанести сразу четыре фронта: 1-й Прибалтийский (командующий – генерал армии И. Х. Баграмян), 1-й Белорусский (генерал армии К. К. Рокоссовский), 2-й Белорусский (генерал армии Г. Ф. Захаров), 3-й Белорусский (генерал армии И. Д. Черняховский). По замыслу начальника Генерального штаба Рабоче-крестьянской Красной армии В. А. Василевского, основные ударные группировки сосредотачивались на флангах.

Спустя три года после летнего разгрома 1941 г. советского Западного фронта генерала армии Павлова в Белоруссию вернулась для возмездия захватчикам другая армия русских – закаленная в непрерывных трехлетних битвах, обученная и прекрасно оснащенная технически. «Нелегкое дело предстояло нашим солдатам и офицерам – пройти эти гиблые места, пройти с боями, пройти стремительно. Люди готовили себя к этому подвигу...», – писал в своих воспоминаниях К. К. Рокоссовский, удостоенный за операцию по освобождению Белоруссии звания маршала [3, с. 333].

Следует сделать акцент на том факте, что нацисты из-за скрытности подготовки операции «Багратион» пребывали в полном неведении относительно подготавливаемого советскими полководцами удара. Подтверждением данному тезису может служить следующий факт: командующий немецкой группой армий «Центр» генерал-фельдмаршал Буш был настолько уверен, что вверенному ему объединению ничего серьезно не угрожает, что ровно за два дня до развертывания сил советского наступления ушел в отпуск.

На следующий день после третьей годовщины начала Великой Отечественной войны, 23 июня 1944 г., силы Красной армии нанесли по позициям нацистской группы армий «Центр» сокрушительный удар, сполна расквитавшись за унижительное поражение летом 1941 г. На этот раз в роли испивших до дна горькую чашу поражения неудачников выступили германские солдаты и офицеры вермахта.

Нужно сказать, что гитлеровцы приготовились защищать свои укрепленные позиции на оккупированной ими земле Белоруссии до последней возможности. Немцы за три года создали три фортификационных полосы оборонительных укреплений. Общая глубина подготовленной

в инженерном отношении обороны неприятеля составляла 50–60 км. Кроме того, немцы ускоренными темпами сооружали еще один дополнительный рубеж обороны по западному берегу реки Висла. Но у нацистов уже не было реальной возможности концентрировать свои соединения на всей протяженности рубежей обороны, тем более на линии реки Висла, так как данная часть фортификационной полосы была удалена более чем на 200 км от переднего края. Бойцы вермахта и ваффен-СС занимали только главную и частично вторую полосы обороны. Армейская запасная полоса пустовала: фельдмаршал Буш предполагал, что ее займут отходящие с передовой войска.

Как указывал в своих мемуарах маршал Василий Чуйков, форсировать главную водную преграду на пути продвигавшихся на запад русских войск – реку Западный Буг предстояло 8-й гвардейской армии. С воздуха наших бойцов поддерживали штурмовики и бомбардировщики 6-й авиационной армии.

К наступлению советские солдаты и офицеры готовились восемь суток. Наступление Красной армии началось в конце июня сорок четвертого и прошло в два этапа. На первом (23 июня – 4 июля) советские вооруженные силы прорвали фронт германской армии и, разрезав германские соединения по частям, окружили значительные немецкие силы в районе городов Бобруйск, Витебск, Орша, Могилев и Минск. Фронтальному наступлению русских войск предшествовала разведка боем. Этот маневр вынудил нацистов перебросить к переднему краю часть имевшихся у них резервов, которые попали под ураганный артиллерийский обстрел (150–200 орудий и минометов на 1 км сектора прорыва).

Первичный удар оказался нанесен основной частью подготовленных к броску сил. В первый же день наступления красноармейцы продвинулись на 20–25 км в глубину обороны неприятеля. Затем в прорыв были введены механизированные соединения – танковые дивизии, поддержанные кавалерией. В авангарде наступала 2-я гвардейская конно-механизированная группа кубанских казаков генерал-лейтенанта Иссы Плиева, сопровождавших атакующие русские танки. Следует заметить, что гитлеровцы не сумели создать в Белоруссии перевес в танках, что не позволило им своевременно парировать удар русских. В свою очередь, последнее обстоятельство предоставило нашим войскам осуществить глубокие вклинения в линии обороны гитлеровцев и проводить охваты рассеченных соединений вермахта.

Уже 25 июня в прифронтовой полосе – районах Витебска и Бобруйска угодили в котел 11 немецких дивизий. Сопrotивления как такового вермахту здесь организовать не удалось. Уже спустя трое суток после окружения оставшиеся еще в живых солдаты и офицеры из витебской группировки выбросили белый флаг, сдавшись русским в плен вместе с генералом от инфантерии Гольвицером.

Отступая из Бобруйска, идущие на прорыв из кольца германские солдаты подожгли этот Белорусский город из огнеметов. Возмездие за это очередное преступление гитлеровских палачей не заставило себя долго ждать: в котле под Бобруйском бесславно завершила свой путь еще одна знаменитая участница оборонительных сражений на Восточном фронте – 9-я немецкая армия вермахта.

Сделаем ударение на том факте, что именно под г. Бобруйском советские военно-воздушные силы впервые применили массированный удар, в результате которого бомбами оказалась уничтожена рвавшаяся на прорыв из котла немецкая группировка. Обескровленные люфтваффе рейхсмаршала Геринга не сумели организовать действенной поддержки сухопутным силам вермахта.

Огромный вклад в победу Рабоче-крестьянской Красной армии на земле Белоруссии внесли партизаны, которые дезорганизовали тылы врага и парализовали переброску резервов к линии фронта. Одновременно 1-й и 3-й Белорусские фронты осуществляли более глубокие фланговые удары по сходящимся линиям в направлении столицы Белоруссии г. Минска. Силы Красной армии освободили этот прекрасный город 3 июля 1944 г. Населенный пункт к тому времени оказался превращен нацистскими оккупантами в руины. Тем временем восточнее Минска попала в котел 100-тысячная группировка немцев. Уточним, что за двенадцать суток наступления Рабоче-крестьянской Красной армии наши фронты продвинулись в западном направлении на 225–280 км. Были прорваны все три главные фортификационные полосы обороны гитлеровцев, окружены и уничтожены в котлах 25 дивизий вермахтовской группы армий «Центр». Нужно сказать, что попадавшие в кольцо окружения германские дивизии летом 1944-го уничтожались довольно быстро.

Знаменательным итогом первого этапа советского наступления в Белоруссии оказалось показательное шествие под конвоем по улицам Москвы 17 июля 1944-го колонны из 57 тыс.

немецких генералов, солдат и офицеров – бывалых ветеранов Ржевской, Курской, Витебской и других битв, взятых в плен в ходе операции «Багратион».

Одним из положительных для антигитлеровской коалиции последствий операции «Багратион» стала поддержка успеха созданного 6 июня 1944 г. Второго фронта англичан и американцев в ходе операции «Оверлорд» – десантирование наших Союзников в северофранцузской Нормандии. Для удерживания Восточного фронта гитлеровское командование не смогло перебросить свои резервные войска с востока на запад.

Уже 28 июня 1944 г. Гитлер заменил фельдмаршала Буша «пожарником Третьего рейха» фельдмаршалом Моделем, который оказался, по словам Гудериана, «командующим пустым пространством». Германский фронт в Белоруссии на тот момент потерял свою стабильную устойчивость и с треском рухнул. Данное обстоятельство предоставило возможность гениально разработанной операции «Багратион» запланированно перейти в маневренную стадию. Начался второй этап составленного советским Генштабом плана (5 июля – 29 августа). Сценарием дальнейших действий Красной армии оказался ее выход на оперативный простор в западном направлении. Подчеркнем: июльские попытки «пожарника» Вальтера Моделя заткнуть в ходе безуспешных контратак бреши и создать обновленные рубежи обороны с целью задержать натиск Красной армии не дали желаемых результатов. Белоруссия стала свободной от нацистских захватчиков.

Список использованной литературы

1. **Жуков, Г. К.** Воспоминания и размышления / Г. К. Жуков. – М. : Вече, 2023. – 640 с.
2. **Чуйков, В. И.** От Сталинграда до Берлина / В. И. Чуйков. – М. : Совет. Россия, 1985. – 704 с.
3. **Шефов, Н. А.** Против меча и свастики. История Второй мировой войны 1939–1945 гг. / Н. А. Шефов. – М. : ТОНЧУ, 2016. – 456 с.
4. **Эббот, П.** Союзники Германии на Восточном фронте 1941–1945 / П. Эббот, Н. Томас, М. Чаппел. – М. : АСТ, 2001. – 64 с.
5. **Функен, Л.** Энциклопедия вооружения и военного костюма. Вторая мировая война 1939–1945 : в 2 т. / Л. Функен, Ф. Функен. – М. : АСТ, 2002. – Т. 2. – 156 с.
6. **История России** : учеб. / А. С. Орлов [и др.]. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Проспект, 2019. – 713 с.

ВРЕМЯ МИРА, ПРИНЕСЕННОЕ ГЕРОЯМИ

В статье рассматривается вопрос о служащих на поле боя в годы Великой Отечественной войны. Автор подчеркивает, что тема войны актуальна и сегодня.

The article examines the issue of serving on the battlefield during the Great Patriotic War. The author emphasizes that the theme of war is still relevant today.

Ключевые слова: национальность; казахстанцы; война; воин; героизм; враг.

Key words: nationality; Kazakhs; war; warrior; heroism; enemy.

Участие казахстанцев в освобождении Белоруссии во время Великой Отечественной войны является важным и заслуживает внимания. Казахстан был одной из республик Советского Союза, которые внесли значительный вклад в победу над нацистской Германией, и участие казахстанцев в этом сложном периоде истории необходимо отметить. Казахстанцы проявили мужество, отвагу и самоотверженность, сражаясь за свободу и независимость не только своей страны, но и других народов.

Участие казахстанцев в освобождении Белоруссии было незаменимым. Они не только сражались на фронтах, но и выполняли различные задачи в тылу, обеспечивая армию необходимыми ресурсами и поддержкой. Казахстанцы проявили себя как преданные патриоты и верные защитники своей Родины [1–2].

