

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИЛИАЛ «МИНСКИЙ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»



МАТЕРИАЛЫ

**I-ой МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**«ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА»**

14-15 апреля 2022 г.

Минск 2022

Сборник докладов обучающихся филиала учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» «Минский финансово-экономический колледж», учреждений образования Республики Беларусь, Российской Федерации, Республики Казахстан, реализующих образовательные программы среднего специального образования, принявших участие в конференции, 2022 г., стр. 250.

Материалы, публикуемые в настоящем сборнике, являются выступлениями, представленными на научно-теоретическую конференцию учащихся филиала БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж».

Филиал учреждения образования
«Белорусский государственный экономический университет»
«Минский финансово-экономический колледж», 2022 г.
г. Минск, ул. Красная, 17



**I-ая МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-
ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**«Экономические и социальные аспекты устойчивого
развития современного общества»**

14-15 апреля 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Положение о Международной научно-теоретической конференции обучающихся «Экономические и социальные аспекты устойчивого развития современного общества» филиала учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» «Минский финансово-экономический колледж».....	9
Статистика I-ой Международной научно-теоретической конференции обучающихся...	17
Приказ директора филиала о проведении конференции	19
Секция № 1. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ: ФАКТОРЫ РОСТА НА МАКРО- И МИКРОУРОВНЕ.....	27
<i>Хримонова Е.М.</i> Налогообложение индивидуальных предпринимателей в Республике Беларусь: проблемы, перспективы.....	29
<i>Козлова А.Д.</i> Перспективы развития малого и среднего бизнеса в Новосибирской области на примере КФХ «Страусиная ферма»	31
<i>Коришун Е.С.</i> Контроль качества продукции – основа конкурентоспособности предприятия.....	35
<i>Глонь А.А., Писарева Д.А.</i> Инновации как фактор повышения конкурентоспособности.....	38
<i>Кудрявец К.А., Жук Д.М.</i> Материальные ресурсы организации и пути повышения эффективности их использования на примере ОАО «Завод горного воска».....	40
<i>Кацкель Я.М.</i> Построение матрицы SWOT-анализа для организации ОАО «УКХ» ММЗ» на основании изучения деятельности основных конкурентов.....	45
<i>Колесников Д.С., Резанович А.Ю.</i> Повышение конкурентоспособности предприятия на основе инноваций.....	49
<i>Мельникова К.Р.</i> Экономический эффект стратегического управления на предприятии.....	53
<i>Вершинина А.В.</i> Основные пути повышения конкурентоспособности предприятия.....	55
<i>Жукова А.Ю.</i> Обеспечение экономической стабильности путем совершенствования учета, анализа и контроля в условиях кризиса и нестабильности внешней среды.....	59
<i>Герасимович И.В., Наумович Ю.А.</i> Организация развития бизнеса в форме ИП в современных условиях развития белорусской экономики на примере создания салона красоты.....	62
<i>Кравченко Е.А.</i> Организация, мотивация и стимулирование труда персонала предприятия.....	64
<i>Петрова Е.А., Бодренникова В.И.</i> Налогообложение в странах ближнего и дальнего зарубежья.....	66
Секция № 2. ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА...	69
<i>Кириллович Т.И., Орешко К.И.</i> Баланс эмоций в современной реальности.....	71
<i>Скуратович Е.С., Ромаш А.В.</i> Проявление чувств и эмоций в художественной литературе.....	73
<i>Кобзик А.В.</i> Тревожность как внутренний конфликт.....	75
<i>Карасенко Д.Е., Пограновская В.В.</i> Возраст в любви учащихся филиала БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж».....	77
<i>Сычев М.В.</i> Самоопределение в контексте транзактного анализа.....	80
<i>Бурдыко П.А.</i> Особенности питания учащихся специальности «Финансы» специализации «Страхование» филиала БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж».....	82
<i>Барковский Г.М.</i> Ценностно-ориентированный портрет современного человека.....	84
<i>Зубченок Е.Д., Ионова Е.И.</i> Правовые меры поддержки конкуренции и противодействия монополистической деятельности.....	86
<i>Латышева Л.В.</i> Основы духовно-нравственной культуры белорусов на примере подвига праведников народа мира.....	87
<i>Братищева М.А.</i> Влияние модернизации современного общества на ценностные ориентиры молодежи.....	91

Секция № 3. ФИНАНСОВАЯ СТАБИЛИЗАЦИЯ – ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.....	95
<i>Мостыка А.А.</i> Разработка бизнес-плана по созданию ООО Страховой брокер «Insurans&Consalt».....	97
<i>Долгий А.Г., Демещенко Д.А.</i> Источники финансирования учреждений образования в Республике Беларусь.....	99
<i>Кирилович Т.И.</i> Предпринимательство и малый бизнес в Республике Беларусь: современное состояние и перспективы развития.....	102
<i>Олешкевич М.В.</i> Инновационные отрасли экономики и их влияние на финансовую систему Республики Беларусь.....	105
<i>Карасенко Д.Е., Тачилова А.М.</i> Рисковая ситуация в Республике Беларусь и роль страхования в ее преодолении.....	108
<i>Морозова А.С., Васильчук И.В.</i> Дефицит бюджета, причины его образования и пути сокращения в современных условиях.....	109
<i>Касенова А.</i> Финансовая стабилизация – одно из условий экономического роста.....	112
Секция № 4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	115
<i>Савин Д.А.</i> Сравнительный анализ провайдеров услуг Интернет в Беларуси.....	117
<i>Бордиловский Р.Р.</i> Хакеры как феномен информационного пространства.....	118
<i>Воробьева М.И., Лисовская К.М.</i> Особенности беспроводных технологий.....	122
<i>Матвеев М.В., Наркевич В.О.</i> Зачем банкиру число Эйлера.....	125
<i>Герасёва Ю.Е.</i> Автоматизированные информационные технологии формирования, обработки и представления данных в налоговой службе	127
<i>Шостак С.А., Тевель К.В.</i> Математическое программирование в экономике.....	130
<i>Журавская Д.Е., Щеглова М.Н.</i> Криптография как средство информационной безопасности.....	132
<i>Зенькевич А.П.</i> Программное средство для планирования семейного бюджета и контроля расходов.....	137
<i>Казбекова А.С.</i> Электронная торговля в интернете: проблемы и особенности развития.....	141
Секция № 5. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ XXI ВЕКА	145
<i>Коваль А.Г.</i> Развитие событийного маркетинга как инструмента продвижения брендов на белорусском рынке.....	147
<i>Тихонович Д.С., Русецкий М.Н.</i> Использование современных крауд-технологий в системе подбора и управления персоналом.....	149
<i>Зарлыканова А.С.</i> Маркетинг XXI века.....	152
<i>Савицкая В.И.</i> Интернет-маркетинг.....	155
<i>Кулешова А.В., Нестерова У.Д.</i> Географический маркетинг. Локальный маркетинг....	158
<i>Ковалец А.В., Юрченко Ю.В.</i> использование Reels повысит эффективность вашего маркетинга в Instagram.....	160
<i>Потапеня А.В., Латышева В.Н.</i> Influence-маркетинг. Рекламное продвижение бренда через лидера мнений.....	161
<i>Кисель И.П., Коненко Д.П.</i> Взаимосвязь маркетинга и логистики.....	164
<i>Вагаровская А.Ю., Паречина А.Д.</i> Проблема отходов в Республике Беларусь и пути ее решения.....	167
Секция № 6. БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ	171
<i>Гаркун Я.А.</i> Факторинг: практика и перспективы развития в банках.....	173
<i>Пархоменко Д.А.</i> Удовлетворенность клиентов и ее влияние на деятельность банков...	175
<i>Панина С.В.</i> Цифровая трансформация банков в условиях пандемии.....	178

<i>Новик Е.А.</i> Система SWIFT в Республике Беларусь, есть ли альтернатива?.....	180
<i>Суханова О.А.</i> Проблемы банковской системы Российской Федерации в кризисный период.....	182
<i>Кирьякова А.А.</i> План счетов банков – нет предела совершенству.....	187
<i>Позднякова В., Тертинска Е., Макась Н.</i> Использование инновационных технологий в банковской сфере.....	189
<i>Туева А.И.</i> Современное состояние и перспективы развития банковской системы Республики Казахстан.....	192
Секция № 7. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА, АНАЛИЗА И КОНТРОЛЯ КАК МЕХАНИЗМА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	115
<i>Коннова Е.А.</i> Электронный документ как информационная коммуникация в условиях функционирования экономики.....	197
<i>Мурашко П.Д.</i> Признаки неправомερных действий в бухгалтерском учете.....	198
<i>Ясюченя Е.Ф.</i> Влияние международных организаций на развитие учета в Республике Беларусь.....	199
<i>Ясевич Д.И., Подгорная М.В.</i> Совершенствование методики учета кредитов и займов на примере ООО «Гидрополимер».....	203
<i>Гарнашевич С.С.</i> Использование smart-касс при проведении безналичных расчетов....	205
<i>Климец В.С.</i> Состав, порядок разработки и пути совершенствования учетной политики организации.....	208
<i>Горячих А.С.</i> Бухгалтер: вчера, сегодня, завтра.....	210
<i>Пограновская В.В., Язвинская А.С.</i> Причины и последствия мошенничества с финансовой отчетностью.....	212
Секция № 8. ЗДОРОВЫЙ ЧЕЛОВЕК – БОГАТЫЙ ЧЕЛОВЕК.....	215
<i>Герасенкова А.А., Кучук Д.Ф.</i> Здоровый образ жизни.....	217
<i>Морозова Я.Е., Булах Н.В.</i> Образ жизни учащихся и его влияние на здоровье.....	220
<i>Журавская Д.Е., Косторенко К.Д., Щеглова М.Н.</i> Здоровый образ жизни как признак успешного человека.....	222
Секция № 9. МИР В XXI ВЕКЕ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ СТРАН ИЗУЧАЕМОГО ЯЗЫКА	227
<i>Гаврилина Ю.В.</i> Австралийская лингвистическая идентичность.....	229
<i>Кузло А.М., Красноцкая А.В.</i> История поколения Виндраш, которая потрясла Великобританию	232
<i>Наркевич В.О.</i> Язык «коронавирусной эпохи» (на английском и русском).....	234
<i>Кузнецова К.Г.</i> Немецкоязычные страны. Лихтенштейн.....	237
<i>Клочкова Е.С.</i> Государственные языки Республики Беларусь как фактор уважительного отношения к национальному достоинству человека, его культуре и языку, дальнейшего укрепления дружбы и сотрудничества народов России и Беларуси.....	239
Список победителей I-ой Международной научно-теоретической конференции обучающихся «Экономические и социальные аспекты устойчивого развития современного общества»	243
Итоги конференции	247

УТВЕРЖДЕНО
Директором филиала
учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»
«Минский финансово-
экономический колледж»
О.А.Бесько
03.02.2022

ПОЛОЖЕНИЕ
о Международной научно-теоретической конференции обучающихся
«Экономические и социальные аспекты устойчивого развития современ-
ного общества» филиала учреждения образования
«Белорусский государственный экономический университет»
«Минский финансово-экономический колледж»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о Международной научно-теоретической конференции обучающихся «Экономические и социальные аспекты устойчивого развития современного общества» филиала учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» «Минский финансово-экономический колледж» (далее – Конференция) определяет порядок организации и проведения Конференции, ее организационно-методическое обеспечение, порядок участия в Конференции и определения победителей.

1.2. Конференция проводится с целью формирования у обучающихся творческого мышления, развития эрудиции, широты кругозора, формирования умения вести аргументированную дискуссию по заранее определенной тематике, воспитания самостоятельности в принятии решений.

1.3. Задачами Конференции являются:

- привлечение учащейся молодежи к активной научной деятельности;
- повышение интереса обучающихся к изучаемым учебным дисциплинам, развитие их творческих способностей, углубление теоретических знаний и практических умений, содействие самореализации личности;
- стимулирование деятельности педагогического коллектива по развитию творческих способностей обучающихся;
- пропаганда научных знаний и развитие интереса обучающихся к научной деятельности.

2. Порядок организации и проведения Конференции

2.1. Конференция проводится ежегодно в филиале.

2.2. Приказом директора филиала определяется дата проведения Конференции, состав организационного комитета по подготовке и проведению Конференции. В состав организационного комитета входят заместитель директора по учебной работе, заместитель директора по воспитательной работе, заведующие отделениями, методист, инженер-программист. В состав организационного комитета могут входить заместитель директора по учебно-производственной работе, председатели предметных (цикловых) комиссий, заведующие учебными кабинетами и преподаватели.

2.3. Организационный комитет Конференции:

- определяет количество этапов Конференции, форму и продолжительность проведения каждого из них;
- разрабатывает план мероприятий по подготовке и проведению Конференции;
- формирует состав жюри Конференции для работы в секциях;
- готовит документацию для работы секций;
- готовит помещения (аудитории, конференц-зал, актовый зал) для работы секций;
- обобщает заявки на участие в Конференции;
- рассматривает конфликтные ситуации, возникшие при проведении всех этапов Конференции;
- организует техническое оснащение Конференции;
- награждает победителей;
- освещает ход подготовки, проведения и результаты соответствующего этапа на сайте филиала;
- выпускает сборник материалов Конференции;
- осуществляет анализ результатов проведения Конференции и представляет отчет по результатам Конференции директору филиала.

2.4. Конференция проводится в несколько этапов (работа в секциях, работа пленарного заседания).

2.5. Название секций, руководители секций и другая информация определяются на заседаниях предметных (цикловых) комиссий, выписки из протоколов заседаний предметных (цикловых) комиссий представляются организационному комитету Конференции не позднее чем за два месяца до проведения конференции. Организационный комитет размещает всю информацию на интернет-сайте филиала.

2.6. Руководство секцией может осуществлять председатель предметной (цикловой) комиссии или другие опытные преподаватели филиала. Руководитель секции в тесной связи работает с организационным комитетом Конференции. Руководитель секции организует работу секции:

- принимает заявки на участие в Конференции;
- участвует в подготовке помещения для работы секции;
- определяет состав жюри в секции;
- определяет состав слушателей в секции из числа учащихся филиала;
- приглашает в качестве гостей и жюри в секции практических работников и преподавателей других учреждений среднего специального образования;

- определяет регламент работы в секции;
- составляет необходимую документацию по итогам работы секции и представляет организационному комитету;
- готовит выступление на подведение итогов работы Конференции с учетом рекомендаций, подготовленных организационным комитетом (Приложение 1);
- готовит в электронном виде тезисы работ, заслушанных на секции для выпуска сборника;
- выполняет другую работу по мере необходимости.

2.7. По результатам работы секции Конференции определяются победители. Оценка работ производится в соответствии с Критериями оценки исследовательских работ, представленных на Международную научно-теоретическую конференцию обучающихся «Экономические и социальные аспекты устойчивого развития современного общества» филиала учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» «Минский финансово-экономический колледж» (Приложение 2) и рецензии.

2.8. Заявки на участие в Конференции подаются обучающимися в регистрационной форме в электронном виде по ссылке, размещенной на сайте филиала, не позднее чем за неделю до проведения конференции.

3. Участники Конференции

3.1. В Конференции принимают участие все желающие учащиеся филиала.

3.2. К участию в Конференции приглашаются обучающиеся других учреждений образования Республики Беларусь и стран СНГ, реализующих образовательные программы среднего специального образования (профессионального образования).

3.3. Победители Конференции награждаются дипломами 1-ой, 2-ой и 3-ей степени. Участникам, которые не заняли призовые места, вручаются сертификаты участника Конференции.

4. Требования, предъявляемые к работам обучающихся

4.1. Исследовательская работа обучающегося – это самостоятельно выполненное, оконченное исследование по определенной теме.

4.2. Исследовательская работа содержит: титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, литература, приложения.

4.3. Технические требования к оформлению: объем исследовательской работы: 10-20 страниц без учета титульной страницы, содержания, приложений. Текст печатается шрифтом Times New Roman, размер шрифта 14 pt, межстрочный интервал – 1,0, на листе форматом А4 с полями: отступ для левого

края – 30 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм, правого – 10 мм. Красная строка – 1,25 см, ориентация книжная.

Нумерация страниц шрифтом Times New Roman, размер шрифта 12 pt, посередине нижнего поля страницы.

На титульном листе указывается название секции Конференции, название работы, сведения об авторе (учреждение образования, курс, группа ФИО), сведения о руководителе работы (должность, ФИО). Титульный лист не нумеруется (особый колонтитул для первой страницы). Образец оформления титульного листа приведен в Приложении 3.

Вторая страница исследовательской работы – содержание. В нем приводятся все разделы текста работы. Заголовки глав и параграфов печатаются строчными буквами; после каждого заголовка (введение, название главы, параграф, список литературы, приложения) указывается страница, с которой начинается изложение содержания этого текста в работе без слова «страница». Главы и параграфы нумеруются арабскими цифрами.

Страницы работы должны быть пронумерованы, включая приложения; их последовательность должна соответствовать содержанию работы.

Каждый новый раздел работы (содержание, введение, раздел/глава, заключение, литература, приложения) должны начинаться с новой страницы. Параграфы продолжают текст после одной строки отступа. Текст заголовков, параграфов форматируется по центру.

После названия темы, подраздела, главы, параграфа, а также таблицы, рисунка, диаграммы точка не ставится. В тексте заголовки печатаются прописными, параграфы – строчными буквами. В заголовках не допускается разрыв слова. После каждого заголовка должен быть отступ в одну строку.

Основной текст работы форматируется по ширине.

Все цифровые данные и прямые цитаты должны быть подтверждены ссылками на источники, включая страницу. Это требование распространяется и на оформление таблиц, диаграмм, карт, графиков, рисунков.

Литература оформляется в соответствии со стандартами библиографического описания. Количество источников литературы в работе, как правило, не менее пяти.

4.4. Исследовательские работы должны быть представлены руководителями секций для ознакомления организационному комитету, жюри, гостям конференции.

4.5. Исследовательские работы хранятся в преподавательских, закрепленных за предметными (цикловыми) комиссиями.

4.6. На конференцию также представляются тезисы работ на русском языке. Тезисы работ, представленных для заслушивания в секции от предметной (цикловой) комиссии иностранных языков, представляются на иностранном языке с переводом на белорусский или русский язык.

4.7. Требования к оформлению тезисов: объем тезисов: 3-4 страницы. Текст печатается шрифтом Times New Roman, размер шрифта 14 pt, межстрочный интервал – 1,0, на листе форматом А4 с полями: отступ для левого края – 30 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм, правого – 10 мм. Красная строка –

1,25 см, выравнивание по ширине, ориентация книжная. Образец оформления тезисов приведен в Приложении 4.

4.8. Руководители секций все представленные тезисы в электронном виде объединяют в один электронный файл и представляют в течение пяти дней после проведения конференции в организационный комитет для подготовки сборника докладов.

5. Рецензирование исследовательских работ

5.1. Исследовательские работы обучающихся представляются на рассмотрение и обсуждение на заседания предметных (цикловых) комиссий не позднее чем за неделю до проведения научно-теоретической конференции.

5.2. Исследовательские работы подлежат рецензированию. Рецензирование проводят преподаватели предметной (цикловой) комиссии, не являющиеся руководителями работ.

5.3. Рецензирование исследовательских работ осуществляется в соответствии с пунктами 1, 2, 3 критериев оценки исследовательских работ, представленных на Конференцию (Приложение 2).

5.4. Рецензия оформляется по форме (Приложение 5) и носит рекомендательный характер.

6. Итоги Конференции

6.1. Итоги работы секций обсуждаются на заседаниях предметных (цикловых) комиссий.

6.2. По итогам Конференции издается сборник материалов конференции с размещением электронного варианта на сайте филиала.

6.2. Итоги Конференции обобщаются на заседании педагогического совета, Совета филиала.

6.3. Итоги Конференции освещаются на сайте филиала.

Положение рассмотрено и одобрено на заседании совета филиала от 03.02.2022, протокол № 5.

Рекомендации

руководителю секции при подготовке выступления

Руководитель секции должен подвести итоги работы Конференции, подготовить выступление на пленарное заседание конференции, в котором необходимо обратить внимание на следующее:

1. название секции;
2. сколько работ было заслушано в Вашей секции;
3. качество представленных работ;
4. руководители работ обучающихся, которые представили наибольший интерес;
5. предложения по организации и проведению конференции в целом и работы секций.

Критерии оценки исследовательских работ,
представленных на Международную научно-теоретическую конференцию
обучающихся «Экономические и социальные аспекты устойчивого развития
современного общества»

№ п/п	Показатель	Количество баллов
1.	Актуальность выбранной темы. Наличие обоснования актуальности	не более 1 балла
2.	Соответствие содержания работы заявленной теме	не более 1 балла
3.	Степень исследования темы	не более 4 баллов
4.	Умение донести информацию до аудитории	не более 1 балла
5.	Использование иллюстрированного материала, наличие электронной презентации, качество подготовки материалов, соблюдение регламента выступления	не более 1 балла
6.	Умение отвечать на вопросы жюри и аудитории	не более 2 баллов
	ИТОГО	не более 10 баллов

ОБРАЗЕЦ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УО «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИЛИАЛ «МИНСКИЙ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Секция _____

Допущена к работе
в секции
Руководитель секции
_____ А.И.Блинова
07.04.202X

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

на **Международную научно-теоретическую конференцию обучающихся
«Экономические и социальные аспекты устойчивого развития
современного общества»**

на тему: **Налоговое регулирование международного бизнеса как форма
реализации внешнеэкономической политики государства**

Учащиеся филиала БГЭУ
«Минский финансово-
экономический колледж»
3-й курс, группа 2011

(подпись)
(дата)

А.Р.Воронова
М.А.Самец

Руководитель
преподаватель

(подпись)
(дата)

П.П.Петров

МИНСК 202X

ОБРАЗЕЦ

**НАЛОГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА**

Авторы: Воронова А.Р., Семец М.А., группа 2011

Руководитель: Белова Д.И.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

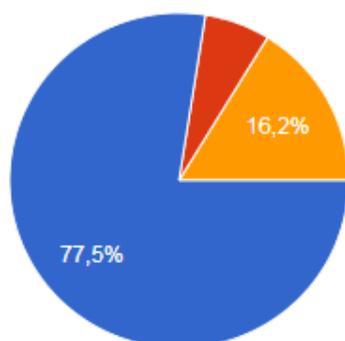
Налоги – это необходимое звено экономических отношений в обществе. Они являются основным источником доходной части бюджетов всех уровней и эффективным инструментом государственного регулирования социально-экономических отношений.

Законодательные начала налогообложения в нашей республике исходят из конституционного положения о том, что каждое лицо обязано принимать участие в финансировании государственных расходов путем уплаты государственных налогов, сборов (пошлин).....

Статистика I -ой Международной научно-теоретической конференции обучающихся «Экономические и социальные аспекты устойчивого развития современного общества»

№ секции	Название секции	Количество работ	Количество участников
1	Конкурентоспособность: факторы роста на макро- и микроуровне	13	18
2	Ценностные ориентиры современного общества	10	14
3	Финансовая стабилизация – одно из условий экономического роста	7	10
4	Информационные технологии – ключевой фактор инновационного развития экономики	10	14
5	Прогнозирование и оценка экономических явлений XXI века	11	19
6	Банковская система Республики Беларусь: тенденции развития	8	10
7	Совершенствование учета, анализа и контроля как механизма информационного обеспечения устойчивого развития национальной экономики	8	10
8	Здоровый человек – богатый человек	3	7
9	Мир в XXI веке: экономические и социокультурные аспекты стран изучаемого языка	8	10

Формы участия в конференции:



- очно (для учащихся колледжей Республики Беларусь)
- онлайн (для обучающихся колледжей других стран)
- заочно (публикация тезисов)



Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь
Установа адукацыі «Беларускі
дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт»

**Філіял БДЭУ
«МІНСКІ ФІНАНСАВА-
ЭКАНАМІЧНЫ КАЛЕДЖ»**

ЗАГАД

10.03.2022 № 15

г.Мінск

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Белорусский
государственный экономический университет»

**Филиал БГЭУ
«МИНСКИЙ ФИНАНСОВО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

ПРИКАЗ

г.Минск

О проведении научно-теоретической
конференции учащихся

Для организации и проведения I Международной научно-теоретической конференции учащихся «Экономические и социальные аспекты устойчивого развития современного общества» с 14.04.2022 по 15.04.2022

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить организационный комитет конференции в следующем составе:

- Сухоцкая В.М., заместитель директора по учебной работе, – председатель;

- Сивец М.Г., заместитель директора по учебно-производственной работе, – заместитель председателя;

члены организационного комитета:

- Кондрашова О.И., зав. отделением;

- Пархимчик О.Н., зав. отделением;

- Василевич Н.В., методист;

- Самчук И.В., инженер-программист.

2. Утвердить план мероприятий по организации и проведению конференции (Приложение).

Заместитель директора

В.М.Сухоцкая

Юрисконсульт

Н.А.Саханько

10.03.2022

Приложение к приказу
от 10.03.2022 № 15

План
мероприятий по подготовке и проведению
научно-теоретической конференции учащихся
14.04.2022 – 15.04.2022

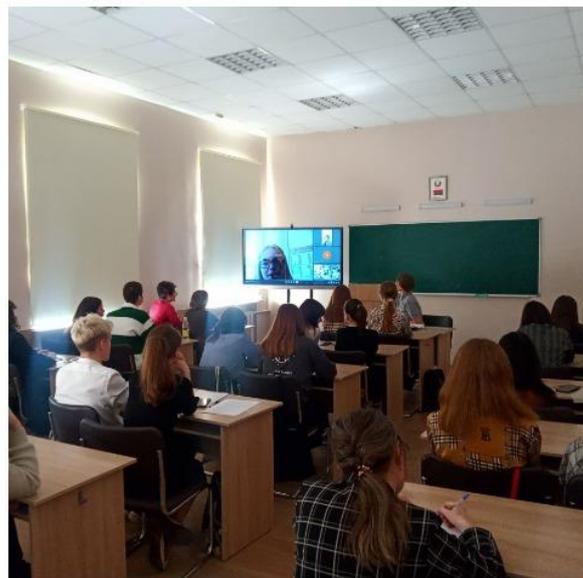
№ п/п	Мероприятие	Срок проведения	Ответственный
1.	Распределение обязанностей между членами организационного комитета	11.03.2022	Сухоцкая В.М.
2.	Информационное обеспечение конференции	Постоянно	Сухоцкая В.М.
3.	Разработка регистрационной формы в google-формах	12.03.2022	Сухоцкая В.М.
4.	Отправка писем-приглашений для участия в конференции учащихся других колледжей	12.03.2022	Сухоцкая В.М.
5.	Подготовка документации для работы секций	08.04.2022	Сухоцкая В.М.
6.	Составление программы проведения конференции	11.04.2022	Сухоцкая В.М., Сивец М.Г., Василевич Н.В.
7.	Подготовка помещений для работы секций	13.04.2022 - 15.04.2022	Кондрашова О.И., Пархимчик О.Н.
8.	Подготовка канцтоваров для гостей конференции	25.03.2022 - 05.04.2022	Сухоцкая В.М.
9.	Проведение организационного совещания с руководителями секций	12.04.2022	Сухоцкая В.М., Сивец М.Г.
10.	Составление расписания учебных занятий в дни конференции	13.04.2022 14.04.2022	Бовсюк И.А.
11.	Организация размножения подготовленных материалов	08.04.2022 - 13.04.2022	Самчук И.В.
12.	Организация дежурства в дни конференции	14.04.2022 15.04.2022	Кондрашова О.И., Пархимчик О.Н., дежурная группа
13.	Организация регистрации участников и гостей конференции	14.04.2022	Кондрашова О.И., Пархимчик О.Н., дежурная группа
14.	Организация технического оснащения конференции	14.04.2022 15.04.2022	Самчук И.В.

№ п/п	Мероприятие	Срок проведения	Ответственный
15.	Организация выставки материалов конференций в актовом зале	15.04.2022	Сухоцкая В.М., Василевич Н.В.
16.	Организация фотосъемки во время проведения конференции	14.04.2022 15.04.2022	Сидоревич О.П.
17.	Подготовка дипломов, благодарственных писем	14.04.2022	Сухоцкая В.М., руководители секций
18.	Подведение итогов конференции	15.04.2022	Сухоцкая В.М., Сивец М.Г.
19.	Выпуск сборника тезисов работ	01.06.2022	Сухоцкая В.М., Василевич Н.В., руководители секций
20.	Отчет об итогах конференции на заседании педагогического совета	Август 2022	Сухоцкая В.М.



СЕКЦИЯ № 1

Конкурентоспособность: факторы роста на макро- и микроуровне



НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Автор: Хритонова Е.М., группа УП-32

Руководитель: Мащар О.Л.

Филиал БГЭУ «Новогрудский торгово-экономический колледж» (Новогрудок)

Более четверти всего ВВП страны сегодня формирует малый и средний бизнес. Для его развития у нас созданы довольно комфортные условия. Развивать свое дело можно в любой географической точке страны: и в столице, и на небольшом хуторе. Малый и средний бизнес сегодня формирует более 26 % ВВП страны, 30 % валовой добавленной стоимости, 48 % экспорта товаров и 40 % экспорта услуг, обеспечивает рабочими местами треть занятых в экономике и более трети налоговых поступлений в бюджет.

В настоящее время всем очевидна необходимость широкого развития предпринимательства в Беларуси. Так, например, данная деятельность обеспечивает занятость самих предпринимателей, а также лиц, которые работают у них по найму, что, в свою очередь, положительно влияет на уровень безработицы в стране. С каждым годом все большая часть населения выбирает рисковое, но приносящее высокий доход предпринимательство, вместо обычной работы с определенным графиком и стабильной заработной платой.

Однако трудности предпринимательства связаны не только с риском потерять вложенные средства. Развитие сектора малого предпринимательства в Республике Беларусь невозможно без государственной поддержки, заключающейся в создании специальных (облегченных) режимов налогообложения, значимость которых определяется не только ростом количества предприятий, но и их экономической и социальной стабильностью.

Выбор системы налогообложения – очень важный и ответственный шаг для любого бизнесмена, будь то начинающий индивидуальный предприниматель или маститый владелец предприятия.

В Беларуси действуют две основные налоговые системы: упрощенная и общая. Для физических лиц и индивидуальных предпринимателей есть вариант уплаты единого налога. Каждая из них имеет свои особенности, преимущества и недостатки, и универсального совета, какой из них лучше, не существует.

Предприниматель должен взвесить все за и против и самостоятельно выбрать систему, которая будет для него наиболее удобной и выгодной.

Актуальность темы исследования определяется объективной потребностью совершенствования налогообложения доходов индивидуальных предпринимателей, поскольку, с одной стороны, для взимания налогов с этой категории граждан существует немало резервов. С другой стороны, сложное налоговое администрирование, высокие налоги не стимулируют расширение создаваемой ими налоговой базы, сдерживают предпринимательскую активность. Между тем, расширение деятельности индивидуальных предпринимателей создает благоприятные условия для оздоровления экономики, способствует развитию конкурентной среды, формированию дополнительных рабочих мест, увеличе-

нию потребительского сектора, его насыщению товарами и услугами. Это, в свою очередь, определяет рост налоговых поступлений в бюджет.

Цель работы: провести сравнительный анализ применения специальных налоговых режимов в виде общего порядка налогообложения с уплатой подоходного налога, упрощенной системы налогообложения и единого налога с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц на примере конкретного индивидуального предпринимателя Цыганковой Е.Б. для определения наиболее оптимального варианта налогообложения.

Объект исследования: субъекты малого предпринимательства в Республике Беларусь, применяющие специальные налоговые режимы в виде общей системы налогообложения, в частности ИП Цыганкова Е.Б.

Предмет исследования: налогообложение субъектов малого предпринимательства, в части развития специальных налоговых режимов в виде общего порядка налогообложения с уплатой подоходного налога, упрощенной системы налогообложения и единого налога.

Материалы и методы исследования: материалом для исследования послужила книга учета доходов и расходов индивидуального предпринимателя. Для системного, ретроспективного анализа были использованы данные по выручке индивидуального предпринимателя Цыганковой Е.Б. за третий квартал 2021 года.

Результаты и их обсуждение: в данной работе были рассмотрены теоретические основы налогообложения индивидуальных предпринимателей в Республике Беларусь при разных режимах налогообложения: единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц, упрощенная система налогообложения и общая система налогообложения с уплатой подоходного налога.

Были изучены особенности налогообложения индивидуальных предпринимателей в Республике Беларусь. Была составлена характеристика основных налоговых режимов, применяемых индивидуальными предпринимателями в Республике Беларусь, а также осуществлено сравнение данных режимов.

Кроме того, была рассмотрена организация налогообложения на примере конкретного индивидуального предпринимателя Цыганковой Е.Б.:

1. составлена экономическая характеристика ИП Цыганковой Е.Б.;
2. произведен расчет налога по общей системе налогообложения, которую применяет ИП Цыганкова Е.Б. Было рассмотрено, что Цыганкова Е.Б. в качестве объекта налогообложения выбрала уплату подоходного налога из прибыли (доходы – расходы) $\times 16\%$, представлен алгоритм расчета налога за 3 квартал 2021 года;
3. рассчитан налог, уплачиваемый ИП Цыганковой Е.Б. при условиях нахождения на иных системах налогообложения: единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц, упрощенная система налогообложения – и определен наиболее оптимальный налоговый режим для данного индивидуального предпринимателя;
4. доказано, что ИП Цыганковой Е.Б. на данный момент выгоднее всего находиться на общем порядке исчисления налогов с уплатой подоходного нало-

га, так как при данной системе налогообложения ИП Цыганкова Е.Б. уплачивает минимальный налог, по сравнению с другими режимами налогообложения.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ КФХ «СТРАУСИНАЯ ФЕРМА»

Автор: Козлова А.Д., группа Э-11

Руководители: Мухтарова Е.В., Цыганова И.А.

ГБПОУ НСО «Новосибирский торгово-экономический колледж» (Новосибирск)

Развитие малого и среднего бизнеса является стратегическим приоритетным направлением, определяющим устойчивое развитие экономики Новосибирской области. Он ориентирован на удовлетворение потребностей регионального внутреннего рынка и обеспечивает занятость населения, разнообразие и качество продукции и услуг.

В Новосибирской области число сотрудников на одну организацию малого бизнеса составляет в среднем 3 человека. Несмотря на это, в малом бизнесе трудится почти треть работников Новосибирска.

По количеству занятых в малом и среднем бизнесе регион занимает десятое место. По итогам 2020 года, доля средств малых и средних предприятий от общего оборота всех хозяйствующих субъектов региона составила 45 %.

Согласно данным мониторинга трудоустройства выпускников, завершивших обучение по образовательным программам среднего профессионального образования, за последние годы процент трудоустройства изменился от 55,8 % в 2018 г. до 62,2 % в 2019 г. (Письмо Министерства просвещения РФ от 21 мая 2020 г. № ГД-500/05 «О направлении рекомендаций»).



Рисунок 1. График трудоустройства выпускников СПО за 2019-2020 гг.

Принимая во внимание вышесказанное, я пришла к выводу о целесообразности создания собственного бизнеса.

Моя бизнес-идея – открытие круглогодичной страусиной фермы, основной целью которой будет: разведение страусов, производство цыплят и яиц на продажу. Продукт фермы: мясо страуса, печень, яйца, когти, перья, кожа, жир, отходы бойни и жизнедеятельности.

Для российских жителей продукт является достаточно новым. Это связано, в первую очередь, с отсутствием поставщиков на рынке. В результате для предпринимателя открывается большой рынок с перспективами роста.

Делаю акцент на товарном направлении ведения хозяйства (разведение для последующей переработки). Он наиболее прибыльный. Планируется разведение Чёрных страусов. Они одни из самых крупных представителей вида. Не агрессивны, есть перспектива открытия контактного зоопарка. Легко приспосабливаются к температурным условиям Сибири.

Цели предприятия:

Коммерческая - получение максимально возможного дохода со страусиной фермы при минимальных затратах.

Социальная:

- поставка качественной продукции на местный рынок;
- возможность трудоустройства от 5 человек на этапе внедрения;
- предоставление соц. пакета для сотрудников;
- в перспективе – открытие контактного зоопарка при ферме.

Экологическая:

- использование экологически чистых кормов для птиц и материалов при строительстве загонов;
- облагораживание территории фермы;
- первичная переработка отходов жизнедеятельности птицы для использования в качестве натурального удобрения.

Задачи бизнес-плана:

- изучение устройства, особенностей, преимуществ и недостатков фермы;
- изучение прагматических свойств;
- изучение целевой аудитории;
- выбор наиболее выгодной породы страусов и формирование маточного стада;
- подбор штатных сотрудников;
- выбор формы юридической регистрации;
- формирования плана продвижения, развития, доходов и расходов.

Миссия бизнес – проекта: «Измени привычному!»

Мною изучена целевая аудитория и составлен портрет будущего потребителя. В опросе приняло участие 1000 респондентов. В результате получилось следующее:

Целевая аудитория:

- люди, ориентированные на здоровый образ жизни от 18 – 55 лет.

- люди среднего достатка с доходом от 30 до 35 тыс. руб.
- молодая семья от 3 и более человек.

Способом реализации продуктов будет оптовый потребитель:

- Мясные рынки
- Производители мясной продукции
- Производители детского питания
- Рестораны
- Супермаркеты
- Мастерские и ателье, которые используют кожу в качестве материала для изделий.



Рисунок 2. Поиск информации о целевой аудитории

Конкурентные преимущества страусиной продукции:

- низкокалорийная;
- высокобелковая;
- содержит: витамины группы, минеральные вещества;
- быстро восстанавливающая силы после физических нагрузок и тяжелых заболеваний;
- жир страуса полезен при разных недугах;
- не вызывает аллергических реакций и каких-либо проблем со здоровьем.

Ферму планируется открыть в форме Крестьянского Фермерского Хозяйства, что предоставит поддержку и привилегии со стороны государства: льготный период в налогообложении; возможность использования больших земельных участков; получение грантов по программам поддержки от различных фондов; льготные условия на закупку оборудования и аренду земли; не подлежат проверке комиссиями со стороны местного самоуправления (при отсутствии нарушений законодательства РФ).

Для строительства фермы планируется заключить договор аренды земельного участка площадью 1,5 га сроком на 5 лет. Дальнейшее продление аренды возможно. В случае успешности бизнеса срок продлится до 49 лет. (Статья 39.2 Земельного кодекса РФ).



Рисунок 3. Линейная организация предприятия

Предпочитаемые для бизнеса районы – Коченевский, Чулымский, Мошковский.

Организационная структура компании будет линейной.

Закупаем Черных страусов.

Птица начинает нести яйца в конце марта. Заканчивается этот период к октябрю. В хороших условиях при полноценном питании за сезон от неё можно получить до 80 яиц (160 яиц от двух самок). Из них примерно 85% оказываются оплодотворёнными. Следовательно, предполагаемое количество птенцов составит 136 единиц.

Расходы в первый год:

Наименование	Сумма, руб.
Регистрация	800
Открытие счета	2 000
Участок со зданием фермы	900 000
Вода и электричество	100 000
Санитарно – ветеринарная экспертиза	3 800
Страусы, 1 семья	250 000
Оборудование	500 000
Песок и гравий	15 000
Реклама	30 000
Административные расходы	20 000
Корм для маточного стада	41 000
Корм для молодняка	264 000
Оплата труда	2 300 000
Страхование предприятия	700 000
Итого	5 126 600

Доходы ежегодные:

Товар	Кол-во	Цена, руб.	Сумма, руб.
Мясо, кг	136 x 48	600	3 916 800
Печень, кг	136 x 4	600	326 400
Жир, кг	136 x12	3000	4 896 000
Кожа, м ²	136 x 1, 6	6500	1 414 400
Перья, кг	136 x 2	5000	1 360 000
Когти, шт	136 x 4	300	163 200
Отходы бойни, кг	136 x 53	20	144 160
Яйца, шт	24	1000	24 000
Итого			12 244 960

Исходя из вышесказанного, открытие данного предприятия является выгодным. Оно окупит затраты через полтора года после открытия.

Информация, полученная путем проведения анализа, позволяет выделиться среди конкурентов, создать конкурентные преимущества, получить большие перспективы для формирования сегмента лояльных клиентов, расширить возможность получения доходов.

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ – ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Автор: Коршун Е.С., группа 2011

Руководитель: Белова Д.И.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж»

Высокое качество продукции и услуг является самой весомой составляющей, определяющей их конкурентоспособность. Без обеспечения стабильного качества, соответствующего требованиям потребителей, невозможно рационально интегрировать национальную экономику в мировое хозяйство и занять в ней достойное место.

Чтобы продукция была конкурентоспособной - необходима постоянная, целенаправленная, кропотливая работа товаропроизводителей по повышению качества, систематически осуществляемый контроль качества.

Качество продукции – важнейший показатель деятельности предприятия. Повышение качества продукции в значительной мере определяет выживаемость предприятия в условиях рынка. Рост качества продукции – характерная тенденция работы всех ведущих фирм мира.

Конкурентоспособность – это свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения какой-либо потребности в сравнении с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. То есть это способность товаров отвечать требованиям рынка и запросам покупателей.

Любое предприятие, желающее укрепить свои позиции в жесткой конкуренции и максимизировать свою прибыль должно уделять большое внимание процессу управления качеством.

Управление качеством продукции – установление, обеспечение и поддержание его необходимого уровня – осуществляется путем систематического контроля, т.к. проверки соответствия показателей качества установленным требованиям, и целенаправленного воздействия на условия и факторы, от которых зависит качество продукции.

Важный элемент в управлении качеством продукции – планирование повышения качества, т. е. установление обоснованных заданий на выпуск продукции с определенными значениями показателей, которые должны быть достигнуты к заданному моменту или на заданный период времени.

Контроль качества продукции — проверка соответствия качества продукции или процесса, от которого оно зависит, установленным требованиям.

Контроль качества продукции на предприятиях осуществляет отдел технического контроля (ОТК).

В масштабах предприятия контроль качества возложен на центральную службу контроля качества (или обеспечения качества), в функции которого входят разработка качественных показателей по всем видам выпускаемой продукции, методов проверки качества и порядка проведения испытаний, анализ рекламаций и порядок их урегулирования, выяснение причин возникновения дефектов и брака и условий их устранения.

Предмет исследования работы является: качество продукции и её конкурентоспособность на примере ЗАО «Калинка».

Закрытое акционерное общество «КАЛИНКА» г. Солигорска – одно из крупнейших предприятий швейной отрасли легкой промышленности Республики Беларусь, входящее в состав Белорусского государственного концерна по производству и реализации товаров легкой промышленности «Беллепром».

Предприятие создано на базе Солигорской швейной фабрики, которая введена в ноябре 1981года.

Основным видом экономической деятельности ЗАО «Калинка» г.Солигорска является производство прочей верхней одежды.

Предприятие на собственных площадях открыло свой фирменный магазин площадью 517 квадратных метров. Кроме этого, предприятием на собственных площадях открыт Центр продаж, где реализуется собственная продукция в розницу и работникам предприятия в счет заработной платы.

За всю историю своего функционирования предприятие пережило и «взлеты», и «падения».

Для сохранения трудового коллектива, предприятие было вынуждено перейти на работу с использованием давальческого сырья.

Изменив с 2006 года стратегию своего развития в сторону увеличения выпуска продукции из собственного сырья, ЗАО «Калинка» за 3 последних года смогло улучшить свое финансовое положение и увеличить среднемесячную заработную плату.

Увеличения поставки товаров собственного производства предприятие добилось путем расширения ассортимента выпускаемой продукции, повышения ее качества и конкурентоспособности. В последние 3 года ЗАО «Калинка»

выпускает ежегодно более 600-800 моделей верхней одежды, как для детей, так и для взрослых, причем небольшими партиями по 200-300 штук одной модели.

На ЗАО «Калинка» достигнут стабильный уровень качества выпускаемой продукции и доверие со стороны деловых партнеров и покупателей. Этому способствовала внедренная в 2001 году на предприятии система менеджмента качества разработки и производства швейных изделий.

Для проверки соблюдения требований к продукции, установленных техническими нормативными правовыми актами (ТНПА), на ЗАО «Калинка» г. Солигорска осуществляется мониторинг и измерение (контроль) продукции на всех стадиях производственного цикла.

Продукция предприятия не подлежит послепродажному обслуживанию, однако предприятие анализирует и учитывает требования потребителей в процессе разработки и постановки продукции на производство, применяет подходящее оборудование, средства измерения, а также доводит до потребителей информацию по использованию продукции.

Выполнение намеченных мероприятий будет способствовать повышению конкурентоспособности, выпускаемой ЗАО «Калинка» продукции не только на белорусском рынке, но и за его пределами и позволит обеспечить выпуск сертифицированной продукции на уровне 93%.

ЗАО «Калинка» на данный момент имеет множество конкурентов, расположенных по всем регионам Республики Беларусь, занимающихся как производством, так и реализацией зарубежной продукции. С ними конкурировать трудно, но можно. Чтобы удержать позиции на занимаемом сегменте рынка организации ЗАО «Калинка» необходимо не только расширять свою деятельность, но и приобрести немного стабильности в своём развитии.

Конечная цель всякой фирмы – победа в конкурентной борьбе. Победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий.

Оценка конкурентоспособности пальто нескольких организаций представлены следующими таблицами.

Наиболее конкурентоспособными по своим качественным и экономическим показателям в сравнении с экспертными оценками оказались выбранные пальто фирмы ОАО «РОМГИЛЬ» и ОАО «8 Марта».

Основными и самыми весомыми характеристиками пальто были дизайн и качество пошива, по которым основная часть образцов соответствовала экспертным оценкам, лишь пальто ООО «Бипластмэйд» отличалось от норм.

В результате оценки качества продукции производителем могут быть приняты некоторые пути повышения конкурентоспособности.

Для повышения компетентности и профессионального уровня специалистов в области качества и совершенствования методической базы специалисты предприятия примут участие в семинарах, конференциях для руководителей и специалистов разного уровня по вопросам управления качеством, стандартизации, метрологии и сертификации, а также в работе Технического Комитета по стандартизации «Легкая промышленность».

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Авторы: Глонь А.А., Писарева Д.А., группа Э-991

Руководитель: Ушакова Е.С.

ЧУО «Колледж бизнеса и права» (Минск)

В настоящее время термин «конкурентоспособность» прочно вошел в научную литературу и профессиональный обиход. Конкурентоспособность можно исследовать на четырех уровнях: микроуровне, мезоуровне, макроуровне и мегауровне.

Микроуровень характеризуется конкурентоспособностью товара, предприятия, то есть способностью товара быть приобретенным в приоритетном порядке по сравнению с товарами конкурентов; способность предприятия успешно соперничать как на внутреннем, так и на внешнем рынках и получать относительно конкурентов экономические выгоды.

Мезоуровень – это уровень отрасли региона. Подразумевается способность отрасли, региона производить товары и услуги, соответствующие современным требованиям мирового и национального рынков, и обеспечивать возрастание потенциала конкурентоспособности ее предприятий

Макроуровень характеризуется способностью страны участвовать в международной торговле и иных формах международных экономических отношений, а именно: соревноваться с мировыми лидерами, удерживать и расширять определенные сегменты на мировых рынках, производить продукцию, соответствующую международным стандартам.

Мегауровень подразумевает способность транснациональной фирмы, объединения стран к завоеванию рыночных позиций в глобальном масштабе, их удержанию, укреплению и расширению по сравнению с конкурентами.

Одним из направлений повышения конкурентоспособности на всех уровнях, на наш взгляд, является инновационная деятельность. Это та сфера, которая не просто повышает конкурентоспособность страны, но и создает ей определенный имидж, поднимает в стране экономический рост, а вместе с тем и уровень жизни ее жителей.

Инновационной деятельностью в Беларуси охвачены все сферы. Государство проводит серьезный контроль за разработками и выполнением планов и проектов, а также, что весьма важно, финансирует инновационные проекты, причем финансирование с каждым годом увеличивается.

В настоящее время реализовано достаточно много инновационных проектов. Основными из них являются следующие. Парк Высоких Технологий. Это успешно действующая система для создания бизнеса в сфере информационных технологий. Программным обеспечением, созданным участниками Парка Высоких Технологий, заинтересованы знаменитые корпорации – Google, Samsung, Coca-Cola, НТС. Автомобильный завод «БелДжи». Совместный проект с Китаем, в котором Республика Беларусь взяла на себя функцию сборки. Строительство Белорусской АЭС. Наверное, один из самых глобальных проектов страны

за последние годы. Создание прибора для бесконтактной оптической диагностики раковых опухолей. Разработка создана с целью сокращения времени и финансовых затрат при диагностике онкологических заболеваний. Изобретением заинтересованы такие страны, как Германия, Китай, Италия, Франция, Польша, Россия. Разработка и выпуск сверх крупногабаритных шин для самосвалов большой грузоподъемности компании БелАЗ и для карьерной техники мировых производителей. Разработка роботизированного карьерного самосвала БелАЗ с грузоподъемностью 130 тонн.

На сегодняшний день Беларусь экспортирует высокотехнологичную и наукоемкую продукцию в 197 стран мира. Экспорт товаров высокого технологического уровня осуществляется по 289 товарным позициям. Экспорт наукоемких услуг осуществляется по 28 видам услуг. Несмотря на довольно широкую географию и разнообразную номенклатуру экспорта наукоемкой и высокотехнологичной продукции, наблюдается определенная специализация экспорта по основным видам товаров и услуг. Так, более 50 % поставок товаров высокого технологического уровня составляет продукция машиностроительного комплекса страны. Данная продукция ориентирована прежде всего на российский рынок.

География экспорта наукоемких услуг значительно отличается. Следует отметить, что экспорт соответствующих услуг представлен прежде всего сектором информационно-коммуникационных технологий, который ориентирован на рынки западных стран.

Между инновациями и конкурентоспособностью существует прямая зависимость. Инновации – это прямой путь к конкурентоспособности, так как «последствиями» внедрения инноваций могут быть не только положительный эффект для финансовых результатов деятельности предприятия – это снижение издержек, рост прибыли, но и внешние эффекты – повышение лояльности клиентов, улучшение имиджа, рост инвестиций, выход на новые рынки и т. д.

Наибольшие преимущества получают предприятия, которые выбирают путь финансирования собственных внутрифирменных разработок либо устанавливают контроль над разработками за пределами фирмы (договоры с НИИ, университетами).

Собственные разработки могут финансировать немногие фирмы, причем западный рынок отличается высокой концентрацией затрат фирм на НИОКР. Различаются цели НИОКР. Это могут быть разработка нового продукта, разработка новой технологии или улучшение производимого продукта. Основную долю затрат на НИОКР фирмы тратят на первое направление, но существуют национальные и отраслевые особенности по отдельным целям.

Повышенный интерес к инновациям в настоящее время объясняется просто – именно инновация способна оказать значительный эффект в процессе конкурентной борьбы. Эффект от большинства инновационных проектов в разы превышает эффект, который можно достичь посредством внедрения каких-либо других мероприятий по оптимизации деятельности. На практике предприятие, внедрившее инновации, развивается большими темпами по сравнению с конкурентами, при этом долгое время может не терять лидирующих позиций.

Подводя итог данного исследования, можно сделать вывод о том, что предприятия, которые формируют стратегическое поведение на основе инновационного подхода, где главной целью является освоивание новых технологий, производство новых товаров и услуг, имеют возможность добиться на рынке лидерского положения, сохранить высокие темпы развития, снизить уровень издержек, достигнуть высокого уровня прибыли. Эффект, полученный от внедрения инноваций, повышает эффективность деятельности предприятия и существенно упрочняет ее конкурентные преимущества на внутреннем и мировом рынках. Инновационная активность предприятия во многом определяет его текущие и стратегические конкурентные позиции, а, следовательно, и сам факт существования на рынке.

МАТЕРИАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЗАВОД ГОРНОГО ВОСКА»

Авторы: Кудрявец К.А., Жук Д.М., группа 2011

Руководитель: Твардовская А.П.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Производство любого вида продукции связано с использованием материальных ресурсов. Они являются основой и необходимым условием выполнения программы выпуска и реализации продукции, снижение с/с и роста прибыли.

Материальные ресурсы представляют собой предметы труда, необходимые для осуществления процесса производства. К ним относятся сырье, все виды материалов, полуфабрикаты, покупные комплектующие изделия и др.

В процессе использования материальные ресурсы переходят в материальные затраты, в общей совокупности затрат на производство они могут составлять около 70 %. Снижение материалоемкости – это важнейшее направление улучшения работы организации.

Анализ заключается в оценке обеспеченности организации материально-производственными запасами, эффективности их использования и определения их оптимального размера.

Источниками информации анализа использования материальных ресурсов являются формы бухгалтерской и статистической отчетности, план материально-технического снабжения, договоры на поставку сырья и материалов.

Основными направлениями анализа использования материальных ресурсов являются:

- оценка эффективности использования материальных ресурсов;
- анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами;
- анализ обоснованности норм расхода материально-технических ресурсов;
- обоснование оптимальной потребности в материальных ресурсах.

Для анализа использования материальных ресурсов можно использовать следующую систему показателей:

– показатели, характеризующие динамику, структуру и оборачиваемость материальных запасов;

– показатели, характеризующие эффективность использования материальных ресурсов.

В своей работе мы большее внимание уделили показателям, характеризующим эффективность использования материальных ресурсов на примере ОАО «Завод горного воска».

Завод горного воска был основан в 1961 году с целью производства сырого торфяного воска. Первую продукцию завод выпустил в апреле 1961 года на установке периодического действия.

На заводе производятся следующие виды продукции: эмульсии, модельные смазки, парафин и др.

Исходными данными для анализа послужили формы статистической отчетности 4-ф (затраты) и 12-ф (прибыль).

Потребность предприятия в основных видах сырья, материалов, а также во вспомогательных материалах рассчитывалась исходя из предельных норм расхода основных сырьевых и материальных ресурсов на 2018 год по каждому виду продукции с учетом производственной программы и цен на сырье, материалы и комплектующие закупаемые в Республике Беларусь по состоянию на 01.12.2017 года.

Объемы закупок по импорту сформировались исходя из уровня цен по состоянию на 01.12.2017 года, в пересчете на средний курс доллара США (в 2018 году) – 2,0031 рублей за 1 долл. США.

Таблица 1 – Затраты на производство и реализацию продукции по экономическим элементам 2016–2017 гг.

Показатель	2016		2017		Темп изменения, %
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	
Материальные затраты, тыс. руб.	40 750,17	74,68	44 019,00	77,58	108,02
Затраты на оплату труда, тыс. руб.	2 915,97	5,34	2 784,00	4,91	95,47
Отчисления в ФСЗН, тыс.руб.	977,96	1,79	956,00	1,68	97,75
Амортизация, тыс. руб.	7 448,25	13,65	6 319,00	11,14	84,84
Прочие затраты, тыс. руб.	2475,88	4,54	2 665,00	4,70	107,64
Затраты на производство продукции, тыс. руб.	54 568,23	100	56 743,00	100	103,99

Из данных таблицы 1 видно, что сумма затрат на производство продукции составила 56 743 тыс. руб., что больше на 3,99 % по сравнению с предыдущим годом.