Вооруженные силы СССР, как и само государство, которому они служили, с первых дней своего создания были многонациональными.

Представители практически всех народов и национальностей, населявших нашу огромную страну, жители всех республик, входивших в ее состав, выполняли воинскую обязанность по защите ее необъятных рубежей. Спецификой этой воинской службы было то, что, как правило, она проходила вдали от родного дома, порой за тысячи километров, в местах, о которых прежде новоиспеченным бойцам Красной армии или же матросам Военно-морского флота приходилось слышать разве что на уроках географии в школе.

Именно поэтому Западный Особый военный округ, войска которого накануне Великой Отечественной войны дислоцировались на территории БССР, представлял собой полиэтническое образование. В его рядах бок о бок с жителями других союзных республик служили и уроженцы Казахстана.

К сожалению, установить точное количество выходцев из Казахстана, проходивших срочную или кадровую службу в округе летом 1941 г., не представляется возможным – списки личного состава большинства воинских частей и соединений того времени не сохранились. Однако знакомство с архивными материалами, мемуарными и другими косвенными сведениями позволяют сделать вывод, что это количество было значительным и измерялось, по крайней мере, десятками тысяч человек.

Судьба большей части этих бойцов и командиров была трагичной, ибо именно здесь им предстояло принять свое боевое крещение, и для многих далекая Белоруссия стала местом последнего пристанища. Для войск Западного Особого военного округа нападение Германии на СССР было внезапным, поэтому боевые действия, развернувшиеся летом 1941 г. на территории Белоруссии, с первых часов войны приняли крайне неблагоприятный характер.

Несмотря на внезапность нападения и слабость вооружения (в распоряжении пограничников имелось лишь стрелковое оружие), ни одна из погранзастав не оставила предписанный ей для охраны участков государственной границы без приказа, и в большинстве своем воины погибли в неравном и безнадежном бою.

К сожалению, до нас дошли имена лишь некоторых из этих храбрых. В начале войны на погранзаставах не было военных корреспондентов, чтобы описать подвиги бойцов, а из участников этих первых боев выжили немногие.

Одним из этих героев был Владимир Федорович Курбатов, уроженец Северо-Казахстанской области. Накануне войны он проходил службу в Августовском погранотряде, находясь на должности пулеметчика. Когда противник пересек государственную границу на участке погранзаставы, где служил В. Ф. Курбатов, и личный состав был поднят в ружье, отважный пулеметчик занял позицию на правом фланге линии обороны.

Курбатов был ранен, а когда пришел в себя, то оказался уже во вражеском тылу. К счастью, пограничник остался не один. Трое раненых товарищей – Борис Матвеев, Виктор Тихонов и Михаил Погоняев – уложили его на самодельные носилки и вместе попытались пробиться к своим. Потеряв обе ноги, в декабре 1943 г. он вернулся домой и был награжден за свой ратный труд орденами Красного Знамени и Отечественной войны, а также медалями. На родине мужественный воин, став комбайнером, за доблестный труд был удостоен звания Героя Социалистического Труда.

Судьба другого пограничника, ездowego Шепетовского погранотряда ефрейтора Ивана Илларионовича Мергалева, призванного в погранвойска из Таловского мясосовхоза Западно-Казахстанской области, не менее драматична. В первые дни войны он оказался во вражеском тылу и пытался добраться до своих в обход уже занятого немецкими войсками Слонима.

Неожиданно на дороге показался советский мотоциклист, который сообщил Мергалеву и присоединившимся к нему раненым бойцам Красной армии (они помогали Мергалеву чинить поломанную ось телеги), что в этом направлении движется разведотряд противника. Сама по себе должность ездowego не предполагала непосредственного участия в боевых действиях, но в данной ситуации выбора не было. Усадив раненых на повозку, отважный пограничник отправил их вдогонку отступающей части, а сам, вооруженный ручным пулеметом, трехлинейкой и несколькими гранатами, вызвался задержать противника.

С самого первого штурма Брестской крепости одним из очагов наиболее ожесточенного сопротивления стал Восточный форт, оборону которого возглавлял легендарный П. М. Гаврилов, командир 44-го стрелкового полка 42-й стрелковой дивизии. Под его руководством сражались призванные из Восточно-Казахстанской области рядовые М. А. Москалюк, Г. Е. Носиков, И. Е. Черемнов, алмаатинцы Е. А. Качанов и С. Н. Лебедев, павлодарец младший лейтенант Ф. Д. Виволанец. Одной из стрелковых рот этого полка командовал бывший колхозник Талды-Курганской области лейтенант Карий Нургалиевич Ибраев, а заместителем командира пулеметной роты был младший лейтенант Н. Е. Игнатенко из Северо-Казахстанской области. В составе 455-го стрелкового полка этой же дивизии позицию у Брестских ворот стойко защищали рядовые А. Е. Проценко, А. С. Стародумов и Роман Ходатенко, призванные из Северо-Казахстанской области. Большинство защитников крепости погибли в неравной борьбе.

В защите Кобринского укрепления принял участие уроженец Казахстана рядовой 131-го артиллерийского полка Александр Павлович Сопиков, который 23 июня во главе небольшой группы однополчан атаковал орудие, бившее по казармам прямой наводкой. Уничтожив расчет, Сопиков и его соратники развернули пушку и открыли огонь по врагу. За этот подвиг солдат был награжден медалью «За отвагу».

Несмотря на скудость имеющихся данных, не вызывает никаких сомнений, что вклад воинов-казахстанцев в защиту Белоруссии от вражеского вторжения летом 1941 г. был огромен. В большинстве своем они сражались с сильным и коварным врагом стойко и мужественно. Основа Великой Победы 1945 г. закладывалась в сражениях трагического 1941 г. С призывных пунктов огромной территории Казахстана направлялись в учебные отряды новобранцы, чтобы затем отправиться на далекие фронты сражаться за свободу Белоруссии.

Важно отметить, что участие казахстанцев в освобождении Белоруссии не только помогло достичь победы, но и укрепило дружбу между народами Советского Союза. Совместная борьба за свободу и мир объединила людей разных этносов и культур, подтвердив их готовность стоять плечом к плечу в трудные времена.

Таким образом, участие казахстанцев в освобождении Белоруссии во время Великой Отечественной войны является ярким примером мужества, самоотверженности и патриотизма. Этот исторический факт должен быть сохранен и передан будущим поколениям как символ единства и силы народов, способных преодолевать любые трудности ради мира и свободы.

Список использованной литературы

1. Джетписбаев, Б. Путь солдата / Б. Джетписбаев. – Алматы : [б. и.], 1972. – 113 с.
2. Шәріпов, Ә. Кек жолында / Ә. Шәріпов // Социалистік Қазақстан. – 1985. – 8 мамыр. – С. 4.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПАРТИЗАН МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ С ЧАСТЯМИ КРАСНОЙ АРМИИ В ХОДЕ ПРОВЕДЕНИЯ ОПЕРАЦИИ ПО ОСВОБОЖДЕНИЮ БЕЛАРУСИ

В данной статье показана роль и значение партизанского движения на Могилевщине во время Белорусской наступательной операции.

In this article shows the role and importance of the guerrilla movement in the Mogilev region during the Belarusian offensive operation.

Ключевые слова: Великая Отечественная война; партизаны; рельсовая война; диверсии; операция «Багратион».

Key words: The Great Patriotic War; partisans; rail of war; sabotage; operation “Bagration”.

Вот уже более восьмидесяти лет отделяет нас от тех дней, когда фашистская Германия напала на нашу страну. И все дальше, год за годом, уходят в прошлое суровые, огненные годы войны. Давно уже осыпались блиндажи, заросли травой и мхом старые окопы, выросли в деревья осколки мин и снарядов. И кажется, что все уже давно забыто и никогда больше никто не вспомнит те тревожные военные годы. Но время не властно предать их забвению, выветрить из памяти народной. И пока бьются наши сердца, мы не имеем права в повседневных радостях и хлопотах забыть о подвиге советского народа.

Великая Отечественная война стала не только трагедией для Беларуси, но и суровым испытанием. В трудный час белорусские люди продемонстрировали свои лучшие человеческие качества – гордость и свободолюбие, готовность самоотверженно защищать родную землю. Именно белорусы, первыми принявшие на себя удар врага, как никто другой испытали всю тяжесть прошедшей войны. Благодаря исключительному мужеству всего населения Беларусь превратилась для захватчиков в неприступную крепость и вошла в мировую историю как республика-партизанка. Здесь, в Беларуси, гитлеровцы встретили поистине всенародное Сопротивление, которое имело небывалые в истории размах и результативность. Сопротивление включало в себя и вооруженную борьбу партизан, делавших все возможное, а порой и невозможное, для скорейшей победы над врагом.

К лету 1944 г. на советско-германском фронте сложилось благоприятное положение для наступательных действий Красной армии. Она прочно удерживала стратегическую инициативу в своих руках.

Фашистское командование отдавало себе отчет в том, что потерять Беларусь означало открыть путь Красной армии в Польшу и Восточную Пруссию, а также поставить под угрозу фланговых ударов группировки войск, которые оборонялись в Прибалтике и западных областях Украины.

23 июня 1944 г. началась Белорусская наступательная операция, сыгравшая выдающуюся роль в истории Великой Отечественной войны, судьбах белорусского народа, в поражении фашистской Германии.

Исключительно важную роль в операции «Багратион» сыграли и партизанские соединения Могилевской области.

Когда наступающая Красная армия приблизилась к границе области, в Могилевской области действовали 24 партизанские бригады, в которых насчитывалось свыше 55 тыс. партизан.

Партизаны области всеми силами громили вражеские гарнизоны, взрывали мосты, пускали под откос эшелоны противника, минировали шоссе и дороги, нанося максимальный урон гитлеровцам в живой силе и технике.

Участие партизан в операции «Багратион» предусматривалось Ставкой Верховного Главнокомандования. Конкретный план взаимодействия их с частями Красной армии был разработан Белорусским штабом партизанского движения, затем одобрен Центральным комитетом КП(б)Б. В конце мая 1944 г. его согласовали с командованием 1-го Прибалтийского, 3, 2 и 1-го Белорусских фронтов.

Партизанам Могилевской области было дано задание разрушать коммуникации противника и оказывать советским войскам всяческую помощь, в том числе при форсировании водных преград.

Важнейшей боевой операцией партизан по блокировке железнодорожного сообщения и лишению противника возможности маневрировать резервами стало проведение 3-го этапа «рельсовой войны», начатой за три дня до перехода в наступление советских войск.

7 июня 1944 г. Центральный комитет КП(б)Б рассмотрел и утвердил план этой операции. В ночь на 8 июня из Центрального комитета во все партизанские соединения, принимавшие участие в нанесении ударов по железнодорожным коммуникациям врага, поступили радиogramмы, поставившие задачу первый подрыв рельсов произвести в ночь на 20 июня 1944 г. В дальнейшем, указывалось в радиogramме, следовало наносить непрерывные удары, добиваясь полного срыва перевозок противника. Всего, согласно плану третьего этапа «рельсовой войны», партизаны Беларуси должны были подорвать 48 100 рельсов на важнейших участках железных дорог [1, с. 18].

Поразительный успех «рельсовых ударов» и их значение для Белорусской операции 1944 г. подтверждается многочисленными данными противника. Так, начальник военных сообщений группы армий «Центр» Г. Теске пишет, что «вместе с судьбой центральной стрелы немецкого восточного фронта была решена судьба всего этого фронта, не в последнюю очередь на основе борьбы белорусских партизан против железных дорог».

В подобных оценках содержится вынужденное признание противником эффективности борьбы партизан, той большой помощи, которую они оказывали Красной Армии в разгроме фашистской группы армий «Центр».

Партизаны Могилевской области, действовавшие в труднейших условиях вблизи линии фронта, в ночь на 20 июня 1944 г. нанесли удар по важной рокадной линии Витебск – Орша – Могилев, с боями захватили эту линию, разрушили 40 км железнодорожного полотна, взорвали более 5 тыс. рельсов и два железнодорожных поста. Разрушения были настолько значительными, что противник так и не смог их восстановить. Оставшиеся здесь на перегонах 10 эшелонов стали трофеями Красной армии [1, с. 22].

28 июня 1944 г. Могилевский обком КП(б)Б обратился к партизанам с призывом не дать немецко-фашистским оккупантам безнаказанно уйти с территории области, помочь советским воинам быстрее изгнать их с советской земли. «Товарищи партизаны и партизанки, командиры и политработники! – подчеркивалось в обращении, – в одиночку и совместно с частями Красной армии бейте на каждом шагу разбитого, бегущего в панике врага, не давайте ему переправиться через реку Березину».

Разгромленные Красной армией и отходившие на запад части врага попадали под удары партизан и несли дополнительные потери. 27 июля 1944 г. из-под Могилева отходили потрепанные части 14-й пехотной дивизии. Дорогу им между деревнями Гоевка и Козел перегородили партизаны 257-го отряда Рогачевской военно-оперативной группы (ВОГ). Подпустив крупную колонну противника на 100–150 м, они открыли ружейно-пулеметный и минометный огонь. Не ожидавшие этого внезапного удара гитлеровцы пришли в замешательство и, оставив машины, лошадей, повозки с военным имуществом и оружием, бросились бежать. В этом бою партизаны уничтожили около двух рот пехоты, взвод кавалерии, 65 повозок, сожгли 8 и вывели из строя 15 автомашин врага. Гитлеровцы вынуждены были отказаться от первоначального маршрута, двинуться через деревню Заозерье на Сомрань, расчищая дорогу от сплошных завалов, сделанных партизанами.

Но и здесь остатки 14-й пехотной дивизии, а также присоединившиеся к ней разрозненные части 78-й штурмовой дивизии натолкнулись на засады партизан Шкловской военно-оперативной группы. Фашисты бросили в бой значительные силы пехоты, которая двинулась вперед при поддержке танков и артиллерии. Партизаны пропустили колонну противника, совершили обходной маневр и встретили ее огнем на опушке леса. Здесь скопилось особенно много вражеских войск и советская авиация нанесла по ним ощутимый удар. Тем не менее, пытаясь укрыться в лесу, фашисты шесть раз еще поднимались в атаку, шли на позиции партизан, но достигнуть успеха им не удалось. Они вынуждены были отойти назад на открытую местность, где снова попали под удар советских летчиков.

В результате стойких и слаженных действий партизан обе вражеские дивизии были задержаны на целые сутки. На следующий день подоспели гвардейцы 2-го Тацинского танкового корпуса и совместно с партизанами полностью уничтожили остатки вражеских дивизий [1, с. 23].

В ночь с 29 на 30 июня 1944 г. партизанский отряд № 760 имени Березовского (Белыничская ВОГ, командир Р. И. Перестенко, комиссар В. М. Михайлов) совершил нападение

на участок железной дороги Шклов – Лохва, где было взорвано 846 рельсов. В эту же ночь отрядом имени Березовского была атакована отступавшая колонна гитлеровцев по дороге Городище – Погост в районе деревни Дручаны. В результате боя, длившегося около 6 ч, движение противника было приостановлено, гитлеровцы беспорядочно отошли, оставив обоз, технику. Партизаны освободили 587 человек местного населения от угона в Германию.

Партизаны Березенской военно-оперативной группы в составе 120-й бригады, 130-й бригады «Мечь», а также отдельно действовавших 340-го и 346-го отрядов численностью свыше 1 500 человек во главе с командиром Т. К. Крюком в ночь на 29 июня 1944 г. нанесли удар по отступавшим гитлеровским войскам на шоссе на дороге Могилев – Минск в районе деревни Воля, уничтожив при этом большое количество солдат, офицеров и военной техники. 1-го июля в районе деревни Голынка они разгромили на дороге Дулебы – Межонка до двух рот фашистских солдат и удерживали дорогу в течение четырех часов.

Вечером того же дня командующий 49-й армией генерал-лейтенант И. Т. Гришин встретился с командиром партизан Т. К. Крюком в деревне Дулебы и поставил задачу – на рассвете 2 июля сосредоточиться в районе деревни Галынка, чтобы утром совместно с частями Красной армии начать наступление, окружить и уничтожить разрозненные части 57-й пехотной дивизии противника, расположившиеся на ночлег на правом берегу реки Дулебка между деревнями Жабовка и Галынка. В назначенное время партизаны во взаимодействии с 584-м стрелковым полком атаковали фашистов. В этом бою оккупанты потеряли около 450 солдат и офицеров убитыми, 150 автомашин, 5 танков, много другой военной техники и имущества. Были захвачены 20 исправных автомашин, 50 повозок, 100 лошадей, взяты в плен почти 300 гитлеровцев.

В Бельничском районе на путях отступления противника действовали 600-й партизанский полк и 122-й «За Родину», 27 и 28 июня они устраивали круглосуточные засады, минировали дороги, делали завалы путей продвижения отступавших колонн гитлеровцев в районе деревень Городище и Аксеньковичи. В результате были подорваны 11 автомашин с живой силой и военными грузами, танкетка, тягач и мотоцикл.

Круглянские партизаны вели бои с противником в районе населенных пунктов Татарка, Трухановка, Старое Полесье, Круча, уничтожив 250 гитлеровцев, 52 автомашины, 26 повозок, много военного имущества врага [2, с. 79].

Командование Осиповичской ВОГ заранее закрепило за каждым отрядом основные дороги в районе, по которым гитлеровцы могли отходить под ударами советских войск. В боевых действиях Осиповичские партизаны уничтожили 1 322 и взяли в плен 2 412 гитлеровских солдат и офицеров.

Партизаны Могилевского соединения, тесно взаимодействуя с наступающими войсками нашей армии, только в период изгнания гитлеровцев с территории области уничтожили более 2 000 и взяли в плен до 4 000 фашистских солдат и офицеров, захватили много трофеев [1, с. 24].

Для командования Красной армии огромное значение имели представленные партизанами разведанные о работе вражеских коммуникаций. Это помогало советской авиации наносить по ним точные и сокрушительные удары.

Благодаря разведке была выявлена значительная концентрация фронтовых складов и баз в полосе 9-й армии противника в районе Бобруйска и других мест.

Партизаны Шкловской ВОГ в мае 1944 г. разведали и составили схемы укреплений противника по реке Днепр на участке Орша – Требухи, указав на них все огневые вражеские точки. Начальник разведотдела 3-го Белорусского фронта генерал-майор Е. В. Алешин отозвался об этом документе так: «Схемы укреплений противника на правом и левом берегах Днепра на участке Орша – Требухи, выполненные военно-оперативной группой при Шкловском РК КП(б)Б, по состоянию на 1 мая 1944 г., представляют большую ценность. Благодаря добросовестному отношению к этой работе схемы выполнены с большой точностью и почти целиком совпадают с данными аэрофотоснимков» [3, с. 348].

Огромное значение для наступающих фронтов имели захват и удержание партизанами переправ через реку, водные преграды. Это способствовало более быстрому продвижению на запад наших войск, выходу их на фланги противника, окружению и уничтожению вражеских группировок.

Партизаны Могилевской области, захватив переправы на реках Друть, Лохва, Оlsa, лишили фашистов возможности использовать их при отступлении. Удержав переправы до прихода войск 2-го Белорусского фронта, они способствовали их уверенному и быстрому продвижению на запад.

В результате проведения Могилевской наступательной операции войсками 2-го Белорусского фронта, которая проходила 23–28 июня 1944 г. и являлась частью Белорусской операции

1944 г., были освобождены город Могилев и территория Могилевского района. В операции участвовали 49-я и 50-я армия, 33-я и 4-я воздушная. Главный удар на Могилев наносили войска 49-й армии. Красной армии большую помощь оказывали партизаны области, они разрушали железнодорожные коммуникации врага, захватывали и удерживали до подхода советских войск выгодные рубежи, переправы, плацдармы на реках Проня, Бася, Реста.

Взаимодействие двух сил, объединенных общей целью, и привело к достижению заветной цели – освобождению нашей страны от гитлеровских захватчиков.

Таким образом, участие партизан области в Белорусской наступательной операции являлось фактом оперативно-стратегического значения [1, с. 38]. Партизаны Могилевской области в трудных, решающих боях выполнили поставленные перед ними задачи. В этот период активность партизан достигала наивысшего напряжения. Весь огромный боевой опыт, накопленный за три года борьбы в тылу врага, был в полной мере применен в боях по оказанию помощи войскам Красной армии.