Следует отметить, что наибольший удельный вес в затратах занимают материальные затраты: 77,58 %. По сравнению с предыдущим годом, сумма ма-

териальных затрат выросла на 8,02 %. Данный рост вызван тем, что увеличилась сумма затрат сырье и материал на 7,12 % по сравнению с предыдущим годом. Также увеличилась сумма затрат на электрическую энергию на 13,55 тыс. руб.

Основным сырьем, потребляемым ОАО «Завод горного воска», является парафинсодержащее сырье - гачи марок 2 и 3, поставляемые с ОАО «Нафтан», и парафин НС и гачдистиллятный, поставляемый из Российской Федерации. Доля парафинсодержащего сырья в общем объеме потребления сырья предприятия в 2018 году оценивается на уровне 71,6%.

Таблица 2 – Объем поставки парафинсодержащего сырья в 2017 году и цены на поставляемое сырье

Наименование сырья	Оценка поставки на 2017 год, тонн	Примечание	
Гачнефтяной марка 1 (с/м не более 5 %)	3681	915 руб./тн	424 евро/тн
Гач нефтяной марка 2 (с/м 5,1-10 %) вязкость < 5 мм ² /с	16326	851 руб./тн	394 евро/тн
Гач нефтяной марка 2 (с/м 5,1-10 %) вязкость > 5 мм ² /с	5162	851 руб./тн	394 евро/тн
Гачнефтяной марка 3 (с/м 10,1-15 %)	4698	721 руб./тн	334 евро/тн
Гачдистиллятный РФ	724	1156 руб./тн	549 евро/тн
Парафин НС	1420	1341 руб./тн	601 евро/тн
Итого сырья для ЦПП:	32011	871 руб./тн	402 евро/тн

Таблица 3 – План сырьевых потоков для цеха по производству парафина на 2018 год

Наименование сырья	План поставки на 2018 год, тонн	Примечание	
Гач нефтяной марка 2 (с/м 5,1-10 %) вязкость < 5 мм ² /с	15500	856 руб./тн	392 евро/тн
Гач нефтяной марка 2 (с/м 5,1-10 %) вязкость > 5 мм ² /с	5000	856 руб./тн	392 евро/тн
Гачнефтяной марка 3 (с/м 10,1-15 %)	5000	733 руб./тн	336 евро/тн
Гачдистиллятный РФ	5115	1201 руб./тн	550 евро/тн
Парафин НС	4400	1310 руб./тн	600 евро/тн
Итого сырья для ЦПП:	35015	946 руб./тн	433 евро/тн

Объемы поставок гачей с ОАО «Нафтан» запланированы в объеме 25500 тонн, что соответствует предварительному плану внутриотраслевых поставок на 2018 год. С целью обеспечения загрузки установки гидроочистки парафина цеха по производству парафина в 2018 году на уровне 98,7 % от проектной мощности запланировано увеличение объема поставки сырья из Российской Федерации суммарным объемом 9515 тонн в год.

Темп роста средневзвешенной цены парафинсодержащего сырья для производства парафинов и восков составляет 107,7 %, рост цены с 402 евро/тонну в 2017 г. до 433 евро/тонну в 2018 г. в результате:

- увеличения прогнозных объемов поставок сырья из Российской Федерации в 2018 году относительно 2017 года;

- роста цены на гачи, поставляемые с ОАО «Нафтан» на 102,5 % к ранее действовавшему прейскуранту цен (с учетом предоставления скидки к прейскурантной цене).

Объем импорта товаров за 2017 год составит около 3240,2 тыс. долл. США. Темп к установленному бизнес-планом на 2017 год показателю составит 50,3 % (темп к 2016 году – 42,7 %).

Импорт сырья составит 3015,6 тыс. долл. США. Темп к установленному бизнес-планом на 2017 год показателю составит 47,2 % (темп к 2016 году – 50,6 %).

Снижение темпа импорта к 2016 году связано с уменьшением закупки импортного парафинсодержащего ресурса. В целях увеличения загрузки мощностей цеха по производству парафина и обеспечения сырьевым парафином установки гидроочистки парафина в 2017 году проведена работа по обеспечению максимальной выборки и накоплению гачей производства ОАО «Нафтан». Результатом проделанной работы стало увеличение обеспечения гачами производства ОАО «Нафтан» для ЦПП (темп 106 %) и, как следствие, снижение объема импортных поставок.

Также значительную роль сыграло снижение цены на импортный парафинсодержащий ресурс: гачдистиллятный – темп 86,3 %, парафин НС – 88,1 % соответственно. Снижение цены достигнуто за счет ежемесячного участия в конкурсах в Российской Федерации, отслеживание спотовых цен и конъюнктуры рынка, работы по прямому контракту без посредников, общей тенденции к снижению цен на полуочищенные парафины.

Сальдо внешней торговли товарами за 2017 год составит 20717,2 тыс. долл. США.

В 2017 году в связи с недостаточным производством гачей в ОАО «Нафтан» и необходимостью увеличения загрузки мощностей установки гидроочистки парафина цеха по производству парафина запланировано увеличение потребления импортного парафинсодержащего ресурса.

В связи с этим импорт товаров составит ориентировочно 7208,9 тыс. долл. США (темп к 2016 году – 222,5 %), в том числе сырья – 6974,3 тыс. долл. США (темп – 231,3 %). Сальдо внешней торговли товарами за 2018 год составит 19282,6 тыс. долл. США.

Расчета затрат на топливно-энергетические ресурсы произведен на основании:

- утвержденных норм расхода топливно-энергетических ресурсов на 4 квартал 2017 г. и проектируемых норм расхода топливно-энергетических ресурсов на 2018 г.;

- плановой сметы затрат на 2018 год по участку теплообеспечения, санитарно-технических систем и оборудования, на основании которой рассчитаны

плановое потребление энергоресурсов (электрической энергии и газа) со стороны.

Для расчета потребности в трудовых ресурсах и расходов на оплату труда работников ОАО «Завод горного воска» в 2018 году принимались данные о фактической численности работников по состоянию на ноябрь 2017 года.

При расчете расходов на оплату труда рост тарифной ставки 1 разряда на 2018 год не закладывается.

Показатель материалоемкости более аналитичен, он реально отражает уровень использования материалов в производстве.

Материалоемкость = $MЗ / (V_{пр.п.})$

Затраты на 1 руб. ТП = $(C_{ед} \times K_{тп}) / (Ц \times K_{тп}) = C_{ед} / Ц$

Оплатоемкость = $(ЗОТ + ОС) / ВП$

Анализ затрат на 1 руб. объема производства промышленной продукции проводится с целью углубленного изучения влияния эффективности использования производственных ресурсов.

Таблица 4 – Показатели эффективности использования материальных ресурсов

Показатель	2016 год	2017 год	Темп изменения, %
Затраты на 1 руб. объема производства промышленной продукции (работ, услуг), коп.	92,19	95,07	103,12
Оплатоемкость производства промышленной продукции (работ, услуг), коп. /руб.	6,58	6,27	95,29
Материалоемкость производства промышленной продукции (работ, услуг), коп. /руб.	68,84	73,75	107,13
Амортизациоёмкость производства промышленной продукции (работ, услуг), коп. /руб.	12,58	10,59	84,18
Услугоемкость производства промышленной продукции (работ, услуг), коп. /руб.	4,18	4,46	106,70

Как видим, в рассматриваемом периоде материалоемкость составила 73,75 коп. /руб., что на 4,91 коп. /руб. больше по сравнению с предыдущим периодом основной причиной роста материалоемкости за рассмотренный период является остатки материальных затрат связаны с ростом средневзвешенной цены парафина содержащего сырья 7,7 %.

На рост материалоемкости также оказало влияние снижение объема поставки гачей для производства парафинов и восков с ОАО «Нафтан» в 2018 году относительно 2017 года на 4493 тонны (15500 тонн в 2018 году относительно поставки в 2017 году 19993 тонны), что привело к необходимости до закупки импортного ресурса в Российской Федерации с более высоким уровнем цен (за счет логистической составляющей).

В отчетном периоде показатель затрат на 1 руб. товарной продукции увеличился на 3,12 % по сравнению с предыдущим периодом поскольку показатель темпа роста затрат на производство и реализацию продукции вырос стремительнее, чем темп роста объема производства промышленной продукции.

Эффективность производства в значительной степени зависит от управления материальными ресурсами – планирования, нормирования, обеспеченности и использования, а также организации их хранения.

Использование материальных ресурсов сопряжено с большими затратами, ежегодная сумма этих затрат, по оценкам зарубежной статистики, обычно превышает четвертую часть стоимости самих материальных ресурсов.

Пути повышения эффективности использования материальных ресурсов в ОАО «Завод горного воска»:

1) величина фактического использования материалов стремится уклониться от плановых показателей, поэтому использование материальных ресурсов должно быть организовано на принципах системного подхода;

2) необходимо обеспечить исключение потерь на этапе транспортировки и хранения материалов. Достигается это оптимальным подбором режимов транспортировки, погрузочно-разгрузочных работ и условий хранения;

3) на все используемые в процессе производства сырье, материалы и комплектующие изделия должны быть разработаны обоснованные нормы расхода;

4) на предприятии должен производиться постоянный анализ эффективности использования материалов, фактические показатели использования материальных ресурсов должны сопоставляться с плановыми с последующим анализом причин отклонений.

ПОСТРОЕНИЕ МАТРИЦЫ SWOT-АНАЛИЗА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОАО «УКХ» ММЗ» НА ОСНОВАНИИ ИЗУЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОСНОВНЫХ КОНКУРЕНТОВ

Автор: Кацкель Я.М., группа 577-Мк

Руководитель: Семёнова Т.М.

*Филиал БНТУ «Минский государственный машиностроительный колледж»
(Минск)*

ОАО «УКХ «ММЗ» поставляет свою продукцию в более чем 50 стран, среди которых страны СНГ, Северной и Латинской Америки, Африки и Азии. Однако, ключевым рынком сбыта для организации остается рынок Российской Федерации. Кроме Российской Федерации крупнейшими направлениями экспорта двигателей ОАО «УКХ «ММЗ» являются Узбекистан, Казахстан и Куба. Основными отечественными заказчиками двигателей ОАО «УКХ «ММЗ» являются Минский тракторный завод и холдинг «АМКОДОР» (таблица 1).

Основными конкурентами для ОАО «УКХ «ММЗ» являются: Ярославский моторный завод (Россия), «Дойц» (Германия), «Джон Дир» (США), «Перкинс» (Англия). Двигатели ОАО «УКХ «ММЗ» в стоимостной номинации в данное время являются одними из самых дешевых. На данный момент дизельные двигатели ОАО «УКХ «ММЗ» уступают своим конкурентам в экологической безопасности продукции, но организация уже реализует проекты по созданию усовершенствованных и экологически безопасных двигателей.

Таблица 1 – Основные потребители двигателей ОАО «УКХ» ММЗ»

Страна	Наименование получателя
БЕЛАРУСЬ	МТЗ
РФ	ТД «ММЗ»
УЗБЕКИСТАН	JSC «TOSHKENT QISHLOQ XO'JALIGI TEXNIKASI ZAVODI»
БЕЛАРУСЬ	АМКОДОР-УКХ
РФ	АСК «БЕЛАГРО-СЕРВИС»
БЕЛАРУСЬ	МАЗ-УКХ
КУБА	TRANSIMPORT (Куба)
КАЗАХСТАН	ТОО «БЕЛАГРО»
РФ	ООО «ЗАВОД САМОХОДНЫХ МАШИН»
РФ	ООО «АМКОДОР-БРЯНСК»
БЕЛАРУСЬ	ООО «БМЕ-ДИЗЕЛЬ»

В качестве примера можно рассмотреть одного из основных конкурентов «Deutz (Дойц)». Основные компетенции компании – разработка, производство и обслуживание дизельных, газовых и электрических трансмиссий для профессионального применения. Компания предлагает широкий спектр продукции с мощностью до 620 кВт, которая используется в строительной, сельскохозяйственной технике, погрузочно-разгрузочном оборудовании, стационарном оборудовании, коммерческом и железнодорожном транспорте и других применениях. DEUTZ предлагает своим клиентам всестороннюю и краткосрочную поддержку: 13 дистрибьюторских компаний, 7 офисов продаж и более 800 партнеров по продажам и сервису в более чем 130 странах мира.

Операционная деятельность разделена на три сегмента:

- Deutz Compact Engines осуществляет разработку и производство двигателей жидкостного охлаждения объемом до 8 литров;

- Deutz Customized Solutions осуществляет разработку и производство двигателей воздушного охлаждения и двигателей жидкостного охлаждения объемом свыше 8 литров. Также для организации важно анализировать цены на свою продукцию и продукцию конкурентов (таблица 2).

На популярную для российского рынка спецтехнику (автогрейдеры, бульдозеры, фронтальные погрузчики) наряду с двигателями ОАО «УКХ «ММЗ» чаще всего устанавливаются двигатели ЯМЗ, которые дороже в среднем на 63,7 %, а также двигатели Cummins, которые более чем в 2 раза превосходят двигатели ОАО «УКХ «ММЗ» по цене, однако имеют и более высокий экологический класс. Стоит также отметить, что, несмотря на значительное ценовое преимущество, на спецтехнику, производимую в России, как правило, устанавливаются российские двигатели, что обусловлено действующими в стране программами поддержки отечественных производителей.

В сегменте двигателей для комбайнов, модели ОАО «УКХ «ММЗ» также дешевле: аналогов российского производства – на 40,3 %, аналогов зарубежного производства – на 98,1 %. Комбайновые двигатели ведущих мировых произ-

водителей также более экологичны, чем модели ЯМЗ и ОАО «УКХ «ММЗ» (таблица 3).

Таблица 2 – Ценовой анализ двигателей для спецтехники

Производитель	Модель	Мощн. л.с.	Кол-во цил.	Stage	Цена, \$ без НДС	Цена аналога/ цена ММЗ	Средняя цена аналогов/ цена ММЗ
ММЗ	Д-260.14	140	6	Stage 0	5 133		
ЯМЗ	236Г-6	150	6	Stage 0	7 605	148,2%	169,7%
Cummins	QSB6.7 130	130	6	Tier 3	9 816	191,2%	
ММЗ	Д-260.1	155	6	Stage 0	4 996		
ЯМЗ	53418	140	4	Stage 3	8 118	162,5%	188,8%
Cummins	QSB6.7 155	155	6	Tier 3	10 750	215,2%	
ММЗ	Д-260.9	180	6	Stage 0	5 138		
ЯМЗ	53406	190	4	Stage 3	9 270	180,4%	201,6%
Cummins	QSB6.7 190	190	6	Tier 3	11 444	222,7%	
Итого по двигателям для спецтехники							
Двигатели российских производителей дороже на							63,7%
Двигатели зарубежных производителей дороже на							109,7%

Таблица 3 - Ценовой анализ комбайновых двигателей

Производитель	Модель	Мощн. л.с.	Кол-во цил.	Stage	Цена, \$ без НДС	Цена аналога/ Цена ММЗ	Средняя цена аналогов/ Цена ММЗ
ММЗ	Д-260.4	210	6	Stage 0	5 151		
ЯМЗ	236НД-3	210	6	Stage 1	8 804	170,9%	201,8 %
Cummins	QSB-T4F-225	225		Stage 3	11 985	136,1%	
ММЗ	Д-262.S2	330	6	Stage 2	9 880		
ЯМЗ	238ДЕ-22	330	8	Stage 2	10 828	109,6%	157,1 %
Mercedes	OM 926	326	6	Stage 5	16 762	169,7%	
Volvo	TAD853VE	320	6	Stage 3	18 967	192,0%	
Итого по двигателям для комбайнов							
Двигатели российских производителей дороже на							40,3 %
Двигатели зарубежных производителей дороже на							98,1 %

Таким образом, проанализировав уровень цен на двигатели для комбайнов и спецтехники, следует отметить, что у двигателей ОАО «УКХ «ММЗ» есть неоспоримое ценовое преимущество перед моделями российских и ведущих мировых производителей. Основным преимуществом продукции является – соблюдение традиций и наработанного опыта. Дизели ОАО «УКХ «ММЗ» всегда отличались относительной простотой конструкции, стабильностью качественных характеристик, надежностью и простотой в обслуживании, а также относительно небольшими ценами по сравнению с конкурентами.

SWOT – анализ ОАО «УКХ «ММЗ»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - Наличие собственной технической и конструкторско-технологической базы; - Широкая сеть сервисного обслуживания в Республике Беларусь и РФ; - Широкий ассортимент двигателей в диапазоне мощностей от 35 до 460 л.с.; - Наличие собственной дилерской сети – 55 субъектов; - Владение полным циклом: от производства до сбыта; - Цены значительно ниже конкурентов; - Относительная простота обслуживания и ремонта двигателей; - Поставки в адрес 88-ми предприятий промышленной сборки; - Наличие потребителей, с которыми ОАО «УКХ «ММЗ» работает уже не первый год и может точно знать потребности потребителя; - Наличие собственного и в рамках холдинга производства специальной техники, использующей двигатели собственного производства; - Наличие высококвалифицированных работников. 	<ul style="list-style-type: none"> - Слаборазвитая сервисная сеть в странах Дальнего зарубежья; - Наличие большого количества конкурентов; - Ведущие мировые производители более диверсифицированы, предлагая двигатели в диапазоне от 15 до 4500 л.с. для абсолютно всех отраслей, включая судовые и локомотивные двигатели, двигатели для военной техники и др.; - Постоянное ужесточение экологических требований, требующих затрат на разработку и сертификацию новых моделей двигателей; - Менее стабильный уровень качества изготовления и отставание в части сервисного обслуживания и обеспечения запасными частями по отношению к лидерам рынка; - Снижение промышленного производства и закрытие многих промышленных предприятий на традиционных рынках сбыта ОАО «УКХ «ММЗ» (РФ, Казахстан и др.);
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - Расширение производства спецтехники, за счет повышения общей рентабельности продаж и обеспечивая дополнительный канал потребления двигателей; - Освоение новой продукции в рамках тренда на повышение экологичности техники; - Увеличение поставок за счет поставок на возрождающиеся предприятия по производству тракторов и спецтехники в РФ; - Освоение производства ДВС для новых отраслей (судовые двигатели, двигатели для карьерных самосвалов); - Освоение на собственных мощностях важных компонентов двигателей, ранее заказываемых на других предприятиях; - Выход и закрепление на новых рынках (Египет, Пакистан); - Освоение новых технологий в связи с необходимостью повышения экологичности двигателей в коллаборации с ОАО «МТЗ» (Stage V); - Завершение разработки и освоение в серийном производстве малолитражных двигателей мощностью от 10 л.с. до 140 л.с. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ограничительные меры на большинстве рынков, включающие как прямые запреты на импорт, так и таможенно-тарифные ограничения, регулирование доступа на рынок усложненной системой сертификации и ужесточением технических и экологических требований; - Тренд на запрет автомобилей с дизельными двигателями в пользу перехода на альтернативные варианты (электрические, гибридные, газовые, водородные); - Сокращение парка эксплуатируемой техники с двигателями ОАО «УКХ» ММЗ в странах СНГ; - Снижение доли на рынке из-за роста конкуренции; - Вхождение российских производителей ДВС в состав крупных корпораций, обеспечивающих как крупные инвестиции в расширение модельного ряда и новые разработки, так и сбыт продукции вследствие наличия в их составе производителей техники.

Благодаря данному анализу можно заметить, что сильных сторон в организации гораздо больше, чем слабых и, конечно видно, что ОАО «УКХ» ММЗ уже начал работу с большей частью слабых сторон и угроз.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИЙ

Авторы: Колесников Д.С., Резанович А.Ю., группа 2-09-91Б

Руководитель: Кравченко Ю.Г.

Филиал БНТУ «Минский государственный технологический колледж» (Минск)

*«Тот, кто не смотрит вперед,
оказывается позади»*

Герберт Джордж Уэллс

В настоящее время Президент Республики Беларусь Александр Григорьевич Лукашенко поставил задачу перед производителями – увеличение объёма экспорта. Для достижения поставленной задачи необходимо повышать конкурентоспособность продукции, предприятия.

Основной целью любого предприятия в условиях рыночной экономики является сохранение и расширение своих позиций на рынке, рост или стабильное получение прибыли. Это возможно только при ориентации на максимизацию прибыли.

Цель данной исследовательской работы – определить роль инноваций в повышении конкурентоспособности предприятия.

Задачи исследовательской работы: на примере ОАО «БАБУШКИНА КРЫНКА» показать, какие эффекты может получить предприятие от внедрения инноваций; каким образом, улучшая качество продукции, её потребительские свойства, используя современные технологии и учитывая изменения потребительского спроса, можно достичь высокой конкурентоспособности продукции и предприятия.

Понятие «конкурентоспособность предприятия» очень многогранно и может распространяться на все составляющие его деятельности.

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия-производителя соотносятся между собой как часть и целое. Конкуренция предприятий на рынке принимает вид конкуренции самой продукции, поэтому возрастает значение свойств, сообщаемых продукцией предприятием, изготовившим её.

При разработке мер по повышению уровня конкурентоспособности продукции необходим комплексный подход, затрагивающий практически все сферы деятельности организации. Основными направлениями повышения конкурентоспособности продукции являются:

- снижение себестоимости продукции;
- повышение качества продукции;
- материальное стимулирование труда работников по конечным результатам деятельности;
- активизация инновационной деятельности организации;
- реструктуризация объемов производства и сокращение на этой основе условно-постоянных расходов;

- развитие в организации системы маркетинга;
- развитие системы сервисного обслуживания;
- анализ и учет качества и преимуществ товаров-конкурентов;
- развитие рекламной политики.

Конкурентоспособность предприятия – это его способность производить и реализовывать конкурентоспособный товар или услугу. В самом общем смысле под конкурентоспособностью понимается опережение других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей.

Повышение конкурентоспособности предприятия достигается благодаря соответствию ассортимента выпускаемой продукции вкусам и предпочтениям потребителей.

Инновации сегодня охватывают все сферы деятельности.

Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается наличием следующих трех признаков:

- 1) потребители полностью довольны и готовы покупать повторно товар у данной организации;
- 2) партнеры и общество в целом не имеют никаких претензий к организации;
- 3) сотрудники гордятся своей работой, а посторонние почтут за честь работать в данной организации.

Инновация предполагает использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, обслуживания и управления.

Инновация – это новая ценность для потребителя, она должна отвечать нуждам и желаниям потребителя.

Именно на основе нововведений удаётся:

- использовать современную технологию и организацию производства,
- повышать качество продукции,
- обеспечивать успех и эффективность деятельности организации.

Инновации способствуют:

- 1) обновлению и расширению ассортимента производимой продукции, повышению её технического уровня и качества;
- 2) экономии ресурсов, снижению себестоимости продукции, росту её рентабельности;
- 3) повышению производительности труда;
- 4) качественному решению социальных проблем.

Была проведена исследовательская работа успешной деятельности предприятия ОАО «БАБУШКИНА КРЫНКА». Сильными сторонами продукции белорусского холдинга «Могилёвская молочная компания «БАБУШКИНА КРЫНКА», по мнению потребителей, являются: известность марки, вкус, привлекательность упаковки, отсутствие консервантов.

Белорусский холдинг «Могилёвская молочная компания «БАБУШКИНА КРЫНКА» входит в ТОП-3 белорусских производителей сухого молока и цельномолочной продукции.

Ассортиментный ряд компании насчитывает более 250 наименований молочной продукции. Продукция поставляется не только во все регионы Беларуси, но и на рынки Российской Федерации, Казахстана, Грузии и др.

2020 год. Бренд молочного холдинга «БАБУШКИНА КРЫНКА» занял 4-е место в ТОП-100 самых дорогих брендов Беларуси в рамках проекта оценки национальных брендов TOPNationalBrands.

Конкурентоспособность производимой молочной продукции определяется качеством исходного сырья и организацией процесса его переработки. За последние 2 года холдинг добился значительных результатов в улучшении качества молока. Предприятие очень плотно работает с сырьевой зоной – на данный момент около 80% молока, поступающего на предприятие, является высшим экстра сортом. В 2021 году «БАБУШКИНА КРЫНКА» полностью обновила свой ассортимент.

2021 год. Предприятие ежегодно участвует в крупнейшей Международной выставке продуктов питания России и Восточной Европы «ПродЭкспо», которая проходит в Москве. На «ПродЭкспо-2021» «БАБУШКИНА КРЫНКА» завоевала звание «Лучшего предприятия» выставки, удостоена 21 награды за лучший органический продукт. Таких достижений предприятие смогло достичь благодаря использованию инноваций и стремлению удовлетворить потребности покупателей. «БАБУШКИНУ КРЫНКУ» любят за отменный вкус, приемлемую цену и натуральное сырьё от лучших коров. В настоящее время, в связи с коронавирусом, у потребителей есть дополнительные запросы: полезность - люди восстанавливают здоровье; удобство упаковки, чтобы взять с собой людям, которые не на «удалёнке»; увеличенные сроки хранения, чтобы можно было иметь запасы дома.

О холдинге говорят: «Работаем не на импортозамещение, а на импортоопережение». Например, йогурт с повышенным содержанием белка, сыры «Карамэлла» и «Князь Владимир» с ароматом топленого молока. Технологи добавили в ассортимент также сыры с различными вкусовыми добавками и цветом: с ароматом лаванды, с ароматом карамели, с грибами, с базиликом, синий, фиолетовый, мраморный, красно-зелёный, красно-жёлтый и др. Не забывают на «БАБУШКИНОЙ КРЫНКЕ» и о тренде ЗОЖ. Никаких двойных обработок продукта. Пастеризация, которая сохраняет все полезные качества молока, минимум жира и только натуральные добавки. Именно такая детская линейка живых йогуртов с фруктовыми наполнителями, творог «ЕсоГресо» и, конечно, кефир «Бабушкина крынка», который сейчас может быть полноценным завтраком. В ассортименте представлен кефир – это живой продукт, который идёт в составе с сухими компонентами: с мюсли, с цитрусовыми, со злаками. Именно этот кефир получил золотую звезду главного дегустационного конкурса «ПродЭкспо-2021».

2022 год. В «ПродЭкспо-2022» участвовало более 2,5 тысячи компаний из 70 стран мира. От Беларуси было представлено 80 предприятий. Из них «БАБУШКИНА КРЫНКА» – лидер по количеству наград. Сухое молоко и сыворотка, сливочное масло, 9 видов сыров взяли 21 награду в номинации «Лучший продукт». Также – 5 медалей за лучшие потребительские свойства товара. А

сам холдинг «БАБУШКИНА КРЫНКА» за стабильный выпуск качественной продукции получил титул «Лучшее предприятие года». Холдинг «БАБУШКИНА КРЫНКА» завоевал 37 наград на международной выставке «ПродЭкспо-2022» в Москве и еще раз доказал, что белорусская молочная продукция лучшая не только среди стран СНГ, но и стран Восточной Европы.

В этом году особой популярностью пользуется новинка – фруктовый йогурт «Zvonka». Еще одна новинка этого года – сладко-сливочное масло. Жирность более 80 %, весом 1 килограмм – специально для большой семьи. И, конечно, знаменитые белорусские сыры. Король этой выставки – сыр ручной работы «Гранд» получил золото в конкурсе «Инновационный продукт». Он покрыт 2 защитными слоями из латекса и воска, что позволяет ему как можно дольше сохраняться.

На экспорт в Россию «БАБУШКИНА КРЫНКА» поставляет 45 % продукции. Поставки сыров от «БАБУШКИНОЙ КРЫНКИ» на российский рынок расписаны на 3 месяца вперед. Качество – это то, что выделяет на «ПродЭкспо» все, что сделано на «Бабушкиной крынке». Компания обновляет оборудование и следит за трендами, поэтому лидирует не только на белорусском, но и на зарубежных рынках. Удобная упаковка и исключительная полезность – только так можно говорить о новой линейке кефиrow в кувшинах, в сочетании уникальных вкусов и собственных технологий.

Как говорят сотрудники компании, «ПродЭкспо» – это возможность не только укрепить старые связи и увеличить объемы поставок, но и завязать новые. На сегодняшний день география экспорта холдинга включает более 25 стран по всему миру. Это страны Азии, Африки, а также страны СНГ и ЕАЭС. Продукция есть даже на Кубе, чем можно гордиться. В рамках этой выставки у холдинга прошла встреча с представителями бразильской компании, которые выразили заинтересованность в поставке сухих молочных продуктов на рынок Бразилии.

Исходя из приведенного примера, можно констатировать тенденцию увеличения выручки от реализации продукции и увеличение чистой прибыли предприятия, что свидетельствует о его успешной работе.

Подводя итоги, следует отметить, что роль инноваций в процессе развития предприятий постоянно растет. Инновации сегодня являются неотъемлемой частью системы формирования конкурентных преимуществ предприятий.

Воздействие на элементы конкурентоспособности со стороны инновационного фактора, формирующее положительные изменения – улучшение качества продукции, снижение затрат, цены, улучшение сбыта, активизация инновационной деятельности – приводит к повышению конкурентоспособности предприятия.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Автор: Мельникова К.Р., группа 438

Руководитель: Лебедева Т.Г.

УО «Минский государственный колледж технологии и дизайна легкой промышленности» (Минск)

Происходящие в современной экономике изменения, такие как: нарастание конкуренции, интернационализация и глобализация бизнеса, развитие информационных технологий, возрастание роли человеческого капитала, рост неопределенности и т.д. приводят к переосмыслению понятий стратегического управления предприятиями, обеспечения их роста, развитию и актуализации исследований в этой области.

Одной из ключевых составляющих стратегического управления является стратегия. Отечественные и международные аналитики бизнеса считают, что белорусский рынок вступил в ту стадию развития, когда отсутствие стратегии предприятия мешает компании на каждом шагу ее деятельности.

Тема данной работы является актуальной, тк грамотное стратегическое управление обеспечивает рост конкурентоспособности организации.

Объект исследования – ОАО «БПХО».

Предмет исследования – эффективность стратегического управления в деятельности ОАО «БПХО».

Цель работы: разработка направлений повышения эффективности системы стратегического управления ОАО «БПХО».

Эффективность стратегического управления зависит от следующих факторов:

- качества целеполагания, т.е. ответственности запланированных целей требованиям внешней среды, возможностям и интересам предприятия персонала;

- силы и направленности мотиваций, которые мотивируют участников организации к достижению целей;

- адекватности выбранных стратегий поставленным целям.

Открытое акционерное общество «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение» (Блакiт) является крупнейшим производителем текстильной продукции в Европе и странах СНГ. ОАО «БПХО» обладает полным циклом производства: переработка хлопка, изготовление пряжи и выпуск готовых швейных изделий. Столь долгая производственная цепочка обусловлена благодаря слаженной работе прядильной, ткацкой, отделочной и швейной фабрик. ОАО «БПХО» производит богатый ассортимент продукции, представленный: экологически чистыми тканями из 100% хлопка (бязь, сатин, поплин, миткаль, ситец, тик, фланель); эксклюзивными коллекциями постельного белья из бязи, поплина, сатина, страйп-сатина и сатин-жаккарда; практичным повседневным и изысканным столовым бельем; бинтами и марлей; сопутствующий ассортимент домашнего текстиля.

Все ткани и швейные изделия обладают прекрасными физико-механическими свойствами, они устойчивы к стиркам, механическим воздействиям, требуют минимального ухода, долговечны. Широкий ассортимент продукции ОАО «БПХО» позволяет удовлетворить потребности различных категорий клиентов.

Главной задачей отдела маркетинга является разработка плана продаж на следующий год по оптовому и розничному направлению.

Основной целью отдела маркетинга, как и бизнеса в целом, является увеличение доли компании на рынке, повышение объёмов продаж и, в конечном итоге, прибыли. В случае, когда бизнес-модель основана на наращивании капитализации бизнеса – увеличение стоимости компании.

Для оценки эффективности стратегического управления выполнен PEST и SWOT-анализ. PEST-анализ – инструмент оценки внешней среды предприятия на основе 4 групп факторов. SWOT-анализ – универсальный инструмент стратегического планирования. Основывается на систематизации и сегментации информации о внутренней и внешней среде компании. Объектом могут также стать конкретный товар или услуга.

В рамках анализа маркетинговой деятельности в ОАО «БПХО» была проведена оценка эффективности организационной реализации маркетинговых функций (по трехбалльной шкале).

По результатам экспертной оценки эффективности управления маркетинговой деятельностью можно сделать вывод, что данная деятельности эффективна, суммарные оценки экспертов составляют 41 балл из максимально возможных 45 баллов.

Основными конкурентами УП «БлакитТрейдЛогистике» являются: ООО «Йуск»; ОАО «Бресттекстильторг»; ОАО «Текстильторг»; РУПТП «Оршанский льнокомбинат».

Единственно правильным вариантом поведения компании для достижения эффективного долгосрочного функционирования и успешного развития уделяется повышенное внимание осуществлению анализа внешнего и внутреннего окружения.

Предприятие принялось за производство медицинских масок защиты органов дыхания собственной торговой марки. На предприятии проведена модернизация на всех производствах. Была закуплена производственная линия, ткань, упаковочный материал.

Таблица 1 – Годовые текущие затраты

Статьи затрат	Затраты на проект, тыс. руб.
Затраты на заработную плату	25,8
Отчисления с заработной платы	8,92
Амортизационные отчисления	10,12
Затраты на электроэнергию	2,93
Затраты на материалы	27,5
Итого	75,27

Таблица 2 – Годовая выручка от реализации продукции

Наименование	Значение
Объем реализации масок, шт.	50000
Цена реализации, руб. / шт.	2,10
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	105

Планируемый годовой размер выручки от реализации продукции составит 105 тыс. руб. В таблице 3 произведем расчет чистой прибыли.

Таблица 3 – Расчет чистой прибыли

Показатель	тыс. руб.
Валовая выручка	105
Себестоимость	75,27
Прибыль от реализации (выручка за вычетом себестоимости)	29,73
Налог на прибыль (по ставке 18 %)	5,35
Чистая прибыль (прибыль от реализации за вычетом налога на прибыль)	24,38

Выручка от реализации 50 тыс. масок составила 105 тыс.руб. Чистая прибыль получилась 24,38 тыс.руб.

Величина срока окупаемости капитальных вложений определяется по формуле:

$$T = KЗ:ЧП,$$

где КЗ – капитальные затраты, тыс. руб.;

ЧП – чистая прибыль, тыс. руб.

Срок окупаемости мероприятия 1 год и 10 месяцев.

Производство медицинских масок – выгодная и перспективная бизнес-идея. И дело не только в пандемии коронавируса COVID-19, охватившей население всего мира. Маски востребованы в повседневной жизни: это эффективное средство защиты от сезонных простуд. Изделие давно перестало быть сугубо медицинским – одноразовые маски используют в различных сферах деятельности.

В условиях пандемии спрос на медицинские маски значительно превышает предложение. По мнению экспертов, такая ситуация сохранится в ближайшие месяцы. Стоимость изделия выросла в 8-10 раз. При грамотном подходе к делу в этих условиях можно окупить инвестиции в рекордно короткие сроки.

ОСНОВНЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Автор: Вершинина А.В., группа 2 осн. УА-2

Руководитель: Нуркасымова М.А.

«Электронный колледж имени Жакии Чайжунусова» (Семей)

В настоящее время многие предприятия сталкиваются со все более усложняющимися условиями развития. К ним относятся: повышенная агрессив-

ность и так называемая турбулентность компаний, динамика глобализации, новые требования и конкурентная напряженность, социальная и политическая нестабильность, а также быстрый технологический прогресс. Чтобы добиться успеха, каждая компания вынуждена эффективно использовать свой реальный капитал, финансы или потенциал сотрудников и анализировать среду, в которой она работает. Все это требует от развивающихся компаний постоянного усовершенствования путем адаптации функций, целей и задач организации и методов управления к меняющимся условиям ведения бизнеса.

Цель исследовательской статьи – представить теоретические термины феномена конкуренции, а также раскрыть природу и виды конкурентоспособности. На этом фоне уровень конкурентоспособности предприятий показан как важный аспект их функционирования в рыночной экономике.

Конкуренция – это ключевой инструмент и важнейшее измерение экономической жизни. Его значение происходит от слова «конкурировать» и означает «стремиться вместе», таким образом, оно стимулирует уровень человеческих устремлений, позволяя достигать самых высоких результатов, а также являясь движущей силой технологических инноваций и роста производительности.

Конкуренция на отдельных рынках может относиться к одной из четырех основных моделей: совершенная конкуренция, олигополистическая конкуренция, монополистическая конкуренция и чистая монополия.

К совершенной конкуренции относится отрасль, которая, состоит из множества конкурентов, предлагающих один и тот же продукт и услугу. Из-за отсутствия дифференциации продуктов цена одинакова для всех конкурирующих компаний.

Олигополистическая конкуренция состоит из нескольких компаний, производящих один и тот же или частично дифференцированный продукт. Это разнообразие может повлиять на уровень качества, особенности, стиль или сервис. Компания, производящая один и тот же продукт, не может определять цены на свою продукцию на более высоком уровне, чем рыночные, если только она не хочет привлечь клиентов.

В отрасли, где существует монополистическая конкуренция, многие конкуренты способны полностью или частично дифференцировать рыночное предложение. Ряд конкурентов сосредоточились на выбранном сегменте рынка, где они лучше всего могут удовлетворить потребности клиентов, за которых они взимают соответственно более высокую цену.

Чистая монополия возникает, когда одна компания обеспечивает все производство товаров или услуг в данной стране или регионе. Монополия такого типа может быть следствием правового регулирования, патентов, лицензий, эффекта масштаба или других факторов. Если такая монополия подчиняется государственному регулированию, от нее ожидают установления более низких цен и расширения масштабов производства во имя общего блага.

Показанные модели существенно отличаются как с точки зрения структуры рынка, так и методов работы конкурирующих организаций. Изменение экономической и политической системы в Польше в 1989 году создало феномен конкуренции, когда государственная собственность и строгое регулирование

были заменены частной собственностью и свободным рынком.

Конкурентоспособность – это способность страны или компании создавать большее богатство, чем их конкуренты на мировом рынке, такое определение конкурентоспособности было представлено Всемирным экономическим форумом в Лозанне (Швейцария) в 1994 году.

Суть оценки уровня конкурентоспособности компании заключается в сравнении фактических результатов с ожидаемыми различными группами заинтересованных сторон. Основываясь на результатах этого сравнения, можно выделить три типа конкурентоспособности:

- нормальная конкурентоспособность – когда результаты конкретных взаимодействий соответствуют ожиданиям участвующих заинтересованных сторон;

- конкурентоспособность ниже нормальной – когда фактические результаты не соответствуют ожиданиям. Затем заинтересованные стороны, вовлеченные в эту ситуацию, предпринимают действия по отказу от взаимодействия с компанией и переходу к другой, более привлекательной;

- более высокая, чем обычно, конкурентоспособность – когда фактические результаты выше, чем ожидаемый. Заинтересованные стороны, у которых есть основания для таких оценок, стремятся укрепить свои отношения с компанией.

В соответствии с первым критерием мы можем выделить два типа конкурентоспособности: связанную с факторами и связанную с результатом. Конкурентоспособность, связанная с факторами, раскрывает то, что определяет способность компаний к действиям, создающим основу эффективной конкуренции, таким как: быстрое реагирование на изменения на рынке, умелое использование собственных ресурсов или другие неслучайные факторы, которые при этом повышают конкурентоспособность компаний в долгосрочной перспективе.

Конкурентоспособность, связанная с результатом, определяет результаты конкуренции, такие как доля рынка, доля в продажах наукоемкой продукции и финансовые показатели компании по сравнению с компаниями-лидерами или компаниями среднего размера.

Специфический характер конкуренции на рынке товаров или услуг придает особое значение получению участниками конкурентного преимущества перед конкурентами. Следовательно, конкурентоспособность на открытом рынке является центральным вопросом, и соответствующая формулировка конкурентной стратегии имеет решающее значение для выживания и развития учреждений и предприятий.

Главным следствием такого характера является необходимость наблюдать за действиями конкурентов и предсказывать их реакцию на каждое движение. Первым шагом является определение конкурентной позиции, которая является важным элементом в построении конкурентной стратегии, она позволяет оценить текущие возможности компании, а также тенденции и возможности для ее дальнейшего развития. Конкурентная позиция компании определяется как многомерная категория, определяемая сочетанием факторов, например, доля рынка, доля основных сегментов рынка, влияние на рынок, масштаб дейст-

вия, применяемые технологии и технические навыки и адаптивность.

Отражением конкурентной позиции компании является ее конкурентное преимущество. Она интерпретируется по-разному в зависимости от предмета, точки зрения и ее оценки. Конкурентное преимущество может быть определено с точки зрения предприятия или с точки зрения клиентов. С точки зрения конкурентного преимущества компании является ее уникальное положение в отрасли по отношению к конкурентам, позволяющее достигать прибыли выше среднего и быть впереди конкурентов.

Конкурентное преимущество компании зависит от ценности, которую компания способна создать для своих клиентов. Конкурентное преимущество, с точки зрения клиента, это субъективная категория и представляет собой более высокую сумму ценностей, предлагаемых инвестором.

В литературе можно выделить две доминирующие модели конкурентного преимущества. Первая – это уникальное положение компании на рынке, достигаемое за счет предложения тех же или аналогичных продуктов по более низким ценам или дифференцирование товаров по более высокой приемлемой для потребителя цене. Его достижение зависит от внешних факторов. Компании, которые получают конкурентное преимущество, – это те, которые эффективно адаптируются к требованиям рынка. Во второй модели конкурентное преимущество достигается компаниями за счет компетенций, которые отличают ее от конкурентов и дают ей преимущество. Эта модель уходит своими корнями в концепции рассмотрения компании как совокупности материальных и нематериальных активов.

Устойчивое конкурентное преимущество является результатом не только достаточных ресурсов и навыков, но и зависит от факторов, не относящихся к компании или даже к сектору, в котором работает фирма. Это указывает на новую роль бизнеса, правительства и других институтов, стремящихся повысить конкурентоспособность или даже навязать субъектам предпринимательства более активное поведение.

Анализируя вышеизложенные соображения, можно констатировать, что специфика этих времен заключается как в конкуренции предприятий, так и в среде, в которой они работают. Конкурентоспособная компания должна характеризоваться внутренними возможностями и гибкостью для адаптации к изменяющимся условиям работы и получения конкретных выгод от этого процесса. Современная концепция создания конкурентного преимущества подчеркивает особую необходимость умелого использования приобретенных знаний и ресурсов.

Компании, чтобы выжить и оставаться на рынке, должны уметь прогнозировать и точно определять свое положение, а также оценивать ситуацию. Они должны действовать эффективно и быть способными развиваться в постоянно меняющейся среде, а также постоянно принимать решения о структурных изменениях. Это факторы, определяющие не только выживание компании и восстановление баланса в изменчивой среде, но и формирование ее динамичных планов для обеспечения ее бесперебойного и эффективного функционирования, получения конкурентных преимуществ и дальнейшего развития.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ ПУТЕМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА, АНАЛИЗА И КОНТРОЛЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА И НЕСТАБИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Автор: Жукова А.Ю., группа 2 осн. УА-2

Руководитель: Нуркасымова М.А.

ЧУ «Электронный колледж имени Жакии Чайжунусова» (Семей)

В период развития кризисных явлений в мировой экономике, вызванных пандемией, множественными санкциями, политической нестабильностью и волатильностью всемирной экономики, исключительно значительными становятся вопросы, сопряженные с укреплением экономической сохранности хозяйствующих субъектов и противодействию рискам. Экономическая безопасность как противоречивая и многоукладная категория подвергается особой трансформации управленческих процессов и, как следствие, учетно-аналитическому. Следовательно, последующее формирование административных механизмов экономической безопасности обязано происходить на базе усовершенствованной методологии учетно-аналитического представления в качестве основного источника релевантной и достоверной информации о рисках бизнес-сферы.

Модификация государственной экономики на организацию устойчивого и стабильного формирования нуждается в соответствующем хозяйственном механизме, включающем и систему налогообложения. Значительным фактором безопасности предпринимательства представляются методы экономического регулирования со стороны государства, и, в первую очередь - налоговая политика и налоговая система. В современных критериях значимость налогов исключительно возрастает, поскольку они являются целым инструментом, с помощью которого государство сформировывает централизованные фонды денежных средств, достаточных для обеспечения национальной и финансовой безопасности. Помимо того, налоговая система владеет обширными потенциальными способностями для осуществления непрямого воздействия социально-экономического развития государства и преодоления угроз экономической безопасности.

Главный фактор безопасности предпринимательства – устойчивость налоговой политики. Одной из составляющих экономической безопасности является предоставление государством населению благ и их количество, качество, которые в значительной степени зависят от налоговой безопасности. Совершенствование мер финансового контроля в налоговой сфере ориентирует налоговые системы на обеспечение наполняемости бюджета, и на встречные потребности налогоплательщиков, защиту их прав.

Под экономической сохранностью предприятия следует понимать порядок взаимообусловленных и взаимосогласованных способов, методов и управленческих решений, которые, синтезируясь с существующим ресурсным потенциалом и развитием экономической безопасности в состав объектов учетно-аналитического обеспечения, позволяют вовремя противодействовать рискам,

угрозам сферы функционирования предприятия, обеспечивающих его экономическую устойчивость, содействующих формированию экономического потенциала, росту конкурентных преимуществ и повышению качества информативно управленческих процессов. Экономическая надежность призвана гарантировать достижение экономического порядка, стабильного развития социально-экономического пространства и покрытие национально общественных потребностей.

Отрицательное влияние на экономическую безопасность проявляют введенные европейскими государствами ограничительно экономические меры, укрепление недобросовестной конкуренции, мировые и областные финансовые кризисы, неправомерного использования юридических средств, дезорганизация стабильности обеспечения субъектов государственной экономики коммуникациями, а в дальнейшем будет оказывать вдобавок недостаток минерально-сырьевых, гидрофитных и биологических ресурсов.

Механизм обеспечения экономической безопасности:

- Оценка экономической ситуации;
- Определение угроз по отношению к экономической безопасности субъектов;
- Установление предельных значений экономической безопасности;
- Осуществление мониторинга экономической безопасности;
- Обезвреживание угроз экономической безопасности и решение возникших проблем.

При проведении каждого из процессов осуществляется определение угроз, показателей, предельных значений.

Развития учета, характеризуется применением организованной теории для улучшения его различных проявлений (как науки, конкретной и теоретической деятельности) и на других уровнях (методологическом, теоретическом и организационном).

Бухгалтерский учет, характеризуется формальными и неформальными структурами, они определяют присутствие институциональных и профессиональных образований разных уровней, представляется истоком организационного снабжения экономической безопасности в пределах функционирующего законодательного права, регламентирующего условия четкого социоэкономического пространства. В кругу главных образующих институционального воздействия реально отметить влияние законодательного обеспечения, регуляционных государственных органов, предпринимателей и конкурентов, рынка, инвесторов, посредников и прочих внешних потребителей учетной и аналитической информации.

При управлении учетной, аналитической экономической безопасностью предприятий чрезмерно важно определить факторы, способные влиять на него и источники их влияния.

Факторы, воздействующие на экономическую устойчивость, рассматриваются, как на макроуровнях, так и на микроуровнях с распределением их на внутренние и внешние. Между внешних факторов акцентируют социальные и экономические обстоятельства развития государства, района и области; нацио-

нальную политику в сфере формирования малого и среднего бизнеса; демографическую обстановку в стране, регионе и области; национальную политику в области трудового изменения законодательной основы и ее совершенствование; и предложение на рынке продуктов и услуг; спрос и предложение трудовых ресурсов на рынке труда и прочие. К внутренним условиям причисляются способности информативных систем; разряд предохранения информации; слаженность интересов собственников и персонала предприятия; реагирования структуры управления на изменения на рынке; квалифицированность и профессионализм персонала, конкурентоспособность; степень защиты, положение и результативность применения производственных и нематериальных ресурсов, используемых методов, активов и вкладывательных ресурсов; устойчивость и незыблемость взаиморасчетов с посредниками.

Факторы, от коих зависит установление полновесного учетного и аналитического обеспечения: организованность порядка сбора информации, соединение и исправление ее потоков, своевременность реагирования, точность и координация административных выводов как результат. Значительность аналитического предоставления подчеркивается вновь и тем, что, благодаря ей, реализуется цель наглядности экономической картины информации по предприятию и появляется вероятность создания предельно удобных и вероятных критериев для экономического роста и развития хозяйствующего субъекта.

В соответствии с проведенным анализом имеющейся информации, учетное и аналитическое обеспечение – довольно динамическое определение, которое не утрачивает своей актуальности. Причем, группу и ее различия возможно описать как непростую разностороннюю систему, которая, в свою очередь, учитывая сбор, обобщение, накопление данных для последующего анализа и контроля, что будет обеспечением принятия действенных административных решений, обеспечит информативные надобности внешних и внутренних пользователей.

Основой экономической безопасности хозяйствующего субъекта стоит оценка налоговых рисков и нагрузки посредством реализации определенных методов и инструментов, анализа их воздействия на экономическую устойчивость и эффективность организации.

Необходимо отметить, что использование автоматизированных структур и системы управления рисками в налоговых органах способны увеличить результативность выездных налоговых проверок.

Определение понятия, налоговый риск – это возможность появления потенциальной проблемы для налогоплательщика получить финансовые потери по причинам неуплаты налогов, несоблюдения нормативно-правовых актов, совершение налоговых правонарушений.

Налоговый контроль можно рассматривать как вероятность перспектив увеличения налоговых платежей в бюджет, что в следствии будет способствовать обеспечению эффективного и безопасного роста национальной экономики в условиях кризиса и нестабильности внешней экономической среды.

Таким образом, нынешняя система национального финансового контроля в налоговой сфере непосредственно сопряжена с обеспечением роста государ-

ственной экономики, а иногда рассматривается, как главная причина ее стабильного роста. На сегодняшний период налоговые органы располагают отчетливой установкой на повышение действенности налогового контроля. Тут необходимая роль отводится оценке рисков и объединению информации, информативному взаимодействию с прочими органами. При снижении числа выездного контроля возрастают возможности выполнения камеральных проверок автоматизируется деятельность и информационный обмен с физическими и юридическими лицами. Все это повышает действительность налогового управления.

Соответствующее регулирование экономической безопасностью организовывает требуемые предпосылки для осуществления страной действенной экономической политики. В настоящее время величайшей проблемой предпринимательству является стратегия страны касательно использования налогов, что инициирует неблагоприятные действия в экономике, общественную напряженность, внезапные изменения структуры рынка. Базой развития экономической безопасности хозяйственных субъектов является установление ее системных составляющих, исследование и анализ имеющийся опасностей по каждому элементу, а также разработка мероприятий для нейтрализации и предотвращения вероятных угроз, что обеспечит устойчивую деятельность предприятия. Одной из главных предпосылок организационного снабжения экономической сохранности на основе качественного информативного предоставления прибыли является установление бухгалтерского учета, который зависит от воздействия формальных и неформальных структур изменения его выводных факторов.

ОРГАНИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В ФОРМЕ ИП В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ НА ПРИМЕРЕ СОЗДАНИЯ САЛОНА КРАСОТЫ

Авторы: Герасимович И.В., Наумович Ю.А., группа 2101

Руководитель: Марьянская Н.Э.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Сегодня люди всё больше стараются обращать внимание на внешнюю привлекательность. Умение очаровывать окружающих важно не только при личном общении, но и в деловых отношениях. Конечно, ухоженность и презентабельный облик играют важную роль в восприятии одной личности другими. В связи с этим салоны красоты пользуются перманентной популярностью, возрастающей с каждым днем.

Известно, что рынок сбыта насыщен только на 50 %, и по прогнозам исследователей сферы дальнейшая скорость наполнения этого рынка составит только 10 % в год. При этом индустрия красоты не подвержена падению во время финансовых кризисов. Например, в 2014 году новые салоны продолжали открываться и работать, несмотря на сложную ситуацию на рынках.

Актуальность темы также стоит рассмотреть с точки зрения конкуренции. Салонный бизнес является давно сформированной частью сферы услуг, он распространён и развит. Бьюти-услуги предлагают везде, и разнообразие опций говорит о наличии серьезного конкурса среди организаций.

Плюсы ИП: простая регистрация, быстрый и простой вывод денег, нет обязанности открывать расчетный счет, нет обязанности вести бухгалтер, простая отчетность, легкая ликвидация, меньше штрафов.

Мы планируем открыть небольшой бизнес, не связанный с большими рисками, и возможно в будущем будем его расширять, но не в ближайшие несколько лет, поэтому стоит выбирать ИП. Таким образом, мы избавимся от ненужных нам проблем. Открыть фирму мы всегда успеем, если дело пойдет хорошо. А вот преждевременно и необдуманно открыв ООО можно получить массу ненужных проблем.

В сложившейся экономической ситуации потребители больше склонны экономить, следовательно, сокращают свои расходы на салоны красоты. Мы предлагаем обслуживание по доступным ценам.

Цель работы: изучить возможность организации бизнеса в форме ИП в современных условиях развития белорусской экономики на примере создания салона красоты.

Задачи работы:

- рассмотреть ОПФ и обосновать выбор ОПФ для ведения данного бизнеса,
- охарактеризовать этапы создания салона красоты,
- определить направления совершенствования развития салона, резервы роста прибыли и рентабельности.

Объект исследования – салон «Июль».

Предмет исследования – особенности создания, функционирования и перспективы развития салона красоты.

подавляющее большинство граждан при выборе вида юридического лица отдадут предпочтение обществам с ограниченной ответственностью. В выбранной нами сфере деятельности мы считаем оптимальной и привлекательной формой ведения бизнеса ИП.

Салон красоты «Июль» будет создан в форме ИП с целью получения прибыли, имея целевую аудиторию девушек и женщин разных возрастов.

Сфера деятельности: оказание услуг по уходу за волосами.

Располагаться салон будет по адресу Кульман 12 в центре города.

Имеет удобное транспортное сообщение.

Ближайшими конкурентами будут:

- студия красоты «Мята» по адресу ул.Кульман, 5,
- Beautycool, салон красоты по адресу ул.Кульман, 18/1,
- салон красоты «GALA» по адресу ул.Кульман, 37.

Наш салон будет отличаться применением натуральной косметики из натуральных ингредиентов по конкурентным ценам. По предварительным расчетам в среднем в месяц будет приносить прибыль около 11949,80 руб., что по-

зволит окупить инвестиции в его организацию в ближайшие два года, в зависимости от экономической ситуации в стране.

Перспективы использования натуральных ингредиентов для приготовления маски для волос заключаются в следующем: её низкая себестоимость, лёгкость закупки ингредиентов, более обширная аудитория.

Наша маска сделана полностью из натуральных ингредиентов. В неё входит: лимон, мандарин, мята, вода, секретный ингредиент. Цена 12 руб.

По сравнению с другими, приобретение нашей авторской маски выйдет экономнее и выгоднее в 1,6 раза.

В среднем на маски для волос идёт ценовая категория около 15-25 рублей в среднем, что крайне дорого для нашей экономической ситуации в текущий момент.