Герои вечно живы. И мы не должны забывать великий ратный подвиг нашего народа.

Список использованной литературы

1. **Волчок, Г. И.** Партизанское движение в Могилевской области в годы Великой Отечественной войны / Г. И. Волчок. – Могилев : МГУ им. А. А. Кулешова, 2004. – 40 с.
2. **Волчок, Г. И.** Взаимодействие партизан Могилевской области и частей Красной армии в освобождении Беларуси / Г. И. Волчок // Могилев. поисковый вестн. – 2008. – Вып. 4. – С. 72–84.
3. **Всенародная** борьба в Белоруссии против немецко-фашистских захватчиков в годы Великой Отечественной войны : в 3 т. / Л. В. Аржаева [и др.]. – Минск : Беларусь, 1985. – Т. 3. – 531 с.

УДК 364

С. С. Лаптик (semenovna1981@mail.ru),

преподаватель

Молодечненский торгово-экономический колледж

Белкоопсоюза

г. Молодечно, Республика Беларусь

ДЕТСТВО, ОПАЛЕННОЕ ВОЙНОЙ

В статье рассматривается роль и вклад детей в Великой Отечественной войне, их жизнь и испытания во время военного времени.

The article examines the role and contribution of children in the Great Patriotic War, their life and trials during wartime.

Ключевые слова: дети; детство; фашистские захватчики; война; партизаны; решимость; отвага; подвиг; герой; победа.

Key words: children; childhood; fascist invaders; war; partisans; determination; courage; feat; hero; victory.

Наша страна на протяжении многовековой истории неоднократно становилась местом вооруженных противостояний, принесших огромные человеческие потери и разрушения. Суровые испытания выпали на долю нашего народа и в годы Великой Отечественной войны, цена победы в которой была невероятно высока [1–2].

Погружаясь в историю Великой Отечественной войны, нельзя не обратить внимание на особенных участников этого страшного времени – детей.

В период с 1941 по 1945 г. в военных действиях приняли участие десятки тысяч детей. Они стояли на передовой, сражаясь бок о бок со своими дедами, отцами, братьями, и несли свою отставку. Их детство было испытано жестокостью судьбы настолько, что порой сложно поверить в реальность подвигов, которые они совершили. Многие пали на поле битвы или пропали без вести, но память о них будет жить вечно в наших сердцах.

Детство во время Великой Отечественной войны было омрачено страхом, неопределенностью. Вместо игр и беззаботности пришлось приспособиться к жестким условиям военного времени – эвакуации, разлуке с родными, голодом, холодом и непосильным трудом. Усло-

вия, в которых приходилось существовать, были крайне тяжелыми и лишенными всего, что считается нормой для детской жизни.

Маленькие дети страдали от того, что оказывались вдали от своих родителей, а старшие воспитывались в детских домах и приютах, где приходилось справляться с ограниченными ресурсами и неблагоприятными условиями.

В эвакуации дети зачастую оказывались в деревнях, маленьких поселках, где не хватало еды, одежды и медицинской помощи. Они вынуждены были жить в скромных избушках, поделенных с другими семьями, и делить малые запасы продовольствия. В таких условиях пришлось быстро научиться экономить, быть крайне выдержанными. Тем, кто остался в городах, приходилось приспосабливаться к непрерывным авианалетам, бомбежкам, страху за себя и своих близких. Жизнь под постоянными угрозами не могла не повлиять на психологическое состояние детей.

Отсутствие доступа к основным потребностям, таким как еда, жилье, здравоохранение, еще больше усугубляло страдания. Рацион питания был крайне ограниченным, часто несбалансированным, что приводило к проблемам со здоровьем. Дефицит витаминов, нехватка пищи сказывались на развитии и росте детей.

Несмотря на все трудности, детский дух и желание выжить были непобедимыми. Дети находили возможности для радости и игры даже в таких неблагоприятных условиях: играли во дворах, изготавливали игрушки из подручных материалов, находили радость в простых вещах.

Но далеко не всем улыбнулась удача... Во время фашистской оккупации на территории Беларуси жертвами лагерей смерти стали более 1,5 млн людей, включая около 80 тыс. детей. Только в детском концентрационном лагере в деревне Красный Берег Жлобинского района Гомельской области умерло около двух тысяч детей в возрасте от 8 до 14 лет.

Политика захвата и уничтожения населения предполагала принудительную эвакуацию людей для осуществления тяжелого труда в Германии. На каторге эти люди страдали от невыносимых условий и голодали. За время оккупации из территории Белоруссии было перемещено около 380 тыс. чел., в том числе 24 тыс. детей и подростков. Вернулось обратно домой лишь около 160 тыс. чел.

Однако, когда фашистские захватчики оккупировали наши земли, многие дети и подростки несмотря на свой юный возраст решили не прятаться в тени, а бороться за свободу и независимость родной страны. Их смелость и решимость не знали границ, а их возраст не мешал демонстрировать героические качества.

Подростки присоединялись к партизанским отрядам и сражались наравне с взрослыми. Дети работали на фронтах, доставляли письма от военнослужащих, помогали раненым, выполняли различные задания, которые требовали храбрости и мужества.

Военное время ставило перед ними сложные и опасные испытания, но вместе с тем дало возможность проявить истинный характер и силу. Юные участники войны не раз доказывали, что возраст – не преграда для того, чтобы стоять на защите своей Родины и близких.

Стремясь повзрослеть, они с фанатичной решимостью подхватывали мужественный дух своих отцов и дедов.

Участие детей в войне не ограничивалось лишь передвижением и передачей сообщений, они занимались разведкой, собирали информацию и давали ценные подсказки военным стратегам. Их наблюдательность, интуиция и способность видеть то, что взрослые упускали, становились ценным активом на поле битвы.

Среди детей-участников Великой Отечественной войны особое место занимают дети-снайперы. Их точные выстрелы становились маленькими победами над гнетущим фашистским злом.

Одним из ярких примеров героизма белорусских детей стала история Вали Зеленки, 13-летней девочки, которая стала снайпером и успешно сражалась с фашистскими захватчиками [3]. Она уничтожила множество вражеских солдат и оказала значительную помощь советским войскам. Ее отвага и меткость были восхищением для всех, и Валя стала символом сопротивления и борьбы белорусского народа.

В истории запечатлены имена и Любы Мирошниченко, которая сражалась на Подмосковном фронте в 1941 г., и Василия Зайцева, ставшего легендарным снайпером с 242 подтвержденными убийствами.

Дети-курьеры передавали секретные сообщения и информацию между различными частями сопротивления. Быстрые ноги и способность проходить незамеченными позволяли успешно выполнять опасные миссии, спасая жизни союзников. Действовали в условиях строгой

секретности и полагались на доверие своих товарищей. Для передачи секретных сообщений использовали различные методы, включая кодовые знаки, шифры и даже невидимые чернила.

Дети-подрывники, известные также как дети-саперы, совершали смелые вылазки за линию фронта, чтобы заминировать транспортные маршруты, уничтожить важные мосты и отрезать снабжение войск противника. Обучившись специальным навыкам подрывной деятельности, с легкостью справлялись с миссиями по уничтожению важных объектов врага, используя различные взрывчатые вещества. Их деятельность оказывала серьезное воздействие на вражескую технику и инфраструктуру, создавая проблемы для противника и мешая ему ведение боевых действий.

Дети Беларуси также активно участвовали в деятельности санитарных бригад и добровольческих организаций, помогая раненым солдатам, эвакуируя население из опасных зон. Благодаря чему многие жизни были спасены, а люди получили неоценимую помощь и поддержку.

Многие дети-подростки стали партизанами, присоединившись к партизанскому движению, которое активно действовало на территории Беларуси. Они выполняли различные задания: разведывали вражеские позиции, снабжали партизанское движение информацией, препятствовали действиям противника. Для юных партизанов борьба против фашистов стала неотъемлемой частью жизни. Стремясь к светлому будущему, свободному от тирании и угнетения, вооруженные лишь стойкостью и убежденностью в правильности своих действий, они прокладывали свой путь сквозь тьму войны, идя на встречу опасности с гордостью и отвагой. В их глазах горел огонь надежды на лучшее завтра. В своих задачах они проявляли мужество, выдержку, несмотря на смертельные опасности и вражеские атаки, показывали неумолимую смелость, силу воли, преданность своей родине, ставшие основой для победы над фашистскими захватчиками и доказательством того, что сила и решимость не зависят от возраста.

Ярким примером несгибаемой воли, мужества, беспредельного патриотизма и беззаветной преданности Родине стал подвиг Зины Портновой [4]. Во время оккупации она была активной участницей подпольного движения, но была схвачена фашистами и подвергнута жестоким пыткам. Несмотря на мучения, Зина не выдала своих товарищей и приняла героическую смерть в возрасте 17 лет.

Стоит отметить и ту неоценимую роль детей в обеспечении фронта во время военных действий. Многие из них, оставшись без родителей, вынуждены были взять на себя ответственность за выполнение различных задач, несмотря на свой юный возраст. Мальчики и девочки принимали активное участие в производстве военной продукции, обслуживании транспорта, поддержании работоспособности важных механизмов, работая на фабриках, в огородах, на складах, чтобы обеспечить фронт необходимыми ресурсами, становились надежными тружениками тыла.

Тяжелые испытания войны оставили неизгладимый след в их душах, но в то же время закаляли характер. Немало детей, выживших в тот суровый период, стали выдающимися личностями в самых разных сферах жизни. Одним из таких людей был Анатолий Шмелев. В годы войны он был юным партизаном, выполнял опасные задания в отряде. В послевоенные годы посвятил свою жизнь истории, став известным историком и исследователем партизанского движения. Его труды внесли неоценимый вклад в понимание и сохранение памяти о подвиге советского народа в борьбе с фашизмом.

Нельзя не упомянуть и о детях войны, которые стремились увековечить память о подвиге своих сверстников. Одним из таких был Николай Киселев. Во время войны он был юным партизаном, участвовал в рейдах и диверсиях, после войны посвятил свою жизнь созданию мемориальных комплексов и музеев, посвященных партизанскому движению в Беларуси.

Михаил Сморгонский в детстве потерял всю свою семью и оказался в детском доме. После войны он эмигрировал и стал известным ученым в области физики, а также посвятил себя работе по увековечению памяти жертв Холокоста.

Валентин Эстратов – еще один уроженец Беларуси, во время войны вместе с родителями был вывезен в Германию, где провел несколько лет в концлагере. После освобождения стал известным писателем, журналистом и переводчиком. В своих произведениях он часто обращался к теме войны и судьбам детей, переживших ее ужасы [5].

Дети Беларуси в годы Великой Отечественной войны доказали свою храбрость и готовность отдать все ради свободы своей страны и оставили глубокий след в сердцах и умах людей. Они стали непревзойденными героями и символами надежды в эпоху страшных событий. Их истории напоминают нам о силе детской души и неисчерпаемых возможностях человеческого духа, которые могут преодолеть любые преграды на пути к миру и справедливости.

Они были детьми, но вместе с тем героями, в их глазах таились невинность и отвага, смелость и неослабевающая вера. Они видели даже в самых темных днях мерцающий свет, который подсказывал, что обязательно наступят долгожданные перемены.

Война – это не только числа и факты, это судьбы тех, кто боролся и преодолевал трудности, в том числе и детей. Отняв у детей беззаботное детство, война показала, насколько они были сильными, насколько их любовь к Родине была глубокой и настоящей.

Героизм белорусских детей в годы Великой Отечественной войны остается важным историческим фактом, который должен быть передан из поколения в поколение. Все юные участники Великой Отечественной войны стали настоящими героями и оставили неизгладимый след в истории нашей страны.

Список использованной литературы

1. **Подвиги** белорусов в годы Великой Отечественной войны [Электронный ресурс] // Хелпикс – Интернет-помощник. – Режим доступа: <https://helpiks.org/2-2379.html>. – Дата доступа: 01.04.2024.

2. **Дети** войны [Электронный ресурс] // Республиканская акция «Беларусь помнит». – Режим доступа: <https://storyofvictory.sb.by/childofwar>. – Дата доступа: 01.04.2024.

3. **Юные** герои. Какие подвиги совершили дети в годы Великой Отечественной войны [Электронный ресурс] // Минская правда. – Режим доступа: <https://mlyn.by/16052023/yunye-geroi-kakie-podvigi-sovershili-deti-v-gody-velikoj-otechestvennoj-voiny/>. – Дата доступа: 01.04.2024.

4. **5 несовершеннолетних** героев Великой Отечественной войны [Электронный ресурс] // Российская газета. – Режим доступа: <https://rg.ru/2014/02/11/geroi-site.html>. – Дата доступа: 01.04.2024.

5. **Недетский** подвиг юных партизан: реальные истории детей-героев [Электронный ресурс] // Мир 24. – Режим доступа: <https://mir24.tv/articles/16416394/nedetskii-podvig-yunyh-partizan-realnye-istorii-detei-geroev>. – Дата доступа: 01.04.2024.

УДК 94(476).084.8

О. В. Лепеш (oxanalepesch@rambler.ru),

канд. ист. наук, доцент

Белорусский национальный
технический университет

г. Минск, Республика Беларусь

МЕМОРИАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ГОМЕЛЬЩИНЫ КАК ПРЕЛОМЛЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ О ПЕРВОНАЧАЛЬНОМ ОСВОБОЖДЕНИИ БЕЛАРУСИ ОТ НЕМЕЦКО-ФАШИСТСКИХ ЗАХВАТЧИКОВ ОСЕНЬЮ 1943 – ЗИМОЙ 1944 гг.

В данной статье рассматривается практика мемориализации памяти о периоде начала освобождения Гомельской области от немецко-фашистских захватчиков осенью 1943 – зимой 1944 гг., связанная с установлением памятников, надгробий, памятных знаков, облагораживанием мест захоронений погибших и реализуемая с советского периода и до современности.

This article examines the practice of memorializing the memory of the period of the beginning of the liberation of the Gomel region from the Nazi invaders in the autumn of 1943 – winter of 1944, associated with the establishment of monuments, tombstones, commemorative signs, the beautification of burial sites of the dead and implemented from the Soviet period to the present.

Ключевые слова: Гомельская область; историческая память; мемориализация; мемориалы; мемориальные комплексы; места воинских захоронений.

Key words: Gomel region; historical memory; memorialization; memorials; memorial complexes; places of military graves.

Понятие об исторической памяти как категории сложилось во второй половине XX в. и было связано с исследованиями М. Хальбвакса, П. Нора, П. Хаттона, Л. Выготского и др. Под исторической памятью чаще всего понимают индивидуальную либо коллективную (или социальную) память, что является памятью об историческом прошлом, символической репрезентацией прошлого [1]. Историческая память является главной составляющей сохранения национальной самобытности, поскольку формирует этническую идентичность. В целом, национальная

идея любого народа – это его уникальная национальная история, сохранение и уважение к которой важны для каждого гражданина.

Смысловая наполненность исторической памяти самым прямым образом влияет на мироощущение людей, является важнейшим компонентом самоидентификации индивида, социальной группы и общества в целом. Память о героических событиях, выдающихся деятелях и ярких достижениях формирует национальную гордость, патриотизм и гражданское самосознание. Причем роль опоры на прошлое особенно возрастает в сложные периоды развития любого государства.

Память о Великой Отечественной войне ежегодно культивируется в образовательном и информационном пространстве Беларуси, что связано с неотъемлемой частью политики государства и диктуется насущной необходимостью военно-патриотического воспитания молодого поколения.

Традиция и практика сохранения памяти о событиях Великой Отечественной войны начала складываться в период продолжавшихся военных действий, стала частью исторической политики в советский период. Уже в первых пилотных проектах советских архитекторов тема мемориала нашла свое воплощение в различных концептуальных формах. Это были надгробия, памятники и памятные знаки на местах, связанные с Великой Отечественной войной, монументы героям, постаменты и т. д. [2]. В суверенной Беларуси концепция сохранения мест памяти о Великой Отечественной войне осталась неизменной, включая современную мемориальную культуру. Сегодня данные места охраняются государством, проводятся допустимые законом реконструкции, облагораживаются захоронения как военного, так и гражданского населения. В 2021 г. постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 26 февраля 2021 г. № 117 была утверждена Государственная программа «Увековечение памяти о погибших при защите Отечества» на 2021–2025 годы, в которой подчеркивалось, что частью национальной идеи является сохранение бережной памяти о павших в борьбе за свободу и независимость Беларуси, о жертвах фашизма [3].

Освобождение Беларуси наступило после успешно проведенной операции «Багратион» летом 1944 г., завершился долгий и мучительный для мирных белорусских граждан период страшной оккупации. В нынешнем 2024 г. минуло уже 80 лет с момента данных событий. Но нельзя забывать, что первый этап освобождения нашей страны начался на территории современной Гомельской области осенью 1943 г. – зимой 1944 гг., когда Комарин, Гомель, Мозырь, Калинковичи при участии войск Красной армии сбросили ярмо неволи и постепенно приступили к процессу послевоенного восстановления. История частичного освобождения Гомельщины осенью 1943 – зимой 1944 гг. отражена в исторических монументах, ставших наиболее явным, зримым и весомым выражением исторической памяти белорусов. Места памяти, отражавшие события начала освобождения, появились в мемориальной культуре Гомельщины в период БССР и существуют до наших дней, реконструкция которых была незначительной. В большинстве своем главный акцент в политике увековечения ставился на возведение мемориальных объектов, посвященных теме Победы, на создание огороженных мест массового захоронения советских солдат, погибших в военных действиях. Как правило, многие мемориальные комплексы были созданы на месте братских могил, которые свидетельствовали о человеческих трагедиях в войне и стали ее печальным наследием. Так, в Комарине, первом районном центре, освобожденном 23 сентября 1943 г., на братской могиле, где были захоронены более 900 советских воинов, в том числе 20 удостоенных звания Героев Советского Союза за освобождение этого города, был установлен барельеф белого цвета, на котором изображены принимавшие участие в освобождении Беларуси солдаты Красной армии, партизаны и подпольщики. В Гомеле, первом областном центре, освобожденном от немецко-фашистских агрессоров 26 ноября 1943 г. в ходе Гомельско-Речицкой наступательной операции (10–30 ноября 1943 г.), в 1950 г. на площади Труда был установлен мемориальный комплекс «Вечный огонь». Его предшественницей стала братская могила, каких в освобожденном осенью 1943-го областном центре было немало. «Вечный огонь» как символ постоянной скорби о жертвах войны должен был напоминать уже мирным жителям о погибших в годы войны, чья отданная жизнь стала возможностью для существования выживших.

В 1960–1970-х гг. в мемориальной культуре Беларуси возникали более сложные композиции, которые «рассказывали» про войну, соединяли в себе не одну, а несколько историй, связанных со сражавшимися за Победу солдатами и офицерами Красной армии, с участвовавшими в антифашистском сопротивлении на оккупированной территории партизанами и подпольщиками, с мирными жителями, испытавшими на себе ужас политики геноцида. Так, в 1967 г.

в Мозыре был открыт «Курган славы» – многокомпозиционное сооружение, расположенное практически в центре города. Мозырский «Курган славы» на момент открытия состоял из 45-метровой стелы и куба на гранитном постаменте с гаубицей образца 1938 г. В 1977 г. здесь еще появилась Братская могила, куда были перезахоронены останки воинов Красной армии и партизан Полесского партизанского соединения, погибших при освобождении Мозыря в 1944 г. Данная монументальная скульптурная композиция стала символом Победы на территории Мозырского района, славой всех героев войны.

Сохранение памяти о подвиге советских солдат в годы войны в Речице было связано с работой по облагораживанию мест воинских захоронений. Всего в Речице похоронено более 2 тыс. военнослужащих Красной армии. Самое крупное братское захоронение в городе находится в парке Победы (захоронены 670 человек). Далее, в сквере у площади Октября, расположено военное кладбище, где погребенными числятся 66 человек. На трех других братских захоронениях города – в парке бывшего костнотуберкулезного санатория, на Старорусском кладбище и во дворе больницы по улице Сыдько – покоятся в основном бойцы, умершие в госпиталях в последующие месяцы после освобождения Речицы.