Так как стоимость маски низкая по сравнению с её конкурентами, она рассчитана на все слои населения, поскольку спрос на данную услугу эластичен. В будущем мы планируем расширить наш ассортимент масок.

Снижение цены приведёт к расширению объёма продаж и росту выручки, а низкая себестоимость позволит увеличить прибыль и рентабельность нашего салона красоты.

ОРГАНИЗАЦИЯ, МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Автор: Кравченко Е. А., группа 2003

Руководитель: Лошкарева Н.Н.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Грамотное управление является важнейшим условием эффективности и конкурентоспособности предприятия. При этом особое внимание отводится управлению персоналом. От эффективности работы с персоналом во многом зависят конечные результаты деятельности субъектов всех форм собственности и хозяйствования.

Управление персоналом – это система принципов, методов, средств и форм воздействия на интересы, поведение и деятельность работников в целях эффективного использования их интеллектуальных и физических способностей при творческом выполнении их трудовых функций, направляемых на производство конкурентоспособной продукции, работ, услуг.

Для анализа хозяйственной деятельности ООО «Амелаес» рассмотрен период с 2019 по 2020 г.

Численность работников в 2020 году по сравнению с 2019 годом увеличилась на 9 человек. В 2020 году по сравнению с 2019 годом произошло увеличение численности работников, так как было расширено производство. Текущее количество кадров сократилось. При этом на протяжении анализируемого периода наибольшее количество работников имеют профессионально-техническое обра-

зование (39 %), растёт доля работников со средним специальным образованием (17 %), и доля работников с высшим образованием (18 %).

Проанализировав возрастной состав, можно сделать вывод о том, что наибольшее число персонала находится в возрастной категории от 25-45 лет. Предприятие использует различные методы привлечения молодых сотрудников, разнообразные льготы и привилегии, тем самым стимулируя их на работу.

Прирост объемов производства, в основном, достигнут, и планируется за счет роста производительности труда.

Объем производства продукции в сопоставимых ценах за 2019 год выполнен на 115,0 %, при задании 108,0 %, в 2020 году – 131,4 % при задании 108,0 %. В основном, прирост продукции обеспечен за счет роста производительности труда, темп роста которой составил в 2019 году 112,4 %, в 2020 году – 141,1 %.

В 2019 году рентабельность реализованной продукции составила 11,1 %, за 2020 год – 19,0 %.

Анализируя показатели эффективности использования трудовых ресурсов, необходимо отметить существенный рост производительности труда, что является исключительно положительной тенденцией развития предприятия.

Анализ результатов деятельности предприятия позволяет сделать вывод, что ООО «Амелаес» использует эффективные методы привлечения, мотивации и стимулирования труда персонала. Таким образом, осуществляя продуманную стратегию в вопросах управления персоналом, ООО «Амелаес» успешно работает и добивается хороших результатов в сфере повышения производительности труда.

Стратегия управления персоналом на ООО «Амелаес» отражает разумное сочетание экономических целей предприятия, потребностей и интересов работников (достойная оплата труда, достойные условия труда, возможности развития и реализации способностей работников и т.п.). На предприятии разработана система оплаты труда, которая зависит от результатов работы коллектива в целом и каждого работника в частности, в полном соответствии с их трудовым вкладом в конечные результаты труда коллектива, в том числе по повышению качества выпускаемой продукции.

Для поддержания уровня квалификации работников, важное значение имеет аттестация кадров, что не проводится должным образом на заводе.

В результате исследования выявлены следующие направления совершенствования управления персоналом на ООО «Амелаес»:

- на основе результатов творческой деятельности предприятия в целом, структурного подразделения и каждого отдельного работника необходимо предусмотреть меры материального и морального стимулирования инициативы работников;

- при организации системы стимулирования на предприятии необходимо учитывать пропорции в оплате между простым и сложным трудом, между работниками различных квалификаций;

- при создании системы стимулирования на предприятии необходимо придерживаться принципа гибкости системы стимулирования труда;

- необходимы признание результатов деятельности конкретного работника, предоставление возможности принимать решения по вопросам, относящимся к его компетенции, консультировать других работников;

- важно обеспечивать подчиненным возможность учиться, поощрять и развивать их творческие способности, оптимизировать систему аттестации кадров.

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В СТРАНАХ БЛИЖНЕГО И ДАЛЬНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ

Авторы: Петрова Е.А., Бодренникова В.И., группа 2003

Руководитель: Войнич Т.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Налоги – обязательный, индивидуально безвозмездный платёж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности средств, в целях финансового обеспечения деятельности государства и муниципальных образований.

Целью данной работы является разбор и сравнение систем налогообложения таких стран, как: Ирландия, Республика Беларусь, Китай (Гонконг) и Германия.

Выбирая эти страны, мы смотрели на такие показатели как ВВП, уровень дохода населения, бремя налогообложения как для физических лиц, так и для организаций, и научно-технический прогресс.

При выполнении научной работы использовались методы:

- анализа – выделили и изучили отдельные части систем налогообложения;

- индукции – сформировали выводы о налогообложении на основе изучения некоторых взимаемых налогов;

- сравнения – сопоставили различные взимаемые налоги в системах налогообложения выбранных стран.

В результате проведения исследования хотелось бы подчеркнуть следующее:

1. Ирландия вполне заслуженно считается одной из самых привлекательных стран Западной Европы для ведения бизнеса и инвестиционной деятельности благодаря широким возможностям для налоговой оптимизации;

2. в Германии применяется как вертикальное, так и горизонтальное выравнивание доходов, также в общих доходах бюджета налоги составляют около 80 %;

3. налоговая система Гонконга привлекательна потому, что многие налоги, которые взимаются в других юрисдикциях, в Гонконге отсутствуют вообще;

4. основное направление развития налогообложения Республики Беларусь – совершенствование налогового законодательства, внедрение и приме-

нение мировых методов налогового регулирования и контроля, упрощение налогового администрирования.

Таким образом, можно сказать, что налоговые системы каждой из выбранных стран имеют как схожести, так и особенности в налогообложении. Грамотная политика государства, стабильная экономическая ситуация в стране могут обеспечивать постоянный приток иностранного капитала и способствуют поддержанию хорошего инвестиционного климата в выбранных регионах.



СЕКЦИЯ № 2

Ценностные ориентиры современного общества



БАЛАНС ЭМОЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Автор: Кириллович Т. И., Орешко К. И., группа 2102

Руководитель: Михаленя Ж. А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Так хочется проснуться добрым утром. Именно добрым! Мы, наверное, уже забыли какое оно, доброе утро? Доброе – это когда открываешь глаза и видишь теплое яркое солнце, которое освещает комнату и наполняет теплом, когда на кухне слышен радостный смех родителей, когда ты смотришь в телефон и не видишь там плохих новостей, которые могли бы расстроить, когда не приходится заставлять себя просыпаться и идти делать свои повседневные дела, а наоборот, каждый день, он как особенный, как что-то драгоценное для тебя, когда есть желание жить и творить.

Однако если бы все было так просто. Нас кругом окружают многие заботы, с которыми очень часто сложно самому справиться. И иногда эти проблемы так глубоко одолевают что, кажется, лучше уже никогда не будет, что невозможно уже что-то сделать и исправить. Порой такие мысли ничем хорошим не заканчиваются, если с этим ничего не делать. Это как раз таки то самое, когда находишься буквально на волоске от того самого состояния, название которого сейчас все чаще и чаще слышно – депрессия.

Цель данной работы: изучить, как влияет депрессия на жизнь человека; найти пути выхода из депрессии. Задачи: определить понятие депрессии; рассмотреть формы депрессивных расстройств; факторы, влияющие на возникновение депрессивного состояния.

В психологии депрессия (от лат. *depressio* – подавление) определяется как аффективное состояние, характеризующееся отрицательным эмоциональным фоном, изменением мотивационной сферы, когнитивных (связанных с познанием) представлений и общей пассивностью поведения. Во всем мире страдает депрессией 280 миллионов человек.

Апатия, вялость, безразличие ко всему, мрачные мысли, бессилие, тоска или тревога наваливаются «тяжёлым грузом». Как следствие, человек страдает, ведь не зря такое состояние называют унынием, человек как бы утрачивает чувство радости. Депрессия не является проявлением человеческой слабости. Это болезнь, требующая вмешательства специалиста. Хотя к этой проблеме люди до сих пор не выявили правильного отношения. Как человек чувствует себя при депрессии:

- возникает подавленное настроение, уныние, тоска, ощущение безысходности, сниженное настроение в течение длительного периода;
- повышается утомляемость и усталость в результате привычных или небольших нагрузок;
- снижается интерес и способность получать удовольствие от того, что раньше приносило удовлетворение.

Основная причина депрессии – стрессы. Стрессы постоянно находятся вокруг человека, мелкие и крупные. Конечно, есть ситуации глобальные, кото-

рые вызывают депрессию в силу своей безысходности: смерть близкого человека, одиночество, разрыв с любимым, распад семьи, потеря работы, несбывшиеся планы, выявление страшной болезни. Некоторые из перечисленных ситуаций вполне объяснимы.

Но их глубина может быть настолько велика, что ситуации не могут пройти бесследно для человеческой психики. В этом случае человек нуждается в помощи врача. И это также очевидно, как лечение любого серьезного заболевания будет углубляться. Нельзя надеяться на время. В этом случае время будет играть против человека, т.к. с каждым днем депрессия будет только все больше и больше одолевать.

Что же нужно делать, чтобы не впасть в это состояние депрессии и не испытывать этого чувства?

1) Контролируйте свои мысли! Вычеркните из своего лексикона слово «депрессия» и его производные! Если вас все же «накроет» пессимистическое настроение, относитесь к этому как к временному спаду: это просто плохой день или пара дней, ни в коем случае не «депрессия». Справиться с плохим настроением всегда можно.

2) Двигайтесь! Движение – это жизнь. Эта прописная истина часто забывается в наш техногенный век, когда работа связана с малоподвижным положением перед монитором компьютера, за рулём автомобиля, за столом переговоров. От недостатка движения у современного человека случаются сбои и на физическом, и на психическом уровнях. Таким образом, организм сигнализирует: «Двигайся!» Только эти сигналы мы часто не понимаем. Идём к врачу или в аптеку, покупаем лекарства и антидепрессанты. А эффект от них получаем лишь временный.

3) Измените образ жизни! Каждый день старайтесь изменять образ мыслей, воспринимайте происходящее в положительном свете. Если вы обвиняете в своих неудачах обстоятельства или других людей, найдите в себе силы посмотреть правде в глаза. Чаще повторяйте себе: «Только я несу ответственность за случившееся. Я могу все изменить». Когда в следующий раз окажетесь в аналогичной ситуации, постарайтесь повести себя иначе, чтобы изменить сложившуюся схему поведения. Если вы считаете, что окружающие к вам плохо относятся, помните, что вы не можете читать их мысли, и они могут думать все, что угодно. Переносить жизненные трудности очень хорошо помогают юмор и самоирония.

4) Взгляните правде в глаза! Пересмотрите свои ожидания и жизненные приоритеты. Люди, подверженные депрессии, часто уверяют себя, что счастье для них невозможно без определенных вещей: любимого человека, материальных ценностей, денег, славы и т.п. Если получить желаемое невозможно, очень просто начать себя жалеть. Некоторые жизненные ситуации просто невозможно изменить.

5) Перестаньте себя жалеть! Когда вы жалуется на жизнь, плачете, рассказываете о своих чувствах друзьям, обсуждаете с ними ваши проблемы, они, конечно, проявляют понимание и сочувствие. К сожалению, именно сочувствие близких подкрепляет депрессивное состояние. Иногда друзья или члены

семьи, если вам плохо, готовы полностью освободить вас от выполнения обязанностей по дому, и вы сутками валяетесь в постели, изнемогая от жалости к себе, пока близкие вас обслуживают. Как следствие, у вас формируется зависимость от окружающих, вы ищете их сочувствия любой ценой.

6) Найдите хобби! Одна из распространенных причин депрессии – это отсутствие не связанных с работой интересов и хобби. Когда вся жизнь сводится к работе, легко впасть в уныние, если что-то не ладится в профессиональной сфере. Интересы и увлечения очень важны для психического и умственного здоровья человека, они помогают достичь гармонии, подпитывают наше самоуважение, да и просто улучшают настроение. Особенно помогают активные занятия, командные игры, путешествия, работа руками (например, садоводство, рукоделие, рисование).

7) Хвалите себя! Одним из главных факторов мотивации в любом деле является возможность получить у кого-либо положительную оценку, комплимент, похвалу. Если человек получает выдающуюся оценку в обществе, он герой нашего времени. Если нет – изгой и неудачник. Люди, которые нас окружают, определяют наше самочувствие. У человека всегда есть великая потребность быть признанным и оцененным. Хвалите себя за самые небольшие достижения и результаты, ведь из маленьких побед складывается большая. Такая самоподдержка принесёт удовольствие удовлетворения, повысит самооценку и даст надежду на выход из кризиса.

Но самое главное помните: жизнь у нас одна и любить себя нужно в первую очередь!

ПРОЯВЛЕНИЕ ЧУВСТВ И ЭМОЦИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Авторы: Скуратович Е.С., Ромаш А.В., группа 2101

Руководитель: Михаленя Ж. А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Общение человека с искусством открывает перед ним возможности видения внутреннего мира личности, постижения сложнейших процессов духовной жизни индивида. Открытие для себя психологической информации, практически неисчерпаемой в художественных произведениях, предоставляет возможность проникновения в неизвестный мир человеческих чувств и размышлений, недоступных для практического и даже научного познания. Психолог Ухомский А.А. писал: «В духовной жизни много поразительно непонятных переходов душевного состояния, неуловимых для рефлектирующего разума, но лишь понятных для поэтического духа».

Цель нашей работы – изучить влияние художественной литературы на развитие эмоциональной сферы человека. Задачи: изучить теоретические подходы к анализу эмоциональной сферы человека; изучить проявление эмоциональных переживаний в художественной литературе.

Именно художественной литературе обязаны мы возможности познания всей многогранности внутренних и внешних проявлений личности. Писатели традиционно считаются непревзойденными мастерами понимания человека. В лучших произведениях искусства, открывают мир человеческих страстей, страданий и радостей, раскрывая роль чувств в жизни человека.

Постижение сложности эмоционального мира личности, изображенной в художественном произведении, приводит, в первую очередь, к обогащению понятий, обозначающих эмоциональное состояние человека. Сошлемся только на некоторые примеры, взятые из произведений Ф.Достоевского, И.Тургенева, А.Куприна, И.Бунина. Переживания и чувства бывают положительными и отрицательными. Положительные – безмятежная радость; чувство блаженства; чувство надежды; чудное спокойствие; тающая радость первых умилений любви; А на душе легко и свято, легко, как в детские года; что-то блаженное, красивое и гордое. Отрицательные – чувство собственного ничтожества; тайное и темное чувство; тягостное сознание только что сделанной глупости; смутное, печальное чувство; разрывающая и горькая досада; неприятное чувство возрастающей внутренней неловкости; ощущение безнадежности, мрачной тоски;

Художественная литература показывает, что внутренний мир человека разнопланов и непредсказуем, настолько неисчерпаем, что проникнуть в него до конца почти невозможно. Поскольку обмен мыслями и чувствами – помогает достаточно полно и точно словесно обозначать различные эмоциональные состояния и чувства. Поэтому, человек, используя художественные описания-обозначения положительных эмоциональных состояний, вызывает комфортное состояние у человека, в результате переживания положительных эмоций: «Мне легко, свободно», «Я испытываю состояние блаженства» и другие.

Художественная литература, обогащая представления человека о возможных формах внешнего выражения эмоций и чувств, развивает тем самым его социально-перцептивные способности. Умение устанавливать связь между вербальными и невербальными компонентами поведения человека и определять на этой основе его психологические состояния и свойства, характер отношений, сложившихся между людьми формируются, в частности, в процессе решения литературно-перцептивных задач.

Используя специально подобранные художественные тексты, человек доставляет необходимую информацию для корректировки человеком собственного «Я», восполняет недостаток знаний, образов и представлений, помогает осознанию своих проблем (они могут оказаться теми же, описание которых дано в художественных произведениях).

ТРЕВОЖНОСТЬ КАК ВНУТРЕННИЙ КОНФЛИКТ

Автор: Кобзик А.В., группа 2102

Руководитель: Михаленя Ж. А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

К основным проблемам, проявляющимся в практической деятельности человека, относят проблемы, связанные с психологическими состояниями. Среди множества разнообразных психических состояний, служащих предметом научных исследований, особое внимание уделяется состоянию, связанному с тревожностью личности, в силу того, что оно непосредственным образом отражается на активности человека и качестве его жизни. Тревоги постоянно сопровождают человека на протяжении всей жизни: экзамены, прием на работу и др. Человек, глядя на текущую ситуацию, предполагает последствия, опираясь на свой собственный или чужой опыт.

В настоящее время наблюдается увеличение числа тревожных людей, характерными чертами которых выступают: неуверенность, эмоциональная нестабильность. Установлено, что постоянно переживаемое состояние повышенной тревожности может снижать познавательную активность, концентрацию внимания, работоспособность, и, таким образом, негативно влиять на эффективность трудовой деятельности, препятствовать социализации личности и их адаптации к новым ситуациям, что вкуче является необходимым условием для формирования личности, способной к полноценной самореализации в профессиональной, социальной, личной сферах. Кроме того, тревожность является фактором риска для возникновения психосоматических расстройств.

Поэтому выявление истинных психологических причин тревожности у учащихся филиала, определение основных условий и механизмов ее формирования, поиск инструментов предупреждения и коррекции проявлений тревожности представляется актуальной проблемой психологических исследований. Я выбрала эту тему, потому что мне интересно узнать про тревогу немного подробнее. Тревога проявляется у каждого человека по-разному. Есть много советов и методов, как побороть тревожное состояние человека. Если же вовремя не избавиться от тревожности, впоследствии это может привести к симптомам серьезных психологических расстройств.

Тревога – это отрицательно окрашенная эмоция, выражающая ощущение неопределённости, ожидание отрицательных событий, трудноопределимые предчувствия. Впервые тревожность была описана Зигмундом Фрейдом. Он пришел к следующему выводу: тревога является функцией Эго и ее назначение состоит в том, чтобы предупреждать индивида о надвигающейся угрозе Эго. Тревога дает личности возможность реагировать в угрожающей ситуации адаптивным способом. В окончательном варианте своей теории тревоги Фрейд говорит о наличии двух основных видов тревоги: первичной и вторичной (сигнальной), каждая из которых представляет собой ответ Эго на возрастание инстинктивного или эмоционального напряжения. При этом сигнальная тревога

является ответом Эго на внутреннюю опасность и побуждает организм к использованию защитных механизмов.

Выделяют следующие виды тревоги: нормальная и мобилизационная тревога. Возникает эпизодически и способствует мобилизации физических и психических ресурсов человека. Характерна для психически здоровых, сценичных, активно действующих личностей. Личностная тревога является относительно стабильной личностной характеристикой и чертой характера, определяющей низкий порог возникновения реакции тревоги. Характерна для тревожных и зависимых личностей. Ситуационная тревога – состояние тревоги, возникающее только при стрессовой ситуации и прекращающееся при ее завершении.

Социальная тревога – тревога, часто сопровождающаяся страхом, возникающим при взаимодействии с социумом. У этих людей выражен страх публичных выступлений и действий, страх общения с чиновниками, они избегают социальных контактов (особенно с незнакомыми людьми), чрезмерно озабочены мнением окружающих о себе. Невротическая тревога – хроническое, клинически оформленное состояние, которое сопровождается страхом, тревогой, паникой. Она лишает человека способности к нормальной жизнедеятельности.

Есть несколько симптомов, по которым можно определить, насколько вы тревожны в последнее время: «Я не могу перестать думать о том, что уже произошло», «Меня беспокоит, что случится в будущем, я одинаково волнуюсь и за завтрашний день, и за то, что будет через несколько лет», «Я чувствую усталость, но постоянно нахожусь во взвинченном состоянии», «Я часто «выключаюсь» и не могу дальше работать», «Меня донимают навязчивые мысли» и другие.

Для изучения тревожности учащихся филиала использовался опросник «Шкала тревоги Бека». Опросник состоит из 21 пункта. Каждый пункт включает один из типичных симптомов тревоги, телесных или психических. Каждый пункт должен быть оценен респондентом от 0 (симптом не беспокоил) до 3 (симптом беспокоил очень сильно). Исследование проводилось на условиях информированного согласия, лично, добровольно, конфиденциально, при объяснении целей и задач исследования, в гугл-форме. Всего в исследовании приняло участие 34 учащихся филиала в возрасте от 17 до 19 лет).

В результате исследования тревожности получены следующие результаты: 0 % респондентов имеют незначительный уровень тревоги; 62,5 % имеют среднюю выраженность тревоги; 37,5 % респондентов имеют очень высокую тревогу. У большинства испытуемых выявлен средний уровень выраженности тревоги 62,5 %. Анализ результатов по опроснику тревоги показал, что негативная оценка отрицательно влияет на развитие личности. Данные результаты свидетельствуют, что учащиеся слишком омрачают события прошлого, что может сказываться на их учебной деятельности и возможностях карьерного роста в текущем будущем.

Для избавления от навязчивых мыслей существуют следующие способы: Упражнение «У меня есть мысль», Вопрос «А что, если?», Концентрация на дыхании, Боремся с тревогой на работе, Ритуал доброго утра, Мантра неосуж-

дения, Укрепляем отношения с людьми, Список положительных моментов, Бережное отношение к себе и другим.



Рисунок 1 – Распределение показателей по шкале тревожности А. Бека

Сформулируйте для себя жизнеутверждающие фразы, которые будут в моменты тревоги напоминать о том, что ваши переживания нормальны и знакомы каждому. Например: «Я позволю себе принять себя таким, какой я есть. Пусть другие принимают себя такими, какие они есть», «Я позволю себе спокойно воспринимать свои ошибки. Пусть другие воспринимают свои ошибки спокойно», «Я позволю себе радоваться тому, что у меня получается. Пусть другие радуются своим достижениям».

ВОЗРАСТ В ЛЮБВИ УЧАЩИХСЯ ФИЛИАЛА БГЭУ «МИНСКИЙ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Авторы работы: Карасенко Д.Е., Пограновская В.В., группа 2004

Руководитель: Нестер Т.В.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Среди нравственных чувств особое место принадлежит чувству любви. Любовь в самом широком смысле этого слова – это нравственное чувство, характеризующееся высокой степенью эмоционально положительного отношения к его объекту, помещающего его в центр жизненных потребностей и интересов. Примером такого чувства является любовь мужчины к женщине, любовь к Родине, любовь к матери и др.

Любовь как нравственное чувство позволяет развить вкус к жизни, научиться замечать прекрасное и безобразное. Оно связано со многими сторонами воспитания личности: нравственным воспитанием, которое развивает в ребенке чувство любви, гордости; с трудовым воспитанием, которое помогает ребенку с уважением относиться к труду людей, видеть красоту сделанного. Осознание любви как нравственного чувства позволяет развить такие чувства у человека

как уважение, жалость к близкому, бескорыстие в поступках. Все эти качества просто необходимы для воспитания всесторонне развитого человека.

Актуальность исследования любви как нравственного чувства для учащихся нашего возраста, девушек и юношей, обусловлена нашими потребностями в любви. Цель исследования – проанализировать возраст в любви учащихся филиала БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж». Задачи исследования – изучить любовь как высшее нравственное чувство, рассмотреть виды и разновидности любви, проанализировать возраст в любви учащихся филиала БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» на основе данных опроса учащихся.

Согласно философскому словарю, существуют следующие интерпретации понятия «любовь». Во-первых, это состояние влюбленности как расстройства, которое сродни неврозу, когда ослабляется внимание, теряется бдительность, человек становится «отрешенным от мира сего». Во-вторых, это внутренний наркотик, когда мозг выделяет гормоны удовольствия, дофамин, ощущение счастья и безмятежности. В-третьих, это безболезненная привычка, потребность человека чувствовать себя любимым, дарить эти прекрасные эмоции другим, быть счастливым и удовлетворенным.

О чувстве, которое делает нас бесконечно уязвимыми и всемогущими одновременно, психологи высказываются следующим образом. Гарри Салливан, психоаналитик, считает, что «любовь существует, когда удовлетворение и безопасность другого человека становятся так же значимы, как собственное удовлетворение и безопасность». Психотерапевт Джон Готтман считает, что «величайшим препятствием на пути любви является чувство собственного величия, которое заставляет людей прекращать брачные отношения, потому что они «заслуживают» идеального партнера». Генри Дикс, психоаналитик, считает, что «противоположностью любви является вовсе не ненависть. То и другое сосуществует до тех пор, пока сохраняется живая связь. Противоположностью любви является безразличие».

В своей книге «Искусство любить» Эрих Фром о любви высказывался следующим образом: «Любовь есть деятельная озабоченность, заинтересованность в жизни и благополучии того, кого мы любим», «Отдавать много радостнее, чем получать, – не потому, что это лишение, а потому, что, отдавая, я ощущаю, что живу», «Парадокс любви в том, что два существа составляют одно целое и все же остаются двумя существами».

Известный психолог Роберт Стернберг выделял следующие виды любви:

Симпатия/дружба включает набор чувств, которые мы обычно испытываем в дружеских отношениях: близость, привязанность, и теплоту без сильной страсти и долгосрочных обязательств;

Влюбленность – это страсть при отсутствии душевной близости и взаимных обязательств. Страсть может явиться основой будущей романтической любви. Все, что для этого нужно – появление у влюбленных чувства близости.

Пустая любовь характеризуется обязательствами без близости и страсти. Сильная любовь может со временем превратиться в пустую любовь. В обществах, где распространены браки по соглашению родителей («устроенные» бра-

ки), супружеские отношения могут сначала иметь характер пустой любви, но с течением времени развиться в другую ее форму, потому что пустая любовь – это вовсе не конец отношений.

Романтическая любовь происходит из комбинации близости и страсти, влюбленные связаны не только физическим влечением друг к другу, но также чувством эмоциональной близости. Такие отношения глубоки и страстны, но влюбленные не берут на себя никаких обязательств.

Дружеская любовь – близость без особенной страсти. Такая форма любви более сильна, чем простая дружба, из-за присутствия в ее основе элемента долгосрочных обязательств. Такой тип любви мы видим, когда супруги живут в браке уже много лет. Страсть понемногу утихла, уступив место глубокой привязанности и твердым обязательствам.

Совершенная любовь – идеальная любовь, к которой стремятся все люди. Именно такие отношения имеют в виду, когда говорят: «Посмотрите, какая прекрасная пара». Эти пары продолжают иметь прекрасный секс спустя пятнадцать – или больше – лет в отношениях, они не представляют себя более счастливыми с кем-то еще, кроме своего партнера, свои незначительные проблемы они преодолевают изящно, и выражают свое восхищение друг другом.

Человек не может жить без любви. С самого рождения и до смерти мы постоянно пребываем в поиске ее или в ней – тут уж, кому как. Но то, что любовь может быть как фактором развития и роста, так и фактором разрушения – стоит признать. Чем старше и опытнее становится человек, тем более аккуратно и взвешенно он подходит к любви, к этому состоянию и явлению. А вот подросток, который только-только начинает окунается в этот удивительный мир любви, он еще ничего не знает об этом состоянии. И его главное стремление – узнать. В подростковом возрасте любовь и межличностные отношения играют одну из ведущих и чуть ли не главных ролей в развитии человека. Именно поэтому важно уделять этому внимание и, если необходимо, – помогать.

Среди учащихся учебных групп 2001, 2002, 2003, 2004 специальности «Финансы» был проведен опрос под названием «Каков ваш возраст в любви?», по опроснику Марины Завизион при участии психотерапевта Жака-Антуана Маларевича. Объем выборки составил 100 учащихся. Сущность опроса заключалась в том, что учащимся было предоставлено 40 утверждений. В случае, если они были согласны с утверждением, то нужно было выбрать букву, соответствующую номеру вопроса. По данным проведенного опроса было выявлено, 4,55 % учащихся любят как «ребенок», 22,73 % как «подросток», 63,64 % как «взрослый», 9,09 % как «пенсионер». Можно сделать вывод, что большинство учащихся, которые прошли опрос, любят как «взрослые». Это значит, что они достигли эмоциональной зрелости, которая приходит с осознанием ограничений – своих и чужих, а еще она – плод извлеченных из имеющихся опыта уроков, обретенного умения меняться и осознания непостоянства чувств.

Любовь, как нравственное чувство, позволяет развить вкус к жизни, научится замечать прекрасное и безобразное. Любовь – это фундамент человеческого мира, ключевая ценность общества наряду с милосердием, совестью, верой и надеждой.

САМООПРЕДЕЛЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ТРАНЗАКТНОГО АНАЛИЗА

Авторы: Сычев М.В., группа 2101

Руководитель: Михаленя Ж. А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Многие люди ищут свой путь развития, но отсутствие основы, понятной информации в лёгком доступе многие забрасывают развитие личностных качеств. Цель моего исследования – применить идеи Эрика Берна и достижения транзактного анализа для личного самоопределения. Смысла моей работы – поделиться результатом с другими людьми.

Суть транзактного анализа заключается в том, что в работе с человеком используется система ролей, эго-состояний, сценариев и игр, исполняемых этим человеком. Согласно теории игр можно сформулировать следующий принцип: любое общение предпочтительнее отсутствия такового. Эксперименты на крысах подтвердили это: наличие контакта благотворно отражалось не только на физическом, умственном и эмоциональном состоянии крыс, но и на их биохимических показателях, вплоть до степени сопротивляемости организма лейкемии. Эксперименты привели к поразительному выводу: на здоровье животных одинаково благотворно сказываются как мягкое поглаживание, так и болезненный электрический удар. Игры удовлетворяют естественную потребность в структурировании времени. Это означает, что можно не беспокоиться о том, что говорить и что делать после обмена приветствиями.

Мое исследование включает четыре части, которые будут формировать помощник или самоучитель: Опросника, Матрицы Определения, Конструктора и Дневника.

Первая часть является сборником из 40 вопросов, которые определяют качества человеческой личности. Первый этап из 12 вопросов выявляет отношение к миру: Я – окей, Вы – окей; Я – окей, Вы – не окей; Я – не окей, Вы – не окей; Я – не окей, Вы – окей. Эти четыре точки зрения получили название жизненных позиций. Некоторые авторы называют их основополагающими позициями, экзистенциальными позициями или просто позициями. Они отражают фундаментальные установки человека насчет сущностной ценности, которую он усматривает в себе и других людях. Это нечто большее, нежели просто мнение о своем или чьем-либо поведении. Э.Берн считал, что «...позиция принимается в раннем детстве (от трех до семи лет) с тем, чтобы оправдать решение, основанное на более раннем опыте». Другими словами, по Э.Берну, сперва – идут ранние решения, а затем – ребенок принимает жизненную позицию, создавая тем самым картину мира, которая оправдывает ранее принятые решения. Этот этап является самым важным, так как отношение к миру является основой поведения человека. Второй этап состоит из 9 вопросов, которые определяют, какой роли склонен придерживаться человек. Результатом ответом может быть не только определение одной роли агрессора, спасателя и жертвы, но и промежуток между ними, получая промежуточный результат. Третий этап также состоит из 9 вопросов, которые, в свою очередь, определяют ориентацию на оп-

ределённую часть личности и недостаток внимания к другой части личности. Последний этап характеризует наличие или отсутствие негативного сценария человека. Результатами данных 10 вопросов могут быть сценарии без любви, без разума и без радости, а также ответом может быть отсутствие негативного сценария.

Следующей важной частью моего проекта является Матрица определения, которая представляет собой совокупность всех вариантов ответов, которые только могут быть после прохождения 1 этапа, всего 432 ответа. Матрица осуществляет функции не только определения, но и показатель разноплановости человеческих проблем, что, в свою очередь, создаёт эффект спокойствия и понимания, что проблемы есть у всех, что довольно важно при прохождении самоопределения. После прохождения матрицы определяется «составляющие» человека, работа с которым будет проходить в следующем этапе.

Третья часть проекта – это Конструктор. На основании прошлой части проходящий программу человек должен собрать из отдельных частей конструктора вариант самопомощи. На основании 4 данных, полученных на 1 и 2 части проекта, должны быть разбросаны по 4 таблицам. В каждой таблице следуя полученным данным человек получает вопросы, советы, а главное – правильное направление движения, ориентир, к которому человек может начать двигаться.

Четвертая часть направлена на помощь общей работе проекта. Она представляет собой лист в линейку, но при этом эта часть выполняет важные функции. Во-первых, она позволит выплеснуть и справиться с чрезмерными и противоречивыми эмоциями, возникающих в процессе работы. Во-вторых, это отличная возможность через анализ первого пункта и отдельных записей отслеживать прогресс самой работы.

В конечном итоге мы получаем проект для массового самостоятельного использования который можно использовать как индивидуально, так и в группах, который может помочь огромному количеству людей, остановить и предотвратить психологические проблемы или, в крайнем случае, быть индикатором необходимости посещения психолога.

В конце я хотел бы рассказать о мотивации создания моего проекта. Первая причина – это личный прошедший опыт. Я был тем человеком, который из всех сил старался развиваться, но первые мои попытки и направления развития были неудачными, и я бы невероятно хотел бы встретить на просторах интернета подобный проект. Вторая причина – внешний застой. Многие люди, в том числе и молодые, не хотят идти к психологу, даже если есть явные проблемы. Многие люди даже, если они хорошо живут и не видят или не хотят видеть перспективы улучшения своей жизни. Мой проект – не только ступень для тех, кому не хватает сил идти решать собственные, но и заявление на осознанность, что знания не имеют конца, осознанность и развитие не имеет границ, что нормализация как плохой, так и обычной жизни – это не нормально.

**ОСОБЕННОСТИ ПИТАНИЯ УЧАЩИХСЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ
«ФИНАНСЫ» СПЕЦИАЛИЗАЦИИ «СТРАХОВАНИЕ»
ФИЛИАЛА БГЭУ «МИНСКИЙ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
КОЛЛЕДЖ»**

Автор: Бурдыко П.А., учащаяся группы 2104

Руководитель: Нестер Т.В.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Одним из критериев благополучия общества является состояние здоровья населения. Право на охрану здоровья граждан Республики Беларусь является конституционными отражено в статье 45 Конституции Республики Беларусь. Одним из факторов здорового образа жизни является организация рационального питания. С необходимостью организации своего питания учащийся первого года обучения сталкивается уже в начале обучения. Правильно организованное (рациональное) питание обеспечивает нормальную жизнедеятельность организма учащегося, его нормальное развитие, повышает сопротивляемость различным вредным воздействиям окружающей среды. Рациональное питание – это физиологически полноценное питание здоровых людей с учетом их пола, возраста, характера труда и других факторов. Рациональное питание способствует сохранению здоровья, сопротивляемости вредным факторам окружающей среды, высокой физической и умственной работоспособности, а также активному долголетию (Согласно сайту Международного института интегративной нутрициологии).

Выбранная тема исследования актуальна, потому что всё чаще встречаются подростки, имеющие те или иные проблемы с пищеварительной системой организма. Вопрос о питании учащихся – один из приоритетных во время обучения в колледже. Учащийся, заселившись в общежитие, попадает в новую социальную среду, постепенно адаптируется к ней, испытывает массу новых впечатлений. Все это на фоне большой учебной нагрузки, нехватки времени, высокого темпа современной жизни. И зачастую учащийся отводит питанию второстепенную роль, проявляя невнимательность по отношению к рациону и режиму питания. При этом наблюдается рост популярности продуктов питания быстрого приготовления, содержащих в большом количестве различные красители, ароматизаторы, модифицированные компоненты. Это может сопровождаться некомпетентностью учащихся в вопросах культуры питания, недостатком или отсутствием навыков организации своего питания, неумением экономно распределять и тратить деньги. Неадекватное питание может привести к различным нарушениям, таким как дефицит энергии, дисбаланс макро- и микро-нутриентов, которые формируют факторы риска целого ряда заболеваний.

Помимо сформированного питания, немаловажно правильно распоряжаться своим бюджетом и тратить рационально денежные средства на обед. Личный финансовый план – это порядок действий, который позволяет получить нужную сумму (или доход) к определенному сроку. Сначала вы оцениваете свое текущее финансовое положение – накопления и текущий доход. Затем на

базе этих параметров рассчитываете, как распорядиться ими и тратить оптимальное количество денежных средств на обеды. Точность личного финансового плана зависит от учета расходов, которые будут сопровождать вас. Часто считают, что финансовый план нужен, чтобы тратить меньше. На самом деле он нужен, чтобы за те же деньги получать больше. Финансовый план поможет понять, как распределить доходы и расходы, чтобы получалось откладывать. В данном исследовании будет показан, как возможно питаться правильно и быть финансово грамотным.

Цель нашего исследования – проанализировать особенности питания в обед учащихся специализации «Страхование» филиала БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж». Задачи работы – изучить затраты на питание и место питания учащихся первого и второго года обучения 2021–2022 учебного года (учебные группы 2004 и 2104); предложить рекомендации учащимся по оптимизации затрат на питание в обед. Объект исследования – учащиеся специализации «Страхование» учебных групп 2004 и 2104 филиала БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж». Предмет исследования: особенности питания и затраты на обед учащихся учебных групп специализации «Страхование» учебных групп 2004 и 2104 филиала.

Значение рационального питания возрастает в условиях большой учебной нагрузки. Снять эту нагрузку помогает правильно организованное питание. Большое значение имеет правильный режим питания. По современным научным данным наиболее обоснованным и полезным для детей школьного возраста и обучающихся является режим четырех- или пятиразового питания. Режим питания строится с учетом приемов пищи дома и в школе и определяет не только время приема пищи, но и калорийный объем каждого приема пищи. Таким образом, обеспечивается лучшее переваривание и усвоение пищи, а также исключается чувство голода. Поэтому просто необходимо, чтобы подросток принимал горячую пищу. Питание должно быть калорийным. Этого можно достигнуть включением в суточный рацион достаточного количества пищевых веществ: белков, жиров, углеводов. Если в пищу не употреблять достаточное количество мяса, рыбы, яиц, молочных продуктов, то замедляется рост человека. Избыток углеводов, особенно сахаров, может привести также к избыточной массе тела. Поэтому конфеты, шоколад, пирожные и т.п. должны присутствовать в рационе, но в разумных количествах.

Данные опроса учащихся учебной группы 2004 показали, что самое популярное место питания у учащихся – это магазин. Средняя сумма на питание – около 4 рублей. Я считаю, что это не большие затраты и уменьшать их не нужно. Если сравнивать обеды в столовой, магазине и обеды с собой, то можно сделать вывод, что наиболее полезные и сбалансированные обеды в столовой. В стоимости значительной разницы нет. Опрос учащихся учебной группы 2104 показал, что большинство опрошенных учащихся питаются в столовой и тратят в среднем около 6 рублей. Учащиеся довольны своим питанием и практически всем нравится то, как они питаются. Однако, несколько учащихся считают, что цены слишком высокие и хотелось бы тратить меньше. Также учащимся хотелось бы больше разнообразия в меню, добавить в свой рацион фрукты, овощи и

суп. Опрос показал, что учащиеся второго года обучения более компетентны в вопросах питания и их траты практически на 30 % меньше.

Каждый задаётся вопросом: как научиться правильно распоряжаться своими финансами и правильно питаться? Неразумные траты – это ошибки в планировании и распределении денежных средств. Они приводят к нехватке денег, долгам. В случае с питанием отдайте предпочтение самостоятельному приготовлению пищи, не покупке готовых блюд или замороженных полуфабрикатов. Небольшая разница в цене купленного в магазине и приготовленного своими руками обеда или ужина на деле оборачивается существенными суммами экономии. Намотив определенные цели и осознав их необходимость, намного легче откладывать деньги, экономить, рассчитывать расходы. Конечной целью финансового плана является приобретение полезной привычки тратить свои деньги на важные и полезные продукты питания, к которым относится горячее питание в обед, сбалансированное по белкам, жирам и углеводам.

ЦЕННОСТО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

Автор: Барковский Г.М., группа Ю-01

Руководитель: Кожухова А.К.

ГБПОУ НСО «Новосибирский торгово-экономический колледж» (Новосибирск)

Современные условия стремительного развития общества задают тенденцию постоянного приспособления человека к новым условиям. Каждый день он получает огромное количество информации, требующей анализа и принятия решения. Изобилие информации формирует в разных общностях и отдельных индивидуумах разные картины мира и представления о себе, как его части. Большинство стремится идти в ногу со временем, но не у всех это получается. Наше общество делится на разные группы по политическим и религиозным взглядам, насыщено представителями разного рода субкультур. В мире, где люди со столь различными мировоззрениями существуют в едином пространстве, неизбежно формируются противоречия и конфликтные ситуации. Смотря на данную действительность, нам бы хотелось узнать каким должен быть современный человек, по мнению большинства.

На базе ГБПОУ НСО «Новосибирский торгово-экономический колледж» нами было проведено исследование по теме «Ценностно-ориентированный портрет современного человека», в нем приняли участие студенты и преподаватели образовательного учреждения, являющиеся представителями разных национальностей, полов, возрастов, политических и религиозных убеждений. При проведении исследования нами была поставлена цель: «Узнать каким большинство видит современного человека», для этого мы составили тестирование, вопросы которого были направлены на выявление ценностно-

ориентировочных особенностей современного человека с точки зрения наших респондентов.

В результате исследования нам удалось выявить несколько особенностей современного человека. По мнению наших респондентов, современный человек обязательно должен иметь определенные цели в жизни, одним из важнейших приоритетов респонденты выделили семью (50 %), 22 % выбрали карьеру. 77 % опрошенных высказали озабоченность своим финансовым положением, и возможностью иметь финансовые трудности в будущем. Также было выявлено стремление к независимости от других людей и внешних факторов, что, по мнению респондентов, напрямую связано с получением профессионального образования. Нами было выделено три главных качества современного человека, по мнению опрошенных: самодостаточность, образованность, толерантность.

Таким образом, имея данные результаты можно составить ценностно-ориентированный портрет.

Для современного человека важен навык грамотной постановки целей. Цель, в данном случае, является основополагающим фактором социального и личностного развития индивидуума, это способ достигать желаемого, подниматься по карьерной лестнице, развиваться, получать новые знания, создавать нечто новое и познавать себя. Карьера и работа для современного человека также имеют большое значение, они могут выступать в качестве площадки для самореализации. В данном случае, для него это способ создавать новое, быть полезным в обществе. Помимо данной роли в жизнедеятельности человека, работа, в первую очередь, является источником финансового благополучия. Современный мир формирует у общества в целом и у его отдельных элементов потребительское отношение к жизни и миру, в данных условиях финансовое благополучие и личная обеспеченность представляются членам общества крайне важным аспектом их жизни. Работа дает возможность зарабатывать деньги, ведь финансовая устойчивость для человека XXI века – это возможности. Чем больше возможностей у него, тем он более успешен и самодостаточен. Независимость, как от людей, так и от всевозможных влияний извне формирует у человека уверенность в завтрашнем дне, способствует его спокойному существованию. На фоне стремления современного человека к финансовой независимости и благополучию, саморазвитию и личностному росту, появляется необходимость в получении качественного профессионального образования для получения возможности заниматься любимым делом, приносящим высокий доход. Получение качественного образования является целью большинства молодых людей XXI века.

Ввиду агрессивных условий современности, человек часто нуждается в близких и родных. Семья для современного человека также играет одну из ключевых ролей в его жизни. Семья для него – это те, с кем всегда хорошо и тепло, те, кто всегда поддержит и будет рядом несмотря ни на что, это те, кто поможет в трудную минуту. Семья – это традиции и любовь. Даже во времена технологий, прогресса и потребительства, в современном человеке сохраняется духовность, как отголоски традиционных ценностей прошедших эпох.

Мир в наше время изобилует различными общественными явлениями, субкультурами, представителями различных рас, национальностей и конфессий. В данных условиях, для мирного и гармоничного сосуществования всех людей, толерантность представляется, как крайне важная черта современного человека, который представляет собой часть современного общества и живет в нем.

В заключении можно сказать, что современные реалии диктуют условия формирования ценностных ориентиров человека. В условиях большой конкуренции и агрессивной среды, ориентирами современного человека становятся финансовая независимость, саморазвитие и терпимость к различным социальным явлениям. Но, несмотря на требовательность общества, человек все еще не забывает о семье и любви, что становится для него главным эмоциональным защитником.

ПРАВОВЫЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ КОНКУРЕНЦИИ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Авторы: Зубченок Е.Д., Ионова Е.И., группа 2006

Руководитель: Саханько Н.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Под термином «конкурентоспособность» понимается способность продукции соответствовать сложившимся требованиям данного рынка в рассматриваемом периоде. Конкурентоспособность товара – способность товара отвечать требованиям рынка данного товара.

Целью данной работы является рассмотреть правовые меры поддержки конкуренции, противодействия монополистической деятельности.

Правила конкуренции – взаимосогласованные международные нормы контроля за ограничительной деловой практикой и по защите конкуренции. Могут носить рекомендательный характер (ООН) или обязательный (ГАТТ, ЕС) характер.

Рынок – это место, где встречаются предложение и спрос. Он ограничен пространством и временем (сезонные артикулы), а также видом товара. На территорию влияет стоимость перевозки: чем больше цена перевозки – тем меньшая территория необходима и наоборот.

Конкуренция недобросовестная – нарушение общепринятых правил и норм конкуренции: неправомерное получение, использование и разглашение конфиденциальной информации, распространение ложных сведений, сокрытие важной для потребителя информации, использование чужой и т.д.». Согласно Гражданскому кодексу, недобросовестная конкуренция в Республике Беларусь не допускается. «О естественных монополиях» в предпринимательской деятельности используются следующие термины:

– монополистическая деятельность – это противоречащие закону «О противодействии монополистической деятельности и развитию конкуренции»

действия (бездействие) хозяйствующих субъектов, государственных органов, направленные на недопущение, ограничение или устранение конкуренции;

- государственная монополия - система общественных отношений, при которой исключительное право на осуществление отдельных видов деятельности, в том числе предпринимательской, имеет государство в лице отдельных государственных органов или иных специально уполномоченных законодательными актами хозяйствующих субъектов;

- естественная монополия – состояние рынка услуг, при котором создание конкурентных условий для удовлетворения спроса на определенный вид услуг невозможно или экономически нецелесообразно в силу технологических особенностей производства и предоставления данного вида услуг;

- чрезвычайная монополия – система общественных отношений на товарном рынке, санкционированная государством на определенный период, при которой конкуренция отсутствует или ограничена;

- правомерная монополия – государственная, естественная или чрезвычайная монополии.

Подготовлен проект Закона «Об изменении Закона Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции». Рассмотрим основные изменения, которые предусматривает проект.

Предлагается увеличить финансовые критерии в отношении балансовой стоимости активов и выручки юрлица, при достижении которых осуществляется антимонопольный контроль МАРТ, до 400000 и 800000 базовых величин соответственно для следующих случаев:

- реорганизация хозсубъектов – юридических лиц в форме слияния или присоединения;

- создание холдингов, ассоциаций, союзов, гособъединений;

- заключение между хозсубъектами – индивидуальными предпринимателями, коммерческими организациями, являющимися конкурентами, договора простого товарищества;

- приобретение голосующих акций (долей в уставном фонде) хозсубъекта, а также приобретение прав в отношении хозсубъекта либо нескольких хозсубъектов;

- приобретение имущества коммерческих организаций.

ОСНОВЫ ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ БЕЛОРУСОВ НА ПРИМЕРЕ ПОДВИГА ПРАВЕДНИКОВ НАРОДА МИРА

Автор: Латышева Л.В., группа 441

Руководитель: Ильенкова С.В.

УО «Минский государственный колледж технологии и дизайна лёгкой промышленности» (Минск)

Год исторической памяти, которым в Беларуси объявлен наступивший 2022 год, проходит под знаком сохранения героического наследия и правды о

всех периодах жизни белорусского народа. Воспитание молодежи и формирование ценностных ориентиров современного общества на лучших примерах Великой Отечественной войны является одним из наиболее важных путей сохранения исторической памяти.

Историческая память о Великой Отечественной войне – это не только представления о героических, но трагических событиях отечественной истории, о подвигах, патриотизме и достижениях страны. Историческая память – это ценностные ориентиры, способствующие формированию и укреплению патриотизма и гражданского самосознания. В этой связи Великая Отечественная война оценивается как наиболее значимое событие по ряду оснований. Оно определило не только будущее нашей страны, но и всего мира, и поэтому его оценка базируется не только на осознаваемом, но и на интуитивном признании роли этой войны в истории всего человечества.

В годы Великой Отечественной войны наша республика потеряла каждого третьего своего жителя. Это невосполнимая потеря для белорусского народа, заплатившего страшную цену за освобождение от фашистского рабства. Нельзя забывать, что гитлеровцы обрекали на смерть миллионы людей разных национальностей, каждый третий из живущих был убит, повешен, умер от голода или вывезен на принудительные работы в Германию, страны Третьего Рейха. С другой стороны, были те, кто встал на защиту своего Отечества, семьи, достоинства. Так сложилось в послевоенной истории Беларуси, что те, кто был на оккупированной территории, попал в гетто, концлагеря, лагеря для военнопленных, принудительно был вывезен на работы в Германию, не были поставлены в ряд победителей. Немногие из нас и сейчас их могут назвать таковыми. В их ряду и Праведники – неизвестные герои войны, кто встал на защиту слабых, рискуя собственной жизнью и жизнью своих родных, детей и близких. Они помогали евреям, взрослым и детям, женщинам и немощным, гонимым на смерть, нищету, оскорбления. Они помогали военнопленным, партизанам, слабым и отчаявшимся.

Звание «Праведник народов мира» присваивается государственной комиссией Национального Института Памяти Жертв Нацизма и Героев Сопротивления мемориального комплекса истории Холокоста Яд Вашем (Память и имя), во главе с председателем Верховного Суда Израиля. Законом о мемориале определен особый статус людей других национальностей, которые с риском для жизни спасали евреев в годы Холокоста – укрывали их в своих домах, в храмах и монастырях, изготавливали им фальшивые документы, помогали бежать из гетто. Таких людей называют «Хасидейуммот ха-олам» – «Праведники среди народов мира». Специальный комитет под председательством одного их членов Верховного суда Израиля рассматривают каждую кандидатуру и все имеющиеся в распоряжении доказательства (свидетельства очевидцев и т.д.). Праведнику мира (или его наследникам) торжественно вручают медаль, на которой на иврите и французском языках с надписью «В благодарность от еврейского народа, кто спасет одну жизнь, спасет весь мир».

Традиционно считается Праведником тот, кто в своих поступках руководствуется принципом честности, справедливости, не нарушает правил нравст-

венности. Но в годы войны, чтобы поступать по законам нравственности, надо было рисковать жизнью.

Согласно нацистской программе уничтожения еврейского населения надлежало создать оккупационный режим, при котором исключались любые возможные пути к спасению потенциальных жертв от смерти. В первую очередь это касалось контактов узников гетто с неевреями. Оккупанты, преследуя цель последующего полного истребления, запрещали евреям общаться с населением, находившимся вне пределов мест изоляции. В то же время белорусам не позволялось контактировать с обитателями гетто. В тех случаях, когда еврею представлялась еда, одежда, разрешалось войти в дом или еще каким – либо образом оказывалась помощь, нацисты могли расстрелять всю семью людей, игнорировавших распоряжение оккупантов. Однако гуманизм нередко побеждал в людях страх смерти, и они смело шли на помощь евреям, обреченным на гибель. Часто в процесс спасения даже одного еврея вовлекалось несколько человек, которые оказывали ему содействие на том или ином этапе. Люди, помогавшие евреям, осознавали опасность, какой они подвергали себя и свою семью, и поэтому им требовалось для этого немалое мужество. В условиях войны и проводимой гитлеровской оккупации политики «разделяй и властвуй», натравливания одной национальности на другую, в подавление под страхом смерти воли населения к сопротивлению, тем не менее, были те, кто находил в себе силы и мужество помогать евреям. Это проявление одной из лучших человеческих качеств: помощь в беде, несмотря ни на что.

Весьма интересны следующие данные, полученные после исследования 129 случаев спасения евреев на территории восточной и центральной частей Беларуси, произошедших благодаря подвигу 258 неевреев, в большинстве своем белорусов, награжденных впоследствии израильской медалью «Праведник народов мира». На основании полученных сведений можно отметить два вида спасения: индивидуальный и коллективный. Причем во втором случае речь идет о двух разновидностях спасения. К первой относится укрывательство несколькими Праведниками одного человека, а ко второй помощь группы спасителей двум или большему количеству людей. В 70 из приведенных 129 случаев праведники спасали детей, в 31 – взрослых, и в 28 – семьи.

Исходя из степени взаимоотношений между спасителями и спасенными евреями, выделим несколько групп. Наиболее многочисленную группу составляют люди (75 случаев), знавшие ранее спасенных ими евреев. Как правило, спасители и спасенные жили по соседству, вместе работали и учились. Ко второй группе относятся праведники, решившиеся спасти людей, не знакомых им ранее. В данном случае гуманизм брал верх над страхом перед будущим наказанием, причем решения принимались практически сразу. В третью входят праведники, бывшие нееврейскими родственниками спасенных евреев. В этом случае евреи могли рассчитывать на поддержку не только своих родственников, но и их знакомых. К четвертой отнесем работников детских домов. Спасение в этой группе предполагало единомыслие всего коллектива учреждения, как взрослых работников, так и юных воспитанников. Укрывательство узников гетто в детских домах являлось не только коллективной, но и более сложной фор-

мой спасения. Ситуация в этом случае сопряжена с большим риском для жизни спасителей.

Наиболее наглядно можно проиллюстрировать действия спасителей, отнесенных к этой группе, на примере Минска, где в каждом из 9 детских домов, а также в детском приемнике-распределителе (заведующая Трубенюк Н.), находились еврейские дети, число которых, согласно свидетельствам В. Пафенюка и А. Шеврука, составляло примерно 500–600. Сотрудник отдела просвещения горуправы Минска Орлов В.С. знал о национальной принадлежности детей, однако, несмотря на строжайший запрет оккупантов, распределял несовершеннолетних узников гетто в детские дома.

Еврейским детям спасители давали славянские имена и укрывали их. Оккупанты, в свою очередь, проводили в детских домах регулярные облавы и проверки детей. Дети, с целью определения еврейского происхождения, подвергались оккупантами антропологической экспертизе. В Минске комиссия, занимавшаяся подобной нацистской селекцией, работала при детском доме № 5. Ее возглавлял офицер СД Ребигер. Специалист по расовой теории и практике – Кемпе – также входил в состав названной комиссии. Он курировал детские дома и занимался расовой экспертизой. Только благодаря мужеству сотрудников, скрывавших детей, как в самом детском доме, так и у местных жителей, немало число из них уцелело.

Помощь Праведников, поддержанная партизанским движением, являлась наиболее действенной в условиях оккупации. Большое значение для убежавших из гетто или с места расстрела имело удачное стечение обстоятельств. Евреи, искавшие укрытия у местного населения, встречали людей, совершавших подвиг ради спасения обреченных на смерть и во имя сохранения человеческой жизни.