Зачастую формами мемориализации периода Великой Отечественной войны являлось привнесение военной техники в композиции и, прежде всего, танка Т-34, являвшегося существенным техническим достижением военных конструкторов. Подобные постаменты были установлены в Речице на военном кладбище в память о танкистах сразу же после освобождения города, в Гомеле – в 1968 г.

Таким образом, историческая память в форме мемориальной культуры является важным объектом диалога с прошлым. Фундаментальные памятники, места массового захоронения, связанные с событиями начала освобождения Беларуси, визуально, содержательно, эмоционально и концептуально способны рассказать о прошлом, способствовать формированию патриотизма, сопричастности к единому историческому прошлому белорусского народа.

Список использованной литературы

1. **Репина, Л. П.** Историческая память и современная историография / Л. П. Репина // Новая и новейшая история. – 2004. – № 5. – С. 39–51.
2. **Коршунова, О.** Мемориальная тема в советской архитектуре / О. Коршунова // Рус. искусство. – 2005. – № 4. – С. 46–53.
3. **О Государственной** программе «Увековечение памяти о погибших при защите Отечества» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 26 февр. 2010 г., № 117 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – 2010. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100117>. – Дата доступа: 23.11.2023.

КОНЦЛАГЕРЬ НА БОЛОТАХ

Статья посвящена изучению истории концлагеря Озаричи и акцентирует внимание на важности этой темы для формирования патриотического самосознания. Поднимается проблема искажения исторических фактов, подвигов наших героев в годы Великой Отечественной войны. Через изучение исторических материалов мы сможем сохранить память о знаменательных событиях в истории нашей страны. Знания о концлагере Озаричи помогут сформировать глубокое уважение к тем, кто отстаивал нашу свободу и независимость.

The article is devoted to the study of the history of the Ozarichi concentration camp and emphasizes the importance of this topic for the formation of patriotic self-awareness. The problem of misrepresentation of historical facts and exploits of our heroes during the years of the Great Patriotic War is raised. Through the study of historical materials we can keep the memory of significant events in the history of our country. And knowledge about the Ozarichi concentration camp will help to form a deep respect for those who defended our freedom and independence.

Ключевые слова: Вторая мировая война; концлагерь; Озаричи; трагедия; фашистский режим; память.

Key words: The Second World War; concentration camp; Ozarichi; tragedy; fascist regime; memory.

В современном обществе преобладает опасная тенденция умалчивания и искажения исторических фактов. Люди, далекие от своей собственной истории, часто не имеют представления о событиях, которые оставили неизгладимый след в нашей истории. Гордость за подвиги наших героев сменилась равнодушием и незнанием. Однако именно знание истории является основой формирования нашей национальной идентичности и патриотического самосознания. Возникает вопрос о том, как можно одновременно замалчивать исторические факты и развивать патриотизм. Именно в такой дилемме заключается вызов перед нашей современной общественностью. Мы должны установить баланс между объективным освещением исторических событий и воспитанием гражданской идеологии, которая укрепляет нашу страну и защищает ее ценности. Изучение нашего исторического наследия не только расширяет знания о прошлом, но и вдохновляет нас своими героическими подвигами. Концлагерь «Озаричи», будучи одним из символов бесчеловечного фашистского режима, должен занять достойное место в сознании каждого патриота. Лагерь смерти «Озаричи» отличается от других концлагерей, созданных на территории Беларуси, тем, что здесь впервые было массово применено бактериологическое оружие – сыпной тиф. Акцентирование внимания на этой теме и ее связь с борьбой против фашизма в Белоруссии поможет нам обрести понимание всей серьезности ситуации и уважение к подвигам наших героев, а также сохранить национальное наследие для будущих поколений.

Нацистская идеология по отношению к славянскому населению была крайне жестока: десятки миллионов славян предполагалось уничтожить, переселить или обратить в рабство. Одним из орудий воплощения этого плана являлись концлагеря. Только на территории Беларуси, находящейся под оккупацией фашистских захватчиков, было создано более 260 лагерей, некоторые из которых предназначались для массового истребления людей. По подсчетам исследователей, в таких лагерях на территории Беларуси нацисты отправили на тот свет свыше 1,5 млн человек. Концентрационные лагеря, предназначенные для уничтожения заключенных, были основным инструментом порабощения и истребления советских граждан. В связи с этим ряд лагерей получил прозвище «лагери смерти». История белорусского народа содержит жуткие испытания, которые пережили узники этих лагерей. Озаричские лагеря являются одним из «мест смерти», где происходила эта трагедия.

Германское командование, находящееся на передней линии обороны, проходившей по границе Дубняки – Озаричи – Мыслов Рог – Паричи, проявляло особую тревогу, оказавшись беспомощным перед наступающей весной. Талая вода, особенно в низких местах, заполняя их, грозила выгнать немецких солдат из своих окопов-укрытий [1, с. 36]. Командиру 56-го танкового корпуса немецкой 9-й армии, входившей в группу армий «Центр» (ее 129, 110 и 35-я пехотные дивизии как раз и удерживали оборону в районе Озаричей), генерал-лейтенанту Ф. Гос-

сбаху пришла на ум «гениальная идея»: обустроить более выгодные оборонительные позиции в нескольких километрах от существующих и отвести туда войска, а на освободившейся территории создать живой заслон из гражданского населения [2, с. 25]. Тем не менее они не могли самостоятельно принять решение об отводе войск с оккупированных позиций. Для этого требовалось разрешение верховного командования вермахта. В связи с этим, Ф. Госсбах решил воспользоваться тем, что он ранее служил у фюрера главным адъютантом еще на ранних стадиях формирования Третьего рейха. Его обращение непосредственно к Гитлеру дало плоды: было получено согласие на осуществление этой зверской идеи. Следует упомянуть, что концлагерь «Озаричи» был единственным концлагерем в истории Второй мировой войны, который был построен по личному указанию Гитлера. Что касается расположения, то «Озаричи» был не одним лагерем, а целым комплексом. Планировалось оборудовать три концентрационных лагеря в районах возможного прорыва немецкой обороны 9-й армии советскими войсками: около деревень Дерть, Озаричи и Подосинник.

23 февраля 1944 г. по 9-й германской армии был издан приказ «О тактике нападения на бандитские формирования». В соответствии с этим приказом фашисты начали зачищать зону прифронтовой полосы от гражданского населения, перебрасывая обнаруженных жителей в охраняемые места. Таким образом начали формироваться концентрационные лагеря. Созданные три лагеря не имели между собой особых отличий в обустройстве. Все они представляли собой открытую площадку на болотистой местности, окруженную колючей проволокой. По периметру находились наблюдательные вышки, других же построек попросту не было. Для обеспечения лучшей видимости все деревья и кустарники были вырублены, а для предотвращения побега все подходы снаружи были заминированы.

Обустроив лагерь, фашисты тут же приступили к их заселению. Официально считается, что произошло это 10 марта 1944 г. Немецкие архивные документы указывают, что первыми узниками лагеря смерти «Озаричи» были мужчины, построившие систему лагерей. Они все умерли от голода и холода. Эту информацию подтвердил бывший житель деревни Пухинич Савелий [3, с. 24]. Позади колючей проволоки оказались женщины, старики и дети из близлежащих деревень, которых фашисты находили во время облав. Также в эти лагеря загнали мирное население из Смоленской, Брянской и Орловской областей, которое с 1942 г. отступающие немецкие войска этапировали перед собой. Их предполагалось использовать в качестве живого щита, однако вместо этого их ожидало еще более страшное испытание – лагеря смерти в Озаричах. Существовала еще одна группа заключенных, которую фашисты массово переселяли под маской заботы о жителях прифронтовой зоны, чтобы люди не попали под удары наступающих советских войск. Под предлогом дальнейшего переезда в безопасные места жительства их доставляли в так называемые пересылочные пункты, такие как станции Рудобелка, Рабор, Старушки, Красный берег, а также населенные пункты Жлобин, Бобруйск, Микуль-Городок, Порослище, Медведовка и др. В этих пунктах у людей отбирали спешно собранные вещи, документы и продукты, оставляя только одежду. Там людей удерживали в течение 2–5 суток, а затем колоннами гнали вглубь лесов и болот в сторону концлагерей. Узников сопровождали конвоиры с собаками, которые расстреливали тех, кто отставал от строя или не мог продолжать путь. Вот что вспоминает о своем пути в Озаричи Л. Л. Быкова, жительница Жлобина: «Всех согнали к немецкой комендатуре на станцию Жлобин. Больных, которые не могли самостоятельно передвигаться, грузили в машины и везли к вагонам, остальных гнали пешком. Потом всех людей без разбора, больных и здоровых, заталкивали до отказа в вагоны... Выгрузили нас на станции Рудобелка, а ночью по колено в грязи нас повели... По дороге от станции в лагерь я видела много валявшихся трупов. Я слышала выстрелы и поняла, что людей по дороге расстреливали» [4, с. 26]. Однако, хотя этот путь был полон крови, это было лишь начало страданий. Более трудные испытания ждали озаричских узников впереди. Всего в лагеря смерти было согнано свыше 50 тыс. советских граждан.

Еще одним подтверждением бесчеловечности фашистов было то, что немецким командованием было принято решение поместить в лагеря тифозных больных. Доказательством этого факта служат многочисленные свидетельства узников: «В лагерь у м. Озаричи немцы привозили очень много больных тифом. Подъезжали на автомашинах к проволоке и сбрасывали их на снег на территорию лагеря. Я сама видела, как немцы привезли 6 машин с сыпнотифозными, в которых было более 100 человек больных. Многие из них, находясь в бессознательном состоянии, оставались лежать на снегу, и утром следующего дня я видела, что человек 50–55 уже были мертвыми, а остальные расплозились по лагерю и умирали в последующие дни» [4, с. 18].

Немцы стремились через больных узников заразить сыпным тифом советские войска, которые вытесняли врагов с белорусских земель, тем самым ослабляя их боевую эффективность.