Всего по состоянию на 01 января 2022 г. этим званием удостоены свыше 700 граждан Беларуси, которые самоотверженно встали на защиту своей Родины. Признанные Праведники народов мира – это христиане всех конфессий, верующие и атеисты, мужчины и женщины, люди всех профессий и возрастов, образованные профессионалы и неграмотные крестьяне, богатые и бедные. Единственное, что их объединяет, – это человечность и мужество, стремление в жестоких условиях террора сохранить лучшие нравственные качества. Ценность жизни другого человека для рядового белоруса оказывалась важнее не только материальных благ, но, зачастую, и собственной жизни. К сожалению, обрели награду еще не все те, кто спасал евреев. Долгое время в Советском Союзе поиск таких людей и присвоение им звания «Праведник народов мира» были невозможны. В результате многие уцелевшие и их спасители ушли из жизни. Тем не менее, поиск и награждение людей, совершивших великий подвиг, продолжается до настоящего времени.

В наше время нельзя забывать о том, что геноцид – это не только физическое умышленное уничтожение людей, но и целенаправленное уничтожение культурного и экономического потенциала народа, результатов его труда и творческого наследия, разрушение традиционной идентичности. И замалчива-

ние темы Холокоста неизбежно приведёт к непризнанию подвига Праведников народов мира.

Подвиг праведников – это красноречивый показатель отзывчивого и мужественного характера белорусов. И ответ на вопрос, почему наши отцы и деды выстояли и победили в той страшной войне. Нас всегда выручали единение и взаимопомощь, подлинный интернационализм и естественное человеческое благородство. В современной Беларуси очень много делается для того, чтобы утвердить принципы гуманизма и доброй воли. Наследие Великой Победы включает в себя образы поступков, поведения, отношений и действий, проявившихся в экстремальных ситуациях военного времени. Эти образы дают возможность понимания особенностей менталитета, современных ценностных установок, традиций и стереотипов, как отдельных людей, так и всего общества.

ВЛИЯНИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА НА ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ МОЛОДЕЖИ

Автор: Братищева М.А., группа 2 осн. УА-2

Руководитель: Нуркасымова М.А.

ЧУ«Электронный колледж имени Жакии Чайжунусова» (Семей)

В условиях новейшей жизнедеятельности происходит метаморфоза мировоззренческих ориентиров молодого поколения. Молодое поколение, не имеет четкой жизненной позиции, поэтому легко поддается влиянию деструктивных тенденций, среди которых существует влияние средств массовой информации, а также глобальной системы Интернет. В публикации анализируются ценности, социокультурные приоритеты молодежи, культурные нормативы, через которые предопределяются благо, добро, стремление, которые в обширном подтексте необходимы стать регламентами в жизни нынешней молодежи.

Молодежь – это «социально-демографическая группа, переживающая этап формирования социокультурной и психофизиологической зрелости, адаптации к осуществлению социальных ролей взрослых». Осмысливая вышеназванную ситуацию в адаптации молодого поколения рассматривая ценности нынешней молодежи как аксиологический ресурс духовно-нравственного воспитания, можно сказать, что наиболее восприимчивыми к отрицательным воздействиям, в силу несформированности этических позиций, оказались дети, подростки, молодежь, поддавшиеся влиянию рынка, низкопробных образцов массовой культуры, преступных структур, деструктивных сект. Исследователи подчеркивают, что среди молодежи стали популярными такие направленности как процесс универсализации, отторжение, снижение уважения к старшему поколению, неприятие исторически сложившихся эталонов. Можно проанализировать один отрицательный аспект, который производит воздействие на становление мировоззренческих ориентиров юного индивидуума: СМИ и общепланетарная система Интернет. СМИ через воздействие на общество в целом

воздействуют на каждого индивидуума в совокупности, сформировывая определённые идентичные эмоции и деяния. Таким образом, благодаря СМИ сформировывается общественное мнение – состояние повсеместного сознания, заключающее в себе неявное или явное отношение всевозможных социальных общностей к трудностям, событиям реальности. Функциональные способности СМИ оказывают воздействие на подсознание населения с помощью: дезинформации, внушения, управления и так далее. Помимо рекламы (которая не всегда оказывает положительное действие), в СМИ сфокусировано преобладающее обилие источников негативных эмоций, примеров, и других форм, воздействующих на сознание молодежи. Одним из решений данной проблемы, могли бы служить внедрение и систематическое повторение программ, посвящённых духовно-нравственным проблемам, ответственности, выстраиванию мировоззренческого вкуса, этических норм и патриотизма. Передачи необходимы быть построены на живом примере молодежи, то есть демонстрировать путь исправления, способы «исцеления», а также благоприятные итоги в действительной жизни молодого человека.

Рассмотрим вопрос, связанный с ценностными ориентациями молодежи в условиях модернизации. Проблема межэтнических отношений, равно как и проблема этносоциального статуса национальных меньшинств, актуальна и значима для полиэтнического общества. Но особую важность она приобретает в условиях модернизации модифицирующееся общество пребывает перед лицом всевозможных трудностей, как традиционных, так и новых, в числе которых политический радикализм с его жесткой нетерпимостью, военные споры и терроризм. Но есть гуманные пути, на которых можно избежать трагедий, – это пути толерантности. Для достижения толерантности необходимо, прежде всего, преодолеть этнокультурные и межнациональные конфликты. Данная проблематика не ненароком экстраполируется на юношескую адаптацию, поскольку от того, носителем каких взглядов и само ценностей будет данная возрастная классификация, предопределяется в будущем характер межнациональных, межкультурных и межрелигиозных взаимоотношений. Социокультурное отторжение реализуется чаще всего в подавленности, безучастии к внешнеполитической жизни общества. На уровне само идентичности проявление каких-либо конкретных политических систем минимально. Вместе с тем, именно этот прецедент, а также импульсивность, легковёрность и психологическая нестабильность юных индивидуумов искусно применяются экстремистскими группировками. В ситуации структурного кризиса у молодых людей отсутствует отчётливо выраженная сущностная самоидентификация, сильны поведенческие шаблоны, подразумевающие деперсонализацию установок. Аналогичная социальная отстранённость молодых чревата крайним идеологическим пристрастием, обретающим черты радикального экстремизма. Изучения определяют прямую зависимость между внутривнутриполитическим устремлением оказывать воздействие на власть и стремлением обретения этого экстремистскими методами. Межпоколенческое отторжение (спор поколений) включает широкий диапазон отрицания: от разрушения внутрисемейных контактов до противопоставления «нас» всему обществу или власти, включая историю и культуру правительства.

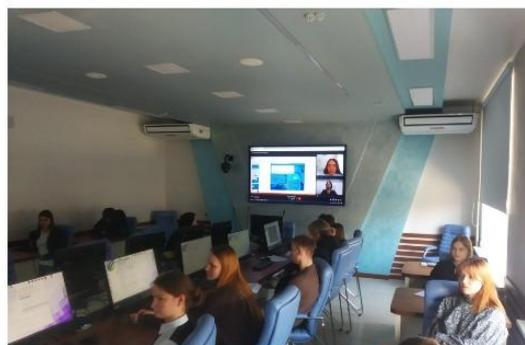
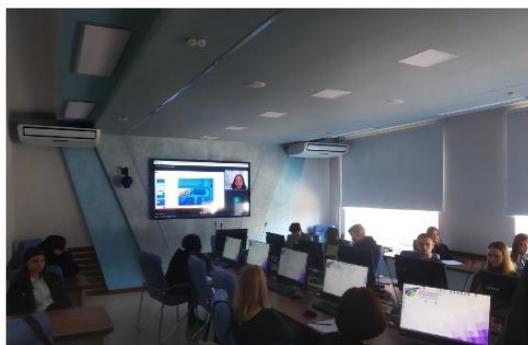
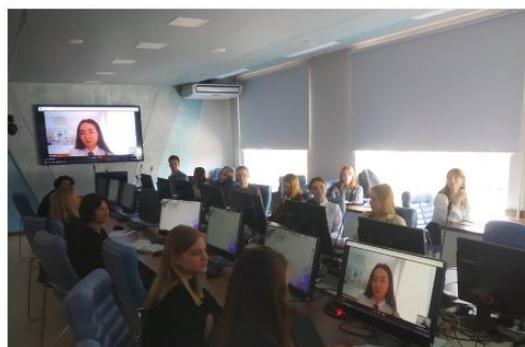
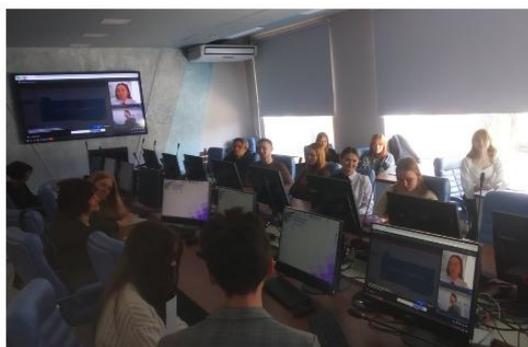
Важнейшим контркультурным фактором характеризуется досуг как базовая область жизнедеятельности, от удовлетворенности которой обуславливается всеобщая успокоенность жизнью молодого человека. Досуговый вакуум молодежи благополучно заполняется антиправительственным содержанием, так как изначально сформирован на социальный протест. Основным социально-формализующим показателем числа современной молодежи является материально-имущественный. Случается, откат к доиндустриальной концепции дифференциации – разделение по формам собственности, обеспеченности источников жизнеобеспечения (работы, зарплаты), способностям актуализации прав, принадлежности к силовым структурам. Расхождение потребностей способностям их удовлетворения увеличивает дезинтеграционные процессы, влечёт к деформации интересов, порождая всевозможные структуры социокультурного протеста, в том числе в форме неприятия важности общепризнанных нужд и интересов.

Значимости культуры как традиционной, так и псевдонародной, вытесняются схематизированными коллективными стереотипами, которые экстраполируются на показатель группового и личностного поведения молодых людей. Прагматизм в обретении определённых задач характеризуется базовой особенностью социального поведения молодежи, что предопределяет потребительскую конструкцию в взаимоотношении прочих значимостей. Их выбор чаще всего привязан с групповыми стереотипами и престижной иерархичностью ценностей в неформальной группе общения, что предопределяет высокую заражаемость и быстрое распространение в молодежной среде ценностных ориентаций. Социокультурный конформизм подчёркивается только в парадигмах неформальной группы общения, все другие ценности и стереотипы откешиваются. В крайне жестковатой форме с отчётливо выстроенной регламентацией ролей и имиджей эта закономерность типична для формализованных преступных экстремистских группировок. Разрушение старой идеологии и системы ценностей, на в течении десятилетий закреплявшей культурное пространство страны и региона, на фоне отсутствия какой-либо концепции, сейчас рассматривается одним из главных аспектов принятия иных мировоззренческих ориентаций. Патриотическое осмысление как собственного государства народами общенациональных субъектов в требованиях глубинного социально-экономического кризиса и отсутствия внутренней идеологической мотивации к этому имеет на сейчас самый невысокий показатель, и в специфики у юного поколения.



СЕКЦИЯ № 3

Финансовая стабилизация – одно из условий экономического роста



РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПО СОЗДАНИЮ ООО СТРАХОВОЙ БРОКЕР «INSURANS&CONSALT»

Автор: Мостыка А.А., группа 2004

Руководитель: Стасевич С.С.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Нестабильность и конкурентоспособность современного рынка ясно свидетельствуют – ни один успешный предприниматель уже не может обойтись без планирования своего бизнеса. Причем, без детального планирования бизнес-плана не обойтись не только на этапе создания своего дела, но и на стадиях вывода новых товаров и услуг на рынок, расширения бизнеса, при выходе на новые рынки, а также в случае реорганизации компаний и производств, осуществлении инвестиционных проектов.

Бизнес-план выступает необходимым инструментом технического, экономического и финансового, управленческого обоснования дела, включая взаимоотношения с банком, инвесторами, сбытовыми и посредническими организациями.

Сегмент белорусского рынка страховых брокеров в данный момент больше, чем в начальной стадии своего развития. Также стоит заметить, что осведомленность населения об услугах страховых брокеров крайне мала. В рамках определенных категорий юридических лиц уже известность об этих услугах существует. Потенциал рынка достаточно большой, если входить на него с уже четким сформированным страховым портфелем и с четкой стратегией продвижения. Рынок увеличивается даже с учетом внешних факторов. Исходя из того, что страховой рынок, в целом, растет, определенную долю будут продолжать заполнять страховые брокеры.

Для достижения поставленной цели необходимо решение рассмотреть теоретические аспекты для разработки бизнес-плана предприятия ООО Страховой брокер «Insurance & Consult» и проанализировать рыночную ситуацию и условия разработки бизнес-плана о создании предприятия ООО Страховой брокер «Insurance & Consult».

Для реализации проекта требуется уставный капитал в 55000 белорусских рублей.

Работы по предоставлению услуг по проекту предполагается начать с 01.01.2023. За два месяца до начала работ начинается проработка договоров с арендаторами, поставщиками материалов, страховыми компаниями. Определяется объем работ, уточняются калькуляции затрат и финансовый план, определяются сроки оплат, заключаются договора о сотрудничестве со страховыми компаниями, благодаря которым устанавливаются все условия, а также суммы комиссионного вознаграждения. Также за два месяца начинается подбор высокопрофессионального персонала, определяется уровень и условия оплаты работ. На первоначальном этапе требуется следующий состав персонала: 1 директор, 1 заместитель директора, 3 страховых агента.

Таблица 1 – SWOT-анализ страхового брокера

Сильные стороны	Слабые стороны
Большой спрос на предоставляемые услуги. Оказание страховых услуг различных направлений. Ценовая политика, позволяющая охватить целевую аудиторию с разным уровнем достатка.	Компания не зарекомендовала себя для новых клиентов, не находящихся в страховом портфеле.
Возможности	Угрозы
Страховой брокер может стать одной из ведущих фирм в данном сегменте рынка. Открытие филиала в различных городах Республики. Открытие точек по городу Минску.	Наличие конкурентов на рынке. Финансовый кризис в стране. Сильные изменения в налоговом законодательстве.

Примечание – Источник: собственная разработка.

Уже сейчас можно сказать, что потенциальная фирма будет иметь успех за счет экспертности действующих сотрудников, благодаря их длительной работе на страховом рынке. А также за счет умения эффективно использовать контекстную рекламу и предпринимать иные немаловажные действия.

Маркетинговый план содержит концепцию развития. Самыми эффективными способами продвижения страхового брокера представляются следующие: продвижение аккаунта Instagram с помощью рекламы, размещения интересных постов и историй на темы страхования, реклама в других социальных сетях, телевидении, создание сайта-визитки и другие.

Все затраты на открытие компании показаны в смете вложений:

Таблица 2 – Смета вложений

Расходы	Сумма, бел. рублей
Регистрация	500
Аренда помещения (за три месяца)	2493
Оборудование	9980
Реклама в месяц	2000
Прочие расходы	500
Зарплата работникам за месяц	6000
Уставный фонд	5500
Итого	76473

Примечание – Источник: собственная разработка.

Если предположить, что выручка страхового брокера в месяц будет составлять от 100000 до 140000 белорусских рублей (благодаря уже сформированному страховому портфелю), можно сказать, что прибыль составит около 2400 белорусских рублей. При условии, что мы берем среднюю выручку размером 120000 белорусских рублей. Расчет прибыли производился путем умножения выручки за месяц на 20 %. В свою очередь 20 % – комиссионное вознаграждение от страховых компаний, с которыми будет заключен договор. Так как не стоит забывать, что страховой брокер – юридическое лицо, зарегистриро-

ванное в установленном порядке и осуществляющее посредническую деятельность по страхованию в интересах страхователя или страховщика. Отсюда и сделан вывод, что компания окупится в течение года.

Для организации производственного процесса страхового брокера необходимо следующее оборудование, показанное в таблице 3.

Таблица 3 – Оборудование

Наименование	Количество, шт.	Стоимость за единицу, бел.руб.	Сумма, бел. рублей
Стол офисный	5	150	750
Шкаф	1	240	240
Стеллаж	1	320	320
Комод офисный	1	190	190
Кассовое оборудование	1	360	360
Стулья	8	60	480
Сейф	1	550	550
Принтер	2	890	1780
Компьютер	4	1300	5200
Телефон стационарный	1	110	110
Итого			9980

Примечание – Источник: Собственная разработка.

При расчётах данного проекта, учтено, что страховой брокер не будет работать на все 100 % из-за конкуренции и возможных изменений экономической, политической и социальной ситуации на целевом рынке. Спустя полгода, когда компания приобретет уже определенный имидж на рынке и будет иметь свою стабильную клиентскую базу, загруженность будет постепенно увеличиваться ежегодно.

Проект окупится в течение года, поэтому следует сделать вывод о целесообразности применения данного проекта.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Авторы: Долгий А.Г., Демещенко Д.А., группа 2001

Руководитель: Ларченко И.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

В работе рассматриваются основные источники финансирования бюджетных организаций в сфере образования. Современное состояние белорусской экономики в условиях турбулентности предполагает внедрение инновационных программ на уровне учреждений образования. Для обеспечения мировой конкурентоспособности белорусского образования, воспитания развитой и соци-

ально ответственной личности Республика Беларусь реализует государственные программы по поддержке образовательной сферы.

Уровень благосостояния страны и ее конкурентоспособность на мировом рынке во многом зависят от уровня подготовки кадров в сфере экономики, здравоохранения, информационных технологий и в других сферах. Таким образом, в стране должен быть высокий уровень состояния национальной системы подготовки персонала, в связи с чем рассмотрение финансирования сферы образования является актуальным.

В Республике Беларусь применяются такие формы финансирования образовательных услуг, как сметное финансирование, собственные средства потребителей услуг, налоговые льготы, образовательные кредиты, государственная поддержка с использованием средств программы «Семейный капитал».

Расходы на образование отражаются по разделу 09 «Образование» функциональной классификации расходов бюджета и включают расходы, связанные с финансированием деятельности организаций, обеспечивающих:

- получение образования всех уровней;
- подготовкой кадров высшей научной квалификации;
- повышением квалификации и переподготовкой кадров;
- финансированием прикладных научных исследований, научно-технических программ и проектов в области образования;
- изданием учебников и учебных пособий для систем дошкольного и общего среднего образования и др.

Источники финансирования государственных учреждений образования:

- республиканский и (или) местный бюджеты;
- средства учредителей;
- средства, полученные от приносящей доходы деятельности;
- безвозмездная (спонсорская) помощь юридических лиц, индивидуальных предпринимателей;
- иные источники, не запрещенные законодательством.

При применении сметного финансирования размер финансовых средств рассчитывается в зависимости от категории и пропускной способности образовательного учреждения. Однако планирование выделяемых средств не по всем статьям производится в соответствии с нормативами, так как их нет законодательно установленных (расходы на текущий ремонт зданий и помещений, ремонт оборудования, приобретение мягкого инвентаря и т.д.). В основном финансирование по этим статьям занижено.

Внебюджетными источниками финансирования образования признаются:

- доходы, полученные за счет оказания дополнительных платных образовательных услуг;
- доходы, полученные образовательным учреждением от предпринимательской деятельности;
- добровольные пожертвования и целевые взносы физических и юридических лиц.

К основным видам платных образовательных услуг можно отнести:

- обучение на подготовительных курсах;
- обучение с возмещением затрат;
- платное консультирование по учебным дисциплинам;
- переподготовку и повышение квалификации специалистов;
- предоставление второго высшего образования;
- углубленное изучение отдельных дисциплин вне сетки расписания;
- дополнительные дисциплины по заявкам студентов и др.

Оказание платных дополнительных образовательных услуг не может осуществляться взамен или в рамках образовательной деятельности, финансируемой за счёт средств республиканского и (или) местных бюджетов. Они предоставляются на добровольной основе с согласия обучающихся или их законных представителей. Стоимость таких услуг определяется государственным учреждением образования исходя из положений законодательства Республики Беларусь, с учётом необходимых для их оказания экономически обоснованных затрат.

Учреждения образования, реализуя своё право осуществлять приносящую доходы деятельность, получают средства, которыми они могут самостоятельно распоряжаться, расходы их в соответствии с законодательством и собственными уставами. При этом не происходит снижение финансирования таких организаций за счёт средств республиканского и (или) местных бюджетов.

Достаточно широкое распространение среди внебюджетных источников финансирования получили сдача образовательными учреждениями в аренду помещений, оборудования, земельных участков, а также оказание населению и организациям платных автотранспортных, оздоровительных, рекреационных, телекоммуникационных, аудиторских и экспертных услуг, выполнения за плату ремонтных работ, множительных и типографских работ, консалтинг, НИОКР.

Учреждения образования также могут использовать такие источники внебюджетных средств, как операции с ценными бумагами, спонсорская помощь, взносы попечительского совета, депозитные вклады, долевое участие в коммерческих проектах с иными организациями и др.

В настоящее время идёт реализация государственной программы «Образование и молодёжная политика» на 2021-2025 гг., которая включает в себя подпрограммы:

- «Развитие системы дошкольного образования»;
- «Развитие системы общего среднего образования»;
- «Развитие системы специального образования»;
- «Развитие системы профессионально-технического образования и средне-специального образования»;
- «Развитие системы высшего образования»;
- «Развитие системы послевузовского образования»;
- «Развитие системы дополнительного образования взрослых»;
- «Развитие системы дополнительного образования для детей и молодежи»;

- «Обеспечение функционирования системы образования Республики Беларусь»;
- «Подготовка кадров для ядерной энергетики»;
- «Молодёжная политика».

Налоговые льготы — это косвенная форма финансирования, применяемая в Республике Беларусь, которая предоставляется как самим учреждениям образования (НДС, налог на прибыль, земельный налог, налог на недвижимость и т.д.), так и получателям услуг (подходный налог с физических лиц).

К образовательному кредиту прибегает человек, решивший получить платные образовательные услуги, но не располагающий достаточными средствами для их оплаты. В таком случае он берет в банке долгосрочный кредит, который впоследствии возмещает с процентами из своих доходов.

В Республике Беларусь с 2015 г. действует Программа семейного (материнского) капитала. Суть программы заключается в поддержке многодетных семей Беларуси. Ими можно оплатить услуги образования, здравоохранения, улучшить жилищные условия или направить на формирование дополнительной пенсии матери.

Таким образом, образование играет важную стратегическую роль еще с XX века. Однако в современном мире важны не только фундаментальные знания, но и изобретательный подход к делу, умение создавать новое. Творческий подход к делу стал необходим из-за изменившихся условий производства. Сегодня знания быстро устаревают, а технологии легко копируются. Для того чтобы выжить, сотрудникам необходимы эмоциональный интеллект, самостоятельное мышление, вдохновение, креативность и интуиция. Для реализации, данной потребности систему образования необходимо особенно поддерживать и развивать. Это говорит о важности финансирования учреждений образования, так как именно они в большей степени оказывают воздействие на развитие личности и человека, начиная от дошкольного образования и заканчивая профессиональным и дополнительным образованием.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И МАЛЫЙ БИЗНЕС В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Автор: Кирилович Т.И., группа 2102

Руководитель: Демьяненко И.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Малое предпринимательство является неотъемлемым элементом современной рыночной системы хозяйства, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Во всем мире малое предпринимательство выступает сегодня в качестве одной из движущих сил экономического и научно-технического прогресса и главного работодателя во

всех отраслях экономики. Поэтому абсолютное большинство развитых государств всемерно поощряет деятельность малого бизнеса.

В Республике Беларусь становление малого бизнеса – необходимый фактор, обеспечивающий рост экономики, обогащение рынка разными товарами и услугами, а также борьбу с безработицей. За последний период развитие малого предпринимательства в Республике Беларусь свидетельствует о высоком вкладе данного сектора в экономику республики.

Принцип предпринимательства заключается в том, что оно свободно осуществляется предприятиями на свой страх и риск.

Сущностью предпринимательской деятельности является создание товаров или услуг, которые могут быть востребованы на рынке и представляют ценность для потребителя.

Главное – это активная поддержка малого бизнеса государством, которому такая политика выгодна по двум причинам:

1) превращая своих граждан в предпринимателей, государство снимает с себя ответственность за решение многих социальных проблем;

2) каждый гражданин, становясь предпринимателем, не только создает благополучие своей семье, но и вносит большой вклад в решение государственных проблем посредством уплаты налогов, благотворительности.

На протяжении последних нескольких лет наблюдается положительная динамика численности малых предприятий в общем количестве занятых в экономике.

По данным Национального статистического комитета на 1 января 2021 года в Беларуси хозяйственную деятельность осуществляли 269,5 тысячи индивидуальных предпринимателей и 111,4 тысячи организаций малого и среднего предпринимательства, в том числе 96,6 тысячи микроорганизаций (87 % от общего количества организаций малого и среднего предпринимательства), 12,6 тысячи малых организаций (11 %) и 2,2 тысячи средних организаций (2 %).

Если в целом субъектов МСП за год стало больше на 3,6 %, то по категориям их количество изменилось так:

- ИП – плюс 12,3 тыс. (4,9 %);
- микроорганизации – минус 189 (0,2 %);
- малые организации – плюс 847 (7,2 %);
- средние организации – минус 35 (1,6 %).

Согласно данным Министерства по налогам и сборам на 1 марта 2021г. удельный вес в общих налоговых поступлениях в бюджет составляют: микроорганизации – 9,9 %; малые организации – 16,9 %; средние организации –

7,8 %; индивидуальные предприниматели – 3,5 %.

Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг субъектов малого и среднего предпринимательства за 2020 год составила 158 млрд рублей, вклад в республиканский объем выручки – 42,2 %. Вклад субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП республики за 2020 год

составил 26,4 %, в том числе организациями малого бизнеса – 16 %, организациями среднего бизнеса – 7,3 %, индивидуальными предпринимателями – 3,1%.

Аналогичные тенденции наблюдались и по другим показателям, характеризующим вклад субъектов малого предпринимательства в развитие национальной экономики. Например, доля организаций малого предпринимательства и ИП в общем объеме валовой добавленной стоимости увеличилась на 3 процентных пункта, выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг – на 3,6 п.п., объеме промышленного производства – на 2,7 п.п., инвестициях в основной капитал – на 2,3 п.п., внешней торговле товарами – на 3,7 п.п.

Таким образом, приведенные выше данные свидетельствуют о значительной роли МСП в развитии экономики в том потенциале, который еще не реализован в полной мере из-за ряда препятствующих факторов. Большинство проблем связаны со сферой взаимоотношения предпринимателей и государства, а также с экономическими условиями функционирования малого бизнеса.

В нашей стране действует сеть субъектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства. Так, по итогам 2021 года в стране действовали 109 центров поддержки бизнеса и 26 инкубаторов по всем областям.

Деятельность центров направлена на оказание субъектам предпринимательства, гражданам, желающим начать свое дело, информационных и консультативных услуг по организации и ведению предпринимательской деятельности, содействию в получении финансовых и материально-технических ресурсов.

Инкубаторы представляют субъектам предпринимательства помещения под офисы и производственную деятельность, офисное оборудование, услуги делового сопровождения в целях создания наиболее благоприятных условий для стартового развития и оказания им помощи консультационного и технического характера в первые годы их деятельности.

На первый взгляд, можно считать, что малый бизнес значительно уступает большому бизнесу в борьбе за рынки. Существует мнение, что рынок в основном доступен большим предприятиям с многомиллионными оборотами и невозможен для малых предпринимательских структур. Главный аргумент заключается в невозможности малых предприятий конкурировать с мощно оснащёнными крупными фирмами. На самом деле это не так. Например, чтобы изменить свою стратегию деятельности, крупным предприятиям требуется около 6 лет, а для внедрения новой стратегии – 10 лет и более. Для малых фирм этот срок значительно меньше – от 6 месяцев до 1 года. Также считалось, что технологические инновации – это сфера большого бизнеса, однако статистика показывает, что 95 % радикальных технологических инноваций пришло из сферы малого бизнеса. К тому же, согласно статистике, в малых фирмах в 24 раза больше инноваций и открытий по сравнению с крупными фирмами.

Если рассматривать внутренние проблемы развития малого бизнеса, следует отметить, что, по мнению респондентов, на трудности оказывают влияние команда предприятия и корпоративная культура, уровень профессионализма работников, знание рынка, конкурентоспособная продукция, а также отношения с органами власти и влиятельными лицами.

Остановимся на основных проблемах развития малого бизнеса в Республике Беларусь. Во-первых, для Беларуси характерна недостаточная финансовая поддержка и отсутствие реальных финансово-кредитных механизмов обеспечения такой поддержки. Во-вторых, налоговое законодательство все еще остается противоречивым и сложным. Таким образом, обеспеченность финансовыми средствами, а также доступ к кредитным ресурсам значительно затрудняют развитие малого бизнеса.

Подводя итог, можно сказать, что предпринимательство в Беларуси – уже реальность, от его развития, от отношения общества и государства к этой сфере экономики зависит и развитие всей Беларуси в целом.

ИННОВАЦИОННЫЕ ОТРАСЛИ ЭКОНОМИКИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВУЮ СИСТЕМУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Автор: Олешкевич М.В., группа 2102

Руководитель: Демьяненко И.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Инновационные отрасли – это отрасли экономики, выпускающие продукцию, выполняющие работы и услуги с использованием последних достижений науки и техники.

Переход к экономике инновационного типа, который в настоящее время определяется в качестве ключевой задачи для Республики Беларусь, возможен лишь при условии эффективного и динамичного развития отраслей, определяющих научно-технический прогресс.

Критерием выделения наукоемких отраслей и продуктов по количественным показателям наукоемкости является превышение этих показателей по сравнению с их средним значением по обрабатывающей промышленности в целом.

Комплексный прогноз не имеет императивной нацеленности на точное предсказание будущего научно-технической сферы. Его назначение – определить перспективные приоритетные векторы движения исходя из долгосрочных целей социально-экономического развития Беларуси, оценить возможности, условия и ожидаемые эффекты совершенствования национальной системы «наука-технологии-инновации».

Территория Парка высоких технологий (далее – ПВТ) расположена рядом с основными транспортными магистралями столицы: центральным проспектом г. Минска, минской кольцевой автомобильной дорогой, дорогой в Националь-

ный международный аэропорт (расстояние до аэропорта – 40 км), железнодорожной трассой Берлин-Минск-Москва.

В Парке высоких технологий действует экстерриториальный принцип регистрации компаний-резидентов. Тем не менее, согласно Декрету № 12, выделено 50 гектар земли для возведения физической инфраструктуры на территории Парка высоких технологий.

Согласно генеральному плану застройки, будущий Парк высоких технологий станет воплощением идеи хай-тек города, жители которого будут жить, работать и отдыхать в комфортных условиях.

Научно-производственная зона будет включать в себя комплекс научно-исследовательских и производственных зданий для IT-компаний резидентов ПВТ. Жилая зона будет состоять из многоэтажных зданий для проживания специалистов компаний-резидентов, а также детского сада и школы. В деловой и образовательной зоне будут расположены бизнес-центр, офисы IT-компаний, общежитие для студентов IT-Академии и отель. Общественно-спортивная зона будет включать в себя многофункциональные спортивные залы, бассейн, сауну, фитнес-центр, «тропу здоровья», ресторан, кафе и центр здоровья.

Государственное учреждение «Администрация Парка высоких технологий» (далее – администрация ПВТ) создана в соответствии с Декретом Президента Республики Беларусь от 22 сентября 2005 г. № 12 «О Парке высоких технологий».

Администрация ПВТ подчиняется Президенту Республики Беларусь и подотчетна Совету Министров Республики Беларусь и является республиканским юридическим лицом в форме государственного учреждения, некоммерческой организацией.

Основные показатели ПВТ следующие. 2020 году в Парк вступило 319 новых компаний, в 2020 – еще 236. Сегодня в ПВТ – 1021 резидент и около 70 тысяч работников.

В Парке сосредоточено 107 центров разработки иностранных корпораций. Более 40% резидентов Парка – компании с зарубежным капиталом. Сумма прямых иностранных инвестиций в 2020 году составила \$331,7 млн.

Экспорт резидентов ПВТ в 2020 году составил \$2,7 млрд при темпе роста 125%. Это порядка 30% всего экспорта услуг Беларуси. Внешнеторговое сальдо ПВТ в 2020 году составило плюс \$2,4 млрд.

ПВТ сегодня – это 4% ВВП нашей страны.

Объем производства резидентов в 2020 году составил 7 млрд 400 млн рублей при темпе роста 143%.

По данным Министерства по налогам и сборам Беларуси, в 2020 году резиденты ПВТ заплатили в бюджет 418 млн рублей.

За 2020 год резиденты ПВТ создали более 10 тысяч новых рабочих мест. По данным Министерства иностранных дел Беларуси, за три последних года в этом убедились около 3000 иностранных специалистов. Ежегодно Парк посещают десятки зарубежных делегаций – от высокого

руководства иностранных государств до представителей бизнеса и крупных корпораций.

Таким образом, деятельность ПВТ направлена на повышение конкурентоспособности отраслей экономики Республики Беларусь, основанных на новых и высоких технологиях, совершенствование организационно-экономических и социальных условий для проведения разработок современных технологий и увеличения их экспорта, привлечения в эту сферу отечественных и иностранных инвестиций.

Привлекательность ПВТ заключается не только в налоговых льготах, но и в знаниях, инновациях, а также высококвалифицированных специалистах. Белорусские специалисты участвуют в IT-проектах любой сложности, начиная с системного анализа, консалтинга, подбора аппаратных средств и заканчивая конструированием и разработкой сложных систем. Они проходят обучение и аттестацию в учебных центрах IBM, SAP, Oracle, Microsoft и других мировых IT-лидеров. Еще одно преимущество белорусских программистов – это то, что они являются не только талантливыми и квалифицированными разработчиками программного обеспечения, но также обладают глубокими знаниями в математике, физике и других науках.

Деятельность ПВТ направлена на повышение конкурентоспособности отраслей экономики Республики Беларусь, основанных на новых и высоких технологиях, совершенствование организационно-экономических и социальных условий для проведения разработок современных технологий и увеличения их экспорта, привлечения в эту сферу отечественных и иностранных инвестиций;

Анализ мировых трендов и особенности белорусской социально-ориентированной модели с высокой степенью управляемости позволяют прогнозировать повышение роли науки так же в качестве социального института.

Реализация прогноза должна осуществляться в три этапа:

1-этап: 2021-2026 годы – «Создание платформы для новой экономики»;

2-этап: 2027-2030 годы – «Наращивание компетенций»;

3-этап: 2031-2035 годы – «Поддержание лидерства».

Анализ межотраслевых связей (на основе данных межотраслевых балансов Республики Беларусь за 2016-2018 гг.) показал, что научная деятельность – в числе лидеров по количеству связей с другими видами экономической деятельности. Функция науки в обществе как источника новых знаний и инноваций широко известна и «традиционна».

Сфера науки имеет специфический характер: имея в статье затрат высокую добавленную стоимость, она «перепроизводит» свою продукцию.

На основании анализа мирового рынка, наиболее важные направления, составляющие основу медицинской биотехнологии будущего, включают: молекулярную диагностику, диагностические средства персонализации терапии, клеточную и тканевую инженерию для терапевтических целей, биосовместимые материалы, биофармацевтику.

Получение достижений в области генно-инженерных и клеточных технологий, технологии ДНК-диагностики первичных иммунодефицитов, метод

ПЦР-диагностики, технологии применения мезенхимальных стволовых клеток, технологии ДНК-диагностики числовых аномалий хромосом человека, метод лечения трофических язв с использованием аутологичных стволовых клеток из жировой ткани, новые методы реконструкции обширных послеоперационных дефектов брюшной стенки и тазового дна с использованием многокомпонентного биологического трансплантата с мезенхимальными стволовыми клетками жировой ткани человека, технологии получения на основе использования аутологичных стволовых клеток биологически активного трансплантата, технологии ex vivo получения трансплантата натуральных киллерных клеток.

РИСКОВАЯ СИТУАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И РОЛЬ СТРАХОВАНИЯ В ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИИ

Авторы: Карасенко Д.Е., Тачилова А.М., группа 2004

Руководитель: Стасевич С.С.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Актуальность темы исследования в том, что страхование – один из наиболее часто используемых методов управления рисками. Возможно, ни один вид современной деловой активности непосредственно не воздействует на такое большое количество лиц во всех слоях общества, как страхование (оно касается дома, семьи или бизнеса почти каждого гражданина цивилизованного мира).

Риск – это деятельность, связанная с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи и отклонения от цели.

Сущность страхования состоит в перекладывании риска возможных убытков на страховую компанию. Страховая компания за плату берет на себя обязательство полностью или частично возместить возможный ущерб.

С понятием риска тесно связано понятие ущерба. Через ущерб реализуется риск, приобретая конкретно измеримые и реальные очертания.

Фактор риска и неопределенность покрытия возможного ущерба в результате его проявления вызывают потребность в страховании. Через страхование любая человеческая деятельность в процессе познания природы и общества защищена от случайностей.

В качестве яркого примера страхового риска можно привести ураган в Минской области, который обошелся Белгосстраху в сумму около 12 млрд неденоминированных рублей. Только в Минской области экстренный ремонт были вынуждены начать как минимум 2 526 семей – именно столько человек обратилось в Белгосстрах с просьбой возместить ущерб, причиненный ураганом. Цифра средней выплаты страхового возмещения – от 4 до 5 млн неденоминированных рублей. В общей сумме в результате урагана пострадало 2665 строений.

По данным статистических исследований за январь-декабрь 2021 года выплаты страхового возмещения и страхового обеспечения в целом по республике составили 1 065,1 млн рублей, что на 250,4 млн рублей больше, чем в аналогичном периоде 2020 года.

Также можно отметить, что за январь 2022 года выплаты страхового возмещения и страхового обеспечения в целом по республике составили 82,6 млн. рублей, что на 7,3 млн рублей больше, чем в аналогичном периоде 2021 года. Уровень страховых выплат в общей сумме страховых взносов за январь 2022 года составил 48,5 % (за январь 2021 года – 46,1 %).

Любая деятельность так или иначе сопряжена со всевозможными рисками. Такие риски, как правило, связаны с ощутимыми финансовыми последствиями и негативными эмоциями. Тот или иной сбой в человеческой жизнедеятельности может возникнуть внезапно, в любой момент времени, и его объёмы неизвестны. Определённо, если вы хотите избавиться себя от возможных негативных экономических последствий, возникнет потребность в том, чтобы оградиться от возможных рисков. Именно поэтому риск становится определяющим условием возникновения страховых взаимодействий.

ДЕФИЦИТ БЮДЖЕТА, ПРИЧИНЫ ЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ПУТИ СОКРАЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Авторы: Морозова А.С., Васильчук И.В., группа 2001

Руководитель: Лапто Е.В.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

В настоящее время дефицит бюджета является актуальной проблемой развития экономики. По своей сути он стал социально-экономическим явлением, поскольку обусловлен постоянным и достаточно длительным нарастанием в экономике негативных процессов. В частности, величина бюджетного сальдо влияет на размеры совокупного спроса и дохода, уровень цен, состояние платёжного баланса.

С проблемой дефицита бюджета сталкиваются в настоящее время большинство стран мира, в том числе и Республика Беларусь.

Чаще всего дефицит отражает кризисные явления в экономике, ухудшение показателей финансово-хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования, нарушение экономических связей, неэффективность налоговой системы.

Причинами образования бюджетного дефицита являются:

- циклический спад объёмов производства;
- активная государственная политика в режиме «встроенных стабилизаторов» (увеличение инвестиций, сокращение налогов и другие льготы бизнесу);
- сокращение налоговых поступлений без корректировки государственных расходов, а также неудовлетворительная организация сбора налогов и платежей (высокие затраты по организации, уклонения от уплаты налогов);

– нарастание убытков и финансовых потерь предприятий и организаций, общее ухудшение финансового положения реального сектора экономики и сокращение налогооблагаемой базы;

– повышение долгосрочной бюджетной напряженности из-за повышения удельного веса лиц пожилого возраста, рост государственных расходов на социальное обеспечение и здравоохранение;

– возрастание удельного веса молодежи в структуре населения и увеличения расходов на образование;

– создание новых рабочих мест.

Дефицит государственного бюджета как правило финансируется тремя способами:

– за счет эмиссии денег – этот способ заключается в том, что государство увеличивает денежную массу, т.е. выпускает в обращение дополнительные деньги, с помощью которых покрывает превышение своих расходов над доходами;

– за счет займа у населения своей страны (внутренний долг) – этот способ заключается в том, что государство выпускает ценные бумаги (государственные облигации и казначейские векселя), продает их населению (домохозяйствам и фирмам) и полученные средства использует для финансирования превышения государственных расходов над доходами;

– за счет займа у других стран или международных финансовых организаций (внешний долг) – в этом случае дефицит бюджета финансируется за счет займов у других стран или международных финансовых организаций (Международного валютного фонда, Мирового банка и др.), это также вид долгового финансирования, но за счет внешнего заимствования.

Проблема дефицита бюджета в Беларуси стала обсуждаться только в середине 80-х гг., но к концу 80-х гг. дефицит стал утверждаться Законом «О государственном бюджете».

В середине 80-х годов создалась ситуация, когда большая часть доходов, поступивших от отраслей экономики, направлялась обратно в виде финансирования расходов в народное хозяйство. Так, в 1985 г. из общей суммы поступлений в бюджет БССР – 90 % направлялось на развитие народного хозяйства, в 1989 – 99,5 % от поступлений. Это означало, что практически все бюджетные ресурсы, поступившие в виде основных налогов от предприятий отраслей экономики, направлялись на финансирование народного хозяйства.

За 1986-1989 гг. суммарный прирост доходов бюджета против уровня 1985 г. составил 39 млрд руб., прирост расходов – 243 млрд руб., дефицит государственного бюджета вырос почти в 7 раз.

С течением времени абсолютное значение бюджетного дефицита возросло. Максимальной отметки бюджетный дефицит достиг в 1993-1994 гг. – 17-18 % к доходам бюджета.

В 2000 году дефицит бюджета составил 55,4 млрд руб., к расходам и доходам государственного бюджета он составил 1,7 %, к ВВП – 0,6 %.

Анализ бюджета Республики Беларусь в период 2018-2022 года свидетельствует, что Ковид-пандемия весной 2020-го года, вызвавшая глобальный экономический кризис с обвалом цен на нефть и вслед – на остальные товары, а затем – политический кризис осенью с выносом денег из банков и падением розничного товарооборота, привели к резкому ухудшению состава бюджета Беларуси, т.е. сильно сократились бюджетные доходы, и бюджет стал исполняться со значительным «минусом».

Добавила трудностей в исполнении бюджета поддержка некоторых госпредприятий в начале 2021-го, из-за чего в январе этого года резко выросли бюджетные расходы.

В результате чего созданся сильнейший (рекордный в истории) дефицит бюджета Беларуси.

Ситуация с бюджетом в Беларуси в марте-апреле 2021 года стала улучшаться по причине восстановления мировых цен на главные экспортные товары Беларуси – нефтепродукты, калийные удобрения, продовольствие.

У предприятий выросла прибыль, особенно нефтеперерабатывающих – соответственно, вырос приток в бюджет налога на прибыль.

Но именно на эти товары как раз и были введены санкции ЕС и США. И в конце 2021 года для Беларуси кардинально ухудшаются внешнеэкономические условия для торговли этими товарами, в связи с чем в 2022 году Бюджет Беларуси был запланирован с дефицитом 2,9 – 3 млрд бел.руб.

Для устранения отрицательных последствий бюджетного дисбаланса необходимо разработать государственную Программу сокращения бюджетного дефицита. Такая программа должна предусматривать следующие меры:

- повышение эффективности общественного воспроизводства, которое будет способствовать росту финансовых ресурсов – основного источника увеличения доходов бюджета;

- дальнейшее развитие и укрепление рыночных отношений, имея в виду, что рациональное сокращение сферы государственной экономики позволит сократить бюджетное финансирование;

- расширение круга плательщиков должно осуществляться одновременно с улучшением налогового законодательства;

- развитие территориально-регионального хозрасчета, укрепление самостоятельности регионов позволяет пересмотреть сферы влияния соответствующих бюджетов: республиканского и местных органов власти;

- возможность сокращения некоторых расходов государства – это позволит профинансировать начальные период развития рыночной экономики статьи затрат, обеспечивающие систему защищенности населения;

- обоснованное принятие новых социальных программ, требующих значительного бюджетного финансирования, сохранения финансирования лишь важнейших социальных программ;

- совершенствование планирования и развитие системы платных услуг в непроизводственной сфере;

- составление бюджета на многовариантной основе;

- развитие рынка государственных бумаг, что позволит финансировать расходы государства без увеличения денежной массы в обороте;
- реформирование бюджетного процесса в целом;
- привлечение в страну иностранного капитала в форме инвестиций. С их помощью решаются сразу несколько задач, не только фискального, но и экономического характера.

Возможно и другое решение – составление бюджета в двух вариантах в виде текущего бюджета и бюджета развития.

Несмотря на то, что бюджетный дефицит связан с бюджетом, вряд ли можно считать его неотъемлемой частью государственного бюджета. Он должен стать случайным явлением и финансироваться за счет резервных фондов, созданных из профицитов прошлых лет, а при их недостаточности – привлечённых ресурсов. Это положение имеет прямое отношение и к Республике Беларусь как государству, функционирующему в условиях трансформационной экономики.

Бюджетный дефицит играет ключевую роль в механизме развития инфляционных процессов, разрушающих экономику страны, а также его ведущую роль в системе показателей экономической безопасности страны.

ФИНАНСОВАЯ СТАБИЛИЗАЦИЯ – ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Автор: Касенова А., группа 2 осн. УА-2

Руководитель: Нургалиева З.Х.

ЧУ «Электронный колледж имени Жакии Чайжунусова» (Семей)

В заключительной четверти 20 века общество заступило в новейшую фазу собственного формирования – создание постиндустриального сообщества, что считается итогом продолжающейся общественно-финансовой революции в сегодняшнем обществе. Установлено, что любая общественно-финансовая революция базируется в личных разработках, производственных, промышленных концепциях, производственных взаимоотношениях.

Для постиндустриальных обществ эта роль в основном основана на информационных технологиях и компьютеризированных системах, передовых методах производства, которые являются результатом новых физических, технических и химических биологических принципов, и различных видов человеческой деятельности на их основе. Это достигается за счет инновационных технологий, инновационных систем и инновационных организаций. Нашим конечным результатом в нашей глубокой вере должно стать создание новой формы экономической организации, инновационной экономики. Анализ выводов отечественных и зарубежных ученых по этому вопросу убедил, что создание инновационной экономики является стратегическим направлением развития нашей

страны в первой половине XXI века. Эта ситуация была основной мотивацией для выбора темы для изучения курса.

Проблема экономического роста стояла перед человечеством в последние два десятилетия, особенно в двадцатом веке. Это не означает, что экономический рост никогда не был проблемой. До начала 19 века он был виден только на протяжении десятилетий, а до 18 века и на сотни лет. Ни один экономист не поднял проблему экономического роста. Впервые о нем говорили меркантилисты, а потом лишь косвенно.

Каковы основные проблемы экономического роста? Как мы можем увеличить валовой национальный продукт или национальный доход? Это центральная проблема, которая решается в каждой современной стране. Как таковая, она очень важна, но в условиях формирования единой мировой экономики она связана, в первую очередь, с более-менее равномерным развитием структуры этой экономики. Поэтому этот вопрос нашего времени очень важен.

Обширный экономический рост может помочь сократить безработицу и достичь полной занятости, увеличивая темпы роста. Однако это явление временное. Полная занятость не может пополняться каждый год, и в следующем году рост будет таким же. В широком спектре разработок многие работники не имеют продвинутых навыков. Обширные пути развития застойны, на самом деле технического прогресса нет, основные фонды производства морально и физически истощены, а соотношение капитала и труда работников снижается. При надлежащей налоговой и инвестиционной политике государства могут играть важную роль в экономическом росте.

Одной из наиболее важных долгосрочных целей экономической политики правительства любой страны является стимулирование экономического роста и поддержание темпов на стабильном и оптимальном уровне. Вам необходимо четкое понимание того, что такое экономический рост, что движет им и что контролирует его. Экономическая теория разрабатывает динамическую модель экономического роста, которая изучает условия достижения оптимального (равновесного) экономического роста для конкретной страны и помогает разрабатывать эффективные долгосрочные экономические стратегии.

Экономический рост – это наиболее общий и явный показатель эффективности деятельности государства в экономической сфере.

Основными объектами государственного финансового регулирования выступают отраслевая структура экономики, ее территориальные пропорции, а также социальная структура общества. Так, одной из важнейших задач, определенных Правительством Республики Казахстан на среднесрочную перспективу, является изменение отраслевой структуры экономики: увеличение доли перерабатывающих отраслей промышленности по сравнению с добывающими. Для обеспечения конкурентной среды, разработки и внедрения инноваций, решения социальных задач практически во всех странах мира осуществляется государственная финансовая поддержка малого бизнеса. Развитие малого бизнеса, в свою очередь, изменяет отраслевую структуру экономики. Необходимость финансового воздействия на территориальные пропорции (выравнивание уровня социально-экономического развития территорий) актуальна для стран, где в си-

лу исторических традиций, климатических условий, неравномерности размещения природных ресурсов и других факторов существуют резкие диспропорции в экономическом потенциале отдельных регионов.

Финансовые стимулы потенциально способны вывести экономику из состояния кризиса, обеспечить устойчивыми и надежными источниками роста. Это связано с тем, что финансовые стимулы оказывают влияние на материальные интересы хозяйствующих субъектов.

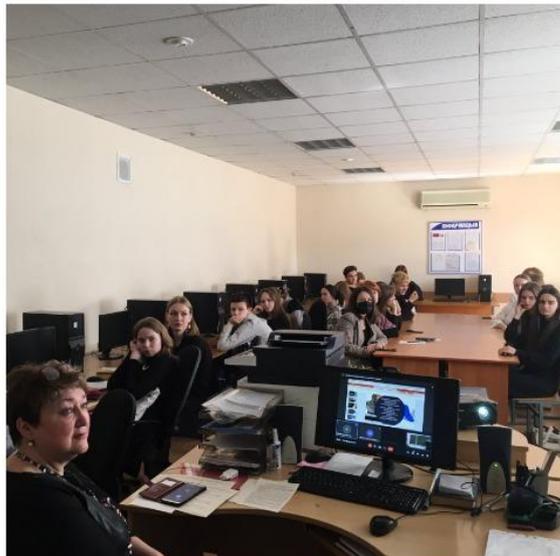
Когда финансовая стабильность упоминается в контексте национальной экономики, каждый воспринимает ее по-своему. Для кого-то это низкая инфляция, предсказуемый валютный курс, растущая заработная плата. Для других – это здоровое состояние крупных валообразующих предприятий, доступность банковских кредитов, бездефицитный государственный бюджет. Безусловно, финансовая стабильность тесно связана со всеми обозначенными темами. Однако они не являются ее целевыми объектами, а воздействуют на финансовую стабильность в качестве факторов. И если в фокусе внимания макроэкономической стабильности находится достижение устойчивого экономического роста при низком уровне безработицы, а монетарная стабильность нацелена на сохранение покупательной способности национальной валюты, то есть финансовая стабильность – это устойчивое функционирование тех субъектов экономики, которые обеспечивают движение и распределение финансовых ресурсов, то есть банков и иных финансовых посредников, финансовых рынков и платежной системы.

Именно эти институты являются объектом государственного регулирования. Их роль в экономике сложно переоценить. Финансовые институты обеспечивают трансформацию сбережений населения в инвестиции реального сектора, а также проведение платежей, защиту от финансовых рисков. Все это крайне важно и для макроэкономической стабильности. С другой стороны, финансовая стабильность – это также поддержание целостных и работоспособных каналов денежно-кредитной политики, с помощью которых импульсы, исходящие от монетарного регулятора, распространяются в экономике. Таким образом, финансовые посредники оказывают определенное влияние и на ценовую стабильность. С точки зрения финансовой стабильности финансовая система должна сохранять способность к функционированию, даже если есть препятствующие этому факторы вроде резкого замедления экономического роста, девальвации национальной валюты, ухудшения положения крупных предприятий и т. п. Поэтому весь набор факторов, способных повлиять на финансовую стабильность, необходимо учитывать при ее мониторинге и обеспечении.



СЕКЦИЯ №4

Информационные технологии – ключевой фактор инновационного развития ЭКОНОМИКИ



СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОВАЙДЕРОВ УСЛУГ ИНТЕРНЕТ В БЕЛАРУСИ

Автор: Савин Д.А., группа 2101

Руководитель: Насань Н.Я.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Цель исследования: проведение сравнительного анализа провайдеров услуг Интернет в Беларуси.

Задачи:

- описание видов подключения к сети Интернет в Республике Беларусь;
- изучение операторов электросвязи в Республике Беларусь;
- сравнение провайдеров по предоставляемым услугам и рейтингу;
- сравнительный анализ провайдеров услуг Интернет в Беларуси.

С 1 января 2012 года Единая республиканская сеть передачи данных, или ЕРСПД, начинает свою работу, и рынок передачи данных в Беларуси терпит серьезные изменения. Создание ЕРСПД обусловлено формированием конкурентоспособного рынка услуг электросвязи и более рационального и эффективного использования инфраструктуры сетей передачи данных различных операторов. В то же время потребители получили право выбирать поставщика интернета самостоятельно в рамках единой сети.

Сведения о поставщиках интернет-услуг (интернет-провайдерах), уполномоченных оказывать услуги по предоставлению доступа к сети Интернет:

- Республиканское унитарное предприятие электросвязи «Белтелеком»;
- Государственное учреждение «Главное хозяйственное управление» Управления делами Президента Республики Беларусь;
- Государственное научное учреждение «Объединенный институт проблем информатики Национальной академии наук Беларуси»;
- Учреждение «Главный информационно-аналитический центр Министерства образования Республики Беларусь»;
- Совместное общество с ограниченной ответственностью «Мобильные ТелеСистемы»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Деловая сеть»;
- Закрытое акционерное общество «ГлобалВанБел»;
- Общество с ограниченной ответственностью «АйПи ТелКом»;
- Унитарное предприятие по оказанию услуг «А1»;
- Совместное общество с ограниченной ответственностью «КОСМОС ТВ»;
- ООО «Объединенные сети» (Unet.by);
- Совместное общество с ограниченной ответственностью «Белорусские облачные технологии»;
- Интернет-провайдер «Айчына Плюс»;
- ИООО «Альтернативная цифровая сеть» и др.

Интернет-провайдеры отличаются между собой предоставлением услуг, а именно типом доступа к сети интернет.

Коммутируемый доступ – это сервис, позволяющий компьютеру, используя модем и телефонную сеть общего пользования, подключаться к серверу доступа для доступа в сеть Интернет.

Широкополосный доступ обеспечивают во много раз большую скорость обмена данными и не монополизуют телефонную линию в отличие от коммутируемого доступа, помимо этого широкополосный доступ обеспечивает непрерывное подключение к Интернету.

Беспроводной доступ – это технология, позволяющая создавать вычислительные сети, полностью соответствующие стандартам для обычных проводных сетей, без использования кабельной проводки.

Проводя анализ предоставляемых и дополнительных услуг по провайдерам, можно отметить лидирующее положение следующих интернет-провайдеров: «Айчына Плюс», ИООО «Альтернативная цифровая сеть», Республиканское унитарное предприятие электросвязи «Белтелеком», «Космос ТВ», ЗАО «Solo».

Согласно данным, представленным в сети Интернет, все пять интернет-провайдеров оказывают практически одинаковые наборы услуг, но выбор того ли иного провайдера зависит от их набора, от бонусов, от качества подключения и обслуживания, компетенции работников компании, от уровня распространения рекламы и правильной ориентации маркетинговой кампании, а так же играют роль такие факторы, как первоначальный момент подключения, удобство проведения кабеля, особенно при наличии телевизионного кабеля определенного провайдера, а так же, безусловно, от качества, уверенности и постоянства работы сети. Так же многое зависит от времени работы технической поддержки, когда пользователи могут задать любые интересующие их вопросы.

ХАКЕРЫ КАК ФЕНОМЕН ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Автор: Бордиловский Р.Р., группа 2109

Руководитель: Саковская А.В.

Флиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Актуальность исследования данной темы определяется необходимостью объективного освещения деятельности хакеров, которое стало опасным явлением не только в области информационного пространства, но и в области экономики, общественно-политической и внутренней безопасности страны.

Объектом данного исследования является крупнейшие хакерские группировки; предметом исследования – деятельность хакерских группировок в информационном пространстве мира и Республики Беларусь как части информационного пространства.

Целью работы является исследование причин, формирования и деятель-

ности хакеров, а также определение степени его влияния на информационное пространство, общественно- политическую и экономическую жизнь мира.

Задачи исследования:

- определить этапы развития хакерской деятельности;
- исследовать виды и мотивы хакерской деятельности;
- определить степень влияния хакерских групп на различные сферы человеческой деятельности на примере 2020 года;
- изучить методы защиты от хакерских атак.

Хакеры (англ. hacker) – пользователи компьютерных программ, осуществляющие действия, направленные на несанкционированное использование программного обеспечения или данных. Значительную часть хакеров составляют подростки и молодые люди.

В развитии движения хакеров можно выделить ряд этапов.

На начальных этапах развития глобальной сети Интернет (1960-е годы) хакерское движение не носило деструктивного характера, отражая тенденцию творческого новаторства, исследования пределов систем, их потенциальных возможностей. Важнейшая особенность субкультуры хакеров на данном этапе – представление о собственной избранности, элитарности.

К концу 1970-х годов наблюдается повышение агрессивности хакерского движения. Несанкционированное вторжение в чужую систему принимает агрессивные черты: удаление или изменение важных данных, распространение компьютерных вирусов и т.п.

В 1980-1990е годы хакерское движение становится мощной силой, способной дестабилизировать общественные структуры. Именно в этот период члены международного сообщества начинают бороться с этим явлением

С 1990-х годов движение хакеров приобретает новые черты: наличие ярко выраженного интереса к последним новинкам компьютерной техники, устройств связи и программных средств; системная подготовка взлома.

Хакеров можно условно разделить на черных и белых в зависимости от их действий на системы безопасности.

Белый хакер – это специалист по компьютерной безопасности, который специализируется на тестировании безопасности компьютерных систем.

Черный хакер – это специалист, который может взломать любой компьютер, сеть или систему, чтобы украсть данные и продать их или использовать для собственной выгоды.

Атакой (attack) на информационную систему называется действие или последовательность связанных между собой действий нарушителя, которые приводят к реализации угрозы путем использования уязвимостей этой информационной системы. Приступим к изучению атак.

Fishing. Смысл его в том, чтобы получить от пользователей информацию (пароли, номера кредитных карт и т.д.) или деньги. Этот приём направлен не на одного пользователя, а на многих. Например, письма якобы от службы технической поддержки рассылаются всем известным клиентам какого-либо банка.

Социальная инженерия – это не технический, а психологический приём. Пользуясь данными, полученными при инвентаризации, взломщик может позво-

нить какому-либо пользователю (например, корпоративной сети) от имени администратора и попытаться узнать у него, например, пароль.

DoS (Denial of Service или Отказ от Обслуживания). Это не отдельная атака, а результат атаки. Используется для вывода системы или отдельных программ из строя. Для этого взломщик особым образом формирует запрос к какой-либо программе, после чего она перестаёт функционировать. Требуется перезагрузка, чтобы вернуть рабочее состояние программы.

IP Hijack (IP хайджек). Если есть физический доступ к сети, то взломщик может «врезаться» в сетевой кабель и выступить в качестве посредника при передаче пакетов, тем самым он будет слушать весь трафик между двумя компьютерами.

Хакеры в своей деятельности руководствуются мотивами. Мотивы могут быть разного характера, например, «шутка», «любопытство», «прибыль», «сбор данных», «финансовая выгода», «хактивизм», «кибервойна».

На данных изображениях предоставлены данные о хакерских атаках в «пандемийный» 2020 год.

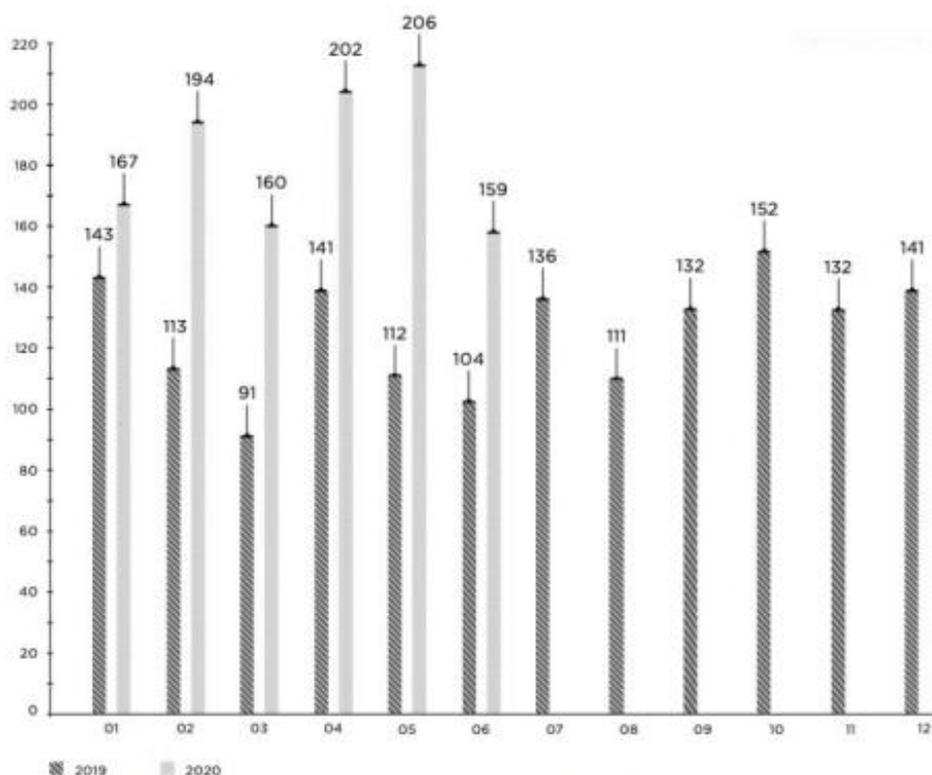


Рисунок 1 – Количество атак в 2019 и 2020 годах по месяцам

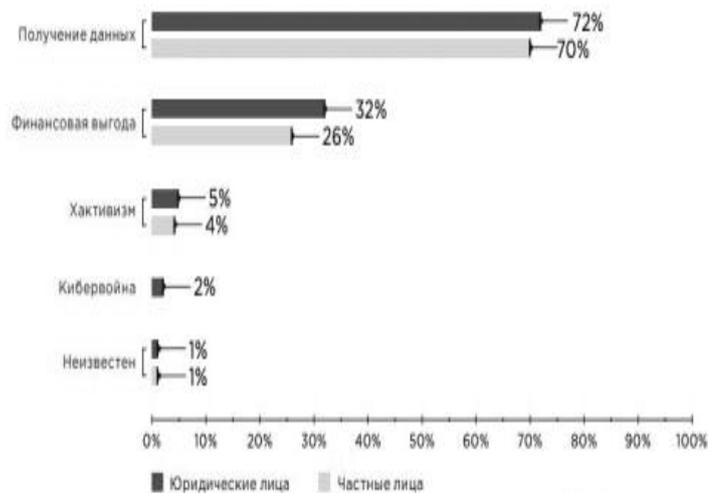


Рисунок 2 – Мотивы злоумышленников в момент пандемии (доля атак)

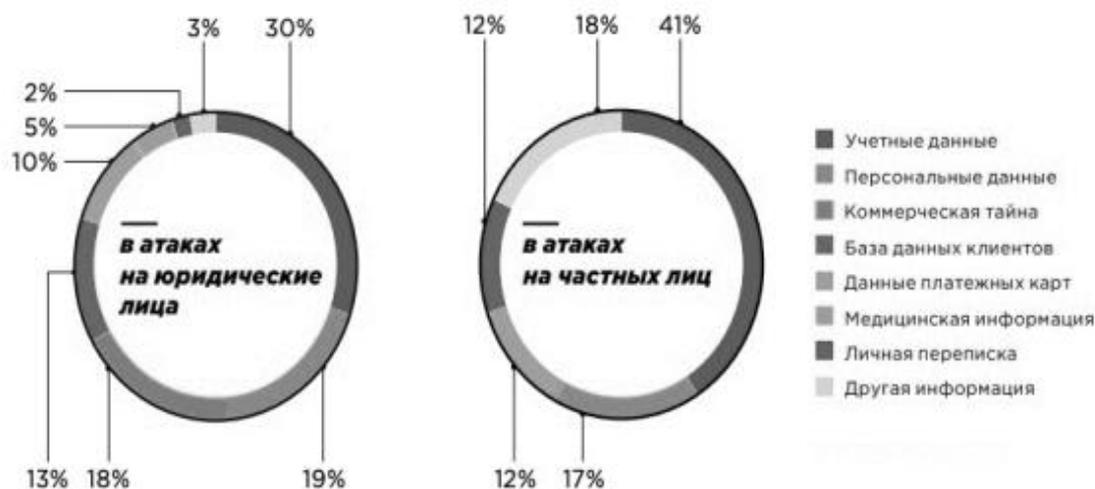


Рисунок 3 – Типы украденных данных

Обязательно следует выполнить следующие меры предосторожности при взаимодействии с устройствами, имеющими выход в интернет:

1. Авторизация, регистрация на любом из сайтов должна проходить следующим образом, следует придумать сложный пароль, чтобы обезопасить доступ к персональным данным, также рекомендуется использовать программы для создания паролей, такие как: «AZPPassword», «GenPass», «KeePass Password Safe».

2. При проверке уведомлений в почтовом ящике, либо в другом любом источнике, где присутствуют персональные данные, не следует переходить по предоставляющим ссылкам на чужие источники, так как это может нанести ущерб вашим данным.

3. Следить за программным обеспечением, а именно, следует обновлять заводские программы и программы, которые установлены извне, как можно

чаще.

4. Обращать внимание на рекламные страницы, которые могут занести вредоносную программу на определенное устройство.

Подводя итог, важно отметить, что для того, чтобы не попасться на хитрые замыслы черного хакера, необходимо соблюдать основные меры предосторожности при использовании компьютера: от регистрации в сети до внимательного отношения ко всем предлагаемым в сети источникам.

ОСОБЕННОСТИ БЕСПРОВОДНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Авторы: Воробьева М.И., Лисовская К.М., группа 2109

Руководитель: Саковская А.В.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Актуальность: Беспроводные технологии дают возможность выхода в сеть в самых разных ситуациях и местах — в кафе, на улице, в аэропорту, транспорте и т. д. Это обеспечивает максимальное удобство использования возможностей, которые дает интернет. Однако обратной стороной такой доступности становится подверженность пользовательских устройств, данных и программного обеспечения различным видам угроз. Поэтому особое значение сегодня имеет безопасность беспроводных сетей.

Цель работы: Изучение сущности беспроводных технологий, их классификация, угрозы и безопасное использование беспроводных сетей.

Объектом данной работы является сетевая безопасность.

Предметом - безопасность беспроводных сетей.

Задачи, которые предстоит решить при выполнении данной работы следующие: рассмотреть стандарты беспроводных технологий; выделить категории основных атак; проанализировать решения для обеспечения безопасности беспроводных сетей; обсудить негативное влияние на здоровье человека от использования беспроводных технологий.

В зависимости от обеспечиваемой дальности передачи информации их подразделяют на следующие категории:

- WWAN – беспроводные глобальные сети.
- WMAN – беспроводные сети городского масштаба.
- WLAN – беспроводные локальные сети.
- WPAN – персональные беспроводные сети.

Помимо поддерживаемой дальности действия беспроводные технологии подразделяются в зависимости от используемых стандартов связи. Рассмотрим наиболее популярные стандарты GPRS, Bluetooth, NFC, Wi-Fi, WiMax, точка доступа.

GPRS. Стандарт GPRS дает возможность выхода в интернет из любой точки мира, в которой действует покрытие сотовой сети.

Bluetooth. Технология Bluetooth дает возможность беспроводного соединения с целью передачи данных двух устройств, например, мобильных телефонов, телефона и компьютера и т. д.

NFC. Стандарт NFC поддерживает передачу трафика на малое расстояние – до 20 см. Однако скорость передачи намного превышает скорость, которую обеспечивает Bluetooth.

Wi-Fi. Wi-Fi – самый популярный стандарт беспроводной передачи данных.

WiMAX. Технологию WiMAX можно назвать аналогом Wi-Fi, только в более крупных масштабах. Она позволяет обеспечить высокоскоростной доступ в сеть и транслировать трафик на значительные расстояния.

Точка доступа. Ключевым устройством при построении сетей по стандарту Wi-Fi является беспроводная точка доступа WAP (WirelessAccessPoint).

Угрозы беспроводных технологий. Различают несколько основных видов атак, которые угрожают безопасности беспроводных компьютерных сетей:

- «человек посередине» («подслушивание» и «манипуляция»);
- DDoS-атаки;
- ложная точка доступа;
- атаки на сетевое оборудование.

Каждый из этих типов может применяться хакерами в определенных условиях с разными целями.

«Человек посередине»

«Человек посередине», или Man-in-the-Middle, относится к числу наиболее распространенных типов атак. Этот способ чаще всего применяется для подключения к точкам доступа, не защищенным паролем. Атаки типа Man-in-the-Middle в свою очередь подразделяются на два вида – подслушивание и манипуляция.

«Подслушивание» называют еще пассивной атакой. Оно выполняется при помощи специального программного обеспечения, которое после получения доступа в локальную сеть отображает на компьютере злоумышленника весь трафик пользователя. Атаки типа «Манипуляция» называют активными. В этом случае хакер получает возможность не только кражи персональных данных пользователя, но и манипуляции его устройством через беспроводную сеть.

DDoS-атаки

В данном случае целью злоумышленников является нарушение работы локальной сети, при котором ее невозможно полноценно использовать. Атака может производиться на программном и на аппаратном уровне. В первом случае хакеры используют существующие уязвимости в программном обеспечении. Атака на аппаратном уровне выполняется за счет переполнения системы запросами, что приводит к исчерпанию ее ресурсов (дискового пространства, процессорного времени, пропускной способности и т. д.).

Ложная точка доступа

Этот тип атак применяется злоумышленниками в местах, где действует общественная точка доступа, например, в кафе, в транспорте и т. д. Хакер через смартфон или ноутбук создает незапароленную точку доступа, которая

маскируется под легальную. Пользователи при попытке подключения к общественному Wi-Fi, видят в списке доступных сетей ложную точку доступа и подключаются к ней. В результате злоумышленник перехватывает весь передаваемый трафик, включая конфиденциальные данные.

Атаки на сетевое оборудование

Точки доступа и другое сетевое оборудование с неправильно выстроенной конфигурацией и недостаточно эффективной защитой часто становится каналом для проникновения хакеров в локальную беспроводную сеть.

Основные рекомендации по защите беспроводных сетей:

- обеспечьте физическую защиту сетевого устройства;
- измените логин и пароль, установленные по умолчанию;
- запретите трансляцию ID сети;
- Применяйте фильтрацию по MAC-адресам;
- Используйте эффективные протоколы безопасности беспроводных сетей;
- используйте на компьютере файервол;
- используйте регулярно обновляемый эффективный антивирус;
- ограничьте радиус действия сети; В идеале лучше ограничить действие Wi-Fi только пределами вашей квартиры или офиса;
- запретите доступ к настройкам роутера через Wi-Fi;
- избегайте использования незащищенных беспроводных сетей в общественных местах
- всегда отключайте роутер в тех случаях, когда не пользуетесь интернетом;
- осторожно используйте Bluetooth.

Всемирный день без Wi-Fi

В 2016 году зарегистрированная в Венесуэле Международная Федерация защитников окружающей среды призвала учредить и отмечать ежегодно 8 ноября Всемирный день без Wi-Fi. Организаторы и инициаторы нового праздника ставили своей целью обратить внимание общества на то, что влияние радиоканалов и радиоволн на здоровье человека недостаточно изучено. При избыточном постоянном их воздействии при использовании технологии Wi-Fi в каждом доме и квартире остаётся риск негативного их воздействия на те или иные стороны здоровья человека.

Сфера информационной безопасности – наиболее динамичная область развития индустрии безопасности в целом. Перечисленных ранее мер достаточно, чтобы защитить домашнюю или малую офисную сеть, состоящую из одной точки доступа и нескольких клиентских машин от хакерских атак.

Так же не стоит забывать и о возможности негативного влияния на организм человека радиоканалов и радиоволн, возникающих в следствие работы беспроводных технологий, ведь данный вопрос изучен ещё слишком плохо.

ЗАЧЕМ БАНКИРУ ЧИСЛО ЭЙЛЕРА

Авторы: Матвеев М.В., Наркевич В.О., группа 2106

Руководитель: Алишевич А.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

В работе исследуется предельная выгодность частоты начисления процентов для роста суммы банковского вклада.

Очевидно, что капитализация вклада каждые полгода по ставке 50% выгоднее, чем один раз в конце года по ставке 100%. Еще выгоднее, если начисление процентов будет идти ежеквартально (4 раза в год) по 25% ставке. Ставится вопрос: как выгодность будет расти, если частоту капитализации увеличивать, будет ли это увеличение бесконечным?

В системе MS Excel была построена математическая модель проблемы. В расчетах использовалась встроенная функция БС (Будущая Стоимость):

БС(СТАВКА;КПЕР;;ПС)

здесь: СТАВКА - величина процентной ставки за период

КПЕР - количество периодов начисления процентов (капитализации)

ПО - первоначальная стоимость

Получены следующие результаты:

Первоначальная сумма	Ставка	Периодичность капитализации	Будущая сумма по БС
1.00	100.000%	1	2.0000
1.00	50.000%	2	2.2500
1.00	25.000%	4	2.4414
1.00	8.333%	12	2.6130
1.00	4.167%	24	2.6637
1.00	2.083%	48	2.6905
1.00	1.042%	96	2.7043
1.00	0.833%	120	2.7070
1.00	0.417%	240	2.7126
1.00	0.274%	365	2.7146
1.00	0.137%	730	2.7164
1.00	0.104%	960	2.7169
1.00	0.100%	1000	2.7169
1.00	0.050%	2000	2.7176
1.00	0.033%	3000	2.7178
1.00	0.020%	5000	2.7180

Было замечено, что увеличение (кратность) суммы вклада ограничено некоторым числом. Стало интересно: каким?

Как вариант, для расчета новой (будущей) суммы применили формулу вычисления n-го члена геометрической прогрессии, изучаемую в школе:

$$1 \cdot (1+1) = 2$$

$$1 \cdot (1+1/2)(1+1/2) = 2.25$$

$$1 \cdot (1+1/3)(1+1/3)(1+1/3) = 2.37$$

$$1 \cdot (1+1/4)^4 = 2.44$$

...

$$1 \cdot (1+1/n)^n$$

Аналогично такую же задачу о величине процентного дохода решал математик Якоб Бернулли (1655-1705)

Сравнили используемую формулу с определением числа e:

$$\lim_{n \rightarrow \infty} \left(1 + \frac{1}{n}\right)^n = e$$

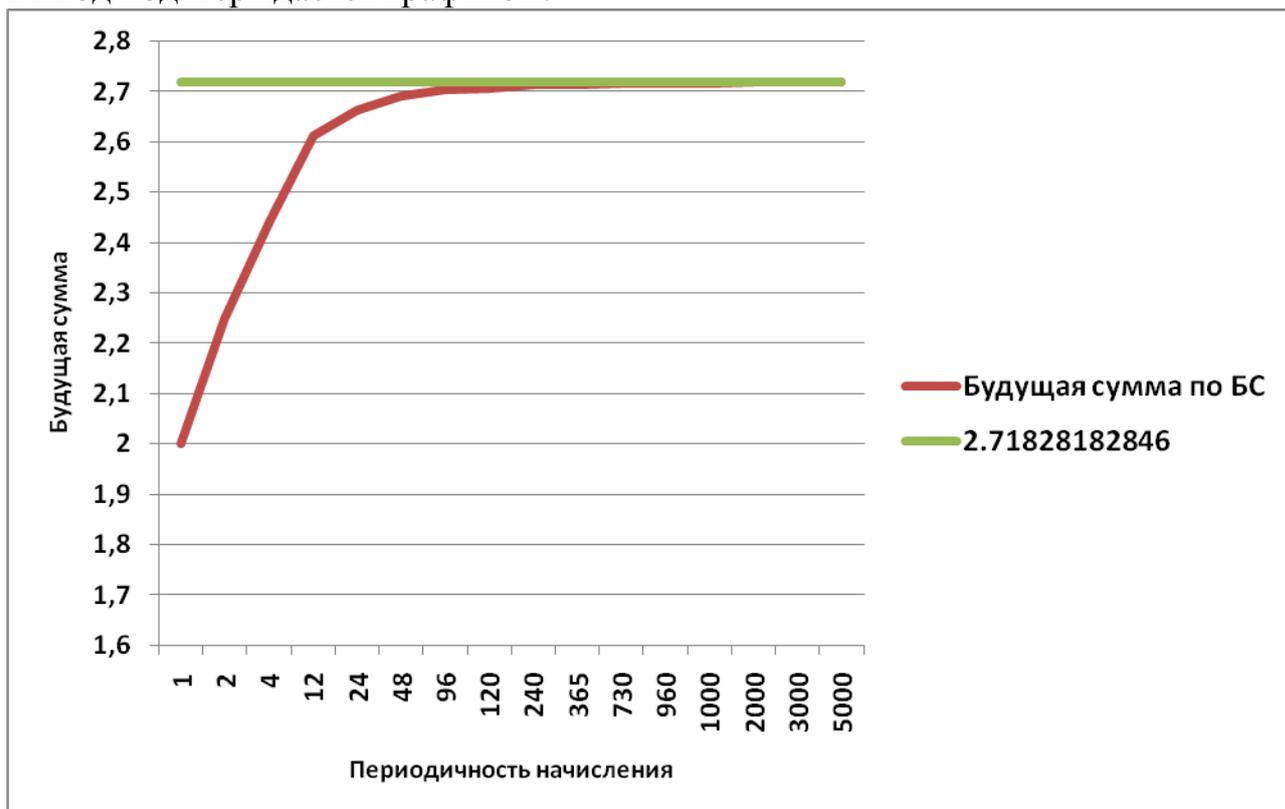
Вывод: увеличение размера вклада при увеличении частоты начисления процентов ограничивается числом $e = 2,7182818284...$ То есть это предел выгоды при ставке начисления 100%.

Первоначальная сумма	Ставка	Периодичность капитализации	Будущая сумма по БС	По Бернулли
1.00	100.000%	1	2.0000	2.0000
1.00	50.000%	2	2.2500	2.2500
1.00	25.000%	4	2.4414	2.4414
1.00	8.333%	12	2.6130	2.6130
1.00	4.167%	24	2.6637	2.6637
1.00	2.083%	48	2.6905	2.6905
1.00	1.042%	96	2.7043	2.7043
1.00	0.833%	120	2.7070	2.7070
1.00	0.417%	240	2.7126	2.7126
1.00	0.274%	365	2.7146	2.7146
1.00	0.137%	730	2.7164	2.7164
1.00	0.104%	960	2.7169	2.7169
1.00	0.100%	1000	2.7169	2.7169
1.00	0.050%	2000	2.7176	2.7176
1.00	0.033%	3000	2.7178	2.7178
1.00	0.020%	5000	2.7180	2.7180

Если 100% (1) заменить на k%, то предельное значение увеличения вклада изменится на $e^{k/100}$.

Выполненная работа может использоваться на учебных занятиях при изучении финансовых функций MS Excel.

Вывод подтверждается графиком:



АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ, ОБРАБОТКИ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ДАНЫХ В НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЕ

Автор: Герасёва Ю.Е., группа 2002

Руководитель: Восинская И. В.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Государственная налоговая служба Республики Беларусь входит в систему центральных органов государственного управления и подчиняется Президенту Республики Беларусь и Правительству Республики Беларусь.

Эффективное функционирование налоговой системы возможно только при использовании передовых информационных технологий, базирующихся на современной компьютерной технике.

Автоматизированная информационная технология (АИТ) в налоговой системе – это совокупность методов, информационных процессов и программно-технических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, обработку, хранение, распространение и отображение информации с целью снижения трудоемкости процессов использования информационного ресурса, а также повышения их надежности и оперативности.

Цель работы: теоретически охарактеризовать автоматизированные информационные технологии, используемые в налоговой службе.

Объект исследования: автоматизированные информационные технологии.

Предмет исследования: современные информационные технологии налоговой службе.

При написании данной работы применялась совокупность методов и принципов научного познания.

Разработка и внедрение компьютерных технологий и АИС в рамках местного самоуправления длительное время осуществлялась каждым регионом в соответствии с местными регламентирующими документами и нормативными актами по каждому виду учета, что создавало известные проблемы формирования единого информационного пространства, обусловленные их несовместимостью между собой и с АИС «Налог». Проблема усугубляется и тем, что многие объекты учета необоснованно разделены между органами различных ведомств со своими АИС и АИТ.

АИС «Налог» представляет собой форму организационного управления налоговыми органами, призванную расширить круг решаемых задач, повысить обоснованность и своевременность принимаемых решений, снизить трудоемкость управленческой деятельности за счет использования новых информационных технологий, применения ЭММ, ВТ и средств связи, упорядочения информационных потоков.

Основными целями АИС «Налог» является:

- повышение оперативности получения информации для быстрого принятия мер по обеспечению эффективного сбора налогов;
- снижение трудоемкости и сроков сбора, поиска, обработки информации в структурных подразделениях налоговых инспекций;
- упорядочение внутренних и внешних потоков информации с целью исключения дублирования процессов их обработки;
- автоматизация планово-учетных, финансовых и статистических работ;

В настоящее время в Республики Беларусь остро стоит вопрос об эффективной налоговой системе. В нашей стране по отчету «Paying Taxes», подготовленным компанией PricewaterhouseCoopers, Всемирным банком и Международной финансовой организацией на уплату налоговых платежей и сопутствующие операции тратиться 798 часов в год и поданному показателю мы находимся на 178 месте из 183. Этот факт свидетельствует об актуальности и необходимости внедрения информационных технологий в систему налогообложения.

Одним из серьезных шагов по внедрению информационных технологий в налоговую систему нашей страны является введение электронного декларирования с 1 апреля 2010 году, основанное на автоматизированной информационной системе АРМ «Плательщик».

Развитие автоматизированных систем в налоговой системе предполагает использование унифицированной документации, прежде всего формы бухгалтерской отчетности организаций.

Ни для кого не секрет, что система приема налоговых деклараций на бумажном носителе требует значительных затрат рабочего времени и людских ресурсов.

Таким образом, можно отметить тот факт, что АИС играют значительную роль в работе налоговых органов. Они значительно снижают издержки документооборота, как внутри самой структуры органов, так и между налоговыми органами и налогоплательщиками. Создание единой, эффективно работающей автоматизированной системы налоговых органов является приоритетной задачей МНС Республики Беларусь, что прописано в программе деятельности Министрства по налогам и сборам на 2006-2010 гг.

Сегодня, налоговыми органами плательщикам предложены две услуги, позволяющие сократить определенные издержки при исполнении налоговых обязательств, а именно электронное декларирование и уплата налогов через инфокиоски.

Чтобы стать пользователем системы электронного декларирования, плательщику необходимо зарегистрироваться в качестве Абонента Удостоверяющего центра Республиканского унитарного предприятия «Информационно-издательский центр по налогам и сборам», приобрести носитель ключевой информации, программные средства системы криптографической защиты информации, программное обеспечение «АРМ Плательщик», а затем установить на свой компьютер полученные программные средства.

Сегодня работа налоговых органов основывается на необходимости создания комфортных условий путем оказания качественных услуг плательщикам для исполнения ими обязанности по уплате налогов. Время, потраченное на походы в инспекцию, плательщик может использовать на развитие своего бизнеса и тем самым получить дополнительную прибыль.

В Республике Беларусь налоговые органы имеют достаточно развитую информационную систему. Однако внедрение системы электронного декларирования в республике сдерживалось отсутствием государственной инфраструктуры открытых ключей электронно-цифровой подписи (ЭЦП).

Основной проблемой внедрения информационных технологий в налоговую систему Республики Беларусь является наличие устаревшего программного обеспечения, обрабатывающего налоговые декларации. Основные учетные автоматизированные информационные системы, в рамках которых осуществляется ввод информации из деклараций, представленных на бумажных носителях, установлены в районных инспекциях МНС. Они разработаны в 1993–1998 годах с применением устаревших технологий, которые не обеспечивают возможности дистанционной работы с распределенными базами данных, электронными документами и Интернет-технологиями. Поэтому актуальна проблема перевода этих АИС на новые «клиент-серверные» технологии, позволяющие осуществить прием и обработку электронных документов.

Еще одной из важных проблем внедрения электронного декларирования является сохранение коммерческой тайны в процессе передачи ее через Интернет.

Следует отметить, что работа налоговых органов основывается на необходимости создания комфортных условий путем оказания качественных услуг плательщикам для исполнения ими обязанности по уплате налогов. Время, потраченное на походы в инспекцию, плательщик может использовать на разви-

тие своего бизнеса и тем самым получить дополнительную прибыль. Рациональная организация работы налоговых органов с плательщиками позволит обеспечить дополнительные поступления налогов в бюджет.

Таким образом, можно отметить тот факт, что АИС играют значительную роль в работе налоговых органов. Они значительно снижают издержки документооборота, как внутри самой структуры органов, так и между налоговыми органами и налогоплательщиками. Создание единой, эффективно работающей автоматизированной системы налоговых органов является приоритетной задачей МНС Республики Беларусь.

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ В ЭКОНОМИКЕ

Авторы: Шостак С.А., Тевель К.В., группа ПО-1

Руководитель: Анисим Т.И.

Филиал БГЭУ «Новогрудский торгово-экономический колледж» (Новогрудок)

Экономико-математическое программирование является одной из тех областей знания, история которых исчисляется не одной сотней лет. Всегда эта наука помогала строго просчитывать различные варианты экономических решений для того, чтобы выявить наиболее выгодные из них. В связи с тем, что социальное, политическое и экономическое окружение лица, принимающего решение, постоянно меняется, изменяются также цели и методы математического моделирования экономики. Присутствие термина «программирование» объясняется тем, что первые исследования были в сфере экономики, в английском языке слово «programming» означает планирование, составление планов и программ. Термин «математическое программирование» отражает связь между математической постановкой задачи и ее экономической интерпретацией.

Каждый человек ежедневно, не всегда осознавая это, решает проблему получения наибольшего эффекта при затрате ограниченных средств. Чтобы достичь наибольшего эффекта, имея ограниченные средства, надо изобрести и придерживаться некой системы действий.

Многие повседневные задачи, которые приходится решать в деятельности человека, допускают те или иные решения, как говорят, являются многовариантными. И нужно отыскать наилучший (оптимальный) в некотором смысле вариант при ограничениях, которые диктуются теми или иными условиями реальности. Множество хозяйствующих людей образуют сообщества, предприятия, производства, отрасли. Вся хозяйственная деятельность общества, а также совокупность отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления, называется «экономика».

Основные экономические проблемы одинаковы для любого общества, независимо от типа его политической организации, является ли оно капиталистическим, социалистическим или каким-либо другим. Смысл экономического успеха в двух словах – потратить меньше ресурсов, получить больше продукта.

Актуальность: Математика может помочь в расчете параметров, которые приводят к положительному или отрицательному экономическому результату. Каждой области экономических исследований, связанной с анализом данных, как правило, соответствуют свои эконометрические или математические модели. Если некое производство, скажем, имеет большие масштабы, и конкуренция в отрасли сильно развита, то тот, кто владеет математическим методом, позволяющим отыскивать оптимальные решения, обладает ценным преимуществом в своём деле. В современных условиях даже незначительные ошибки при планировании производства могут привести к упадку или даже банкротству производства. Знание математики не гарантирует экономический (или иной) успех, но делает его более вероятным. Современные методы математического программирования позволяют решать задачи, включающие до одного миллиарда переменных.

Цель работы: рассмотреть математические модели в экономике на примере решения задач, адаптированных к социально-экономическим реалиям жизни.

Объект исследования: транспортная задача.

Предмет исследования: математическая модель экономических объектов, исследуемая с помощью линейного программирования.

Практическая значимость: данный метод может быть использован при распределении нагрузки на транспорт компании с максимальной финансовой выгодой.

Гипотеза исследования: если построить математическую модель транспортной задачи предприятия и решить ее по определенным математическим правилам и законам, то предложенное направление может оказать значительную помощь в организации эффективной деятельности предприятия.

Методы исследования: теоретическое изучение материала, образцы решения экономических задач, составление и решение своей задачи.

В своей работе мы изучили методы решения транспортной задачи, проанализировали решение транспортной задачи в отношении логистического исследования перевозок ОАО «Молочный мир» и его филиалов на торговые склады далеко удаленных городов.

Основные результаты и выводы:

1. Математические методы имеют большую степень универсальности.
2. Перевод проблемы на математический язык сразу выявляет общие закономерности, и даже может дать уже практически готовое решение, полученное ранее где-то в другой отрасли знаний и для других целей. То есть предпосылкой использования математики является формализация количественных и качественных сторон проблемы.

Применение математических методов в экономике оправдывает те надежды, которые на него возлагаются, внесет существенный вклад в экономическую теорию и хозяйственную практику.

КРИПТОГРАФИЯ КАК СРЕДСТВО ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Авторы: Журавская Д.Е., Щеглова М.Н., группа 191 – 321

Руководитель: Гнедько Т.В.

УО РИПО филиала «Индустриально – педагогический колледж» (Минск)

С каждым годом компьютерная информация играет все более важную роль в нашей жизни, и все большую актуальность приобретают проблемы ее защиты.

Сегодня мы сталкиваемся с шифрованием на каждом шагу, и это неудивительно. Для многих шифрование остается чем-то вроде «черного ящика», и если для обычных пользователей это простительно, то незнание технических специалистов может привести к серьезным проблемам безопасности.

К сожалению, благодаря средствам массовой информации, шифрование и криптография ассоциируются со шпионами, хакерами или другими членами подполья. Но если задать вопрос по-другому – хотят ли они, чтобы их переписка в социальных сетях, содержание их электронных писем или банковские реквизиты стали достоянием общественности, – ответ будет однозначным – нет.

В современном мире использование шифрования связано с острой необходимостью обеспечить безопасность данных, передаваемых по обычным каналам связи. С ростом роли Интернета в нашей жизни масштабы и скорость деятельности киберпреступников заставили очень серьезно отнестись к виртуальным угрозам.

Основной целью современной прикладной криптографии является защита передаваемых данных от доступа третьих лиц или фальсификации. Это непростая задача, поэтому без углубления в технические и математические детали, и где не требуется специальных знаний, хотелось бы представить современные алгоритмы шифрования.

Итак, Буратино хочет отправить послание Пьеро, но так, чтобы любопытная Мальвина не смогла увидеть его содержание. Чтобы Мальвина не смогла прочитать сообщение, Буратино решает зашифровать его. Существует несколько способов сделать это: шифр Цезаря, квадрат Полибия, квадрат Вижинера и т.д. Книжный шифр - довольно простой, но эффективный метод, который широко использовался в прошлом. Суть его состоит в том, что каждый символ в исходном сообщении заменяется на некую цифровую последовательность, скажем номер строки и номер символа в ней.

Теперь данное сообщение можно смело передавать по незащищенным каналам, но ни Пьеро, ни Мальвина не могут прочитать его, так как не владеют ключом. Ключ – основа секретности любого криптографического алгоритма и должен сохраняться в тайне. В нашем случае, для шифрования и расшифровки информации используется один и тот же ключ, такое шифрование называется симметричным.



Рис. 1 – Иллюстрация симметричного шифрования

К преимуществам симметричных алгоритмов можно отнести относительную простоту реализации и, как следствие, высокую скорость работы, но есть и недостатки. Одним из них является – это крайняя уязвимость всего канала связи от компрометации ключа, потому как его потеря дает возможность читать не только текущие сообщения, но и расшифровать все ранее перехваченные. Тем не менее симметричное шифрование широко применяется во многих отраслях, например, в банковском деле. Во многих системах дистанционного банковского обслуживания клиент (чаще всего корпоративный) должен лично явиться в банк и получить ключевой носитель для шифрования обмена данными с банком.

Передача ключа по незащищенному каналу была большой проблемой криптографии в XX веке. Однако в 1976 году Уитфилдом Диффи и Мартином Хеллманом, а также независимо от них Ральфом Мерклом был предложен алгоритм, получивший впоследствии название алгоритм (протокол) Диффи-Хеллмана.

Этот алгоритм основан на односторонних вычислениях. Не вдаваясь в подробности, можно сказать, что это математические преобразования, в которых исходный расчет довольно прост, но обратное преобразование либо невозможно, либо требует много времени.

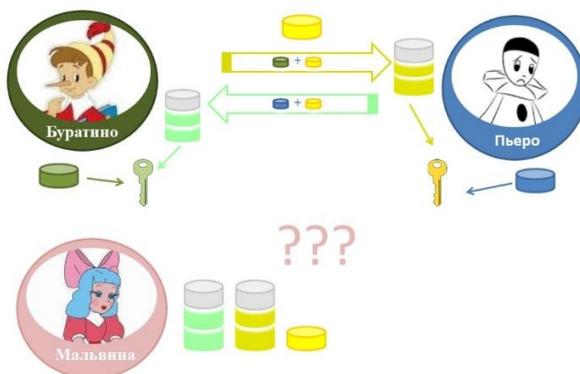


Рис. 2 – Модульное преобразование

Одним из таких преобразований является модульное преобразование, которое лежит в основе данного алгоритма. Чтобы понять их природу, можно привести следующее сравнение: односторонний расчет можно сравнить со

смешиванием красок: это легко, но полученную смесь чрезвычайно трудно, почти невозможно, разделить на исходные компоненты. Модульный расчет потребовал бы практически полного перебора всех возможных исходных значений, что может занять много времени, особенно если исходные данные представляют собой 1024 и 2048 битовые числа.

Обратите внимание, что алгоритм Диффи-Хеллмана не является алгоритмом шифрования, а только протоколом обмена ключами. Помимо очевидных преимуществ, алгоритм Диффи-Хеллмана имеет ряд существенных недостатков. Одним из них является отсутствие взаимной проверки между сторонами.

Через год после изобретения алгоритма Диффи-Хеллмана была представлена первая асимметричная криптосистема с открытым ключом – RSA. Можно сказать, что это было началом зарождения крупномасштабной криптографии в том виде, в котором мы знаем ее сегодня. Основным отличием асимметричной системы является создание пары ключей: открытого ключа и закрытого ключа. Открытый ключ является публичным в виде сертификата, но не может быть прочитан никем, кроме владельца закрытого ключа.

Сертификат содержит не только сам ключ, но и дополнительную информацию, по которой можно определить владельца ключа, срок его действия и некоторые другие параметры. Эта информация не подлежит никакому обязательству секретности, является публичной и может быть проверена путем открытия любого сертификата.

Как уже упоминалось, один из основных принципов криптографии заключается в том, что стороны должны доверять и проверять подлинность друг друга. В реальности мы не можем быть уверены, что запрашиваемый нами сервер находится на другом конце канала связи, поэтому существует множество возможностей для атак типа «человек посередине».

Кто уязвим для этого типа атак? В первую очередь, пользователи самоподписанных сертификатов. Существует миф, что шифрование с использованием таких сертификатов ненадежно, но это неправда. Самоподписанные сертификаты ничем не отличаются от платных сертификатов по стойкости шифрования, но между ними есть большая разница.

Вторая группа риска включает администраторов, которые перехватывают защищенный трафик из внутренней сети в целях контроля. Если на шлюзе настроено подавление ошибок сертификата, то настоящий Барабас не может быть обнаружен. В результате клиент может не заметить фишинговую страницу и передать свои данные мошенникам, потому что кажется, что все в порядке, так как соединение между клиентом и шлюзом безопасно, о чем браузер сообщает ему, отображая замок на странице.

Что делать, если стороны не знают друг друга? Предположим, вы хотите купить что-то в интернет-магазине, который имеет хорошие отзывы. Как вы это делаете? Решение простое: вам нужна третья сторона, чьи полномочия не вызывают сомнений, и которая может гарантировать подлинность, например, нотариус.

В современной PKI (Public Key Infrastructure) функцию нотариуса выполняют доверенные корневые сертификаты, сертификаты которых защищены как часть операционной системы и хранятся в безопасном хранилище.

В процессе исследовательской работы было проведено анкетирование учащихся колледжа.

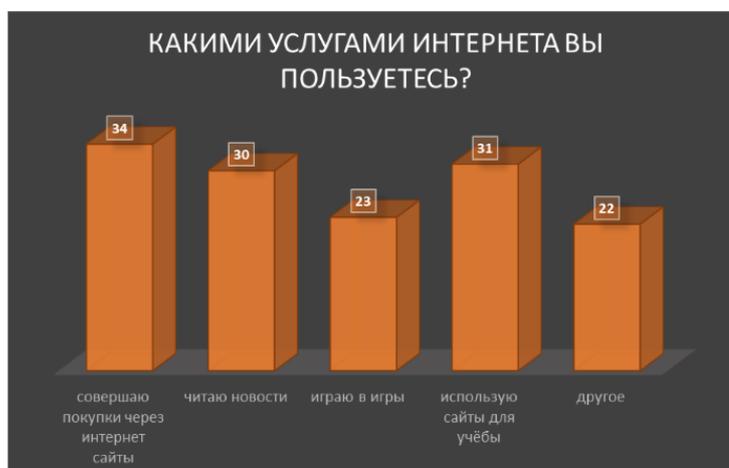


Рис. 3 – Распределение ответов респондентов по видам востребованных услуг

Это свидетельствует о том, что опрошенные учащиеся пользуются услугами интернета в повседневной жизни.



Рис. 4 – Распределение ответов по использованию интернета в качестве средства оплаты

По ответам учащихся видно, что они не только пользуются услугами интернета, но и оплачивают покупки. На вопрос «Как распознать «фальшивый сайт»?» большинство учащихся ответили верно «в адресной строке».



Рис. 5 – Уровень знаний респондентов о методах выявления фальшивых сайтов

Данные результаты говорят либо о незнании знаков отличия, защищенного от незащищенного, либо невнимательным прочтением вопроса.

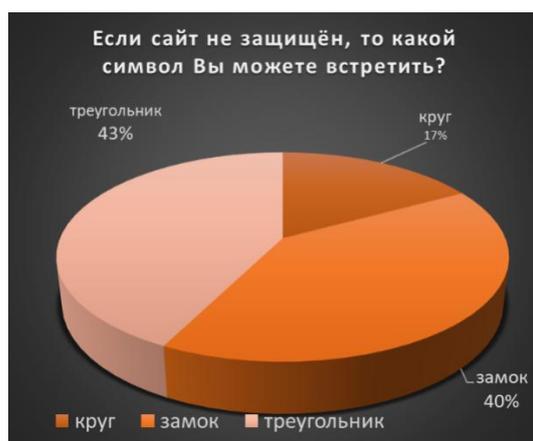


Рис. 6 – Распределение респондентов по уровню знания символов опасности сайтов

На вопрос «Если Вы определили, что сайт не защищен, то Ваши действия...»

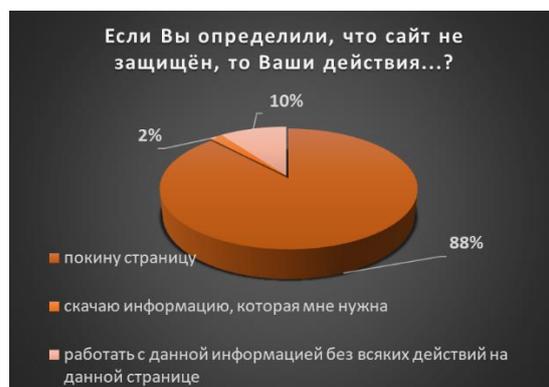


Рис. 7 – Распределение респондентов по действиям с опасными сайтами

Значительная часть респондентов покинет страницу опасного сайта, что свидетельствует о желании сохранить личную информацию и избежать получение вирусов и других нежелательных последствий для программного обеспечения своего оборудования.

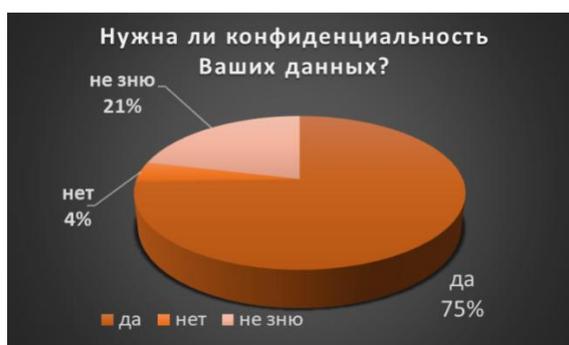


Рис. 8 – Распределение респондентов по уровню необходимости защиты личных данных

Большая часть респондентов не хотят, чтобы их переписка в социальных сетях, содержание их электронных писем или банковские реквизиты стали достоянием общественности.

Защита информации, в том числе и криптографическими средствами, является сложной и специфической областью человеческой деятельности. В ходе исследования выявлено, что особенность криптографии состоит в том, что она направлена на разработку методов, обеспечивающих противодействие к любым действиям злоумышленника. Так как в современном мире наблюдается рост хакерских атак на информацию, размещенную в интернете, несомненно, криптография будет развиваться дальше весьма активно. Одна из её задач на будущее – разработка скоростных методов шифрования с высоким уровнем секретности. Эта задача обусловлена растущим количеством каналов связи (беспроводные сети, сотовая связь), по которым передаются очень большие объёмы информации.

Достижения современной криптографии позволяют надежно защитить информацию от несанкционированного ознакомления, искажения; позволяют разрешить вопросы с авторством документа и многие другие.

Исследование помогло не только разобраться, как работает криптография и почему соединение с замочком можно считать безопасным, но и заставила по-новому посмотреть на вопросы безопасности и доверия в сети, не ограничиваясь сугубо техническими аспектами. Ведь криптография - это всего лишь инструмент, который можно использовать как в благих целях, так и в неприглядных.

ПРОГРАММНОЕ СРЕДСТВО ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА И КОНТРОЛЯ РАСХОДОВ

Автор: Зенькевич А.П., группа 01п

Руководитель: Савицкая Е.А.

Филиал БНТУ «Минский государственный технологический колледж» (Минск)

Прогрессивное увеличение возможностей компьютерной техники, развитие информационных сетей, создание новых информационных технологий приводят к значительным изменениям во всех сферах общества: в производстве, науке, образовании, медицине и т.д. Это не обошло стороной и бухгалтерию и это неудивительно, так как бухгалтерский учет – один из самых трудоемких процессов, который трудно осуществим без различных дополнительных вспомогательных средств. Таким образом, возникла потребность в автоматизации этого процесса.

Поскольку каждая семья является уникальным объектом, для некоторых семей программа для бухгалтерского учета может быть идеально подходящим вариантом, который полностью бы удовлетворял их требованиям, а для других не подходит совсем, так как не смог бы решить поставленные перед ней задачи в полной мере.

Цель данной исследовательской работы – разработать уникальную и универсальную программу для проведения бухгалтерского учета доходов и расходов семьи, расчета и планирования бюджета семьи.

Простым языком, бюджет – это некая определенная денежная сумма, которую планируется потратить за какой-либо промежуток времени. Для того, чтобы определить бюджет, необходимо изучить и проконтролировать доходы и расходы семьи и организации. В этом очень помогает Главная книга (Гроссбух) – основной сводный регистр бухгалтерского учета, в котором отражаются данные за отчетный год по всем счетам бухгалтерского учета, применяемым семьей.

Разработанное программное средство является веб-приложением. Веб-приложение – это интерактивное компьютерное приложение, которое разработано специально для сети интернет, где клиентом выступает браузер, а сервером является веб-сервер, на котором главным образом осуществляется хранение данных, а обмен данными происходит по сети. Из этого следует, что для работы с веб-приложением пользователю необходим доступ к интернету.

Отличительной чертой веб-приложения является масштаб, так как веб-приложением может пользоваться одновременно большое количество человек.

Большим достоинством выбора разработки клиент-серверного приложения является то, что пользователи не зависят от операционной системы, поэтому веб-приложения кроссплатформенны. Также к достоинствам веб-приложений относят тот факт, что они не требуют установки на смартфоне или компьютере, из чего следует, что памяти на девайсах они практически не занимают, в отличие от мобильных и десктопных приложений.

С помощью реализации перечисленных функций программное средство позволит конкурировать с другими аналогами программных средств для планирования семейного бюджета и контроля расходов.

После анализа существующих систем можно сделать вывод о том, какими свойствами должно обладать качественное программное средство для осуществления бухгалтерского контроля расходов и доходов семьи и планирования семейного бюджета:

1. Кроссплатформенность. Программный продукт должен одинаково качественно работать в любом браузере, под управлением любых операционных систем и на любых устройствах.

2. Обеспечение быстрого доступа к данным. Для хранения, систематизации и получения больших объемов данных нужно использовать системы управления базами данных.

3. Безопасность. Программное средство, разработанное с использованием современных протоколов и средств защиты, должно в полной мере обеспечивать сохранность данных. Разработчик должен предусмотреть все потенциальные уязвимости продукта.

4. Быстродействие. Данный пункт характеризуется скоростью загрузки любых ресурсов, необходимых для работы приложения, скоростью работы приложения, рендеринга и обработки пользовательского ввода.

5. Бесплатность. Чтобы обеспечить полную доступность для пользователей любых возрастов, программное средство должно быть бесплатным.

Созданное приложение для осуществления бухгалтерского контроля расходов и доходов семьи и планирования семейного бюджета позволит структурировать информацию о доходах и расходах семьи и поможет пользователям принимать грамотные финансовые решения на основе своих данных. Таким образом были поставлены следующие задачи:

1) проанализировать существующие аналоги разрабатываемого программного средства;

2) разработать программное средство с простым для понимания пользователями любых возрастов пользовательским интерфейсом;

3) обеспечить хранение в базе данных всей необходимой информации, возможность быстрого получения больших объемов данных по всем необходимым запросам;

4) обеспечить подключение базы данных к программному средству с помощью пула соединений;

5) спроектировать функции создания, редактирования, удаления доходов, расходов, планируемых доходов и расходов, перевода денег с одного аккаунта на другой, просмотра разницы между доходами и расходами за выбранный период в выбранной валюте, просмотра балансов аккаунтов за выбранный период в выбранной валюте.

Разработанное программное средство позволит провести бухгалтерский учет расходов и доходов семьи, а также рассчитать и спланировать ее бюджет. Данные функции будут осуществляться через удобный, интуитивно понятный пользовательский интерфейс.

При запуске программного средства происходит процесс аутентификации и авторизации, где пользователь вводит свой логин и пароль. Далее осуществляется подключение к базе данных и проверка введенного логина, пароля.

Если проверка пройдена успешно, пользователь увидит страницу «Home», в которой он сможет изучить информацию о программном средстве, основных понятиях и целях программного средства. Далее пользователь сможет посетить пункты меню, например, «Income», «Payments», «Account owners», «Planned income», «Planned payments», где сможет получить информацию о доходах, расходах, владельцах аккаунтов и т.д., а также создавать, модифицировать и удалять данную информацию. Кроме того, пользователю доступны такие пункты меню как «Balances», «Interaccount transactions», «Account balances», где он сможет просмотреть информацию для выбранного им пользователя, в определенный период, в определенной валюте.

Для создания дохода пользователю необходимо указать название дохода, источник дохода, его тип, сумму дохода, валюту, в которой он был получен, дату получения дохода и аккаунт, на который поступает этот доход, а также является ли этот доход запланированным.

Для создания расхода необходимо указать его название, получателя, тип, сумму расхода и валюту, в котором он был произведен, дату совершения рас-

хода, аккаунт, с которого производится расход, а также является ли данный расход запланированным.

Для создания владельца аккаунта нужно указать его имя, активен ли он и является ли он пользователем приложения. Также в пункте меню «Account owners» можно просмотреть аккаунты, принадлежащие выбранному владельцу аккаунта и создать для него новые, изменить или удалить уже существующие.

Для создания запланированного дохода необходимо указать название планируемого дохода, источник дохода, его тип, сумму дохода, валюту, в которой был получен доход, аккаунт, на котором числится доход, а также планируемую дату получения этого дохода, дату начала и дату окончания, которые означают период поступления для регулярных доходов.

Для создания запланированного расхода необходимо указать название планируемого расхода, получателя расхода, его тип, сумму расхода, валюту, в которой был произведен расход, аккаунт, на котором числится расход, а также планируемую дату получения этого расхода, дату начала и дату окончания, которые означают период, в который производятся регулярные расходы.

Функциональность программного средства основана на работе с таблицами данных, которые содержат информацию о пользователях, транзакциях, имеют имя и хранятся в единой базе данных.

Любой запуск приложения сопровождается открытием Database Connection Pool (DBCP) – пул соединений к базе данных. Он подразумевает, что в нашем распоряжении имеется некоторый набор («пул») соединений к базе данных. Когда новый пользователь запрашивает доступ к БД, ему выдается уже открытое соединение из этого пула. Если все открытые соединения уже заняты, создается новое. Как только пользователь освобождает одно из уже существующих соединений, оно становится доступно для других пользователей. Если соединение долго не используется, оно закрывается. Соединения возвращаются в пул после завершения работы. Пул соединений необходим для повышения эффективности использования соединений и увеличения производительности при работе с базами данных.

Подводя итоги, разработанное программное средство способно в полной мере компенсировать потребность пользователей в постепенном накоплении денежных ресурсов в резервном фонде семьи. Планирование бюджета и контроль расходов – это инструмент планомерного улучшения финансовой обстановки в семье. С его помощью можно сократить ненужные мелкие траты, что позволит сохранить деньги для более необходимых или приятных вещей: подарки, запланированные покупки, семейные развлечения, здоровье и т.п. Благодаря контролю и планированию семью не застанут врасплох различные экстренные ситуации (болезнь, поломка бытовой техники, увольнение и т.д.).