Сразу после прибытия в лагерь, как взрослые, так и дети, замученные долгим путем и зараженные тифом, испытали огромную жажду. Вода была, но она была за проволокой, подходы к которой были заминированы. Вопреки тому, что в первый день многие погибли на минных полях, женщины, игнорируя опасность, продолжали искать воду, пытаясь спасти умирающих от жажды детей. В лагере запрещалось разжигать костры и днем и ночью, даже не разрешалось собирать сухую траву и хворост для подстилки. Люди старались выжить, как могли. На ночь женщины собирали детей в небольшие группы, укрывали их, чем могли, и не отходили от них всю ночь. Однако уже в первую ночь многих настигла холодная смерть. Температура в лагере колебалась от 0° до –15°, снег сменялся дождем. Из еды у узников было лишь то, что получилось спрятать и держать при себе – семена ржи, пшеницы, проса и мука. На территории лагерей не было отхожих мест. Покров снега превратился в сплошное месиво. Все нечистоты при оттепели стекали в болотистые части лагерей, откуда узники вынуждены были черпать воду, чтобы промочить горло, размешать мучную похлебку для детей [2, с. 27]. Узники постоянно находились под наблюдением фашистов. Если кто-то приближался к ограде, солдаты стреляли без всякого предупреждения. В темное время суток те, у кого хватало смелости, пытались сбежать из лагеря, пролезши под проволокой, но на глазах у остальных они подрывались на минах. Скудные запасы еды очень быстро закончились. Узники пережевывали горькие иголки сосны, смешивая их со снегом. Изредка немцы доставляли им хлеб с опилками. Правда, хлеб бросали около проволочной изгороди, и налетавшая оголодавшая толпа зачастую подрывалась на минах.

Люди умирали массово, повсюду были разбросаны бездыханные тела, и их никто не пытался убрать. Непогребение умерших являлось тактическим ходом у немцев, поскольку основной целью было максимально распространить среди заключенных тиф, который быстро передавался в антисанитарных условиях. Более того, фашисты решили испытать в Озаричах и свои последние разработки в области бактериологического оружия. По многочисленным свидетельствам узников, в один из дней над лагерем пролетел самолет, после чего на снегу осталось множество желто-бурых пятен, а люди стали еще больше болеть [2, с. 28].

По приказу генерал-майора М. В. Бобкова, начальника штаба 65-й армии, 18 марта 1944 г. наши парламентарии передали командованию 110-й пехотной дивизии вермахта ультиматум, требующий немедленного отвода немецких войск с передней линии обороны и оставления концлагерей в зоне нейтралитета. Советское командование гарантировало, что они не будут преследоваться в течение 24 ч. В ночь с 18 на 19 марта немцы оставили свои позиции и отступили к заранее подготовленной линии обороны по реке Тремля, оставив концлагеря на нейтральной зоне. Утром, заметив отсутствие фашистских надзирателей, толпа мучеников ринулась на свободу. Однако взрывы мин и крики раненых остановили ее. Вскоре в лагере появились наши войска. В течение нескольких дней узников выводили из лагерей по разминированным проходам. Тех, кто не мог передвигаться, красноармейцы несли на носилках.

Менее чем за две недели лагеря унесли жизни более 20 000 людей. Выжили в основном те, кто находился за оградой всего несколько дней. Было установлено, что на территории лагеря «Озаричи» на 19 марта 1944 г. осталось около 250 человек, больных и ослабленных, кто не мог ходить. В лагере Дерть оставалось 750 человек, в Подосиннике – 115 человек, которые не могли ходить [3, с. 27]. К 20 марта 1944 г. был завершен вывоз всех лиц с территории лагерей. Узников эвакуировали в военно-полевые госпитали, где им была обеспечена необходимая медицинская помощь и уход. Забота по размещению и медицинскому обслуживанию свидетельствуют о глубокой и неразрывной связи героической Красной армии с советским народом. Среди освобожденных из лагерей детей до 13-летнего возраста было 15 960 человек, нетрудоспособных женщин – 13 072 и стариков – 4 448 [4, с. 52].

В окрестностях Озаричей было развернуто 25 полевых госпиталей. Тысячи жизней удалось сохранить благодаря пенициллину – это был один из первых случаев использования советской медициной антибиотиков. Но все же многие узники навсегда остались инвалидами: с ампутированными отмороженными ногами и руками, с хроническими заболеваниями [2, с. 30]. Были и те, которых эпидемия тифа, истощение и другие болезни отправили в могилу. Следует принять во внимание тот факт, что среди советских воинов, участвовавших в освобождении пленников, все же вспыхнул тиф. Однако эпидемия среди них не разрослась до таких масштабов, как ожидали немецкие стратеги. Всего 8% из трех тысяч солдат, контактировавших с освобожденными, заболели сыпным тифом, и половина из них не выжила.

План противника о создании живого щита на пути наступления наших войск в полной мере не удался. Советское наступление в районе Озаричей не было окончательно остановлено. Войска 1-го Белорусского фронта в дальнейшем наказали нацистов, дойдя до самого Берлина.

Мало кто знает о лагере «Озаричи», хотя по тому, что происходило с его узниками, можно с уверенностью сказать, что это один из самых зверских лагерей. Действия командования Третьего рейха в лагере «Озаричи» можно интерпретировать как попытку применить бактериологическое оружие против мирных граждан и советских солдат. Помощник Главного обвинителя от СССР Л. И. Смирнов в своем выступлении говорил: «В этих лагерях не было крематориев и газовых камер, но по справедливости они должны быть отнесены к числу самых жестоких концентрационных лагерей, созданных фашизмом в осуществлении плана истребления народов» [5]. Воспоминания узников играют важную роль в подтверждении существования лагеря смерти «Озаричи» и являются одним из бесценных источников информации. Такие воспоминания являются оплотом истинной истории. Формируют культуру памяти и патриотическое самосознание в современном обществе. Прошлое, где народы боролись с фашизмом, должно быть зарезервировано в нашей исторической памяти. В ныне сложившейся ситуации это важно, как никогда, ибо если фашизм одержит победу, события прошлого могут повториться, и наш народ окажется под угрозой. Мы никогда не должны забывать о той беспощадной и кровопролитной войне, о тех подвигах, которые совершили наши деды и прадеды, о тех мучениях и испытаниях всего нашего народа под гнетом фашистского режима, потому что этот прекрасный и свободный мир, в котором мы живем, лежит на костях наших героев.

Список использованной литературы

1. **Шкуран, А. П.** Трагедия Полесья. Малоизвестные страницы войны 1943–1944 гг.: концлагерь «Озаричи» / А. П. Шкуран, М. Е. Синькевич. – Минск : Технопринт, 2005. – 353 с.
2. **Головко, С.** Озаричи – незаживающая боль и память / С. Головко // Бел. думка. – 2015. – № 3. – С. 24–32.
3. **Гецман, Н. Н.** Неизвестные страницы истории лагеря смерти «Озаричи» / Н. Н. Гецман // Общий путь к Великой Победе: к 70-летию освобождения Беларуси : сб. избр. работ I междунар. российско-белорус. конкурса студ. науч. работ по истории / Бел. гос. ун-т, Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – Минск, 2016. – С. 22–43.
4. **Яцкевич, Н. А.** Озаричи – лагерь смерти : док. и материалы / Н. А. Яцкевич. – Минск : НАРБ, 1997. – 132 с.
5. **Выступление** помощника Главного обвинителя от СССР Л. Н. Смирнова. Стенограмма заседаний Международного военного трибунала от 14, 15, 18 и 19 февраля 1946 г. // ЦГАОР СССР. – Ф. 7445. Оп. 1. Ед. хран. 26.

Э. Т. Сейталинова (elmira.seytalinova@mail.ru),
преподаватель, педагог-исследователь
Колледж экономики, бизнеса и права
Карагандинского университета Казпотребсоюза
г. Караганда, Республика Казахстан

М. Т. Сейталинов (elmira.seytalinova@mail.ru),
преподаватель, педагог-эксперт
Бухар-Жырауская общеобразовательная школа
Бухар-Жырауский р-н, Карагандинская обл.,
Республика Казахстан

ПОДВИГ И ГЕРОИЗМ КАЗАХСТАНЦЕВ В БОРЬБЕ ЗА ОСВОБОЖДЕНИЕ БЕЛОРУССИИ

Главная цель данной статьи – показать героизм казахстанских солдат в освобождении Белоруссии от фашистских захватчиков, а также их мужество и стойкость в ходе боевых операций.

A main goal of this article is to show heroism of the Kazakhstan soldiers in liberation of Belarus from fascist aggressors, and also their courage and firmness during operations on release of their territory.

Ключевые слова: война; полководец; боец; орден; герой; казах.

Key words: war; general; fighter; order; the hero; kazakh.

В преддверии праздника Великой Победы актуальными становятся события, факты из жизни тех людей, которые в разной степени, в силу объективных возможностей, ковали Победу.

Главная ценность каждой страны – это ее люди! Наша задача – воспитать чувство благодарности за мирную жизнь, уважение и гордость за своих земляков, воевавших с фашистами.

9 Мая память каждого из нас воспроизводит трагические картины вероломного нападения фашистов. Нет семьи, в которой война не оставила бы свой след.

Данная работа познакомит читателя с удивительными героями, судьбы которых тесно связаны с судьбой страны в годы Великой Отечественной войны.

В этом году исполняется 79 лет со дня Победы в Великой Отечественной войне. В годы войны казахстанцы воевали в первых рядах на всех линиях фронта. Одним из таких фронтов является освобождение Беларуси от фашистских захватчиков. И на этом фронте казахстанцы проявили свою храбрость.

23 июня 1944 г. в жизни белорусского народа был памятный день. Ведь именно в этот день большие силы Советской армии перешли в освободительное наступление против фашизма.

Операция по освобождению территории Белоруссии – одна из крупнейших стратегических наступательных операций, проводимых Вооруженными силами СССР с 23 июня по 29 августа 1944 г. В рядах Советской армии, освободившей Белоруссию от немецко-фашистских захватчиков, были казахстанские воинские формирования: 88-я и 209-я пехотные дивизии, 173-й тяжелый артиллерийский и 129-й минометный полки [1–2].

В освобождении белорусской земли от рук врага казахстанцы проявили героический пример. По имеющимся данным, около 78 казахстанцев удостоены звания Героя Советского Союза. А теперь стоит остановиться на подвигах некоторых наших казахстанских героев.