Программное средство имеет ряд достоинств:

- полноценная работа без установки большого числа дополнительных пакетов, что значительно облегчает работу пользователю;
- стабильность системы;
- программное средство является веб-приложением, что позволяет ему не требовать от пользователя установки приложения и дополнительных паке-

тов, одинаково хорошо работать на любом устройстве и благодаря использованию современных протоколов и средств защиты, способно полноценно обеспечивать сохранность данных;

– бесплатность программного средства.

Таким образом, разработанное программное средство предоставляет перечень удобных инструментов для работы с данными и простой, понятный интерфейс для пользователей всех возрастов.

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ В ИНТЕРНЕТЕ: ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ

Автор: Казбекова А.С., группа 2 осн. УА-1

Руководитель: Касьмова Г. И

ЧУ «Электронный колледж имени Жакии Чайжунусова» (Семей)

В современном мире заметен быстрый темп развитие сети Интернет, а также информационных и телекоммуникационных технологий во всех сферах человеческой деятельности. Внедрение сети Интернет, информационных и телекоммуникационных технологий в развитие экономики, привело к быстрому экономическому росту и электронной торговли, а также к переходу многих предприятий к таким платформам, как электронная торговля товара или услуги.

Электронная торговля – это осуществление торгово-закупочной деятельности через глобальную сеть Интернет. Применение электронной торговли повлияло на форму ведения бизнеса. Электронная торговля относится к рынку удалённых продаж. Сейчас малые предприятия и индивидуальные предприниматели получили возможность вести свои коммерческие сделки в электронном режиме, то есть в режиме реального времени (on-line). Электронная торговля стала неотделимой частью нынешней всеобщей экономики. Все больше покупателей в мире приобретают товары через Интернет, и большинство организации применяют возможности этой сети в осуществлении предпринимательской активности.

История электронной торговли берет начало с 60-х годов двадцатого века в Америке и Западной Европе. Она характеризуется внедрением системы бронирования авиабилетов, далее ее развитию способствуют создание систем управления запасами, появление компьютерных сетей и систем передачи данных, платежных карт и других систем электронных платежей. Начиная от середины 90-х, абсолютно во всем мире прослеживается увеличение деятельности в сфере электронной торговли. В настоящее время почти любые товары и продукты возможно приобрести путем сети Интернет. Каждый день в сети Интернет происходят сотни тысяч сделок купли-перепродажи товаров и продуктов, также оказанию каких-либо услуг.

На сегодняшний день электронная торговля является одним из наиболее активно развивающихся видов торговли, причем она наблюдается даже в тех странах, где она имеет давнюю и достаточно успешную историю. Определен-

ный рост электронной торговли демонстрирует и наша страна Казахстан. В нашем государстве (Казахстан) рынок электронной торговли также стремительно растёт, а если сравнить с другими государствами, как США и Китай, и даже по сравнению с Россией наши результаты пока выглядят скромно. Тем не менее, если еще 3-4 года назад большинством казахстанцев возможность приобретения товаров через интернет рассматривалась как рискованное предприятие, то сегодня покупки в интернет-магазинах совершают многие.

Применение электронной торговли в стране стало относительно недавно. За последние три года объём розничной торговли заметно выросла, а пандемия COVID-19 только ускорила процесс. Если 2 года назад, онлайн продажи для многих - был не основной и второстепенный канал продаж, то после 12 месяцев жестких ограничений и изоляции, розничные предприниматели изменили свои приоритеты. Перераспределение инвестиций произошло в пользу развития интернет-площадок, так как потребители ушли в онлайн. Согласно анализу, на третий квартал 2020 года пришел пик прироста в объемах онлайн продаж. Так, если в 2018-2019 годах доля электронной торговли соответственно составляла 2,9% и 3,8%, то уже в 2022 году она выросла почти в 3 раза и достигла 9,7%.

Введение режима карантина и другие ограничительные меры привели к фундаментальному сдвигу в структуре глобального спроса на онлайн-покупки товаров и оплату услуг, а также к росту использования цифровых инструментов коммуникации и дистанционного потребления.

Электронная торговля в Казахстане способствует развитию и увеличению объёмов внутренней и внешней торговли, безналичных платежей, сокращению издержек бизнеса и минимизации теневого оборота. В 2020 году объём безналичных платежей вырос в 2,4 раза, до 35,3 трлн.тг. Тенденция роста наблюдается и в текущем году: за два месяца 2021 года объём безналичных платежей составил 7,8 трлн тг, увеличившись более чем в 2 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. При этом доля онлайн-платежей, проведённых посредством интернета и мобильного телефона, составила 82% от общего объёма.

В разрезе международных платёжных систем 99,1 % всех безналичных транзакций приходится на MasterCard Worldwide и VISA International.

Что касается основных интернет-компаний, которые работают на казахстанском рынке, то в таблице 1 представлен рейтинг топ-10 крупных компаний, составленный на основе данных “FORBES KAZAKHSTAN”.

Электронную торговлю через Интернет в Казахстане пользуются более 2 млн человек ежегодно, что составляет 65 % от общего числа пользователей интернета. Казахстанцы стали чаще делать покупки онлайн. Охотнее всего в сети покупают товары, что составляет 65 %, то есть стройматериалы, бытовую технику, косметику, одежду и обувь, а также приобретают онлайн-услуги, что составляет 32 %, то есть авиа- и железнодорожные билеты, оплачивают коммунальные услуги и покупают билеты в кино, театры и на концерты. (Вдвое меньше тратят на услуги).

Я сделала опрос внутри своего колледжа «Часто ли вы совершаете онлайн-покупки, используя сервисы интернета?». Как оказалось, большинство

категории в возрасте от 35 до 60 лет считают, что это якобы не безопасно, но больше предпочитают совершать оффлайн покупки. А в возрасте от 18 до 30 лет используют не так часто, но все-таки покупают некоторые недоступные товары в нашей стране, а от 15 до 25 лет активно используют онлайн-покупки.

Таблица 1 – Топ-10 крупных компаний

№ п/п	Интернет компании	
1	Kaspi.kz (ТОО «Kaspi Магазин»)	
2	Wildberries.kz (ТОО «Вайлдберриз»)	
3	Aviata (ТОО «Aviata»)	
4	OLX.kz (ТОО «ОЭЛИКС Групп»)	
5	Sulpak.kz (ТОО «Арена S»)	
6	Airastana.com (АО «Эйр Астана»)	
7	Mechta.kz (ТОО «Мечта Маркет»)	
8	Technodom.kz (АО «Technodom Operator»)	
9	Alser.kz (ТОО «Gulser Computers»)	
10	Chocotravel.com (ТОО «Интернет Туризм»)	

Примечание – Источник: данные “FORBES KAZAKHSTAN”

Особенности и преимущества использования электронной торговли являются: снижение затрат на продвижение бизнеса; заключение электронных договоров; сокращение времени операций; снижение затрат на реализацию продукции и т.д. Эти преимущества позволяют снизить цену на товары и услуги, что влечет за собой рост объемов электронной торговли.

Несмотря на особенности и преимущества электронной торговли, существуют также проблемы и недостатки.

Настоящее время в Казахстане одной из ключевых проблем развитие электронной торговли, является «проблема доверия», что связано прежде всего с отсутствием у потенциальных покупателей полной и достоверной информации об онлайн-продавцах. Этими проблемами являются страх быть обманутым, страх перед возможным мошенничеством с платежными средствами. Недостатками электронной торговли являются несовместимость платежных систем разных стран, перебои с доставкой товара, неуверенность, скованность при осуществлении дорогих покупок, сложность процесса возврата и обмена товара. В целом казахстанский рынок для электронной торговли можно оценить, как потенциально перспективный.

Подводя итог, можно сказать, что электронная торговля во всех странах на данный момент находится на пике своего развития, сеть Интернет поглощает мир и электронная торговля интернета предоставляет компаниям, фирмам, предприятиям, частным предпринимателям широкий спектр услуг, позволяет перейти на качественно новый уровень ведения бизнеса. Настоящее время электронная торговля актуальна для современной жизни, так как экономика постоянно развивается и, следовательно, чтобы не потерять своих клиентов каждый предприниматель необходимо совершенствовать свой бизнес.



СЕКЦИЯ № 5

Прогнозирование и оценка экономических явлений XXI века



РАЗВИТИЕ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДОВ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ

Автор: Коваль А.Г., группа Т-2009

Руководитель: Мелешко Е.С.

ЧУО «Минский колледж предпринимательства» (Минск)

В соответствии с Государственной программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021 – 2025 годы, утвержденной Указом Президента Республики Беларусь от 29.07.2021 в Республике Беларусь созданы благоприятные условия для развития частного сектора экономики, сохранены промышленный потенциал и основные узнаваемые в мире белорусские бренды, что подтверждается международными исследованиями. Так, в рейтинге «DoingBusiness-2020» Беларусь заняла 49-ю позицию среди 190 экономик мира, а в мировом рейтинге по индексу конкурентоспособности промышленности – 47-ю позицию из 153.

Национальная экономическая политика и далее будет направлена на обеспечение устойчивого роста экономики, в том числе, и на основе внедрения современных маркетинговых инструментов, одним из которых является событийный маркетинг – комплекс специальных мероприятий и акций, способствующий формированию узнаваемых брендов и их дальнейшему продвижению на рынке.

Объект исследования – инструменты продвижения брендов на белорусском рынке.

Предмет исследования – развитие событийного маркетинга как инструмента продвижения брендов на белорусском рынке.

Цель: исследовать перспективы внедрения событийного маркетинга как инструмента продвижения брендов на белорусском рынке.

Задачи работы:

1. Исследовать мировой опыт развития событийного маркетинга как инструмента продвижения брендов.

2. Рассмотреть инструменты продвижения брендов на белорусском рынке.

3. Проанализировать состояние и перспективы развития событийного маркетинга как инструмента продвижения брендов на белорусском рынке.

4. Разработать сценарий проведения ивента «Беби-салон котят – 2022» для организации Фелинологическое общественное объединение «Мистер кот». Провести исследование эффективности данного мероприятия как инструмента продвижения бренда на белорусском рынке.

Теоретическая база: исследования Г. Картера, Н. Кларка, Б. МакКоннела, Д. Хьюба, К. Хоффмана, У. Хальцбаура, Э. Йеттингера, Б. Кнауца, В.Л. Музыканта, А.Е. Назимко, Э.В. Кондратьева.

Анализ мирового опыта использования событийного маркетинга и перспектив его развития как инструмента продвижения брендов позволяет сделать

вывод, что это эффективный способ продвижения брендов компаний с помощью организации разнообразных ивентов.

Главный ориентир event-маркетинга – это эмоции. Клиенты принимают участие в мероприятиях и получают позитивные впечатления и переживания. Как следствие, у них формируются положительные ассоциации с брендом, и развивается стойкая эмоциональная привязанность.

Сам процесс организации ивент-проектов подразумевает, что событие может быть организовано для определенной торговой марки (бренда), а может стать совместным мероприятием, в котором несколько брендов принимают участие в качестве спонсоров, партнеров и т.д.

Изначально именно американские крупные компании положили начало использованию событийного маркетинга как одного из инструментов продвижения брендов и доказали его эффективность. Первой стала рекламная кампания «The Coca-Cola Company», которая и в настоящее время у многих ассоциируется с неотъемлемой частью Нового года.

В настоящее время в мире многие компании активно продвигают свои бренды посредством проведения мероприятий:

1. Avon Cosmetics проводит так называемый «Avon Running Global Women's Championship» – забег на 10 километров для женщин.

2. Nokia организует спортивные мероприятия, связанные с динамичными видами спорта. Ежегодно проводятся «Nokia Winter Action» – чемпионат для сноубордистов. А шоу «Nokia Totally Board», проходившее на ВДНХ, стало настоящим зрелищем для любителей экстрима и не только.

3. «Альфа-Банк» открыл на Васильевском острове в Санкт-Петербурге памятник поэту Иосифу Бродскому, что стало событием в культурной жизни «северной столицы».

Анализ статистики по продажам и доходам этих компаний показывает, что у 81 % брендов после проведения мероприятий событийного маркетинга продажи поднялись почти в 2 раза.

В ходе подготовки данной работы было проведено исследование методом опроса, в котором приняли участие 700 человек. Согласно его результатам, 76 % респондентов предпочитают бренды, которые используют событийный маркетинг для продвижения и распространения своей продукции; наиболее популярными и привлекательными для целевой аудитории оказались такие направления event-маркетинга как: промоушн-ивент (фестивали, концерты, выставки и т.д.) – 91 %, corporate-ивент (корпоративные праздники, внутриколлективные вечеринки и т.д.) – 57 %, PR-ивент (презентации, конференции, семинары и др.) – 43 %.

Также был разработан сценарий ивента «Беби-салон котят – 2022» для организации Фелинологическое общественное объединение «Мистер кот» (далее – ФОО «Мистер кот»), которое было приурочено ко Дню святого Валентина. Дополнительно в ходе работы выставки проводилось исследование поведения потребителей методами наблюдения и интервьюирования, в котором приняло участие 1298 респондентов. По результатам опроса выяснилось, что 87 % респондентов с удовольствием готовы принять повторное участие в подобного

рода мероприятиях, 66 % респондентов впервые узнали об организации ФОО «Мистер кот» благодаря проведенному ивенту, а 49 % опрошенных хотели бы начать сотрудничество с ФОО «Мистер кот». В феврале 2022 г. был проведен анализ объемов продаж данной организации, согласно которому продажи возросли в 2,5 раза, что является рекордным показателем за 2021-2022 года для ФОО «Мистер кот».

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что развитие событийного маркетинга является эффективным инструментом продвижения брендов на белорусском рынке. Результат маркетинговых ивентов помогает сделать бренд узнаваемым, «народным», продемонстрировать преимущества продукции, отыскать партнеров, а также выстроить прочные взаимоотношения с покупателями.

Так как приоритетные направления формирования рыночной экономики в Республике Беларусь направлены на использование новых типов экономических моделей и повышения эффективности и результативности их деятельности, событийный маркетинг как технология не только останется актуальным, но и станет одним из самых востребованных инструментов продвижения брендов на белорусском рынке.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ КРАУД-ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ ПОДБОРА И УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Авторы: Тихонович Д.С., Русецкий М.Н., группа К-1905

Руководитель: Мелешко Е.С.

ЧУО «Минский колледж предпринимательства» (Минск)

Расцвет цифровых технологий ознаменовал начало новой эпохи в развитии HR-менеджмента и дал возможность повысить эффективность поиска, отбора и обучения персонала в организации. В связи с приоритетными целями развития цифровой экономики Республики Беларусь и необходимостью повышения её конкурентоспособности на мировой арене возникает потребность во внедрении крауд-технологий в систему управления персоналом.

По данным глобального отчета «Digital 2021» количество пользователей Интернета и социальных сетей в 2021 г. выросло по сравнению с 2020 г. на 7 % и на 9 % и составило 4,54 млрд. чел. и 3,8 млрд. чел. соответственно (59 % и 49 % всего населения Земли). Рост пользователей Сети потенциально увеличивает вероятность и скорость нахождения кандидатов (высокоспециализированных специалистов и талантливых кадров) на вакантные должности с помощью крауд-технологий, основанных на интернет-поиске и сетевых коммуникациях.

Объектом нашего исследования стала система подбора и управления персоналом. Предметом – использование крауд-технологий в системе подбора и управления персоналом.

Цель работы: исследовать возможности использования современных крауд-технологий в системе подбора и управления персоналом.

Задачи работы:

1. Рассмотреть сущность крауд-технологий в системе подбора и управления персоналом.

2. Исследовать мировой опыт использования крауд-технологий в системе подбора и управления персоналом.

3. Проанализировать состояние и перспективы развития крауд-технологий в системе подбора и управления персоналом в Республике Беларусь.

4. Провести online-опрос с целью исследования актуальности использования крауд-технологий на современном рынке труда в нашей стране.

При подготовке работы мы опирались на исследования следующих ученых: И. Молик (Mollick E.), Д. Хай. (Hui J.), М. Робинсон, Б.Новек, Н.А. Ларионов, А.В. Соколов, Д.А. Котенко, И.Б. Тесленко, С.В. Ратнер, В.Л. Чугреев, М.О. Душина, Полякова Ю. М.

В ходе написания научной работы были использованы такие методы исследования, как анализ и обобщение вторичной информации, эксперимент, online-опрос.

Приоритетные направления формирования цифровой экономики в Республике Беларусь направлены на использование новых типов экономических моделей и способов ведения бизнеса. В последнее время возрастает актуальность и новизна таких инструментов управления как крауд-технологии. В связи с чем возникает относительно новое понятие «крауд-экономика», которая приходит на смену экспертной экономике.

Развитие крауд-экономики способствует привлечению широкого круга заинтересованных посредством социальных сетей к решению производственных и научных задач, оценке потребительских свойств планируемых к выпуску продуктов (услуг), а также к инвестированию в разнообразные проекты, в том числе социальные. Цифровые платформы в Интернет обеспечивают взаимодействие участников рынка между собой без посредников, содействуют развитию малого и среднего инновационного бизнеса.

Изучение мирового опыта использования крауд-технологий в системе подбора и управления персоналом показало, что среди существующих крауд-технологий в сфере HR выделяют краудсорсинг, краудстаффинг и краудрекрутинг, которые нацелены на повышение эффективности, а также сокращение времени на поиск и отбор персонала.

Краудсорсинг (англ. crowdsourcing, от crowd – толпа и sourcing – использование ресурсов) – привлечение к решению тех или иных проблем инновационной производственной деятельности широкого круга лиц для использования их творческих способностей, знаний и опыта по типу субподрядной работы на добровольных началах с применением инфокоммуникационных технологий. Даная технология примечательна тем, что при относительно низких затратах (материальных и временных) позволяет добиться поставленной цели при помощи креативных идей.

Примером перехода к концепции открытых инноваций на основе краудсорсинга является деятельность компаний Lego, Google, Starbucks.

Краудстаффинг (от англ. «crowd» – толпа и «staff» – персонал) – технология поиска и отбора персонала, основанная на привлечении внешних рекрутеров для работы на специализированной виртуальной платформе по оценке кандидатов на вакантные должности.

Краудстафферы – специалисты по подбору персонала, которые осуществляют свою деятельность online, а процесс подбора продолжается 24 часа в сутки, 7 дней в неделю из любой точки мира. Модель краудстаффинга основана на комиссионных отчислениях краудстафферу за каждого размещенного кандидата на вакантные должности. Размер таких отчислений может составлять от 33 до 60 % за каждое место от месячного оклада принятого сотрудника. Наиболее известными компаниями, использующими краудстаффинг в своей деятельности, являются BMW, DHL, Adidas.

Краудрекрутинг (от англ. «crowd» – толпа и «recruiting» – наем) – технология поиска и отбора персонала, предполагающая организацию краудсорсингового проекта, нацеленного на выявление наиболее талантливых кандидатов для включения в штат сотрудников на постоянной или контрактной основе.

К достоинствам краудрекрутинга относятся:

- одновременное выполнение трех функций системы управления персоналом: поиск, подбор и оценка кадров;
- огромный охват кандидатов на должность (от нескольких сотен до нескольких тысяч человек);
- сокращение временных затрат на подбор персонала;
- уменьшение денежных затрат на подбор персонала.

В рамках написания научной работы был проведён анализ состояния и перспектив развития крауд-технологий в системе подбора и управления персоналом в Республике Беларусь. Были выявлены несколько эффективных форматов краудсорсинга, которые используют в Беларуси:

1. Сбор мнений. На платформе Talaka.by можно размещать свои социально значимые проекты, искать людей и ресурсы для их реализации.

2. Поиск людей. В Беларуси вот уже 5 лет действует поисково-спасательный отряд «Ангел». Это популярное добровольное объединение для поиска пропавших людей.

3. Сбор информации. Опросы, комментарии и отзывы – самые мобильные способы получить актуальную информацию прямо у своей целевой аудитории. Пример: раздел «Вопрос/ответ» на сайте рекламного агентства GUSAROV. Агентство выполняет образовательную функцию для посетителей, клиентов и сотрудников, а также собирает комментарии по заданным темам.

4. А/Б-тестирование. Белорусская компания Split Metrics оказывает услуги А/В-тестирования иконок, скриншотов, описаний приложений в App Store и Google Play.

5. Голосование. Компания «Красный пищевик» завела аккаунт в социальной сети Вконтакте. Время от времени там появляются опросы, касающиеся продуктов фирмы. Так с помощью голосования выбираются названия и элементы дизайна.

6. Поиск решения. Проект «Мой город» 115.бел создан для того, чтобы жители Минска могли обратиться по поводу жилищно-коммунальных проблем. Сам портал не является официальным представителем какого-либо государственного органа, но играет роль посредника между жителями города и администрацией, а также предоставляет площадку для деятельности неравнодушных людей.

В рамках написания данной работы было проведено маркетинговое исследование методом онлайн-опроса, в котором приняли участие 600 респондентов. По результатам опроса:

- 85 % респондентов считают целесообразным создать в нашей стране краудрекрутинговую платформу.

- 64,3 % респондентов хотели бы поучаствовать online в совместных краудрекрутинговых проектах в качестве специалиста при условии, что команда подбирается при помощи «искусственного интеллекта».

- 73 % респондентов считают актуальным использовать крауд-технологии в системе подбора и управления персоналом в Республике Беларусь.

Развитие информационных технологий в эпоху цифровой экономики неизбежно влияет на изменение методов и способов управления персоналом для поддержания конкурентоспособного уровня компании на отечественном и международном рынках. Данный факт подтверждают тенденции 2019-2020 гг. в области управления персоналом (по данным агентства Pro-Vision Communications): внедрение искусственного интеллекта, подготовка к работе с поколением «Z», персонализация (переориентация на индивидуальные потребности сотрудников), возможность удаленного формата работы (по данным опроса Flexjobs в 2020 г. 85 % представителей поколения «Y» предпочитают работать в дистанционном режиме), сторителлинг как метод продвижения HR-бренда в социальных сетях, Agile-методы, управление талантами, геймификация управления HR.

В результате исследования актуальности использования крауд-технологий в системе подбора и управления персоналом, было выявлено, что расцвет цифровых технологий озарил новую эпоху в развитии HR-менеджмента и дал возможность повысить эффективность поиска, отбора и обучения персонала в организации. В связи с приоритетными целями развития цифровой экономики Республики Беларусь и повышения ее конкурентоспособности на мировой арене, возникает потребность во внедрении крауд-технологий в систему управления персоналом.

МАРКЕТИНГ XXI ВЕКА

Автор: Зарлыканова А.С., группа 2 осн. УА-1

Руководитель: Сүлейменов Д. А.

ЧУ «Электронный колледж имени Жакии Чайжунусова» (Семей)

XXI век стал свидетелем появления новой экономики благодаря технологическим инновациям и развитию. Чтобы понять новую экономику, важно по-

нять вкратце характеристики и особенности старой экономики. Промышленная революция была отправной точкой старой экономики, ориентированной на производство большого количества стандартизированной продукции. Этот массовый продукт был важен для снижения затрат и удовлетворения большой потребительской базы, поскольку компании, увеличившие производство, вышли на новые рынки в разных географических регионах. В старой экономике существовала организационная иерархия, в которой высшее руководство давало указания, которые исполнялись менеджером среднего звена над рабочими. Напротив, новая экономика всегда видела покупательную способность благодаря цифровой революции. Потребители имеют доступ ко всем типам информации о продуктах и услугах. Кроме того, стандартизация была заменена большей индивидуализацией с резким увеличением ассортимента продукции. Опыт покупок также изменился с введением онлайн-покупок, которые можно совершать круглосуточно и без выходных с доставкой товаров в офис или домой.

Компании также воспользовались доступной информацией и разрабатывают более эффективные маркетинговые программы для потребителей, а также для каналов сбыта. Цифровая революция увеличила скорость мобильной связи, электронной почты, SMS и т. д. Это помогает компаниям быстрее принимать решения и быстрее реализовывать стратегии. Маркетинг – это искусство разработки, рекламы и распространения товаров и услуг среди потребителей и бизнеса. Однако маркетинг не ограничивается только товарами и услугами, он распространяется на все, от мест до идей и между ними. Это порождает множество проблем, в рамках которых специалисты по маркетингу должны принимать стратегические решения. И ответ на эти вызовы зависит от рынка, на котором работает компания, поскольку решения потребительского рынка касаются продукта, упаковки и канала сбыта. Для делового рынка знание и осведомленность о продукте очень важны для специалистов по маркетингу, поскольку предприятия стремятся сохранить или установить авторитет на своем соответствующем рынке. Для глобального рынка маркетологи должны учитывать не только культурное разнообразие, но и быть осторожными в отношении законов о международной торговле, торговых соглашений и нормативных требований отдельного рынка.

Для некоммерческих организаций с ограниченным бюджетом важно установить цены на продукты, поэтому компании должны соответствующим образом разрабатывать и продавать продукты. Философия маркетинга, используемая любой компанией, должна сочетать интересы организации, интересы потребителей и интересы общества. В философии производства компании сосредоточены на количестве, большом количестве продукции, что снижает стоимость единицы продукции, а также на массовом распределении. Такая концепция обычно имеет смысл на развивающемся рынке, где есть потребность в продуктах в больших количествах. Философия продукта говорит о потребителях, которые готовы платить больше за высокое качество и надежную работу, поэтому компании сосредотачиваются на производстве качественной продукции. Концепция продаж предполагает подталкивание потребителей к покупке продуктов, против которых в обычных обстоятельствах они бы не согласились.

Маркетинговая концепция предполагает удовлетворение потребностей потребителей, тем самым разрабатывая и продавая продукты, ориентируясь исключительно на потребности и желания клиентов. Философия клиента заключается в создании продуктов, изготовленных по индивидуальному заказу, где в продуктах используется дизайн с учетом исторических транзакций потребителей. Последняя философия – это социальная концепция, которая верит в разработку продуктов, которые не только приносят удовлетворение потребителям, но и учитывают благополучие общества или окружающей среды. Цифровая революция и 21 век заставили компании оптимизировать методы ведения своего бизнеса. Одной из наблюдаемых основных тенденций является необходимость рационализации процессов и систем с акцентом на снижение затрат за счет аутсорсинга. Еще одна тенденция, наблюдаемая в компаниях, – поощрение предпринимательского стиля рабочей среды с глокальным (глобально-локальным) подходом.

В то же время маркетологи компаний рассчитывают на построение долгосрочных отношений с потребителями. Эти отношения устанавливают платформу, понимающую потребности и предпочтения потребителей. Маркетологи рассматривают каналы сбыта как партнеров по бизнесу, а не как клиентов. Компании и маркетологи принимают решения, используя различные компьютерные смоделированные модели. Подводя итог, маркетинг 21 века – это вызов, который заключается в том, чтобы идти в ногу со временем.

В дополнение к важности геолокации мы также узнали, что общение должно иметь личное отношение к потребителю, соответствовать ситуации и ценностям человека, а не только его демографическим крайностям, таким как пол и возраст. Создание человеческой и личной связи в любом коммерческом сообщении требует определения цели, способной описать человека на основе множества аспектов, влияющих на его покупку любого товара. Используя сегментацию и такие инструменты, как «Персонажи потребителей», мы можем глубже понять наши медиа-стратегии, и особенно наши творческие и маркетинговые подходы. Вы конкурируете с последним лучшим опытом, который был у вашего клиента. Когда мы говорим о мире рекламы, вы конкурируете с последним, что видел потенциальный клиент. В маркетинге мы боремся не за процент рынка, мы боремся за небольшую часть сознания потребителя, его внимания. Собственно, именно поэтому передовая реклама должна быть очень агрессивной, очень «бросающейся в глаза», – сказал американец. Вы должны вбить себе в голову эту идею, потрясти себя, таким образом, чтобы «стереть» все, что вы видели раньше, и занять свое место. В последнее время маркетинг вырос до уровня ограничения пользовательского опыта. Это означает, что теперь потребитель не только сравнивает ваш готовый продукт или вашу коммуникацию, но и сравнивает весь опыт бренда. Клиент помнит, кто хочет связаться с ним через SMS, электронную почту, рекламные щиты, мероприятия и так далее. Отойдя от мира моды, мы можем увидеть то же явление в сфере технологий. Кампания Apple 1997 года «Думай иначе» состояла из видеотаблеток с людьми, имевшими историческое значение (Пикассо, Ганди, Мартин Лютер Кинг) с голосом Стива Джобса. В этом случае перфоманс-маркетинга практически не существу-

ет (также учитывая время), и вся кампания была создана, чтобы дать аудитории представление о разнообразии, будучи частью группы, известной тем, что вызывает слезы в статус-кво. Apple не хотела специально привлекать разрушителей, по крайней мере, не только их миссия заключалась в том, чтобы привлечь всех, кто хотел быть разрушителем, и этим шагом создала сообщество, которое существует и сегодня.

В прошлом работа маркетолога сводилась в основном к покупке массового охвата или целевого охвата по лучшим ценам в СМИ и надежде конвертировать его. Так что, по сути, это было похоже на посещение как можно большего количества вечеринок или баров в надежде найти кого-то особенного. Это был мир спонтанности, интуиции и, честно говоря, множества встреч лицом к лицу. Теперь поиск вашей идеальной пары может быть не столько случайностью, сколько данными и алгоритмами. С точки зрения маркетинга, мы наблюдаем растущее число компаний, которые переходят от бренд-маркетинга к расширению охвата к перформанс-маркетингу для привлечения лидов. Ускорение пандемии цифровых каналов только усугубило эту тенденцию.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Автор: Савицкая В.И., группа 2012

Руководитель: Кисель Е.Г.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Интернет-маркетинг – практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управления взаимоотношениями с ними.

Сегодня Интернет-маркетинг имеет такие возможности, благодаря которым предприниматель может находиться в постоянном контакте с потребителями, а также мгновенно получить статистику продаж, спроса и т.д.

Главные цели интернет-маркетинга:

- точечный подбор целевой аудитории по географии, возрасту, полу, интересам и увеличение конверсии с помощью превращения простого пользователя в покупателя;
- продвижение услуги, продукции с помощью SEO-оптимизации сайтов;
- вывод бренда компании в ТОП поисковиков Google и Яндекс;
- популяризация бренда для большей его узнаваемости;
- повышение конверсии.

Ключевой задачей интернет-маркетинга является привлечение клиентов и предоставление им возможности взаимодействовать с брендом посредством обслуживания и доставки цифровых медиа. К информации легко получить доступ с высокой скоростью благодаря использованию Интернета.

Цели работы:

- определение теоретических основ интернет-маркетинга;

- определение интернет-маркетинга и традиционного маркетинга: сходства и различия;
- определение главных блоков интернет-маркетинга;
- Интернет-маркетинг на предприятии ООО «Белита-Витекс»
- опрос потребителей «Об использовании сайтов организаций и интернет-магазинов при выборе продукции» для определения основного контингента потребителей, приоритетных интернет-магазинов, выявить преимущества онлайн покупок и др.

Сегодня под Интернет-маркетингом понимают использование стратегий маркетинга прямого отклика, которые традиционно используются при прямых почтовых рассылках, радио и в телевизионных рекламных роликах, только в Интернет-маркетинге стратегии прямого отклика применяются к бизнес-пространству Интернета.

Потребителю Интернет-маркетинг предоставляет возможность получить информацию о товарах. Любой потенциальный потребитель может, используя Интернет, получить информацию о товаре, а также купить его.

Применение методов Интернет-маркетинга нацелено на экономию средств (на заработной плате сотрудников отделов продаж и на рекламе), а также на расширение деятельности компаний (переход с локального рынка на национальный и международный рынок). При этом как крупные компании, так и малые, имеют более уравновешенные шансы в борьбе за рынок. В отличие от традиционных рекламных медиа (печатных, радио и телевидения), вход на рынок через Интернет является не слишком затратным. Важным моментом является то, что в отличие от традиционных маркетинговых методов продвижения, Интернет-маркетинг дает чёткую статистическую картину эффективности маркетинговой кампании.

Компания Velita является признанным лидером по производству косметической продукции в Беларуси на протяжении последних 30 лет. Неизменно высокое качество белорусской косметики и доступные цены привлекают множество поклонников бренда далеко за пределами страны.

Также Белита-Витекс активно развивается в интернет-маркетинге. Компания использует различные виды рекламы, такие как: контекстная реклама, медийная реклама, таргет, e-mail-маркетинг, блоги и социальные сети.

Выбирая и покупая косметику, люди часто используют интернет и соц. сети: 39 % покупателей смотрят онлайн-видео; 39 % заходят на сайт онлайн-ритейлера; 32 % обращаются к поисковикам.

Три четверти косметики Белиты покупают офлайн, но решение чаще принимают после поиска в сети: 45 % бьюти-покупателей скорее зайдут на сайт, чем обратятся к сотрудникам магазина. Интернет-магазин Белиты-Витекс вызывает доверие у покупателей, это касается качества продукции и работы самого магазина в целом.

Для более глубокого исследования темы был проведен опрос потребителей «Об использовании сайтов организаций и интернет-магазинов при выборе продукции». В опросе участвовало 104 человека из которых 78 % женщин и 22 % мужчин. Возраст был от 14 до 70 лет. Самый большой процент (50 %) по-

купателей через интернет составляют потребители с 14 до 19 лет. С 20 до 40 лет – 15 %, на остальные сегменты меньше 10 %. Самым востребованным интернет-магазином в Республике Беларусь оказался 21 Век – им пользуются 43 % респондентов. На втором месте Mark Formelle – 21 %, Белита-Витекс составил только 10 %. Считаю, что для косметической продукции это хороший показатель. По результатам опроса самый удобный способ оформить заказ на покупку в интернет-магазине, является: через форму на сайте интернет-магазина – 58 %.

Ответы респондентов об основных преимуществах онлайн покупок, по результатам опроса являются: экономия времени – 65,4 %, доставка на дом – 61,5 %, возможность найти товар, отсутствующий в других магазинах – 57,7 %.

Рассмотрев Интернет-маркетинг, как движущую силу бизнеса, мы пришли к следующим выводам:

Интернет-маркетинг – это реальный способ донести до потребителя информацию, которая нуждается в распространении. Практика современного

Интернет-маркетинга и многочисленные исследования свидетельствуют о том, что применение методов Интернет-маркетинга позволяет существенно расширить деятельность компаний, вывести бизнес из локального рынка на более широкое пространство;

- сам выход на рынок через Интернет менее затратен, нежели продвижение посредством традиционных маркетинговых методов, через масс-медиа, печатные, теле- или радио – СМИ. Кроме того, маркетинг в Сети очень легко поддается оценке эффективности, позволяет быстро реагировать на запросы потребителей, видеть статистику и т.д.;

- цели и задачи у традиционного и Интернет-маркетинг схожи: продвигнуть товар или услуги, изучить отношение потребителей к товару, повысить конкурентоспособность фирмы и товара. Но при этом традиционный маркетинг ограничен территориально, он не имеет прямой обратной связи с потребителем. Традиционный маркетинг учитывает интересы усредненного потребителя, тогда как Интернет-маркетинг может мгновенно установить связь с потребителем и учесть его запросы. Таким образом, Интернет-маркетинг имеет значительно большие возможности, чем традиционный маркетинг;

- в последнее время Интернет-маркетинг стал очень популярен и является сегодня неотъемлемой частью маркетинговых кампаний огромного числа предприятий, в том числе и агентств недвижимости. В первую очередь это обусловлено постоянным ростом пользователей Интернета – потенциальных потребителей;

- основной проблемой Интернет-маркетинга в Республике Беларусь является небольшое количество пользователей Интернет. Одной из проблем, остается невысокая скорость Интернет-соединения, отсутствие доверия к Интернет-магазинам. Из-за низкой скорости пользователи не могут просматривать видео, анимацию и прочие дорогостоящие виды современной рекламной продукции. Также проблемой является отсутствие возможности у потребителя потрогать товар, но эта проблема сегодня начинает решаться.

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ. ЛОКАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Авторы: Кулешова А.В., Нестерова У.Д., группа 2012

Руководитель: Кисель Е.Г.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Геомаркетинг соединяет в себе комплекс методов по отбору, обработке, анализу и визуализации геоинформации, который позволяет решить оперативные и стратегические проблемы предприятий.

Геомаркетинговые исследования представляют собой синтез геоинформационных, маркетинговых исследований и новых информационных технологий.

Если посмотреть на геомаркетинг с точки зрения используемых методов, то можно выделить следующие типы работ.

1. Базовые – здесь, в рамках исследования применяется простейший географический анализ.

Например, определение показателей в зоне, буфере от точки, построение буферных зон (видимости, доставки товаров и грузов). Также может использоваться метод маршрутизации (прокладка оптимального маршрута для доставки грузов и т.п.)

2. Расширенные – в таких геоисследованиях используют моделирование относительных показателей, строят различные производные от них, такие как поля плотности населения, работающих, автомобилей.

К этим работам относится: анализ доступности (пешая, автомобильная), анализ положения относительно других объектов (конкуренты, потребители, поставщики)

3. Продвинутое – здесь используются почти все возможности геоинформационных систем совместно с математическим анализом и пониманием объекта исследования.

Здесь проводится: построение мультимодальных графов для анализа интегрированной доступности на личном и общественном транспорте; рассчитываются модель Хаффа, зоны проникновения и другие характеристики объектов.

Цель геомаркетинга проста – повышать эффективность ведения своего бизнеса.

Эта цель достигается за счет решения нижеперечисленных задач с помощью геомаркетинговых исследований.

Какие задачи поможет решить гео-маркетинговое исследование?

Выбрать место. Наиболее частый запрос в гео-маркетинговых исследованиях – это выбор наилучшего расположения для заведения. Этот вопрос бизнес задает себе тогда, когда уже знает, что предлагать, но не знает где.

Стать видимыми для своих клиентов. Иными словами, анализ позволяет бизнесу максимально эффективно проинформировать клиента о своем местоположении либо организовать собственный транспорт к своей торговой площадке. В ином случае – принять решение о переносе заведения или филиала в другое место. Если торговые площадки компании расположены в разных лока-

циях, то исследование поможет принять решение о закрытии самой неэффективной из них.

Дать клиенту то, что ему нужно. Если же бизнес заранее знает свое расположение, то ему нужно понять, что он будет продавать. Для этого нужно узнать социально-демографические особенности аудитории, ее уровень дохода, покупательские привычки. Маршруты перемещения и предложения близких конкурентов также важны. Все это поможет решить, чем именно заполнить полки будущего магазина и по какой цене продавать.

Знать, где сосредоточена целевая аудитория. Геомаркетинг выясняет, где живут клиенты с высоким уровнем благосостояния, изучает социально-экономическое поведение населения и сегментирует его. А вот сама компания уже адаптирует свое коммерческое предложение для разных сегментов. Таким образом, создается более эффективный бизнес.

Правильно инвестировать в рекламу и маркетинг. Геомаркетинг не только помогает обнаружить оптимальные площадки для размещения рекламы. Он также оценивает эффективность затрат на мероприятия по привлечению клиентов в конкретную торговую точку.

Оценить своих конкурентов и зону их охвата. Появляется возможность оценить долю рынка компании или торговой точки и ее конкурентов в локации. Если поблизости есть заведения с похожим предложением, то можно дифференцировать торговое либо коммерческое предложение с наименьшими рисками.

Геомаркетинг бывает разным. Геомаркетинг – это маркетинговая стратегия, которая охватывает разные маркетинговые тактики, основанные на местоположении. Чтобы ориентироваться на своего клиента по местоположению, можно использовать как одну, так и несколько тактик одновременно. Они бывают следующими:

Геофенсинг – технология, которая позволяет взаимодействовать с пользователями в заданных зонах. То есть, маркетологи используют точное местоположение GPS мобильного устройства потребителя.

Например, если приложение магазина обнаруживает, что рядом с ним находится потенциальный клиент, оно может использовать ограниченные по времени маркетинговые стратегии, например, предложение купона на скидку. Это может стать хорошим стимулом для клиента посетить магазин.

В геотаргетинге маркетологи ориентируются на потенциального клиента, используя IP-адрес своего веб-браузера. Это на самом деле уже давняя практика. С момента появления Интернета веб-сайты используют IP-адреса своих клиентов, чтобы предоставлять им персонализированный контент.

В полной мере геомаркетинг помогает решению нескольких важных задач:

- увеличение трафика в ваши точки продаж товаров, услуг;
- оповещение клиентов новой, актуальной информацией;
- иметь тесную связь между вашей компанией и клиентами.

При геомаркетинге предоставляется возможность проверять множество гипотез, а также наблюдать за эффектом от использования геоданных. Использо-

зование базового уровня не требует больших денежных затрат.

Но в случае с использованием других уровней для получения большего объема данных, проект может резко подорожать, ввиду стоимости внешних баз, предоставляющих информацию.

Каждому из вас самим решать какие цели будет представлять ваш бизнес, а также – какими путями они будут достигаться, но при использовании геоданных результат всегда будет положительным, так как полученную информацию легко направить на нужную сторону.

Например, по графикам сразу можно увидеть, что пользуется спросом у клиентов, продолжать ли развивать товароборот в какую-то конкретную сторону, либо перейти на что-либо ещё.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ REELS ПОВЫСИТ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВАШЕГО МАРКЕТИНГА В INSTAGRAM

Авторы: Ковалец А.В., Юрченко Ю.В., группа 2112

Руководитель: Кисель Е.Г.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

В нашей работе мы рассмотрели вопросы, касающиеся Reels.

Instagram – идеальный канал для охвата огромной аудитории. Социальную сеть ежемесячно посещают более 1 миллиарда человек. В среднем, пользователи проводят в Instagram 53 минуты в день, что делает эту платформу одной из самых посещаемых социальных сетей после Facebook.

За последние два года Instagram значительно изменился. Появились новые рекламные возможности, изменилась аудитория. Если раньше ядро пользователей приложения составляли женщины до 35 лет, то сейчас аудитория повзрослела.

Маркетинг в Instagram – это вид SMM, который подразумевает продвижение бренда в Instagram. С помощью этой социальной платформы компании взаимодействуют с огромной аудиторией, повышают узнаваемость бренда и увеличивают продажи.

Причины запуска Reels:

– меньше конкурентов. Пока пользователи только начинают привыкать к новому формату. Поэтому нужно успеть занять свободную нишу;

– новые возможности для рекламодателей. Сейчас рекламировать Reels можно через размещение ссылок в ADS Manager. Однако разработчики поговаривают про возможности прикрепления шопинг-тэгов и рекламы в самом Reels;

– популярность коротких роликов. На форматы, похожие на TikTok, люди реагируют на них лучше, чем на привычные видео.

Instagram Reels – хорошая функция для продвижения товаров или услуг компании. В большинстве случаев именно платформа Instagram является более продающей для бизнеса. Стоит помнить, что коммуницировать с клиентом

нужно во всех возможных каналах, так что и TikTok, и Instagram подойдут для этого.

В ходе работы мы сделали выводы и можно выделить плюсы и минусы Reels:

Плюсы:

- Reels-видео помогут увеличить охваты, если их будут просматривать не только подписчики;
- вы сможете увидеть количество просмотров и лайков пользователей;
- алгоритмы продвигают видео, которые в тренде;
- с помощью залипательных роликов Reels можно давать ненавязчивую нативную рекламу своего продукта.

Минусы:

- Reels нельзя продвигать с помощью таргетинга;
- для бизнес-аккаунтов недоступно добавление лицензионной музыки в видео;
- на создание оригинальных и вовлекающих Reels потребуется немало времени, сил и средств. В итоге они могут не оправдать ожиданий.

INFLUENCE-МАРКЕТИНГ. РЕКЛАМНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА ЧЕРЕЗ ЛИДЕРА МНЕНИЙ

Авторы: Потапеня А.В., Латышева В.Н., группа 2012

Руководитель: Кисель Е.Г.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

В настоящее время с развитием интернета и, в частности, социальных сетей значительно увеличилось количество доступных способов для рекламы брендов. Сегодня любая компания с легкостью сможет подобрать нужный ей вариант продвижения в зависимости от целей, стратегии и бюджета. Одним из этих способов является относительно молодое направление маркетинга – маркетинг влияния или по-другому influence-маркетингу.

Маркетинг влияния представляет собой способ продвижения товаров или услуг через лидеров мнений на различных онлайн-платформах. Концепция «маркетинга влияния» опирается на гипотезу о том, что потребители более склонны доверять рекомендациям публичных авторитетов, нежели традиционным каналам рекламы.

Данная тема исследовательской работы является актуальной на сегодняшний день, поскольку современные потребители склонны испытывать усталость от навязчивых предложений и всё чаще нуждаются в рекомендации и дружеском совете человека, мнению которого они доверяют.

Целью исследовательской работы является изучение степени воздействия и подкрепление значимости такого вида коммуникаций с потребителями как маркетинг влияния.

Поставленная цель определила следующие задачи исследовательской работы:

- рассмотреть и обозначить сущность, основные виды и роль маркетинга влияния;
- обозначить тенденции развития маркетинга влияния в практике белорусского рынка и рынков стран СНГ на данный момент;
- рассмотреть алгоритм выстраивания работы с лидерами мнений;
- исследовать мероприятия по взаимодействию с потребителями в рамках маркетинга влияния;
- описать методы оценки эффективности рекламной кампании при сотрудничестве с лидерами мнений;

Предметом данной работы служат особенности, этапы и логика организации маркетинга влияния, его основные формы и каналы.

Теоретической базой исследования послужила учебная литература по маркетингу, статьи и публикации современных авторов, имеющие отношение к тематике работы, а также данные, полученные из Интернет-источников.

Практической базой исследования послужило исследование «Overview Influencer Marketing 2021».

Основные теоретические и методические подходы, используемые в исследовательской работе: сбор фактов, графическое отображение данных, экспертные оценки, прогнозирование.

В сети Интернет зачастую можно встретить рекламу, аналогичным образом отталкивающую от определенного продукта или услуги. Постепенно рекламодатели пришли к выводу о том, что рекомендация оказывает большее влияние на потребителей, нежели традиционная реклама, у которой существует шаблон. В связи с этим одной из главных тенденций в современном маркетинге является его новое направление – маркетинг влияния, которое так же называют Influence Marketing.

В основе этого направления лежит авторитет популярных и уважаемых личностей целевой аудитории бренда.

Платформы, с использованием которых формируется стратегия бренда в маркетинге влияния – это социальные сети и другие площадки, в рамках которых работают лидеры мнений (Youtube, Instagram, VK, ОК, Facebook и т.д.).

Важно отметить, что лидеры мнений формируются не только в социальных сетях, но на любых площадках, где собирается большое количество пользователей – форумах, видеохостингах, каналах и сообществах в мессенджерах и т.д. При этом, тенденцией 2020 г. стал рост влияния мини-блогеров, у которых порядка 5-10 тысяч подписчиков.

Критериев выбора лидера мнений может быть множество, но основными являются: количество подписчиков, активность аудитории, частота работы с брендом, совпадение ценностей бренда с ценностями лидера мнений, результаты сотрудничества с брендом в прошлом.

Наиболее качественным считается ручной метод поиска лидера мнений.

На этапе установления контакта и обсуждения сотрудничества с лидерами мнений следует учитывать, что они могут иметь свое представление о том,

какой должна быть информация о бренде и как ее донести до аудитории. Для эффективной работы лидерам мнений нужна определенная свобода действий.

Экосистему рынка Influence Marketing постепенно начали формировать продюсерские компании, биржи блогеров, специализированные агентства. В то время рекламодатели стали часто подходить к вопросу размещения рекламы у блогеров как к медийным размещениям и не желали учитывать специфику их платформы.

Одной из начальных проблем маркетинга влияния стало ложное следование за крупными лидерами мнений. Бренды слепо гнались за количеством подписчиков блогера. Не говоря уже о том, что некоторые бренды не понимали, зачем и для кого они задействуют лидеров мнений в своих кампаниях.

Сегодня же бренды всё больше уделяют внимание полу, возрасту и географии подписчиков лидеров мнений, с которыми они намерены сотрудничать, и сравнивают их с целевой аудиторией своих продуктов и услуг. Стало популярным таргетирование своих рекламных кампаний с инфлюенсерами по интересам и трендам их аудиторий.

Сегодня набирают популярность и долгосрочные коллаборации. Бренды стремятся сотрудничать с одними и теми же инфлюенсерами, вследствие чего блогеры становятся частью бренда. Главное, чтобы в этих отношениях интересы и ниша блогера совпадали с бизнес-идеей бренда.

Основной площадкой для маркетинга влияния до сих пор является Instagram.

Также тенденции продолжают двигаться с сторону свободы действий лидеров мнений. Нынешние инфлюенсеры действительно предпочитают работать с брендами, которые позволяют им преподносить контент в том формате, который предпочтут именно они.

Стали быстро развиваться так называемые «офлайн-ивенты». Бренды активно помогают инфлюенсерам в организации личных мероприятий, важных событий в их жизни и в итоге получают мощную волну нативных публикаций.

Набирают обороты и рекламные кампании, заключающиеся в проведении конкурса или флешмоба. Запуская конкурс, бренд может предложить различные призы.

Для практической части данной работы, нами было выбрано исследование «Overview Influencer Marketing 2021».

Основной целью данного исследования было определить состояние рынка Influencer Marketing на рынках СНГ в 2021 году, его объемы, ключевых игроков, драйверы и ограничения роста.

Для этой цели были привлечены все типы игроков: рекламные агентства и рекламодателей.

Данное исследование проводилось при поддержке комитета по Influencer Marketing IAB Russia.

Таким образом, маркетинг влияния представляет собою сотрудничество брендов с лидерами мнений для донесения сообщений до своей целевой аудитории. Профессиональными участниками рынка являются продюсерские компании, специализированные маркетинговые агентства, сами лидеры мнений

(либо их агенты), биржи блогеров. Использование маркетинга влияния при формировании стратегии бренда предусматривает выбор лидера мнений, целевая аудитория которого должна совпадать с целевой аудиторией бренда. Платформами реализации маркетинга влияния могут быть социальные сети, форумы, видеохостинги и другие площадки, в рамках которых работают лидеры мнений.

В ходе работы была раскрыта сущность маркетинга влияния как современного тренда формирования стратегии бренда, представлена схема взаимодействия участников рынка при использовании маркетинга влияния, выделены этапы организации работы с лидерами мнений и критерии выбора лидеров мнений.

Перспективой дальнейших исследований является изучение специфики маркетинга влияния как стратегии бренда на рынках стран СНГ, в частности рынка Республики Беларусь, выделение типов и особенностей лидеров мнений, алгоритмизация процессов поиска лидеров мнений в зависимости от особенностей бренда.

Инфлюенс-маркетинг позволяет избежать таких проблем, как баннерная слепота или блокировка рекламы. Но за последние годы произошли некоторые изменения в работе с лидерами мнений. Бренды стали отдавать предпочтение микро-инфлюенсерам, имеющих небольшую, но активную аудиторию. Некоторые компании, например, Prada, используют современные технологии для создания виртуальных инфлюенсеров. И хотя персонажи не вызывают той степени доверия, как живые люди, но привлекают внимание потребителей.

Чтобы найти подходящих лидеров мнений и грамотно реализовать с ними эффективную кампанию стоит воспользоваться услугами профильных агентств.

ВЗАИМОСВЯЗЬ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Авторы: Кисель И.П., Коненко Д.П., группа 2012

Руководитель: Кисель Е.Г.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Целью исследования является взаимосвязь логистики и маркетинга.

Маркетинг отслеживает и определяет возникший спрос, т.е. отвечает на вопросы: какой товар нужен, где, когда, в каком количестве и какого качества. Логистика обеспечивает физическое продвижение востребованной товарной массы к потребителю. В большинстве случаев производство и потребители продукции не совпадают ни во времени, ни в пространстве. Поэтому, какими бы разнообразными потребительскими свойствами не обладал готовый продукт, на реальный коммерческий успех фирма может рассчитывать только при условии рационально организованного его (продукта) распределения и обмена, т.е. сбыта, цель которого удовлетворение человеческих нужд и потребностей.

Фирмы имеют альтернативы в организации распределения своего продукта. При этом, в ее основе лежит принципиальная ориентация удовлетворе-

ния многообразных запросов конечного потребителя (либо на построении такой системы распределения, которая была бы эффективна как для самой фирмы, так и для посредников) и способ её осуществления, рассматриваемый как совокупность действий по максимальному приближению товара к целевой группе потребителей (либо, наоборот, привлечение потребителей к товару фирмы). От торговых операций многие предприниматели перешли к более высокому уровню коммерческой деятельности, поставке требуемого товара в нужное место в нужное время с минимальными затратами. Маркетинг ставит задачу системного подхода к организации товародвижения, при эффективной организации товародвижения каждый из этапов этого процесса должен планироваться как неотъемлемая часть хорошо уравновешенной и логически построенной общей системы. Однако методы технико-технологической интеграции всех участников процесса товародвижения являются основным предметом изучения не маркетинга, а логистики.

Маркетинг нацелен на исследование рынка, рекламу, психологическое воздействие на покупателя и т. д. Логистика же в первую очередь нацелена на создание технико-технологически сопряженных систем проведения материалов по товаропроводящим цепям, а также систем контроля за их прохождением.

Рассмотрим интеграцию маркетинга и логистики: рыночная концепция, основанная на явном примате потребителя, получила широкое распространение с конца 1950-х годов. Для фирм-производителей стала характерной ориентация на целевые рынки, направленность на покупателя и соответствие всей деятельности в целом принципу: производить именно то, что хорошо продается, а не продавать то, что уже произведено. Маркетинг, таким образом, становится целеполагающей сферой деятельности. Наиболее часто под маркетингом понимают комплексную систему организации производства и сбыта продукции, ориентированную на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка, изучения внутренней и внешней среды фирмы, разработки стратегии и тактики поведения на рынке с помощью маркетинговых программ. В принципе, такая трактовка возражений не вызывает, но, по нашему мнению, следует подчеркнуть, что маркетинг – это еще и философия ведения дела, концепция деятельности на рынке, процесс создания и воспроизводства спроса конечных потребителей на определенные товары с целью получения прибыли, алгоритм действия по удовлетворению запросов клиентов посредством самого товара и целого ряда факторов, связанных с созданием, поставкой и потреблением этого товара. Конкурентная борьба побуждает фирмы изыскивать все новые возможности повышения.

Для исследования мы взяли белорусско-германскую компанию ООО СП «Дельфа»:

Основной целью деятельности ООО СП «Дельфа» в соответствии с положением являются: удовлетворение потребности населения товарами народного потребления, а именно: жалюзи, роль-шторами, римскими шторами и шторами плиссе для окон в необходимых объемах, в ассортименте и качестве, как через предприятия торгующих организаций, так и через магазины, находя-

щиеся в ведении компании.

Организационная структура предприятия построена по линейно-функциональному принципу, который подразумевает выделение основных направлений деятельности, определение руководителей данных направлений и распределение основных функций между отделами.

Функционирование всех составляющих логистического процесса на ООО СП «Дельфа» построено с учетом их взаимосвязи и взаимозависимости. Условно весь процесс оптимизации логистических процессов на ООО СП «Дельфа» делится на четыре части:

1. операции, направленные на координацию службы закупок;
2. операции, непосредственно связанные с переработкой груза и его документацией; оптимизацией работы склада;
3. операции, направленные на координацию службы продаж;
4. оптимизация производственных процессов (техническая модернизация производства; условия труда и их безопасность; времязатраты и т.п.).

Основная задача снабжения запасами состоит в обеспечении склада товаром в соответствии с возможностями его переработки на данный период при полном удовлетворении заказов потребителей. Поэтому определение потребности в закупке запасов для производства ведется на ООО СП «Дельфа» в полной согласованности со службой маркетинга и продаж и мощностью склада.

Учет и контроль за поступлением запасов и отправкой заказов позволяет обеспечить ритмичность переработки грузопотоков, максимальное использование имеющегося объема склада и необходимые условия хранения, сократить срок и хранения запасов и тем самым увеличить оборот склада данного предприятия.

Роли маркетинговой логистики как политике сбыта длительное время не предавалось значение. Преобладало мнение, что производственное распределение товара имеет лишь вспомогательную функцию в связи с обработкой полученных заказов в результате использования других инструментов маркетинга. Оно якобы пассивно служит процессу маркетинга и, тем самым, не представляет собой самостоятельный, активно применяемый инструмент политики сбыта. В частности, на рынках потребительских товаров с весьма однородными по ценам и качеству и, вместе с тем, замещаемыми с точки зрения потребителей продуктами обеспечение пространственной и временной возможности распределения продуктами приобретает большое для вербовки клиентов значение. В результате этого физическая услуга предприятия по сбыту товара становится элементом, который может существенно повлиять на решение потенциального клиента произвести покупку. Таким образом, маркетинговая логистика становится самостоятельным, активным инструментом маркетинга предприятия.

ПРОБЛЕМА ОТХОДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ

Авторы: Вагаровская А.Ю., Паречина А.Д., группа 2003

Руководитель: Киреева Е.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Мир сотрясает самая настоящая «экологическая лихорадка» — тема загрязнения окружающей среды стоит как никогда остро и особенно решение проблемы отходов. Страны одна за другой вводят запреты на использование полиэтиленовых пакетов, разрабатывают законы, регулирующие сбор и утилизацию отходов, вводят санкции или полностью отказываются принимать отходы на территории своей страны, как это сделал Китай.

По данным Всемирного банка, к 2050 году человечество будет оставлять после себя на 70 % больше твердых бытовых отходов (ТБО), чем в 2016 году. Конечно, рынок управления отходами растет, но также повышается и внимание к методам обращения с отходами и подходам к этой проблеме.

Как и в мире, в Беларуси объем образования отходов растет высокими темпами. Проблема с утилизацией отходов актуальна как никогда. Например, подвергаются переработке лишь 30 % всех образуемых пластиковых отходов, остальные 70 % погребаются на полигонах. По информации epasa.by, в Беларуси ежегодно образуется 24-28 млн тонн отходов производства и около 3 млн тонн бытовых отходов. Под свалки отведено порядка 3,5 тыс. га земель: отходы приводят на полигоны ТКО (твердые коммунальные отходы), что приводит к постоянному их отчуждению, увеличению загрязнения окружающей среды. В стране насчитывается порядка 200 подобных полигонов, которые занимают более 890 га земель.

Цель нашей исследовательской работы: изучение проблемы отходов и пути ее решения.

Для достижения этой цели поставлены следующие задачи:

- рассмотреть международный опыт решения проблемы отходов;
- проанализировать приоритетные направления решения проблемы отходов в Республике Беларусь;
- сделать вывод о путях решения проблемы.

Анализ международного опыта решения проблемы отходов показывает, что лидером по переработке бытовых отходов выступает Япония – 90% мусора идет на переработку, а также Германия – 48 % и сжигает 34 %. Сжигается отходов больше всего в Швеции и Швейцарии – 49 %. При этом в энергетических целях среди европейских стран наименьшие показатели наблюдаются в Дании – 5 %, в Бельгии и Люксембурге – 3 %. Число стран - членов ЕС, где термической обработке подвергается менее 1 % отходов, составляет порядка десяти.

В странах европейского союза больше всего используется метод захоронения твердых бытовых отходов 40 %, за ним следует вторичная переработка 23 %, сожжено в энергетических целях около 20 % и компостировано 17 % всех отходов.

Острая необходимость революции в сфере обращения отходами возникла в Японии одновременно с приходом эпохи потребления, появления большого количества пластика и упаковочного материала. Япония пусть и утилизирует 90 % отходов, но все равно озабочена их количеством. Осознав, что все переработать невозможно, японцы решили внедрить программу «нулевых отходов». Суть ее в том, чтобы максимально сократить не только отходы, но и вообще используемые материалы. В обществе распространили идею «могтаинай», которая гласит: «Не выкидывай, пока не использовал полностью». В городке Камикацу правительство внедряет идею полного отказа от одноразовых товаров. Сейчас уже 60 % населения Камикацу сделали свой выбор в пользу товаров многоразового использования, что позволило значительно сократить количество отходов.

В Германии сбор и переработка отходов – это целая промышленная отрасль, и обязанность. Все жители обязаны разделять свои отходы. Этому придается большое значение и прежде всего из экологических соображений, ведь рассортированный мусор можно подвергать повторной переработке.

Особое внимание уделяется пропагандистской и воспитательной работе среди населения в обеих странах. Она начинается еще в семье и продолжается в школе, и поддерживается на протяжении всей жизни с помощью законов и средств массовой информации.

Также, на примере международного опыта решения проблемы с отходами можно рассмотреть Россию, где сортировка и последующая переработка мусора развита слабо, процент переработки отходов составляет от 5 %. Однако с 1 января 2019 в силу вступил новый закон о раздельном сборе, который средства массовой информации уже окрестили «мусорной реформой». Внедряемая система призвана полностью преобразовать порядок утилизации ТКО. В том числе эта программа делает особый упор на раздельный сбор мусора. Российское общество к переменам в обращении с отходами уже готово. Люди обеспокоены состоянием окружающей среды, и большая часть россиян уверена, что раздельный сбор и переработка смогут значительно улучшить ситуацию. Около 90 % жителей страны готовы сортировать отходы – в том случае, если специальные контейнеры установят у них возле дома. Но пока объемы сортировки составляют примерно 30 процентов.

Рациональная утилизация мусора — важнейший шаг на пути улучшения экологической ситуации и в нашей стране. Однако, следует отметить, что в 2010 году в нашей стране перерабатывалось лишь 8,9 % ТКО, а в 2019 этот процент вырос до 22,5 %.

В настоящее время развиваются следующие способы решения проблемы отходов в Республике Беларусь.

Захоронение мусора на специальных полигонах. В настоящее время захоронение мусора считается устаревшим методом улучшения экологической ситуации, но в городах и регионах все еще распространены свалки различных отходов, которые могут быть довольно большой площади.

Термическая переработка. Сжигание мусора считается эффективным методом улучшения экологической ситуации только при условии, что мусороперерабатывающий завод располагает соответствующим оборудованием.

Рециклизация – вторичная переработка отходов. Вторичная переработка отходов – очевидный выход из проблемы отходов, но на пути широкомасштабной рециклизации отходов существует ряд препятствий.

Компостирование.

Проведя анализ различных способов борьбы с отходами, которые используются в настоящее время в разных странах мира и в Республике Беларусь, можно сделать вывод, что не все они отвечают требованиям экологической безопасности, так как увеличивают уровень загрязнения окружающей среды.

Наиболее перспективным из всех используемых способов мы считаем рециклизацию, то есть вторичную переработку отходов. Эффективное внедрение этого способа связано с еще одной задачей, которую необходимо решать быстро – эффективную организацию раздельного сбора отходов. В настоящее время рынок переработки отходов развит слабо. Основным барьером для повышения доли переработки ТБО – отсутствие в нашей стране системного подхода к раздельному сбору мусора, отлаженной модели взаимодействия всех участников процесса управления отходами (сбор – переработка – использование вторичного сырья), четкого законодательного регулирования отрасли и продуманной государственной поддержки. (По приведенной на слайде схеме можем увидеть, что на данном этапе работы еще очень много, пока в системе «избавления» от отходов преобладает сжигание и небольшой процент переработки)

Из опыта белорусских компаний, одним из эффективных решений по снижению объемов мусора и его переработки является самостоятельная переработка своих отходов предприятиями и вторичное их использование. То есть берут ответственность за произведенные отходы на себя. Таким образом, реализуется принцип расширенной ответственности производителя.

С 2015 года проблемой отходов и эффективной организацией раздельного сбора отходов в Беларуси занимается государственная некоммерческая организация «Цель 99» – оператор в сфере обращения со вторичными материальными ресурсами. Успех ее деятельности зависит от сознательности и терпения каждого из нас. Культуре раздельного сбора отходов мы пока только учимся.

В целях изучения отношения молодежи к этой проблеме мы провели анкетирование, в котором приняло участие 206 учащихся филиала. В ходе анкетирования было выявлено: большой процент учащихся уверен в том, что проблема загрязнения окружающей среды является самой острой проблемой человечества, и что лично каждый гражданин так или иначе влияет на экологическую обстановку в нашей стране. Однако, большая часть учащихся не сортирует мусор, так как это нарушает их привычный уклад жизни, их повседневные привычки, и неверие в то, что это поможет нашей планете.

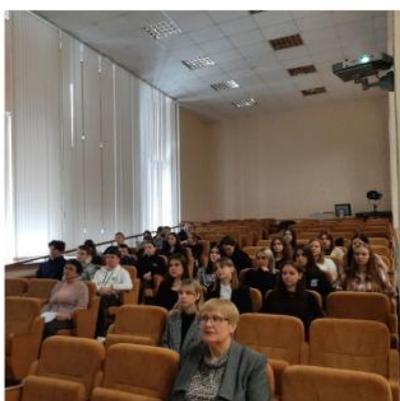
Поэтому решение экологических проблем и проблемы отходов, зависит от формирования в обществе экологического сознания, от экологического образования и воспитания подрастающих поколений. Именно у молодежи должно быть выработано экологическое мировоззрение - сознание приоритетного

шения экологических проблем при осуществлении любых проектов, разработке современных технологий, а также твердое убеждение, что без уверенности в безвредности для окружающей среды того или иного мероприятия оно не должно реализовываться.



СЕКЦИЯ № 6

Банковская система Республики Беларусь: тенденции развития



ФАКТОРИНГ: ПРАКТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В БАНКАХ

Автор: Гаркун Я.А., группа 2007

Руководитель: Матук К.Н.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

В настоящее время факторинг – это универсальная система обслуживания как внутренней, так и экспортной деятельности поставщика. Выход на внешне-экономический рынок отечественных субъектов хозяйствования нуждается в подкреплении кредитно-финансовым обслуживанием, и в этом плане факторинг обладает большими возможностями. Факторинг за рубежом – это кратчайший путь к источникам финансирования для мелких и средних компаний.

В современных условиях развития мировой экономики у продавцов товаров и услуг все чаще возникает потребность предоставлять своим клиентам товарные кредиты, рассрочки или отсрочки платежей. Данная тенденция связана с неспособностью некоторых клиентов сразу и в полном объеме оплатить дорогостоящий товар или услугу. В этой связи у поставщика возникает проблема, связанная с недостатком финансирования на период предоставленной покупателю отсрочки. Разрешить подобного рода проблемы позволяет такая форма финансирования, как факторинг. С его помощью новые предприятия с быстро-растущим оборотом могут улучшить ликвидность и уменьшить финансовый риск.

Выбор для исследовательской работы темы «Факторинг: практика и перспективы развития в банках», прежде всего, объясняется ее актуальностью.

Цель работы: изучение теоретических основ операций факторинга и возможностей практического их применения в Республике Беларусь и в России.

Задачи: рассмотреть экономическую сущность факторингового финансирования; описать виды факторинга; дать оценку эффективности факторинговой сделки; определить преимущества и недостатки факторинга; предложить условия успешного развития факторинговых услуг в Республике Беларусь.

Рассматривая факторинг в качестве интегрированной банковской операции, обеспечивающей рост новых фирм, усиление связей между поставщиками и покупателями, повышение конкурентоспособности товаров и развитие банковского сектора, можно сделать вывод об уровне развития экономики той или иной страны.

Таким образом, устойчивый уровень развития и применения факторинговых операций служит индикатором развития национальной экономики. Увеличение количества банков, предоставляющих факторинговые услуги, указывает на достижение нового этапа развития и достаточного уровня зрелости банковской системы, финансовых, экономических и правовых отношениях в данной стране.

Среди факторов, оказывающих наиболее интенсивное влияние на развитие рынка факторинговых услуг в развитых странах, можно выделить следующие:

- уровень просроченной задолженности и неплатежей в экономике;

- уровень доступности других форм кредитования оборотных средств;
- динамика банкротств малых и средних предприятий;
- сроки задержек платежей при осуществлении расчетов между субъектами хозяйствования (средняя величина).

Кроме вышеперечисленных факторов для стран с переходной экономикой необходимо также учитывать:

- уровень развития законодательных и нормативных актов, регулирующих проведение факторинговых операций;
- уровень развития коммерческого кредитования;
- уровень технической, технологической, кадровой оснащенности кредитных учреждений, необходимый для осуществления факторинговых операций.

Для успешного и эффективного развития факторинга в той или иной стране важно четко определить круг проблем, “узкие места”, возникающие при осуществлении данной операции, что, в свою очередь, позволит выработать эффективный механизм их преодоления.

Среди основных проблем, имеющих место при осуществлении операций факторинга в Республике Беларусь, можно выделить:

1) проблемы, связанные с совершенствованием законодательства (ограничение применения операций международного факторинга, не полностью разработан механизм регресса и другие);

2) проблемы, связанные с деятельностью отечественных субъектов хозяйствования (неустойчивое финансовое положение, низкая конкурентоспособность отечественных товаров на внутреннем и международном рынках, невысокий уровень развития малого бизнеса и другие);

3) проблемы, связанные с деятельностью банков (недостаточное развитие маркетинга факторинговых услуг, нехватка средств для внедрения современных технологий факторингового обслуживания клиентов, сложности в оценке и принятии кредитных рисков, отсутствие информационной системы о платежеспособности белорусских предприятий и их взаимодействии с кредитными организациями и другие).

В результате вышеперечисленные проблемы привели к недостаточно высокому уровню развития рынка факторинговых услуг в Республике Беларусь.

Оперативный расчет после отгрузки товара – основное преимущество факторинга без права регресса, при котором банк выкупает долг, принимая риск на покупателя.

В Беларуси доля данного вида факторинга пока не превышает 20 % против более чем 60 % на глобальном рынке, однако и у нас он демонстрирует рост с перспективой ускорения.

В борьбе за внешние рынки многие отечественные субъекты хозяйствования вынуждены заключать внешнеторговые контракты с отсрочкой платежа. Она может быть максимально 180 календарных дней, как обязывает Указ Президента «О порядке проведения и контроля внешнеторговых операций» от 27.03.2008 № 178.

Среди членов международной ассоциации FCI (формируют 43 % глобального оборота факторинга) на факторинг без права регресса приходится 64 % рынка, с правом регресса – около 30 %, другое – 6 %.

В Беларуси нет официальной статистики по обороту факторинга, есть только задолженность на отчетные даты, что затрудняет анализ. По оценкам экспертов доля факторинга без права регресса в Республике Беларусь не превышает 20 %, тогда как основные обороты приходятся на сделки с правом регресса, в том числе в рамках Указа от 25.08.2006 № 534 «О содействии развитию экспорта товаров (работ, услуг)».

Несколько лет назад толчком для роста стало включение факторинга в Указ № 534. Кроме того, наблюдается рост интереса к финансированию без права регресса. Но в целом факторинг в Беларуси остается недооцененным и требует популяризации. Многие про него что-то слышали, но еще необходима большая разъяснительная работа как с поставщиками, так и с покупателями.

Получить платеж сразу же по факту отгрузки продукции или оказания услуг получателю, восполнить оборотные средства, обрести конкурентное преимущество на рынке за счет увеличения продаж и гибких условий оплаты – все это возможно благодаря факторингу.

Однако, учитывая высокую потребность субъектов хозяйствования экономики Беларуси в факторинговом обслуживании, выгоды и преимущества, приобретаемые от данного вида операций, а также интенсивное развитие рынка факторинговых услуг в России, можно ожидать интенсивного развития факторинга и в Беларуси при выполнении ряда условий и внесении коррективов в существующий механизм проведения данной операции.

Так, одним из необходимых условий успешного развития факторинга является детальная разработка нормативной базы, регламентирующей факторинговую деятельность. Однако, кроме этого, необходимо сформировать соответствующие условия для эффективной работы схемы факторинга (наличие субъектов малого и среднего бизнеса, финансовые институты, оснащенные современными технологиями и т.д.).

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КЛИЕНТОВ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БАНКОВ

Автор: Пархоменко Д.А., группа 2008

Руководитель: Рассолько Л.В.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Одна из главных задач банка - найти баланс между достижением своей основной цели (получение прибыли) и удовлетворением потребностей клиентов. Нарушение данного равновесия влечет за собой негативные последствия для его деятельности.

Согласно закону Парето, 20 % усилий дают 80 % результата, а остальные 80 % усилий — лишь 20 % результата. Данный принцип зачастую используется

в бизнесе, в том числе и в банковском. В этом случае предполагается, что 20% клиентов приносят 80 % прибыли, а остальные 80 % клиентов – 20 %. И эти 20 % самых ценных клиентов являются постоянными и активными пользователями услуг банка.

Поэтому банки заинтересованы в повышении удовлетворенности клиентов и с этой целью придерживаются клиентоориентированного подхода. Клиентоориентированность позволит не только удержать уже имеющихся клиентов, но и способствует распространению положительной рекламы банка посредством сарафанного радио. При этом новые клиенты могут стать постоянными.

Для банков являются актуальными вопросы о том, какие факторы влияют на степень удовлетворенности клиентов и как банки могут на них повлиять. Однако банк и клиент могут по-разному оценивать качество оказываемых услуг. Крайне важен диалог между сторонами, что обуславливает необходимость в периодическом проведении опросов среди клиентов. Банку важно опираться на восприятие клиентом ценности получаемых услуг, потому что это влияет непосредственно на его дальнейшую лояльность. Также у разных клиентов разные приоритеты. Для одного типа клиентов главным критерием является цена услуг. Такие клиенты выбирают банк с наиболее выгодными условиями независимо от качества обслуживания. Другой же тип клиентов ориентируется, соответственно, на качество. В любом случае, чем выше качество обслуживания, тем выше лояльность клиентов. И это способствует тому, что клиенты при повышении цен на услуги могут остаться в том же банке.

Цель работы – раскрыть сущность удовлетворенности клиентов банка, определить факторы, влияющие на нее.

Предмет исследования – удовлетворенность клиента банка и ее составляющие.

Объект исследования – банки Республики Беларусь.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть понятие и сущность клиентоориентированности;
- установить и проанализировать факторы, влияющие на удовлетворенность клиентов банка;
- определить способы улучшения эффективности деятельности банка через повышение уровня удовлетворенности клиентов.

Существует 2 типа клиентов: 1 – главным критерием является стоимость услуг, 2 – качество.

Из понятия качества БУ вытекает вывод, что у каждого клиента может быть собственное представление о том, что определяет качество банковской услуги.

Тем не менее, существует ряд распространенных критериев оценки качества банковской услуги.

Для комплексного подхода к регулированию данных критериев используется система менеджмента качества (СМК). СМК банка – это совокупность взаимосвязанных методических, технических, информационных, организаци-

онных и других средств по управлению качеством. СМК включает в себя обслуживание, процесс, продукт.

Каждый из этих трех компонентов может применяться банком как отдельный и самостоятельный способ повышения качества банковской деятельности и удовлетворенности клиентов, так и в рамках единой СМК.

И все же клиент сам для себя устанавливает, соответствуют ли данные критерии его ожиданиям. В связи с этим понятие качества услуг отождествляют с понятием удовлетворенности клиента.

Удовлетворенность клиента – соответствие между его ожиданиями и реальным опытом в приобретении услуги (продукта).

Задачей банка является заранее определить ожидания и потребности клиента для их дальнейшего удовлетворения. Данный процесс и подразумевает под собой клиентоориентированность.

Клиентоориентированность банка, как и любой другой организации — это способ достижения баланса между целью банка и желаниями клиентов. Клиентоориентированность, являясь ключевой стратегией ведения банковского бизнеса, нацелена на значительное увеличение доходов банка и клиентской базы, а также выступает основным конкурентным преимуществом.

Был проведен опрос. Респондентам в разрезе возрастных групп было предложено дать ответ на ряд вопросов и оценить по пятибалльной шкале некоторые факторы.

Средняя оценка уровня доверия опрошенных равна 3,97 баллам, что является неплохим показателем, однако результаты свидетельствуют, что есть необходимость и возможность совершенствования

Из причин недоверия названы:

«Личный негативный опыт» – 8,4 %;

«Опыт знакомых или родственников» – 23,4 %;

«Я считаю, что банк хочет извлечь из меня выгоду» – 15 %;

«У меня нет причин не доверять банку» – 56,1 %.

Данные результаты опроса подтверждают факт того, что сарафанное радио играет большую роль в формировании имиджа банка. Большинство из тех, кто имеет отрицательное мнение, сформировало его на основании опыта представителей своего круга общения.

Средняя оценка отношения сотрудников банка к клиентам равна 4,5 балла, что свидетельствует о том, что банки ответственно подходят к тому, чтобы их сотрудники вежливо и дружелюбно общались с клиентами.

Степень навязывания банковских услуг оценена в среднем на 3,8 балла. В данном случае мы наблюдаем уже недостаточно высокую удовлетворенность клиентов.

Достаточность и достоверность банковской информации оценена в среднем на 4,2 балла. То есть клиенты доверяют той информации, которую предоставляют банки. Тем не менее, есть единичные случаи, когда была предоставлена недостоверная или же не в полном объеме информация.

Средняя оценка скорости обслуживания в банках равна 3,7 балла. Следовательно, низкая скорость обслуживания в значительной мере снижает уровень удовлетворенности клиентов.

Средняя оценка мобильных приложений банков равна 4,3 балла. Стоит обозначить, что из 107 человек 103 пользуется мобильным приложением того или иного банка.

При этом около 10 % респондентов подтвердили, что сталкивались со злоупотреблением доверием клиентов. Около 30 % сталкивались с ошибками со стороны банка. Около 16 % обращалось с жалобой в банк, и 4 % из них не смогли с решением проблемы.

Но подавляющее большинство ответило, что обслуживание в банках их полностью устраивает.

Способами решения всех вышеназванных проблем, исходя из последовательности классической модели продаж, мне видится: дополнительное обучение сотрудников банка навыкам бизнес-коммуникации; более обстоятельно выяснять потребности клиента; предлагая банковские продукты, указывать не только на их достоинства, но и на недостатки; на этапе работы с возражениями не стоит давить на клиента и излишне навязывать приобретение услуги; увеличить количество сотрудников и их рабочих мест, но более рациональным будет расширение перечня услуг посредством СДБО, в том числе интернет-банкинга и мобильных приложений; предоставление клиентам физического комфорта в отделениях банка.

Таким образом, учитывая тенденции, которые диктуют рыночные отношения, следует понимать, что при формировании доверительных и долгосрочных взаимоотношений с клиентами необходимо учитывать как финансовые, так и эмоциональные мотивы: только действие всех этих рычагов вместе поможет установить взаимовыгодные отношения для обеих сторон. Ориентированность на клиента как стратегия позволяет банку извлечь больший объем прибыли путем глубокого понимания потребностей своих клиентов.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Автор: Панина С.В., группа 2008

Руководитель: Ловец Т.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Цифровая трансформация подразумевает возможность продолжать предоставление банковских услуг в удаленном режиме и осуществляется посредством внедрения новых технологий, таких как облачные вычисления, искусственный интеллект и машинное обучение, программные интерфейсы приложений и прочие.

Цифровые платформы создают в банке цифровую структуру и избавляют от необходимости в посредниках при предоставлении продуктов и оказании услуг.

Одним из последствий пандемии в банковском секторе является то, что для мелких банков удержать свою позицию на рынке при социальном дистанцировании стало гораздо труднее. Если крупным банкам достигать максимальной для современных реалий цифровизации приходится путем ускорения ее развития, то для мелких данная трансформация зачастую является новым понятием, так как ранее в ней не было необходимости.

Однако этот период стал и временем возможностей, когда банки нашли новые форматы взаимодействия, как с клиентами, так и с сотрудниками. Поэтому можно сказать, что для банка такой переход имеет как положительные, так и отрицательные аспекты, которые будут исследованы в данной работе.

Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что с масштабными последствиями пандемии экономический сектор, в том числе и банки, сталкивается до сих пор, а вопрос развития технологий для цифровой трансформации банковской работы по-прежнему не закрыт.

Целью исследовательской работы является: изучить изменения в банковской системе, определить пути развития банковских цифровых технологий.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

раскрыть понятие «цифровая трансформация»;

изучить влияние экономической трансформации на банковскую систему;

определить роль технологий в банковской сфере в условиях пандемии;

рассмотреть перспективы развития цифровых технологий для банков.

Объектом исследования являются банки Республики Беларусь в условиях пандемии, предметом – пути трансформации банковской работы.

Сложившаяся в 2020 году непростая ситуация с пандемией коронавирусной инфекции стала новым вызовом для всего мира. И цифровые технологии в данных условиях выступили одним из действенных способов минимизации негативных последствий пандемии, в результате чего были успешно отработаны механизмы дистанционного обучения, активно использовались схемы удаленной работы в офисах, были успешно реализованы подходы к проведению онлайн-встреч, переговоров, форумов. Республика Беларусь не остается в стороне данного цифрового прогресса, в связи с чем, в принятую в 2021 году государственную программу цифрового развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы были включены важные мероприятия, способствующие развитию электронной торговли, среди которых создание национальной торгово-кооперационной платформы для белорусских предприятий, а также интегрированной системы цифровой каталогизации товаров (продукции) Беларуси для формирования единого рынка государств – членов Евразийского экономического союза.

Успех цифровой трансформации мирового банковского сектора в ближайшие годы будет зависеть от того, смогут ли начинающие цифровые банки сократить «цифровое отставание» от лидеров отрасли, стать открытыми для сотрудничества с финтех-компаниями и использовать весь спектр возможностей, которые открываются благодаря быстрому переходу клиентов на обслуживание с помощью гаджетов.

Вот три основные технологии, рекомендованные банкам к рассмотрению и внедрению: облачные вычисления, программные интерфейсы приложений

(API), искусственный интеллект и машинное обучение (AI/ML).

В Республике Беларусь был создан центр, оказывающий банкам помощь в развитии технологий. С момента образования его основной задачей является развитие информационных технологий в денежно-кредитной системе Республики Беларусь, в том числе автоматизация деятельности Национального банка Республики Беларусь, других банков, учреждений и предприятий банковской и не банковской сферы.

Цифровая трансформация предоставляет банковскому сектору большое количество возможностей и преимуществ. Тем не менее, важно отметить, что процесс цифровизации банковской сферы одновременно с положительными моментами приносит и новые проблемы и вызовы: весомой проблемой в обеспечении стабильности и экономической безопасности банков становятся как финансовые, так и технологические риски. Одним из основных в условиях цифровой трансформации банков является кибер-риск, то есть риск, связанный с нарушением конфиденциальности электронной информации, в том числе персональных данных клиента, а также риск взлома и кражи аккаунтов клиентов и риск безопасности проведения электронных операций в общем.

Пандемия обострила конкуренцию между банками за клиента, ускорила многие процессы в банках, а также изменила поведение клиентов. В период самоизоляции клиенты стали еще активнее пользоваться дистанционными каналами и банки отреагировали незамедлительно. Сервис крупных банков стал более привлекательным для клиентов, появились дополнительные онлайн-услуги.

СИСТЕМА SWIFT В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ, ЕСТЬ ЛИ АЛЬТЕРНАТИВА?

Автор: Новик Е.А., группа 2106

Руководитель: Ловец Т.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Совершенствование и рост количества финансовых операций на мировых рынках и глобализация бизнеса потребовали создание новой системы межбанковских переводов.

С появлением SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications – международная межбанковская система передачи информации и совершения платежей) унифицировались и упростились транзакции между банками разных стран.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что на сегодняшний день SWIFT является мировой системой передачи информации и совершения платежей, но политические факторы, оказывающие прямое влияние на экономику, ставят под сомнение безальтернативность данной системы.

Цель исследования: изучить работу системы SWIFT и альтернативных платежных систем.

Задачи:

- изучить историю создания системы SWIFT;
- рассмотреть систему SWIFT в Республики Беларусь;
- выявить системы, которые смогут заменить SWIFT.

Объект исследования: система SWIFT.

Предмет исследования: развитие системы SWIFT.

SWIFT был основан в 1970-е годы, на основе амбициозной и инновационной идеи: создания глобальной службы финансового обмена сообщениями, а также общим языком для международного финансового обмена сообщениями.

Сегодня система обеспечивает передачу порядка 1,8 миллиарда сообщений в год. Ежедневно через сеть SWIFT проходят платежные поручения суммарной оценочной стоимостью более шести триллионов долларов.

Внедрение системы связи SWIFT позволило наладить круглосуточный информационный обмен между банками, стандартизировать и автоматизировать банковские операции на международном уровне, а именно:

осуществлять безбумажные платежные операции с минимальным привлечением труда людей и сокращением операционных расходов;

ускорить обмен информацией между банками с помощью телекоммуникационных линий связи;

минимизировать типичные виды банковского риска (потери документов, ошибочную адресацию, фальсификацию платежных документов и др.).

Система надежна с точки зрения обеспечения безопасности банковских операций, так как включает множественную систему комбинаций физических, технических, а также процедурных средств безопасности.

Платежная система SWIFT на сегодняшний день является наиболее широко используемой платежной межбанковской системой в мировом сообществе. Популярность SWIFT обеспечивается рядом ее преимуществ, которые заключаются:

в возможности надежной и безопасной передачи и приема сообщений;

в низкой стоимости сообщений, которая значительно меньше, что при использовании телеграфа и телекса и не зависит от расстояния;

в максимально скоростной передаче сообщений, буквально в течение нескольких минут (по телеграфу передача сообщения занимает около полутора часов);

в возможности автоматизации обработки данных и в наличии гарантийных финансовых обязательств системы.

Республика Беларусь также является активным пользователем сети SWIFT, начиная с 1994 года и, по данным на 31 декабря 2021 года занимает 72-е место в мире по объёму отправленных SWIFT-сообщений, 63-е место – по количеству полученных. За 11 месяцев в 2021 году количество отправленных и полученных SWIFT-сообщений пользователей в Беларуси составило примерно 9,1 млн.

После событий, произошедших в Америке 11 сентября 2001 года, американская служба разведки получила полный доступ к информации, которой обладает система SWIFT, под предлогом отслеживания денег, направленных на поддержание террористической деятельности и незаконного оборота оружия. В

связи с этим несколько стран решило создавать свои собственные проекты систем перевода.

Например, Китай в 2014 году начал разработку национальной платежной системы, в состав программного обеспечения которой входит свой собственный аналог SWIFT. Центральный банк Китая запустил в октябре 2015 года собственную международную платежную систему CIPS (Chinese International Payment System).

Российский аналог системы передачи финансовых сообщений в формате SWIFT запущен в рабочем режиме в декабре 2014 года. Подключение банков осуществляется путем заключения соответствующих договоров с Банком России, а также двусторонних соглашений между банками. Ряд крупных банков уже определили в своих двусторонних соглашениях данный сервис как основной по обмену финансовыми сообщениями. По отзывам банков, система работает хорошо и отвечает их потребностям. При этом совершенствование системы будет продолжено.

Таким образом, SWIFT, являющаяся лидером в осуществлении передачи финансовых сообщений, в ближайшее время может столкнуться с конкуренцией созданных Россией и Китаем платежных систем, что положительно отразится на пользователях.

ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В КРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

Автор: Суханова О.А., группа К-05

Руководитель: Баландюк Л.М.

ГБПОУ НСО «Новосибирский торгово-экономический колледж» (Новосибирск)

В условиях развитых и финансовых рынков изучение банковской системы является одним из актуальных вопросов российской экономики. Банковская система является одним из важнейших звеньев рыночной экономики, оказывает огромное, разностороннее воздействие на жизнедеятельность общества в целом.

Актуальность приобретают вопросы, связанные с обеспечением устойчивости банковского сектора страны для преодоления кризисных явлений, вызванных различными негативными внешними и внутренними факторами. Исторический этап свидетельствует, что та или иная структура банковской системы зависит от конкретных общественно – экономических условий.

Под банковской системой понимают упорядоченную совокупность банковских институтов (Центрального банка, отечественных и иностранных кредитных организаций) как взаимосвязанных элементов, которые обслуживают потребности экономических субъектов.

Она не только обеспечивает механизм межотраслевого и межрегионального перераспределения денежного капитала, но и является ключевым элементом расчётного и платёжного механизмов хозяйственной системы страны.

Совершенствование деятельности отдельных сегментов банковской системы является приоритетным направлением социально – экономического развития как государства в целом, так и его регионов. Роль банков в современном обществе имеет колоссальное значение для экономической среды, так как банки – это не только учреждения, обладающие наделёнными законодательством функциями, банки – это общественные институты, которые способствуют удовлетворению потребностей экономических субъектов, перераспределению денежных средств, а также они являются фундаментом финансовой инфраструктуры экономики Российской Федерации.

Развитие банковской системы России – постоянный необратимый процесс. Тем не менее, на разных исторических этапах этот процесс встречает различные препятствия.

Банковский сектор любой страны реагирует на появление кризисных ситуаций. Больше всего это отражается в реагировании на сложные ситуации и в возможностях реагировать на определённые риски.

В период кризисных ситуаций банки больше всего подвержены угрозе потери ликвидности и капитала. Возникает проблема оттока денежных средств в силу того, что клиенты банков выводят свои накопления в наличность. Также банки сталкиваются с проблемой роста ссудной задолженности. Данный факт сказывается на показателях достаточности капитала. Из-за ухудшения экономической ситуации возникает проблема уменьшения кредитного портфеля банка. Вследствие этого, у кредитной организации уменьшается процентный доход от займов, что в итоге может повлиять на образование убытков и, в конечном счёте, прекращении деятельности.

В настоящее время деятельность банков усложнилась за счёт ужесточения государственного контроля и политики в целом. Возникает проблема высокой закредитованности населения, а также падения доходов населения, что сказывается на уровне их платёжеспособности. Влияние санкционной политики со стороны западных государств, а также пандемийных процессов характеризует нестабильность экономической ситуации в стране. Резкое падение доходов и кредитные каникулы у многих заёмщиков привели к существенному сокращению доходов банковского сектора.

Быстрое распространение пандемии заставило весь мир пересмотреть отношение к своей деятельности, совершенствовать старые и разрабатывать новые подходы с учётом сложившейся ситуации, по-новому реагировать на стремительные изменения, происходящее во всех экономических сферах.

Банковская система, как самая динамично меняющаяся и уязвимая сфера столкнулась с различными проблемами, которые требовали незамедлительного реагирования. Последствия пандемии не мог предсказать никто: ни по продолжительности, ни по влиянию. Основной проблемой и отличием создавшейся ситуации от прошлых кризисов называется не экономическая его природа. Поэтому оценить его ход, и последствия было достаточно сложно.

В самом начале пандемии, когда ввели режим самоизоляции и отправили большую часть сотрудников предприятий домой, банковской отрасли нужно было готовиться к серьёзным негативным последствиям – к существенному

ухудшению качества кредитных портфелей, как в рознице, так и в корпоративном секторе.

В период пандемии банки были вынуждены конкурировать в новых условиях. Они должны были обеспечить работоспособность абсолютно всех своих сервисов для клиентов. Независимо от того был ли офис открыт или закрыт, работает ли сотрудник на «удалёнке» или в отделении, они должны были предоставить свободный доступ ко всем продуктам и сервисам. Для всех это был серьёзный вызов, потому что банки соревновались, кто лучше, грамотнее, вежливее и удобнее обслуживает своего клиента. Банки также стремились показать, насколько ответственно они ведут себя относительно своего клиента. Государство задавало основные тренды, устанавливая определённые правила игры, и банки шли своим клиентам навстречу.

С учётом сложившейся ситуации в деятельности банков возникли проблемы, среди которых это отсутствие полноценного общения с клиентами – одного из важнейших факторов развития банковского бизнеса. Функционировать «удалённо» было достаточно сложно – в основном бизнес же строится на личном общении с клиентами.

Несмотря на это, российская банковская система оказалась гораздо лучше подготовлена к этому кризису, чем ко всем предыдущим. Всё, что происходило с банками последние годы, в том числе действия Банка России по очистке системы от слабых и недобросовестных игроков – позволило банкам подойти к этому кризису в наилучшей исторической форме.

В целом за это время все успели привыкнуть к хорошему: это и обслуживание в новых форматах, и дополнительные бонусы, и готовность банков идти на компромиссы. Независимо от того, как долго банковская система будет приходить в себя от данного кризиса, новые правила игры уже установлены, у клиента сложились определённые ожидания, которым банки должны будут соответствовать.

В настоящее время, экономика России находится под влиянием международного давления. Практические меры, которые применяют зарубежные страны к России, выражены в различного рода санкциях.

Ограничительные меры затронули и банковский сектор России, так как в данном секторе потенциал для возникновения угроз экономике страны наибольший. И от того, насколько устойчиво состояние банковской системы государства, главным образом, зависит защищённость и устойчивость национальной валюты, в том числе её покупательская способность и курс относительно иностранных валют, что оказывает существенное влияние на экономическую обстановку в стране.

Часть российских банков внесена в санкционные списки. Они больше не могут принимать валюту из-за рубежа и отправлять её за границу. Эту возможность потеряли и все их клиенты: другие банки, компании, резиденты и нерезиденты России и физические лица. Ограничения затронули только санкционные банки и никак не повлияли на переводы рублей и валюты внутри России для их клиентов.

Россия приняла ответные санкции в отношении стран, которые приняли санкции против России. Суть двусторонних санкций такова, что ограничивается ввод денег в Россию (через конкретные банки) и их вывод из страны. Внутри Российской Федерации сохраняется свободное передвижение средств в любой валюте между банками, компаниями и людьми.

Если на начальном этапе развития подобных событий правительство старалось отрицать негативное влияние санкций на банковскую сферу, то сейчас Центробанк уже открыто заявляет о том, что политические разногласия оказывают не самое лучшее воздействие.

Последствиями введения санкций стало отсутствие возможности у российских банков получать полноценный доступ к зарубежным финансовым рынкам, что стало причиной удорожания фондирования для финансовых учреждений, оказывающих услуги кредитования на территории России. Разумеется, коснулось это и рядовых граждан, привыкших часто обращаться в банки за потребительскими займами. Дело в том, что сегодня многие кредитные структуры начали выдвигать по отношению к клиентам более жесткие требования, а также увеличивать размер процентной ставки, что особенно актуально в случае с потребительскими кредитами.

Не смотря, но то, что банковские карты всех кредитных организаций на территории Российской Федерации продолжают работать для оплаты товаров или услуг, переводов и операций через банкоматы без ограничений, но отсутствует возможность расплачиваться картами Visa и Mastercard за границей, переводить деньги за рубеж, а также оплачивать покупки в иностранных онлайн-магазинах. В связи с этим банки рекомендуют своим клиентам в случае зарубежных поездок заранее снимать наличные и расплачиваться ими на территории других государств.

Также клиенты этих банков не могут оплачивать покупки с помощью сервисов ApplePay и GooglePay. Тем не менее стандартная контактная или бесконтактная оплата по картам этих кредитных организаций доступна в полном объеме на территории Российской Федерации.

На сегодняшний день во всех банках нет ограничений на снятие наличных за исключением стандартных лимитов по картам. Кроме того, в приложениях и офисах большинства кредитных организаций доступен обмен валюты. Сами приложения, а также интернет-версии банков продолжают работать в обычном режиме.

Произошло отключение от SWIFT части банков, которые ранее были включены в список санкций с блоком на корреспондентские счета. Все остальные банки России по-прежнему подключены к SWIFT.

Отключение банков под санкциями от этой системы никак не изменило их уже существующее положение. Отключение всех российских банков замедлило скорость международных банковских переводов с участием российских банков, но не остановило их.

Кроме того, Центробанк в своих заявлениях уже неоднократно отмечал, что нынешняя обстановка с большей вероятностью может привести к ухудшению материального положения различных отечественных предприятий, кото-

рые выплачивают кредит. Всё это вместе взятое негативно влияет не только на конкретные кредитные компании, но и на банковский сектор в целом.

Санкции постоянно обновляются, поэтому сложно предположить, какой глубины они достигнут. Но точно можно сказать, что правительство оказывает всяческую поддержку банкам.

В целом банковский сектор сохраняет свою работоспособность. Внутри страны операции осуществляются и будут осуществляться без особых препятствий. Паники, что люди массово забирают деньги из банков, не наблюдается, а, наоборот, привлечение средств клиентов на депозиты значительно увеличилось (более чем на 30 %).

В настоящее время политика Центробанка направлена на укрепление национальной валюты на мировом рынке.

Из-за принятия решения со стороны правительства о том, что крупные сделки на мировом рынке отныне не привязаны к доллару, 80 % доходов от продажи энергоресурсов теперь конвертируется в рубли. Это и даёт право экспертам и россиянам надеяться, что рубль окончательно укрепится уже в ближайшее время.

Мощная поддержка рублю в условиях санкционного давления – непрекращающаяся продажа российского газа.

Так, 6 апреля 2022 года США ввели блокирующие санкции против системно значимых банков – Сбербанк и Альфа-Банка. «Введённые санкции не окажут существенного влияния на работу банка и никак не отразятся на обслуживании россиян, поскольку система уже адаптировалась к ранее введенным ограничениям», – сообщили в Сбербанке.

Российская валюта отреагировала на санкции непредсказуемо: продолжила уверенный рост против доллара и евро на Московской бирже. Впервые с 23 февраля доллар опустился ниже 80 рублей, евро ниже 87.

Тем не менее, среднесрочные прогнозы относительно устойчивости российской валюты очень разные. События развиваются непредсказуемо.

Также важно понимать, что российские банки и Центральный банк уже давно находились под угрозой санкций и за это время подготовились к ним, эффекта неожиданности не было.

Режим работы банков остался прежним. Банкоматы, отделения, банкинг, мобильные приложения подготовлены заранее к бесперебойной работе, всё адаптировано и продолжает функционировать, как и прежде. Значительных изменений для большинства клиентов нет. Карты и вклады действуют, деньги так и лежат на счетах, выдача кредитов ведётся, пусть и с повышенными ставками.

Центробанк и Правительство Российской Федерации поддерживают финансовую стабильность и непрерывность работы финансовых организаций, задействовав все необходимые инструменты.

Центробанк готов оказывать поддержку в рублях и иностранной валюте, а также задействовать иные меры для работы банков.

Можно подвести итог о том, что, банковская система достаточно сложный и хрупкий механизм, на который можно воздействовать как внутри страны, так и за её пределами.

Дальнейшее развитие российской банковской системы будет зависеть от её способности адаптироваться к сложившимся непростым экономическим условиям.

ПЛАН СЧЕТОВ БАНКОВ – НЕТ ПРЕДЕЛА СОВЕРШЕНСТВУ

Автор: Кирьякова А.А., группа 2106

Руководитель: Ловец Т.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Любой вид деятельности имеет свою структуру и специфику. Банки выстраивают надёжную систему, отвечающую требованиям, установленным для стабильного развития и поддержания состояния экономики страны. Поэтому работа банковской системы характеризуется высокой степенью ответственности и точности.

Бухгалтерский учет в банках отвечает данным требованиям и представляет собой систематизированный документооборот, отражающий состояние и движение имущества и обязательств банка методом двойной записи, в денежном выражении на счетах бухгалтерского учёта, в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Целью работы является: изучить историю, современное состояние и перспективы развития Плана счетов в Банках Республики Беларусь.

Объектом исследовательской работы является один из важнейших инструментов бухгалтерского учета в банках – План счетов.

Указанная цель определяет следующие задачи:

- изучить историю создания Плана счетов;
- рассмотреть сложности трансформации Плана счетов в банках Республики Беларусь;
- охарактеризовать современную структуру Плана счетов, его принципы построения;
- дать оценку современному положению Плана счетов в банковской системе;
- выявить возможные пути развития и преобразования Плана счетов в будущем.

История развития бухгалтерского учета имеет глубокие корни. Еще в древнем Риме работали менялы и банкиры, работу которых в то время стремились все ввести в рамки законов. В основе древнеримского учета находилась инвентаризация и прямая регистрация имущества, затем появилась косвенная, когда вместо конкретного учетного объекта фиксировали данные из первичных документов. С этого момента учетные сведения и фактическое положение дел перестанут быть адекватными, бухгалтерия станет только вероятной, а инвентаризации только будут указывать на репрезентативность информации.

В развитии национальной системы бухгалтерского учета в банках можно выделить следующие этапы:

I. Подготовительный этап (1990 – 1995 гг.).

II. Начальный этап (1996 – 2000 гг.)

III. Основной этап (с 2001 г. по настоящее время).

Основной этап современного развития учетной системы в банковском секторе экономики характеризуется переходом банковской системы Республики Беларусь на Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). Данное направление было законодательно определено Концепцией развития банковской системы Республики Беларусь на 2001 – 2010 гг., одобренной Указом Президента Республики Беларусь от 28.05.2002 № 274.

На сегодняшний день национальные стандарты отчетности разрабатываются в соответствии с международными стандартами и с учетом требований национального законодательства, таким образом, НСФО по своему содержанию максимально приближены к международным и при этом они имеют статус официального нормативного документа.

С 4 июля 2017 года Беларусь перешла на международную структуру номера счета (IBAN) и банковского идентификационного кода (BIC) в рамках поэтапного внедрения международного стандарта ISO 20022. Внедрение IBAN и BIC в практику безналичных расчетов на территории страны и трансграничных расчетов повысило надежность совершения операций, ускорило обработку платежей и снизило издержки при их проведении, исключило возможность неоднозначной идентификации участника расчетов

С упрочнением рыночных отношений в экономике Республики Беларусь предъявляются все новые требования к процессу формирования финансовой информации о деятельности хозяйствующих субъектов. В центре внимания специалистов оказались проблемы обеспечения полезности результативной информации бухгалтерского учета, что с точки зрения заинтересованных пользователей (кредиторов, инвесторов, менеджеров).

В первую очередь это затрагивает систему бухгалтерской отчетности. Однако, для решения новых задач, встающих перед отчетностью, требуется рационализация порядка систематизации и накопления информации, т.е. совершенствование процесса отражения фактов хозяйственной жизни на счетах бухгалтерского учета.

Активная и целесообразная работа по сближению отечественной учетной практики с международной признанной практикой бухгалтерского учета и системой учета организаций Российской Федерации придает особую актуальность пересмотру плана счетов. Ориентация на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) предопределяет необходимость значительных изменений процесса формирования финансовой информации.

Таким образом, план счетов регулярно обновляется и совершенствуется, стремясь к наиболее практичному, точному и лаконичному виду. Так же необходимо отметить влияние мировой экономической деятельности и международных отношений, которые во многом являются примером и «трамплином» для развития инструментов банковской деятельности Республики Беларусь.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Авторы: Позднякова В., Терпинска Е., группа Д-991, Макась Н., группа Д-992

Руководитель: Стригоцкая О.А.

ЧУО «Колледж бизнеса и права» (Минск)

Банковская инновация – это результат деятельности банка, направленной на получение дополнительных доходов в процессе создания благоприятных условий формирования и размещения ресурсного потенциала при помощи нововведений.

На протяжении десятилетий банки одними из первых внедряли инновации. В 1960-х годах это были банкоматы, в 1970-х – электронные платежи с помощью карт. В начале 2000-х годов широко распространился онлайн-банкинг, а уже через десятилетие любую транзакцию можно было совершить «на ходу» через мобильное приложение. Только благодаря непрерывному улучшению клиентского опыта с помощью передовых технологий финансовые организации могли стабильно расти на высококонкурентном рынке.

За счёт быстрого развития банковской системы времени осваивать новые технологии остаётся всё меньше. Личные данные с каждым днем становятся все более доступными. Сегодня финансовые учреждения уже располагают огромным массивом данных, но в большинстве своем недостаточно эффективно ими пользуются.

Банк будущего – это цифровая экосистема, которая будет предлагать, как финансовые, так и нефинансовые продукты. Банки будущего будут использовать данные клиентов для составления портрета на все 360 градусов. Это позволит предлагать действительно уникальные персонализированные продукты и услуги, а традиционные границы банковского обслуживания фактически исчезнут.

Все банковские инновации, исходя из программно-технической реализации, можно разделить на две группы:

- 1) применение современных программно-технических устройств:
 - использование биометрических технологий, в том числе Face ID;
 - платежные кольца, часы и браслеты;
 - карты с дополнительной реальностью;
 - банкоматы без слотов для карт;
 - снятие наличных с карты в ОТС (в организациях торговли и сервиса) и др.
- 2) использование искусственного интеллекта, в частности робоэдвайзера и др.

Всё больше внимания банки уделяют возможности быстрой и бесконтактной оплаты. Face ID уже работает во всех мобильных приложениях ведущих банков. Один раз активировав в приложении распознавание по лицу, можно привязать свое изображение к выбранной карте, после чего оплачивать покупки можно будет взглядом.

Так же всё больше внимания банки уделяют защите от мошенничества с помощью биометрии. В будущем голосовая биометрия будет решать задачи подтверждения личности и снижения уровня мошенничества, а биометрия по лицу поможет увеличить скорость и повысить «таргетность» обслуживания в физических отделениях. Распознавая клиента и соотнося его профиль с имеющимися данными, система предложит ему услуги, которые с большей вероятностью смогут ему потребоваться.

Предположительно к 2030 году будет нормой взаимодействие потребителя с компаниями и брендами при помощи голосовых помощников и использование технологии распознавания лиц и других биометрических технологий. А интеллектуальные колонки со встроенными голосовыми помощниками, как например, Google Home и Amazon Echo, уже стали частью быта.

Новые технологии вскоре позволят перейти от простого инструмента «финансовых услуг» к более активной роли невидимого «помощника в реализации потребностей». К 2030 году банки абсолютно трансформируют свою бизнес-модель: платформа с интегрированным искусственным интеллектом, машинным обучением и анализом данных будет работать в альянсе с различными бизнесами, вендорами, провайдерами услуг, и даже реестрами, где сам клиент будет выбирать услуги и продукты, которые ему нужны.

На сегодняшний день альтернативой финансовым консультантов по банковским вопросам, конкретным покупкам и др. денежным операциям в режиме online становится робоэдвайзинг. И, хотя, робоэдвайзинг больше предназначен для работы на фондовом рынке, он вполне применим и в банковской сфере, при индивидуализации пакета услуг для клиента банка, либо помощи клиенту в подборе оптимального инвестирования денежных средств клиентом.

Алгоритмы и модели данных в будущем будут построены вокруг оптимизации финансовых услуг для клиентов. Банки будут работать в формате «подталкивания» людей к определенным действиям. Роль цифрового банка будет состоять в том, чтобы сделать жизнь своих клиентов максимально удобной. Используя искусственный интеллект, банки создают решения, которые сокращают или полностью устраняют человеческий фактор во многих процессах. А значит, уменьшают число ошибок, связанных с ним.

Перестраивая свои процессы на цифровой формат, банки заботятся, чтобы практически все их услуги стали доступны в разных каналах. Это и привычные веб-сайты, и мобильные приложения, и относительно новые, но быстро набирающие популярность чат-боты в мессенджерах, на которые делают ставку крупные банковские игроки. «Клиенты смогут получать полноценное банковское обслуживание, не встречаясь с курьерами, не заполняя длинные формы и даже не скачивая мобильное приложение».

Так же тенденции современной банковской системы направлены на создание «Суперприложений». Тот же «Сберегательный банк» либо в составе совместного предприятия, либо как дочерний бизнес предлагает и доставку еды, и такси, и маркетплейсы, онлайн-кинотеатры и другие услуги. При этом (по крайней мере, сейчас) некоторые эксперты считают довольно странным, что вся

экосистема не объединена в одно приложение, а разбита на несколько с перерасацией на другие.

Самая главная тенденция развития банковской системы – это полностью цифровые банки, в которых не будет отделений и даже большей части сотрудников, ориентированные не на людей, а на их гаджеты. Но, несмотря на это, физические представительства банков всё ещё имеют спрос, как для старшего поколения, так и как площадка для переговоров и заключения сделок с крупными клиентами и партнерами.

Попробуем представить модель современного банковского отделения.

При входе в банк клиентов встречают система идентификации с использованием биометрических технологий, а также доброжелательные консультанты, которые помогают клиентам определиться, к какому специалисту обратиться, занять электронную очередь и провожают их к кабинетам. Если операция длительная, в банке можно выпить кофе или просто посидеть на диванчике.

Кассовые операции проводятся на первом этаже в защищённых кабинетах, в которых обеспечить доступ к счёту и удостоверить свою личность можно с помощью биометрии. Кассир, как и клиент, надёжно защищены. У кассира есть доступ к сейфу, документам и иным средствам для работы. Благодаря новейшим технологиям операции проходят в разы быстрее.

На втором этаже располагаются кабинеты для обслуживания клиентов по вопросам заключения различных договоров, например, кредитных, депозитных, доверительного управления и так далее. Так же здесь обслуживаются VIP-клиенты, к которым необходим отдельный подход. Из удобств можно отметить балкон, на котором можно отдохнуть и насладиться погодой, пока вы ожидаете своей очереди.

На третьем этаже находится секретарь руководителя банка, его кабинет и переговорная. В переговорной могут решаться различные вопросы: от стратегии развития банка до заседания акционеров.

Создавая комфорт, банк будущего обеспечивает безопасность. Все кассы и кабинеты оборудованы системой безопасности, а также биометрическими технологиями. Используя биометрию, специалисты получают всю необходимую информацию о клиенте, она доступна в их личных карточках.

Банк будущего – это не только скорость обслуживания, безопасность и комфорт, но и обширный спектр услуг в одном месте.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Автор: Туева А.И., группа 2осн.УА-2

Руководитель: Нургалиева З.Х.

ЧУ «Электронный колледж имени Жакии Чайжунусова» (Семей)

В статье подробно рассматриваются цели, стоящие на сегодняшний день перед банковским сектором Казахстана. Приводится оценка их актуальности и

значимости. Предоставляется анализ основных показателей деятельности и перспектив дальнейшего развития банковского дела в Казахстане. Также выявлены основные проблемы банковского сектора на данном этапе развития экономики в период пандемии, а также рассмотрены сценарии развития банковской системы Казахстана в современных условиях нарастания экономической нестабильности в стране.

Банковская система – центральное звено финансовой системы государства. Мировой финансовый кризис 2019–2021 гг. оказал существенное влияние на изменение структуры банковского сектора Республики Казахстан, затронув как его качественный, так и количественный состав. В банковском бизнесе в последние годы наблюдаются несколько разные тенденции в сфере кредитования нефинансового сектора и кредитования населения. В сфере нефинансового сектора увеличился номинальный валовой внутренний продукт – 16–18 % в год, что свидетельствует о стабильности банковского сектора, так как он не должен отрываться от динамики роста экономики. А в сфере кредитования населения на первое место нужно поставить тенденции, связанные с преодолением эффекта насыщения спроса, с одной стороны, а с другой стороны, также возможен рост в сфере потребительского кредитования.