Масин Темир Жантекеевич – Герой Советского Союза. Уроженец Западно-Казахстанской области, села Орда. Проявил особое мужество в бою на восточной стороне Минска. Получил повышение от рядового до командира роты. В селе Старо-Мартьяновка он своей ротой перекрыл дорогу Могилев – Минск, он не позволял своим противникам двигаться на Запад. В ходе этого сражения погибло около 350 солдат противника, но никто из фашистских захватчиков не смог прорвать осаду роты. Такие героические подвиги казахского парня были доведены до сведения высшего командования, и он был номинирован на звание героя.

В освобождении Белоруссии участвовали летчики-казахстанцы. Выпускник Михайловской школы Жамбылской области лейтенант Шикинбаев Абики Медеуович начал свой боевой путь на белорусской земле. 17 июня 1944 г. он входил в состав 7-го гвардейского авиационного полка, сражавшегося на Могилевском направлении. Несмотря на свой опыт и навыки, первый боевой опыт был непростым. В третий день войны на операции «Багратион» 8 истребителей противника атаковали эскадрилью Ил, которой пилотировал А. М. Шикинбаев. Особенно тяжело

было новому пилоту. Только выдержка, умелые действия и поддержка друзей помогли ему выйти из-под огня гитлеровцев. Через месяц, 24 июля, его самолет был сбит вражескими зенитками западнее реки Супрасль (на польской территории Белосток). А. М. Шикинбаев не колебался в этой ситуации смертельной угрозы, сбросил авиабомбы на назначенную цель, выпрыгнул из кабины самолета и с парашютом приземлился на хлебное поле. С наступлением темноты летчик взял курс на восток и на четвертые сутки вернулся в часть.

И в 1944 г. в конце октября А. М. Шикинбаев 30 раз летал с боевым заданием. Сбрасывая бомбы с воздуха и стреляя из пулеметов, он уничтожил две переправы, склад боеприпасов, паровоз, два бронетранспортера, около 30 автомашин и до 200 военнослужащих противника. За эти подвиги А. М. Шикинбаев награжден орденами Красной Звезды и Красного Знамени.

В бою за деревню Носовичи командир стрелковой роты старший сержант Ж. Исбасов заменил раненого командира взвода и повел бойцов в атаку, тем самым обеспечил выполнение боевой задачи. Награжден Орденом Славы III степени и американской медалью «Серебряная звезда». Разведчик К. Бекишев накануне нападения арестовал четырех шпионов, они предоставили ценную информацию о своей линии обороны. Помимо ордена Славы III степени, отважный воин получил еще II степень этой почетной солдатской награды.

Среди казахов, освобождавших Белоруссию и Прибалтийские земли путем воздушных налетов, есть те, кто дважды получил звание Героя Советского Союза, это летчики-истребители Л. И. Беда и И. Ф. Павлов. 23 июня Л. И. Беда вместе с войсками своей группы два раза вылетал к опорному пункту противника на территории восточной Орши. Через день в установленных местах были сброшены бомбы, в результате чего произошло 8 пожаров и уничтожен локомотив с 20 вагонами. 8 июля он был награжден орденом Александра Невского, 24 октября в ходе Прибалтийских операций в 3-й раз награжден орденом Красного Знамени, а 29 июня 1945 г. ему было присвоено звание Героя Советского Союза во второй раз. В послевоенный период он командовал полком, дивизией и военно-воздушными силами на территории Беларуси. Генерал-лейтенант Л. И. Беда погиб в декабре 1976 г.

Иван Фомич Павлов, проживший жизнь, похожую на жизнь Л. И. Беды, тоже был уроженцем Борисово-Романовки Костанайской области и выпускником того же Оренбургского авиационного училища. В начале Белорусской операции командир 6-го гвардейского Суворовского ордена Московского Краснознаменного штурмового авиационного полка И. В. Павлов более 130 раз поднимался в воздух для выполнения боевых задач. Награжден два раза орденом Ленина, два раза орденом Красного Знамени, Александра Невского, орденами 2-й степени и медалями Отечественной войны. 23 февраля в 1945 г. Президиум Верховного Совета СССР коммунисту И. Ф. Павлову была вручена вторая медаль «Золотая Звезда». После войны И. Ф. Павлова направили в Военно-воздушную академию им. М. В. Фрунзе, которую окончил в 1949 г.

Казахстанские женщины и девушки, как и мужчины, проявили мужество в освободительной войне Беларуси. Почти всем опасностям в первую очередь подвергались врачи и медсестры, которые несли ответственность за жизнь и здоровье находящихся там солдат.

Габитова Майя Габитовна получила диплом медсестры в первые дни войны. Только в Гомельской битве она вынесла с поля боя 57 раненых воинов и была трижды ранена. Домой она вернулась инвалидом, после выписки устроилась на работу в железнодорожную больницу в Арыси.

Майра Мухамеджанова из Алматы служила в 90-м мостостроительном батальоне, которому в июне 1944 г. было поручено руководить кратковременной паромной переправой через Березину в Борисове. Там паром попал под сильную воздушную атаку противника, и медсестра немедленно оказала помощь раненым и доставила их в безопасное место. Но осколки от авиабомбы ее не пощадили, мостостроители сразу же доставили ее в больницу с двумя легкими и одним тяжелым ранением.

Сара Мунтаева, Полина Кузнецова, Зоя Соловьева из Кызылорды охраняли небо Астрахани, а затем Гомеля в одном из зенитно-артиллерийских полков. Сара Мунтаева не дожидаясь победы, она погибла во время нападения вооруженных бомбами немцев на освобожденный Гомель.

Баян Байгожина из Чингистау – одна из казашек, воевавших с врагом в Белоруссии. Первую награду – орден Красной Звезды она получила в начале 1944 г. за отвагу и отвагу при обороне моста через Западную Двину. Стоя на страже, она заметила, что в санях двух крестьян, проезжавших через переправу, не было соломы, которую они должны были везти. Они не обратили внимание на команду «Стоп» и ускорили шаги. Тогда Баян выстрелила в одного из них и

ранила его, а другой остался стоять с поднятыми руками. Оба оказались диверсантами. Позже, после этого случая, Б. Байгожина по собственному желанию была переведена в стрелковую дивизию и продолжила службу снайпером. В последних боях войны Байгожина расстреляла 15 фашистов и получила еще два ордена – орден Славы III степени и орден Великой Отечественной войны II степени.

Ефрейтор Малика Гумар-кызы Тохтамышева к 14 июня 1944 г. расстреляла 31 оккупанта, но в итоге сама получила смертельную травму головы и скончалась в госпитале.

Родина оценила их ратный труд медалями и орденами. Эти девушки, ушедшие на фронт из Казахстана, показали себя настоящими патриотками. На счету воинов Казахстана в соединениях и частях, созданных за пределами республики, немало боевых подвигов, совершенных за время освобождения белорусской земли.

Партизаны оказали неоценимую помощь наступающим войскам белорусского народа: уничтожили более 40 тыс. железнодорожных путей, опрокинули 147 эшелонов противника, заблокировали его организованное отступление. Они удерживали реки и переправы, освобожденные населенные пункты, предоставляли советскому командованию ценную разведывательную информацию. В операции приняли участие 142 партизанские бригады, 38 отрядов (всего 143 тыс. чел.). Среди них много казахстанцев.

Казахские партизаны внесли большой вклад в освобождение территории Беларуси от врага. Только в 1941 г. в Старосельском лесу Брестской области с врагом сражались девять казахских партизан. Земляки-партизаны, храбро сражавшиеся на территории Беларуси: Ф. Озмитель, Г. Омаров, Н. Кайсеитова, Н. Саликов, Х. Исмагулов, Н. Сыдыкова, М. Стрельников, Я. Булаев, И. Данияров, И. А. Ерещенко, К. Темирханов, Э. Балабеков, Т. Жумабаева и др.

Партизанские объединения, сформированные на Смоленщине, состояли из представителей 45 национальностей. Казахские партизаны А. Шарипов, Дж. Агадилов, И. Утебаев, М. Муканов, А. Толегенов, К. Ахметов и другие отличились храбростью.

В освобождении Белоруссии принимали участие казахстанские 8-я, 30-я гвардейские, 391-я и 310-я стрелковые дивизии. За освобождение Риги 8-я гвардейская стрелковая дивизия награждена орденом Суворова. И мужественно сражавшимся в Белорусской операции воинам-казахам Айтыкову, А. Жанузакову, Ж. Асаналиеву, С. Абдижапарову, С. Аширову, М. Каирбаеву было присвоено звание Героя Советского Союза.

Казахстанцы проявили великий пример мужества в борьбе за освобождение Беларуси от фашистских захватчиков. В небольшой статье невозможно было уместить героизм каждого казахстанца. Не говоря уже о других наградах, 78 казахстанцев удостоены звания Героя Советского Союза. К сожалению, многие наши предки погибли в этой войне. Выжившие в сегодняшний мирный день были удостоены чести.

Сколько еще интересных людей жили и живут в нашей стране! И очень хочется, чтобы о них узнало как можно больше людей. Проходят годы, и все меньше остается тех людей, кто защищал нашу Родину во время Великой Отечественной войны, кто не жалел сил и работал день и ночь, приближая этот великий день – День Победы. Мы гордимся тем, что эти мужественные люди жили именно в нашей стране! Мы обязаны им всем, потому что благодаря им мы с вами живем в мире. За чистое небо и счастливых детей мы обязаны всегда благодарить людей, которые совершили этот подвиг и победили фашизм, создав удивительный феномен в истории человечества – массовый героизм народа.

Как тяжело далась эта победа и как много она значила. Хочется, чтобы люди стали умнее и добрее, а этот ад на земле больше не повторился. Оставайтесь всегда достойными своих предков! Запомните людей, которые защищали и воевали за вашу свободу. Гордитесь этим. Участникам Великой Отечественной войны мы благодарны за мужество и храбрость.

Список использованной литературы

1. **Белан, П. С.** Казахстанцы в боях за освобождение Белоруссии и Советской Прибалтики (1941–1945) / П. С. Белан. – Алма-Ата : Наука КазССР, 1988. – 176 с.
2. **Белан, П. С.** На всех фронтах: казахстанцы в сражениях Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. / П. С. Белан. – Алматы : Гылым, 1995. – 336 с.