Перспективы развития данного сектора экономики во многом зависят от того, как будут решаться проблемы, стоящие перед банковским сектором. Согласно многочисленным исследованиям, проведенным отечественными экономистами, основными проблемами развития банковского сектора Казахстана являются:

- низкая капитализация;
- ограниченные возможности банковской системы в сфере кредитования экономики страны;
- региональные и отраслевые диспропорции в экономике;
- макроэкономическая нестабильность;
- ненадёжность банковской системы страны;
- институциональные проблемы;
- непрозрачность и высокая концентрация банковской системы потребительского кредитования.

В настоящее время Казахстанская банковская система имеет отличительную особенность, связанную с доминантным положением банков с государственным участием. Создавая обширную сеть обособленных подразделений по всей территории страны, они образуют своеобразную «кровеносную систему» для перераспределения финансовых ресурсов из области их высокой концентрации – столичного региона – во все города (субъекты республики) страны. В условиях оттока капитала с формирующихся рынков Казахстанские банки в 2018 г. наращивали ресурсную базу в первую очередь за счет внутренних источников фондирования, таких как сбережения населения и средства организаций. Сохраняется динамика корпоративного кредитования. В условиях замедления экономического роста уверенное расширение банковского кредитования экономики сыграло в 2018 г. стабилизирующую роль. Даже с учетом того, что банки в целом более консервативно оценивали свои риски и, в частности, ин-

тенсивно формировали резервы на возможные потери по ссудам, прибыль банковского сектора оказалась лишь незначительно ниже, чем в 2017 г. (994 против 1012 млрд тг.) и страны. Ресурсная база банков в течение 2014 г. формировалась в условиях фактического закрытия внешних рынков и замедления роста экономики. Казахстанские банки наращивали ресурсную базу в основном за счет средств организаций, а также заимствований у банков Казахстана.

Невысокий уровень капитализации является серьезной проблемой нашей банковской системы. Высококапитализированные, эффективно работающие банки являются мощнейшим фактором устойчивого экономического роста. Наблюдаемый в настоящее время уровень капитализации не позволяет нашим банкам осуществлять свою деятельность на должном уровне. Следует также отметить то, что в последнее время темпы прироста активов превышают темпы капитализации. Необходимо также отметить то, что в 2016 г. сохранилась тенденция последних лет к уменьшению количества действующих кредитных организаций: за 2016 г. оно сократилось на 89. Крупные многофилиальные банки в 2014 г. продолжали оптимизацию своих региональных подразделений.

Банковская система Республики Казахстан на современном этапе развития находится под воздействием системных рисков, связанных с замедлением экономического роста, что ведет к ухудшению платежеспособности заемщиков, создает угрозу накопления плохих долгов на балансе банков, как в розничном, так и в корпоративном секторе. Также замедление экономической динамики и сокращение сбережений населения ограничивают рост пассивов банков. Банки Республики Казахстан краткосрочной перспективе. В результате заметного роста экономической активности до конца года ждать не приходится.

Исходя из проведенного исследования, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, в банковском секторе увеличилась концентрация.

Во-вторых, финансовый результат банков оказался хуже результатов предыдущего года. Объем сформированных резервов превысил показатель предыдущего года в 3 раза.

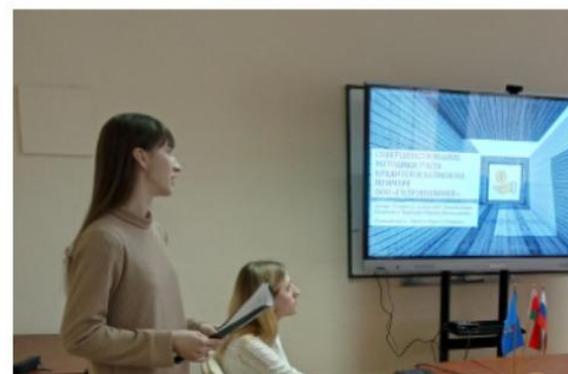
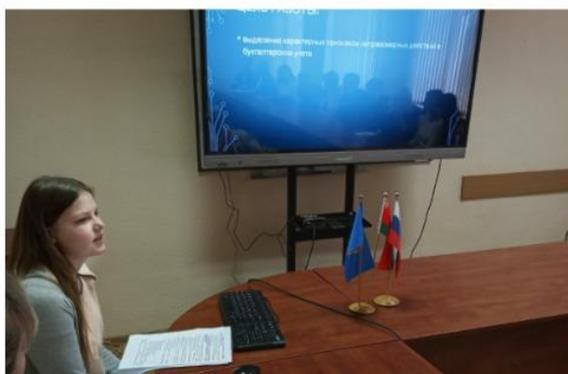
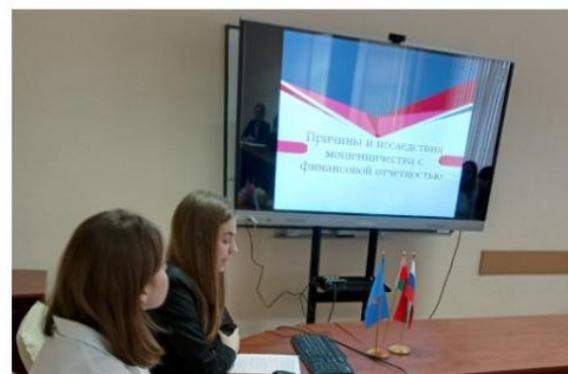
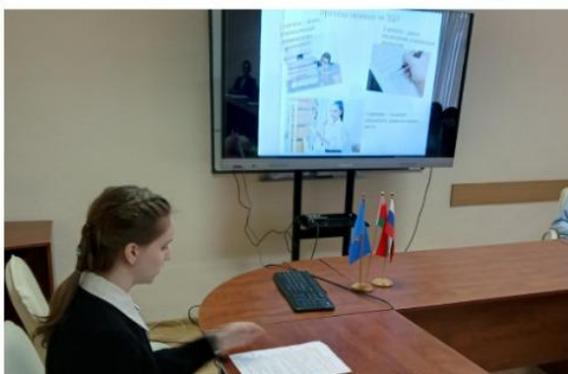
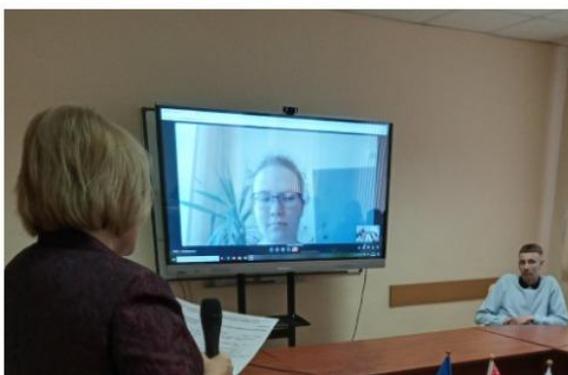
В-третьих, рост банковского капитала сопровождался снижением показателей его достаточности. Основным источником формирования банковского капитала стали прибыль и фонды

В заключение подчеркнем, что одной из основных задач банков Республики Казахстан среднесрочной перспективе на данном этапе развития экономики остается обеспечение финансовой стабильности экономики страны.



СЕКЦИЯ № 7

Актуальные вопросы теории и практики бухгалтерского учета и ревизии



ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ КОММУНИКАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

Автор: Коннова Е.А., группа 2006

Руководитель: Янецкая И.Н.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Под термином «электронный документ» понимается документированная информация, предназначенная для передачи по информационно-телекоммуникационным сетям или для обработки в информационных системах, представленная в электронной форме с применением электронной цифровой подписи.

Целью данной работы является изучение понятий «электронный документ» и «электронный документооборот», где и в каких случаях применяются, когда возник и какую пользу принес в современный мир, а так же в чем преимущества и недостатки использования электронных документов в целом.

Электронный документооборот (далее – ЭДО) в настоящее время широко распространен во многих странах, в связи с этим возникли свои термины и первичные учетные документы, составленные в форме электронного документа. Использование ЭДО невозможно без решения вопроса о правовых гарантиях и правовом регулировании электронного обмена информацией. Особенно это касается юридически значимой информации. На первое место выходит защита правовой информации, что является важным условием развития ЭДО.

Практически во всех странах ЕАЭС можно наблюдать смешанный электронный оборот документами. С одной стороны, имеются организации, в которых управление документами реализовано на мировом уровне. Это организации, занимающиеся банковской деятельностью, а также отделения транснациональных корпораций, для которых использование электронных документов и ЭДО – единственно возможный способ существования. С другой стороны, особенно в государственном секторе, есть учреждения, в которых присутствует бумажный документооборот.

Преимущества ЭДО в том, что он не перестраивает бизнес-процессы, а оптимизирует их. Он ускоряет все операции, связанные с документооборотом.

Недостатков немного, но они также имеются, а именно: необходимо заранее заняться подготовкой и принятием единых стандартов документов и нормативных актов, оценить риски, связанные с процессом электронного взаимодействия и проверкой подлинности электронных документов.

ПРИЗНАКИ НЕПРАВОМЕРНЫХ ДЕЙСТВИЙ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Автор: Мурашко П.Д., группа 2006

Руководитель: Янецкая И.Н.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Отсутствие единого подхода к определению сущности и видов неправомерных действий в бухгалтерском учете приводит к разнообразию трактовок видов таких действий, что, в свою очередь, оказывает непосредственное влияние на формирование понятийного аппарата и терминологии мошенничества.

Целью данной работы является выделение характерных признаков неправомерных действий в бухгалтерском учете.

В международных стандартах аудита приведено несколько понятий, связанных с фальсификацией. «Ответственность аудитора, касающаяся мошенничества, при аудите финансовой отчетности» отличает мошенничество от ошибки и рассматривает две разновидности мошенничества: искажение бухгалтерских данных в результате незаконного присвоения активов и искажение в результате неправдивой финансовой отчетности. При этом к неправомерным действиям относят следующее:

- манипулирование, фальсификация или изменение учетных записей или подтверждающей документации;
- искажение или намеренный пропуск операций или другой значимой информации в финансовой отчетности;
- намеренное неправильное применение учетных принципов, касающихся сумм, классификации, способа представления или раскрытия информации.

Мошенничеством следует считать преднамеренные, осознанные действия управленческого персонала предприятия. Ошибкой, в свою очередь, является неумышленное искажение данных бухгалтерского учета по причине низкого профессионализма бухгалтеров.

Видами мошенничества являются:

- фальсификация – нарушение норм законодательных и нормативно-правовых актов;
- манипулирование – преднамеренное действие управленческого персонала, связанное с искажением учетных данных в рамках правового поля.

Проведенное исследование позволит четко различать виды неправомерных действий в бухгалтерском учете и внесет ясность при дальнейшем использовании категориального аппарата.

ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РАЗВИТИЕ УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Автор: Ясюченя Е.Ф., группа УП-32

Руководитель: Ланко В.В.

Филиал БГЭУ «Новогрудский торгово-экономический колледж» (Новогрудок)

Одним из ключевых вопросов, волнующих мировое бухгалтерское сообщество, остается проблема международной стандартизации бухгалтерского учета.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в условиях глобализации рынков капитала бухгалтерский учет, опирающийся на мощную информационную базу, не может оставаться в рамках национальных принципов и правил.

Цель работы: исследование тенденций и направлений развития законодательной и институциональной основ бухгалтерского учета в Республике Беларусь в контексте региональной и международной интеграции.

Гипотеза: развитие бухгалтерского учета в Республике Беларусь в условиях глобальной экономики находится под влиянием международных и региональных бухгалтерских организаций, занимающихся вопросами унификации учета и финансовой отчетности.

Задачи исследования:

- раскрыть сущность основных систем и моделей учета, имеющих место в международной практике;
- рассмотреть необходимость согласования процедур и правил международного учета и отчетности;
- ознакомиться с деятельностью основных международных бухгалтерских организаций, занимающихся вопросами унификации учета и финансовой отчетности;
- изучить основные этапы развития национальной системы бухгалтерского учета и аудита, порядок государственного, нормативного и методологического регулирования учета в Республике Беларусь;
- исследовать тенденции и перспективы развития бухгалтерского учета в Республике Беларусь на современном этапе.

Методы исследования: общенаучные, сравнение, описание, анализ.

Практическая значимость: в работе раскрыты основные тенденции и направления развития законодательной и институциональной основ бухгалтерского учета в Республике Беларусь, знание которых обеспечит лучшее понимание бухгалтерской практики инвесторами, менеджерами, студентами и практикующими специалистами.

Современное состояние бухгалтерского учета в Беларуси характеризуется динамичным развитием. И выражается это не только в количестве вышедших в свет нормативных документов, но и в качественно новых подходах к построению всей системы национального бухучета. Развитие мирохозяйственных связей выявило существенные отличия между системами бухгалтерского учета

различных стран.

Отправной точкой для поэтапного реформирования учетных систем не только в Беларуси, но и во всем мире послужили отличия учетных систем и учетных моделей различных государств. И хотя все страны мира используют метод ведения учета, при котором данные отражаются на двух бухгалтерских счетах, тем не менее, объясняют и применяют они данный метод по-разному.

Можно выделить такие модели бухгалтерского учета, как англо-американская, континентальная, южноамериканская и исламская.

Нельзя утверждать, что учет в той или иной стране поставлен лучше или хуже, чем в других. Модели и системы учета создаются для достижения определенных целей и тесно связаны с культурой и историей стран. Однако следует сделать вывод о том, что наличие столь разных систем и моделей учета затрудняет «общение» национальных предприятий на международном уровне. Поэтому появляется необходимость согласования процедур и правил бухгалтерского учета и отчетности.

Активное развитие международных отношений создает необходимость развития интернациональной модели учета, которая обеспечила бы сопоставимость данных финансовой отчетности предприятий разных стран. Так появились идеи гармонизации и стандартизации учета и учетных процедур. На международном уровне этим занимались и занимаются международные бухгалтерские организации. Основной их целью является разработка качественных, понятных и осуществимых глобальных стандартов.

Наиболее важную роль в унификации бухгалтерского учета играют три международные организации: Комитет по международным стандартам финансовой отчетности (КМСФО), Международная федерация бухгалтеров и Международная организация комиссий по ценным бумагам.

Важнейшим итогом деятельности международных бухгалтерских организаций стали Международные стандарты финансовой отчетности. Эти документы являются совокупностью определенных правил, в соответствии с которыми осуществляется раскрытие хозяйственных операций. Они могут быть использованы при формировании финансовой отчетности в любом государстве мира. С помощью международных стандартов удастся привести документацию различных мировых компаний в сопоставимый вид, сделать отчетность понятной и доступной внешним пользователям.

Международные стандарты финансовой отчетности широко используются во всем мире. Однако для различных стран сила воздействия результатов деятельности и авторитета данной комиссии неодинакова. Так, в ряде стран бухгалтерские стандарты КМСФО взяты за основу построения национальных систем учета. Используя при формировании учетных и отчетных данных международные подходы, государства привлекают внимание инвесторов и другие действия. Таким образом, разрабатываемые КМСФО международные стандарты нашли свое применение во всем мире в качестве одного из средств стандартизации и унификации учета.

Основными этапами развития национальной системы бухгалтерского учета Республики Беларусь являются:

Вступительный этап – характеризовался применением нормативных правовых актов, утвержденных Минфином СССР. В то же время вырабатывались национальные подходы к правилам бухгалтерского учета.

Системообразующий этап – начался со вступления в силу законов о бухгалтерском учете и аудиторской деятельности. Проявилась устойчивая тенденция к усилению фискальной функции бухгалтерского учета.

Системоразвивающий этап – был сопряжен с необходимостью унификации законодательства Республики Беларусь и Российской Федерации после заключения Договора о создании Союзного государства. Повысилось влияние российской учетной практики на развитие бухгалтерского учета в нашей стране.

Модернизирующий этап – отличается реализацией мероприятий по внедрению МСФО на территории Республики Беларусь, закрепленных в ряде программных документов.

В процессе исследования выявлены основные изменения и нововведения в учете Республики Беларусь, причиной появления которых стало внедрение МСФО в национальную систему учета, а именно:

1. вступление в силу новых редакции законов «О бухгалтерском учете и отчетности» и «Об аудиторской деятельности»;
2. усиление требований к аудиторской деятельности;
3. установление требований к главным бухгалтерам, а именно главные бухгалтеры ОАО, страховых организаций должны иметь сертификат профессионального бухгалтера;
4. включение в законодательную иерархию нового вида нормативного правового акта – Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности;
5. модернизация методологии бухгалтерского учета путем классификации доходов и расходов по видам деятельности, формирования «усеченной себестоимости»;
6. внедрение новых объектов бухгалтерского учета, таких как отложенные налоговые активы и обязательства, инвестиционная недвижимость и долгосрочные активы, предназначенные для реализации;
8. появление категории – профессиональное суждение лица, осуществляющего руководство бухгалтерским учетом в организации;
9. включение в Типовой план счетов новых счетов: 06 «Долгосрочные финансовые вложения», 09 «Отложенные налоговые активы», 65 «Отложенные налоговые обязательства» и субсчетов (03.1 «Инвестиционная недвижимость», 76.7 «Расчеты, связанные с выбывающей группой» и др.);
10. признание доходов и расходов в соответствии с принципом начисления; списание управленческих расходов непосредственно на финансовые результаты; необходимость формирования резервов по сомнительным долгам;
11. утверждение инструкций по бухгалтерскому учету основных средств и нематериальных активов, в которых установлен порядок определения и отражения в бухгалтерском учете сумм обесценения основных средств и нематериальных активов; формирования и использования резерва по выводу основных средств из эксплуатации и аналогичным обязательствам; отражения в бухгал-

терском учете результатов переоценки основных средств и нематериальных активов.

Кроме перечисленных основных нововведений, изменения коснулись практически всех участков учета. Министерство финансов Республики Беларусь и другие органы государственного управления, учреждения образования, общественные объединения укрепляют связи и сотрудничество в области бухгалтерского учета и аудиторской деятельности с международными организациями. Взаимодействие с МСФО осуществляется посредством участия в рабочих встречах и международных конференциях

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в условиях международной и региональной интеграции, учетная система Республики Беларусь была вынуждена подстраиваться под новые реалии.

В результате выполнения исследовательской работы было установлено, что:

- учетные системы различных стран различаются в силу определенных факторов;

- отличия учетных систем затрудняют выход и функционирование компаний на международном уровне;

- идеи гармонизации и стандартизации учета легли в основу деятельности организаций;

- основным итогом деятельности международных учетных организаций стала разработка МСФО;

- разрабатываемые комитетом международные стандарты нашли свое применение во всем мире в качестве одного из средств стандартизации и унификации учета;

- развитие национальной системы бухгалтерского учета Беларуси на всех ее этапах, которая характеризовалась не только выработкой национальных подходов к ведению учета, но и сближением с МСФО;

- под влиянием деятельности международных организаций в области стандартизации и унификации учета, национальная учетная система Республики Беларусь не просто претерпела множественные изменения, а совершила переход на новую ступень своего развития.

Таким образом, в результате проведенного исследования гипотеза о том, что развитие бухгалтерского учета в Республике Беларусь в условиях глобальной экономики находится под влиянием международных и региональных бухгалтерских организаций, полностью подтвердилась.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ УЧЕТА КРЕДИТОВ И ЗАЙМОВ НА ПРИМЕРЕ ООО «ГИДРОПОЛИМЕР»

Авторы: Ясевич Д.И., Подгорная М.В., группа 9491

Руководитель: Мозоль Л.И.

Филиал БГЭУ «Минский торговый колледж» (Минск)

На сегодняшний день кредиты являются наиболее распространенными способами финансирования хозяйственной деятельности организаций, решения их финансовых проблем. Для предприятия кредит ускоряет получение определенных социальных благ, которые они могли бы иметь только в будущем, при условии накопления определенной суммы денежных средств, необходимых для покупки различных товарно-материальных ценностей или услуг для удовлетворения своих потребностей.

Актуальность данной темы исследования состоит в том, что на сегодняшний день вести предпринимательскую деятельность практически невозможно без привлечения кредитов. В свою очередь, перед бухгалтером встает задача грамотного учета кредитных операций, тем более что затраты по кредиту помогают уменьшить налогооблагаемую прибыль.

Научная новизна исследования состоит в совершенствовании субсчетов, которые открываются к счету 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам» и к счету 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам» в ООО «Гидрополимер».

Целью написания данной исследовательской работы является изучение методики и действующей практики учета долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов в организации, поиск путей их совершенствования в условиях реформирования экономики Республики Беларусь.

Исходя из поставленной цели можно выделить следующие задачи:

- 1) определить понятие кредитов и займов, классифицировать кредиты и займы по различным признакам;
- 2) изучить нормативно - правовое регулирование бухгалтерского учета кредитов и займов;
- 3) рассмотреть специфику учета займов и кредитов в зависимости от цели их использования;
- 4) рассмотреть методические аспекты совершенствования учета по кредитам и займам.

Предметом исследования является анализ учета кредитов и займов в ООО «Гидрополимер».

Объектом исследования является ООО «Гидрополимер».

В процессе выполнения исследовательской работы, для решения поставленных задач применены различные методы исследований: изучение и обработка научной и учебной литературы по методике учета кредитов и займов.

При написании исследовательской работы была использована широкая законодательная база: Гражданский Кодекс Республики Беларусь, Банковский

Кодекс Республики Беларусь, а также научные и практические разработки специалистов: Левкович О.А., И.Н. Бурцевой, Н.К. Муравицкой.

Для устранения различных недостатков в учете по кредитам и займам, можно усовершенствовать применяемую в настоящее время методику учета долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов на примере ООО «Гидрополимер».

Для формирования на счетах бухгалтерского учета данных об использовании кредитов и займов и их остатке предлагается внести изменения в типовой план счетов ООО «Гидрополимер».

Так, предлагаемые в действующем плане счетов субсчета первого порядка к счету 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам» и к счету 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам», а именно 66.1 «Расчеты по краткосрочным кредитам» и 67.1 «Расчеты по долгосрочным кредитам», а также 66.2 «Расчеты по краткосрочным займам» и 67.2 «Расчеты по долгосрочным займам» перевести в аналитические счета второго порядка, а вместо них открыть следующие субсчета:

66.1 «Учет полученных краткосрочных кредитов и займов»

66.2 «Учет использованных краткосрочных кредитов и займов»

67.1 «Учет полученных долгосрочных кредитов и займов»

67.2 «Учет использованных долгосрочных кредитов и займов».

На суммы погашенных кредитов и займов дебетуется субсчет 66.2 «Учет использованных краткосрочных кредитов и займов» и 67.2 «Учет использованных долгосрочных кредитов и займов». Сальдо по вышеназванному субсчету будет отражать остаток непогашенных кредитов и займов.

Таким образом, конечное сальдо по счету 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам» и по счету 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам» будет отражать остаток неиспользованных и непогашенных кредитов и займов. Представим хозяйственные операции в ООО «Гидрополимер» по данным счетам в таблице 1.

Таблица 1 – Корреспонденция учета расчетов по полученным и использованным краткосрочным и долгосрочным кредитам и займам в ООО «Гидрополимер»

Содержание хозяйственной операции	Д-т	К-т
Получены краткосрочные кредиты и займы на расширение и переоборудование производства	51,52,55	66.1
Получены долгосрочные кредиты и займы на расширение и переоборудование производства	51,52,55	67.1
Оплачена стоимость работ по переоборудованию производства	60	51,52,55
Использованы полученные ранее краткосрочные кредиты и займы на расширение и переоборудование производства	66.1	66.2
Использованы полученные ранее долгосрочные кредиты и займы на расширение и переоборудование производства	67.1	67.2

Примечание – Источник: собственная разработка.

В ходе исследования можно сделать вывод, что данные преобразования субсчетов позволят больше систематизировать, упорядочить и усовершенствовать применяемую в настоящее время методику учета кредитов и займов. Данная информация будет полезна при составлении отчетности организации.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SMART-КАСС ПРИ ПРОВЕДЕНИИ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ

Автор: Гарнашевич С.С., группа 2-09-91б

Руководитель: Тиханович Д.В.

Филиал БНТУ «Минский государственный технологический колледж» (Минск)

Сменяя форму стоимости (Т – Д, Д – Т), деньги находятся в постоянном движении между тремя субъектами: физическим лицом, хозяйствующими субъектами и органами государственной власти. Движение денег при выполнении ими своих функций в наличной и безналичной формах представляет собой денежное обращение.

Деньги обслуживают обмен совокупного общественного продукта, в том числе кругооборот капитала, обращение товара и оказание услуг, движение ссудного капитала и доходов различных социальных групп.

Денежное обращение осуществляется в двух формах: наличной и безналичной.

Безналичное обращение – движение стоимости без участия наличных денег: перемещения денежных средств по счетам. Одним из способов осуществления безналичных расчетов является использование банковских карт.

Безналичный денежный оборот охватывает расчеты между:

- предприятиями, учреждениями, организациями различных форм собственности, имеющими счета в кредитных учреждениях;
- юридическими лицами и кредитными учреждениями по получению и возврату кредита;
- юридическими лицами и населением по выплатам зарплаты, доходов по ценным бумагам;
- физическими и юридическими лицами с государственным бюджетом по оплате налогов, сборов и др. обязательных платежей.

Одной из форм безналичных расчетов является использование банковских платежных карт. Инфраструктура расчетов такой формы безналичных расчетов подразумевает использование терминалов для оплаты, подключенных к кассовому аппарату. Однако на сегодняшний день появились устройства, позволяющие все вышеуказанные функции совместить в одном – смарт-касса.

Классическая схема безналичных платежей с использованием банковской пластиковых карт подразумевает использование терминала, позволяющего проводить операцию по оплате, однако необходимо и использование отдельного кассового аппарата, а также принтера чеков.

Smart-касса позволяет соединить все элементы для проведения платежа в одном устройстве. Рассмотрим использование в работе smart-касс на примере устройства PAX A930 с программной кассой iKassa.

PAX A930 с программной кассой iKassa – переносной терминал 3 в 1 нового поколения, сочетающий функции кассового аппарата с онлайн передачей фискальных данных в РУП ИИЦ и POS-терминала для работы с любыми видами банковских карт. Терминал не требует подключения СКНО. Работает с процессингами банков: БелВЭБ, Белинвестбанк, Белгазпромбанк, АСБ Беларусбанк, Белагропромбанк, Технобанк, РРБ-Банк, Паритетбанк.

В состав PAX A930 входят:

- кассовый аппарат – терминал не требует подключения СКНО. Функции СКНО выполняет СКО (средство контроля оператора), устанавливаемое внутри терминала. Все данные, передающиеся в систему контроля кассового оборудования шифруются криптографической защитой средства контроля оператора, что позволяет обеспечить безопасность транзакций согласно требованиям законодательства Республики Беларусь;

- POS-терминал – онлайн касса принимает любые виды платежей: наличными, по карте и смартфоном. PAX A930 - аппарат, работающий на системе Android, со встроенным 4G, Wi-Fi и Bluetooth, двойной камерой, считывателем штрих кодов, который может читать 1D и 2D коды и аккумулятором высокой емкости. A930 принимает любые способы оплаты: магнитной полосой, чипом и бесконтактные, а также при помощи QR-кода и Apple Pay, Samsung Pay;

- принтер чеков - Smart-касса содержит встроенный принтер для печати чеков. Термопринтер чеков имеет более высокую скорость работы и низкий уровень шума.

Smart-касса PAX A930 работает с программным обеспечением CAPS и программной кассой iKassa Smart&Card (iKassa – первый в Республике Беларусь аттестованный оператор программных кассовых систем).

Предприниматель при выборе кассы, в первую очередь, ориентируется на их цену. Стоимость классических касс ниже, чем у smart-касс. Вопрос только в том, какие затраты понесет предприниматель при дальнейшем обслуживании касс. Следует отметить, что smart-касса не требует затрат на обновление программного обеспечения, так как осуществляется по дистанционным каналам связи, классические кассы требуют выезда специалиста для каждого обновления. И не всегда будет достаточным простое обновление ПО, а может потребоваться модернизация или вовсе замена устройства. Smart-касса не требует дополнительного оборудования, так как в нее уже встроен терминал для оплаты, сканер и принтер чеков. Примерная стоимость PAX A930 с программной кассой iKassa и затраты на обслуживание:

- цена Smart-кассы - 1074 BYN;
- регистрация Smart-кассы в АИС ПКС - 53 BYN;
- лицензия - 14,5 BYN в месяц;
- регистрация в СККО - 3 BYN;
- обслуживание в СККО - 5 BYN в месяц.

Не менее важным моментом является удобство работы с номенклатурой. Смарт-касса позволяет загрузить данные о товаре через кассу, или через личный кабинет кассы без остановки работы. В классической кассе для добавления товарных позиций нужно останавливать работу кассы и подключать ее к компьютеру. Смарт-касса не имеет ограничений по количеству товаров, а классическая касса ограничена емкостью памяти конкретной модели. Смарт-касса позволяет путем сканирования (сканер встроен в устройство) штрих-кода или через поиск по наименованию вносить товарные позиции в чек. Классическая касса требует сканер, либо присваивать каждому товару код и вводить вручную.

Владельцы кассы обращают внимание и на скорость работы устройства, ведь с быстрыми кассами они смогут оперативнее обслуживать клиентов. Риск появления очередей при работе с кнопочной кассой гораздо выше. В кнопочной кассе все операции требуют нажатия определенного количества клавиш - для возврата, скидки, открытия, закрытия смены и прочих действий нужны знания различных комбинаций. Если кассир их забудет – продажи встанут и образуется очередь. Если штрихкод на упаковке не читается, продавец не сможет найти его в списке товаров в классической кассе, как это делается в смарт-кассе. Из-за маленького экрана кассы кассир может заметить ошибку только на распечатанном чеке. Для ее исправления понадобится время. В точках с высокой проходимостью это чревато появлением очередей. Смарт-кассы работают быстрее. Внести нужный товар в чек можно несколькими способами: сканированием штрихкода и обычным поиском по наименованию. В большинстве смарт-касс есть панель избранных товаров. Прямо на экран кассы можно “вынести” товары, которые чаще всего покупают клиенты. Касса сама считает сумму чека, сдачи, цену весового товара. Ход кассовых операций у кассира перед глазами, если допущена ошибка, кассир моментально ее исправляет.

Каждый предприниматель мечтает оптимизировать процесс складского учета, аналитики и контроля, минимизировать человеческий фактор и сэкономить средства. Со смарт-кассами это стало возможным, что стало еще одним их важным преимуществом. В классической кассе нет технической возможности подключения товароучетной системы, поэтому приходится вести учет вручную. Это отнимает время, а риск появления ошибок в отчетности увеличивается, ведь человеческий фактор никто не отменял. В смарт-кассах помимо торговых отчетов с помощью товароучетной системы есть возможность контролировать работу сотрудников, а также смотреть выручку за период и размер среднего чека, количество возвратов и остатки товара.

СОСТАВ, ПОРЯДОК РАЗРАБОТКИ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

Автор: Климец В.С., группа 438

Руководитель: Ракицкая К.В.

УО «Минский государственный колледж технологии и дизайна легкой промышленности» (Минск)

Учетная политика организации – совокупность способов ведения бухгалтерского учёта – первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности. Она является основным внутренним документом, который регулирует порядок ведения бухгалтерского учета и отчетности в организации.

Разработка учетной политики служит руководством к действию для работы бухгалтерии. Составление этого документа является не желанием, а обязанностью хозяйствующего субъекта. Грамотно составленная учетная политика дает возможность оптимизировать финансовые потоки и налоги.

Законодательные, теоретические, методические и организационные вопросы учетной политики организации в настоящее время остаются актуальными и недостаточно исследованными. Этим определяется необходимость изучения эволюции нормативно-правового регулирования учетной политики, обоснования и разработки предложений по совершенствованию нормативных правовых актов, регламентирующих учетную политику, исследования практики формирования учетной политики, анализа ее элементов с целью учета факторов и условий работы экономического субъекта. Учетная политика является неотъемлемым инструментом хозяйствования организации, регулирующим и направляющим потоки учетной информации, дающим возможность по-разному представлять финансовые результаты деятельности организации. Для руководителя, учредителей и административного отдела – это свод внутренних правил и инструмент управления финансовыми ресурсами предприятия, инструмент защиты и урегулирования судебных споров, вопросов стороны налоговых органов, аудиторских организаций. Для финансового отдела и отдела бухгалтерии – это документ, служащий основой обеспечения достоверности бухгалтерского учета и отчетности, вспомогательный инструмент для составления бизнес-плана. Для других отделов и подразделений – это документ, содержащий разграничение ответственности, полномочий, взаимоотношений между подразделениями, отделами и руководством, а также документ, фиксирующий порядок документооборота на предприятии. Для налоговых органов, аудиторских организаций и иных проверяющих органов и организаций – это свод внутренних правил и способов учета, которыми руководствуется организация, необходимый в ходе проверок со стороны этих органов и организаций. Для инвесторов и кредитных организаций – это документ, позволяющий осуществлять сравнительный анализ и оценку финансовых показателей деятельности организаций.

Цель исследования состоит в совершенствовании анализа положений и элементов учетной политики, направленных на сокращение трудоемкости бух-

галтерского учета, а также доработка учетной политики Первичной профсоюзной организации сотрудников УО «Минский колледж ТДЛП». Для достижения цели исследования поставлены следующие задачи – проанализировать понятие «учетная политика» в нормативных правовых документах и ее сущность, обосновать значимость учетной политики для внутренних и внешних пользователей, выделить ее функции, определяющие особенности разработки содержания - внести изменения в учетную политику профсоюзной организации, в частности, доработать рабочий план счетов и разработать приложение к учетной политике с отражением в нем форм первичных документов

Предметом исследования являются процессы формирования и анализа учетной политики организации.

Информационную базу исследования составили нормативные правовые акты Республики Беларусь по бухгалтерскому учету, гражданскому праву, учетной политике организаций, труды белорусских и зарубежных ученых по вопросам динамики учетной политики организаций, ее формирования и анализа, электронные ресурсы сети Интернет, справочно-правовые системы «Консультант Плюс». Работа построена на общенаучных методах исследования, анализе и синтезе, индукции дедукции, системном и комплексном подходе, логическом и сравнительном методе.

Исследование формирования учетной политики, анализ ее содержания и элементов дают возможность точнее определить сущность и назначение учетной политики, выработать рекомендации по совершенствованию ее содержания. Вопросы учетной политики рассматривались в трудах многих ученых. Теоретические и практические стороны эволюции нормативно-правового регулирования учетной политики организации, направленные на сближение с МСФО, подходы к пониманию и трактовке учетной политики освещены в трудах Р.А. Алборова, В.П. Астахова, Ю.А. Бабаева, А.С. Бакаева, Д.А. Панкова, Я.В. Соколова и др.

В 2019 году были приняты отдельные нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету, влияющие на формирование учетной политики организаций, а также некоторые нормативно правовые акты прекратили свое действие.

В работе была доработана учетная политика Первичной профсоюзной организации работников, которая включила в себя следующие разделы:

1. Общие положения
2. Организационно-технические аспекты учетной политики
3. Методические аспекты учетной политики
4. Организацию внутреннего и внешнего контроля за финансовой деятельностью первичной профсоюзной организации
5. Заключительные положения
6. Рабочий план счетов.

Был также разработан рабочий план счетов Первичной профсоюзной организации работников.

Как приложение к учетной политике были разработаны примеры типовых бухгалтерских проводок в помощь бухгалтеру, которые наиболее часто используются в деятельности профсоюзной организации работников, а также формы

первичных документов, используемые профсоюзной организацией (акты на списание израсходованных средств, ведомости для выдачи подарков, материальной помощи и единовременного вознаграждения, сметы).

Таким образом, учетная политика организации является основным документом, на который опирается бухгалтер при ведении бухгалтерского учета. Значимость учетной политики обусловлена следующими ее функциями:

- оптимизационной функцией, выражающейся в выборе и разработке способов учета, регулировании документооборота, повышении качества группировки фактов хозяйственной жизни и представления учетной информации в бухгалтерской отчетности;

- регулирующей функцией, направленной на корректное отражение хозяйственных процессов в бухгалтерском учете и снижение трудоемкости учетного процесса;

- конкретизирующей функцией, дополняющей нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету правилами и методиками, разработанными в самой организации;

- защитной функцией, реализуемой при аудиторских и налоговых проверках, разрешении судебных споров;

- информационной функцией, проявляющейся при анализе форм бухгалтерской отчетности внешними пользователями.

Работа имеет практическую значимость, так как разработанная учетная политика утверждена и будет использоваться бухгалтером Первичной профсоюзной организации работников УО «Минский колледж ТДЛП».

БУХГАЛТЕР: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

Автор: Горячих А.С., группа 2105

Руководитель: Монахова О.А.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Согласитесь, что сейчас ни одно предприятие не может обойтись без бухгалтерского учета. Бухгалтерия – одна из основных дисциплин экономических, финансовых, управленческих факультетов. Однако профессия это зародилась много веков назад и не всегда была такой, какой мы ее знаем сегодня.

Сложно сказать, когда именно появилась сама профессия. Многие ученые сходятся во мнении, что истоками бухгалтерии следует считать эпоху Палеолита, когда древние люди изобрели счет. С тех времен до нас дошли огромные пласты каменных глыб, испещренных засечками рядом с изображением скота или убитого мамонта. Другие ученые склонны считать, что бухгалтерия – это раздел финансовый и никак иначе, а следовательно, и рождения профессии должно быть приурочено к появлению денег. Точные даты тут тоже никто из них не назовет, но говоря приблизительно, случилось это в IV веке до нашей эры при Александре Македонском. Тогда золотые монеты вытеснили слитки и

драгоценности как вид оплаты. Разумеется, деньги (монеты) необходимо было считать, а для этого нужны были люди образованные, честные и крайне внимательные. Учетом финансов у великого завоевателя мог стать только очень приближенный человек, не раз доказавший свою преданность императору. Счетоводы пользовались немалой властью и влиянием. Но в целом, все мировое общество признает задокументированное свидетельство – указ 15-го века, в котором Максимилиан I велит называть «прилежного писца, что ведет книгу – бухгалтером».

Само слово «бухгалтер» состоит из двух слов: от немецкого Buch – книга и Halter – держатель. Любопытно, что практически на всех других европейских языках бухгалтера, как и прежде, продолжают называть «счетоводом» в дословном переводе. Например: английский «accountant» – от count «считать», французский «comptable» – от compter «подсчитывать», итальянский «contabile» – от contare «считать, производить расчет». Введенная в обиход Максимилианом слово пришлось по нраву мировому сообществу. В том же благодатном для бухгалтерии, как науки и деятельности, 15 веке Лука Пачоли, простой францисканский монах, издал книгу. В ней впервые был описан процесс двойной записи. Кроме того, что Лука Пачоли ввел в обиход понятие «дебет» и «кредит», он давал советы всякому, кто хочет успешно ввести торговлю. Вот основные из них: кроме денег иметь иные ценности разного рода; уметь быстро считать и не бояться больших чисел; вести все свои дела в порядке должном, дабы знать все о своих расходах и о долгах. Эти постулаты до сих пор актуальны для всех, кто строит свой бизнес и ведет учет хозяйственных операций.

Если говорить о России, то по-настоящему бухгалтерский учет, как и соответствующая должность обязаны своим появлением Петру Первому. Именно он ввел понятие «бухгалтер», обязал вести книги учета, соблюдать регламенты, издавал государственные акты. Развитие индустрии и экономики в целом требовало большего контроля финансов. Вскоре попытки учитывать несуществующие активы стали сурово караться. Была установлена ответственность бухгалтеров как перед своим начальством, так и перед законом.

Появление и развитие профессиональных объединений бухгалтеров в Республике Беларусь связано с началом становления национального бухгалтерского учета. Первой национальной профессиональной организацией бухгалтеров является «Общественное объединение «Белорусская ассоциация бухгалтеров», которая начала свою деятельность еще в период существования СССР. Основа деятельности ассоциации – это:

- участие в организации и проведении мероприятий, направленных на повышение престижности профессии бухгалтера;
- содействие развитию бухгалтерского учета в Республике Беларусь, направленное на устранение коллизий (противоречий) нормативных правовых актов;
- участие в разработке проектов постановлений по бухгалтерскому учету и налогообложению;
- обеспечение достойных условий труда учетных работников;

– создание условий для подготовки бухгалтеров и повышения их квалификации благодаря специально разработанным программам, учебно-методическим пособиям и раздаточному материалу;

– подготовка главных бухгалтеров высочайшей квалификации (профессиональных бухгалтеров) с выдачей сертификата.

Сегодня бухгалтер – востребованная экономическая профессия. Он тщательно проверяет все данные о прибыли и убыли, считает доход, начисляет зарплату и решает все неурядицы с налоговой службой. Работодатель ценит своего бухгалтера и возлагает на него определенные обязательства – этот сотрудник проводит операции с сотнями тысяч, а то и с миллионами рублей. Бухгалтеру известны все слабые места в финансовом отчете и прочих экономических документах, и он знает, как их устранить.

Основная сфера деятельности бухгалтера – организация и ведение бухгалтерского и налогового учёта, контроль над экономным использованием ресурсов, сохранность собственности предприятия. Его задачи бывают разными и зависят от места работы: как правило, они требуются в фирмах и на предприятиях.

В бухгалтерии можно найти множество папок, отчетов, учетных книг и канцелярских принадлежностей. Но самый главный инструмент бухгалтера – персональный компьютер. В специальных программах (например, 1С Бухгалтерия) он ведет подсчеты и хранит всю информацию.

ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ МОШЕННИЧЕСТВА С ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТЬЮ

Авторы: Пограновская В.В., Язвинская А.С., группа 2004

Руководитель: Янецкая И.Н.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

В условиях неустойчивого экономического развития, кризисного состояния экономики существенно повышается рискованность ведения хозяйственной деятельности экономическими субъектами. В сложившихся условиях у пользователей финансовой отчетности возникают значительные риски принятия экономических решений на основе недостоверной отчетности, которая будет намеренно искажена.

Мошенничество с финансовой отчетностью представляет собой преднамеренное искажение или неотражение существенных фактов хозяйственной жизни в бухгалтерском учете, которое вводит в заблуждение пользователя и может привести к изменению его мнения или решения.

Мошенничество с финансовой отчетностью может включать в себя следующие схемы:

1. фальсификация, изменение или манипуляция с финансовыми отчетами, с изменением документов или осуществляемых операций;

2. умышленное искажение, неотражение фактов хозяйственной жизни на счетах учета или других данных, на основании которых подготовлена финансовая отчетность;

3. умышленное, неправильное, преднамеренное, неверное истолкование и противоправное исполнение стандартов бухгалтерского учета, принципов и методов, используемых для измерения, признания и отражения в учете фактов хозяйственной жизни;

4. использование агрессивных методов учета, основанных на незаконных методах управления;

5. манипуляция возможными способами ведения бухгалтерского учета в соответствии с существующими правилами и требованиями нормативных документов, которые позволяют компаниям скрыть реальные показатели их финансово-экономической деятельности.

Манипуляции с данными финансовой отчетности организаций зачастую связаны с увеличением доходов, активов, притока денежных средств, занижения расходов, обязательств и оттока денежных средств.

Основные причины мошенничества с финансовой отчетностью:

- представление компании в более привлекательном виде перед заинтересованными лицами;
- вуалирование случаев принятия неэффективных управленческих решений;
- сокрытие случаев присвоения активов.

Все виды мошеннических действий с финансовой отчетностью ведут к ряду последствий, влияющих на деятельность организации. Основными из них являются:

- снижение качества и единства процесса подготовки финансовой отчетности;
- снижение доверия инвесторов к достоверности и надежности финансовой информации;
- снижение эффективности рынка капитала;
- повышение экономических потерь организации вплоть до банкротства;
- снижает функциональность деятельности организации.

В случае совершения неправомерных действий с финансовой отчетностью ответственность ложится на руководителя организации и главного бухгалтера. Главный бухгалтер организации может быть привлечен к дисциплинарной, материальной, административной, уголовной ответственности. Дисциплинарная, материальная, административная и уголовная ответственность главных бухгалтеров определяется в соответствии с действующим законодательством.

Таким образом, постоянно возрастающая сложность бизнес-процессов в сочетании с неопределенностью будущей окружающей среды и условий ведения бизнеса составляют дополнительное обстоятельство, способствующее совершению манипуляций с отчетной информацией. В сложных условиях современной экономики организации должны быть готовы к борьбе с мошенниче-

скими действиями, как отдельных сотрудников, так и системы управления в целом.



СЕКЦИЯ № 8

Здоровый человек – богатый человек



ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

Авторы: Герасенкова А.А., Кучук Д.Ф., группа 2107

Руководитель: Скарлетова В.К.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Здоровье – это такое состояние организма, при котором функции всех его органов и систем уравновешены с внешней средой и отсутствуют какие-либо болезненные изменения.

Основным признаком здоровья является высокая приспособляемость организма к изменяющимся условиям внешней среды. Здоровый организм способен переносить огромные психические и физические нагрузки, значительные колебания факторов внешней среды и вывести его из равновесия очень трудно. У физически тренированных людей компенсаторные (защитно-приспособительные) реакции развиты особенно хорошо. Однако компенсаторные возможности организма не беспредельны, рано или поздно они могут истощиться, и тогда возникает болезнь.

Здоровье, если оно дано нам изначально, нужно еще уметь сохранить. А уж если есть какие-то отклонения в здоровье, то их нужно постараться ликвидировать. А достичь этого можно только путем ведения здорового образа жизни. Существует немало примеров, когда люди с отклонениями в здоровье по предписанию врачей начинали заниматься физической культурой и спортом, не только поправляли здоровье, но и добивались высоких спортивных результатов.

Здоровье физическое. Физическое здоровье оценивается физическим развитием человека. Эта оценка производится на основании наружного осмотра. При динамических обследованиях важную роль играют функциональные показатели физического развития. Эта оценка производится на основании анализа и сопоставления всех проведенных исследований в состоянии мышечного покоя и при функциональных пробах и тестах.

Функциональное состояние – один из основных показателей состояния физического здоровья и тренированности студента. Функциональное состояние может быть оценено как хорошее, удовлетворительное или с нарушениями (переутомление, перетренированность и т.д.).

Здоровье психическое. Здоровье психическое обуславливает нормально протекающие процессы высшей нервной деятельности. Огромное влияние нервной системы на возникновение патологических процессов подтверждается экспериментами. Например, если человеку в состоянии гипноза внушить, что ему прижигают кожу раскаленным железом, у него может возникнуть поражение типа ожога от прикосновения карандаша.

Под влиянием внушения и самовнушения могут возникнуть как положительные, так и отрицательные структурные изменения в организме. У психически здоровых людей все психические процессы в организме (зрительной перцептивной функции, кинестезии, внимания, памяти и др.) протекают нормально. К числу психических процессов, обеспечивающих познавательную деятель-

ность человека, относятся ощущения, восприятия, представления, мышление, память и внимание.

Студенту необходимо развивать и совершенствовать свою память, особенно двигательную. Но для этого необходимо систематическое и осмысленное выполнение упражнений, а также запоминание темпа движений, их амплитуды и характера лучших вариантов согласования движений и т.д.

Факторы, влияющие на здоровье человека. Здоровье человека определяют несколько групп факторов. На 50 % и более здоровье зависит от социальных условий и образа жизни, на 20-25 % – от экологии среды, на 20% – от генетических факторов и на 8-10 % – от уровня здравоохранения. В каких-то регионах, и даже кварталах города, вплоть до отдельной семьи, на первый план выступают одни группы факторов, в других – совсем иные. Все факторы, правда, весьма условно, можно разделить на две большие группы: первая – объективные факторы; вторая – субъективные факторы.

Обеспечение здорового образа жизни. Бережное отношение к здоровью необходимо активно воспитывать в студенческие годы. Однако нередко молодые люди беззаботно нарушают элементарные правила гигиены быта, режим питания, сна и др. Так до 27 % студентов, проживающих в общежитиях, уходят на занятия без завтраков. В этом случае учебные занятия проходят при снижении работоспособности на 9-21 %. До 38 % студентов принимает горячую пищу два раза в день. В то же время институт питания рекомендует студентам 4-разовое питание в день. Отход ко сну у 87 % студентов, проживающих в общежитиях, затягивается до 1 - 2 часов ночи. Вследствие этого они не высыпаются, что сказывается на снижении умственной работоспособности. До 59 % студентов начинает самоподготовку в период от 20 до 24 часов. Таким образом, получается, что значительная часть студентов выполняет ее за полночь. Как следствие этого – вспышки простудных заболеваний в осенне-зимний и зимне-весенний периоды, которые охватывают до 80 % студентов. Здоровый образ жизни – это комплекс оздоровительных мероприятий, обеспечивающий гармоничное развитие, работоспособность и долголетие.

Личная гигиена студента. Гигиена – эта целая наука о сохранении и укреплении здоровья людей. Ее главная задача – изучение влияния условий жизни и труда на здоровье людей, предупреждение заболеваний, обеспечение оптимальных условий существования человека, сохранение его здоровья и долголетия. Личная гигиена включает в себя: рациональный суточный режим; уход за телом и полостью рта; гигиену одежды и обуви.

Особенно она важна для студентов, так как строгое соблюдение способствует укреплению здоровья, повышению умственной и физической работоспособности и служит залогом высоких спортивных достижений.

Основные правила организации суточного режима: подъем в одно и то же время; выполнение утренней гигиенической гимнастики и закаливающих процедур; прием пищи в одно и то же время, не менее 3-х раз в день (лучше 4-5 раз в день); самостоятельные занятия по учебным дисциплинам в одно и то же время; занятия физическими упражнениями или спортом с оптимальной физиче-

ской нагрузкой (не реже 3 - 5 раз в неделю по 1,5 - 2 часа; полноценный сон (не менее 8 часов) с засыпанием и пробуждением в одно и то же время.

Закаливание. Закаливания – это система мероприятий, направленных на повышение устойчивости организма к различным воздействиям окружающей среды (холода, тепла, солнечной радиации, пониженного атмосферного давления). Закаливание – неотъемлемая часть системы физического воспитания студентов. Особое значение имеет закаливание в профилактике простудных заболеваний. Систематическое применение закаливающих процедур снижает число простудных заболеваний в 2 - 5 раз, в отдельных случаях почти полностью исключает их. Приступать к закаливанию можно практически в любом возрасте, однако, чем раньше оно начато, тем здоровее и устойчивее будет организм.

Рациональное питание. Рациональное питание обеспечивает правильный рост и формирование организма, способствует сохранению здоровья, высокой умственной и физической работоспособности. Особое значение рациональное питание имеет для студентов. Пища представляет собой определенную комбинацию продуктов питания, состоящих из белков, жиров, углеводов, витаминов, минеральных солей и воды.

Белки должны занимать видное место в жизни студентов и распределяться примерно следующим образом: мясо, мясные продукты, сыры – на завтрак и обед, рыбу, творог, кашу с молоком – на ужин.

При приеме пищи все внимание следует уделять еде. Всякие отвлечения от еды (разговоры, чтение, и др.) приводят к нарушению пищеварения и усвоению пищи. Во время еды нельзя торопиться, пища должна всегда хорошо пережевываться.

Самооценка собственного здоровья. Самоконтроль – это регулярные самостоятельные наблюдения студентов за состоянием своего здоровья, физического развития, за влиянием на организм занятий физическими упражнениями и спортом.

Самоконтроль существенно дополняет сведения, полученные при врачебном обследовании и педагогическом контроле. Он имеет не только воспитательное значение, но и приучает более сознательно относиться к занятиям, соблюдать правила личной гигиены, разумного распорядка дня режима учебы, труда, быта и отдыха. На основе получаемых результатов самоконтроля можно вести самооценку функционального состояния своего организма и вести саморегуляцию занятий физическими упражнениями.

При занятиях физической культурой по учебной программе, а также в группах здоровья и при самостоятельных занятиях можно ограничиться такими субъективными показателями, как самочувствие, сон, аппетит, болевые ощущения и объективными показателями – частотой сердечных сокращений (ЧСС), массой тела, тренировочными нагрузками, нарушениями режима, спортивными результатами.

Самоконтроль прививает занимающимся грамотное и осмысленное саморегуляция и самооценка отношение к своему здоровью и занятиям физической культурой и спортом, имеет большое воспитательное значение.

Систематические занятия физической культурой дадут вам не только крепкие мышцы, хотя и это немало, они сами по себе являются сильнейшим дисциплинирующим фактором. Положительное воздействие систематических занятий физической культурой и спортом на характерологические особенности личности студентов.

ОБРАЗ ЖИЗНИ УЧАЩИХСЯ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЗДОРОВЬЕ

Авторы: Морозова Я.Е., Булах Н.В., группа 444

Руководитель: Ювченко А.В.

Учреждение образования «Минский государственный колледж технологии и дизайна лёгкой промышленности» (Минск)

Охрана и укрепление здоровья учащихся в основном определяется образом жизни. Повышенное внимание к нему проявляется на уровне общественно-го сознания, в сфере культуры, образования, воспитания.

Здоровый образ жизни (ЗОЖ) – образ жизни отдельного человека с целью профилактики болезней и укрепления здоровья. Установлено, что здоровье людей зависит от уровня здравоохранения генетической предрасположенности и образа жизни.

Организуя свою жизнедеятельность, личность вносит в нее упорядоченность, используя некоторые устойчивые структурные компоненты. Это может быть определенный режим, когда учащийся, например, регулярно в одно и то же время питается, ложится спать, занимается физическими упражнениями, использует закаливающие процедуры.

Здоровый образ жизни во многом зависит от ценностных ориентаций учащихся, мировоззрения, социального и нравственного опыта. Так, в процессе накопления личностью социального опыта возможна дисгармония познавательных (научные и житейские знания), психологических (формирование интеллектуальных, эмоциональных, волевых структур), социально-психологических (социальные ориентации, система ценностей), функциональных (навыки заменили привычки, нормы поведения, деятельность, отношения) процессов.

Режим труда и отдыха. Человек, соблюдая устоявшийся и наиболее целесообразный режим жизнедеятельности, лучше приспосабливается к течению важнейших физиологических процессов. В том случае, если резервы адаптации исчерпываются, возникает дискомфорт, утомляемость, заболевание. Следовательно, необходимо вести четко организованный образ жизни, соблюдать постоянный режим в учебном труде, отдыхе, питании, сне и заниматься физическими упражнениями.

Организация сна. Сон – обязательная и наиболее полноценная форма ежедневного отдыха. Для учащегося необходимо считать обычной нормой ночного монофазного сна 7,5 – 8,0 ч.

Режим питания.

Культура питания играет значительную роль в формировании здорового образа жизни учащихся. Каждый учащийся может и должен знать принципы рационального питания, регулировать нормальную массу своего тела. Рациональное питание – это физиологически полноценный прием пищи людьми с учетом пола, возраста, характера труда и других факторов.

Организация двигательной активности. Один из обязательных факторов здорового образа жизни учащихся – систематическое, соответствующее полу, возрасту, состоянию здоровья, использование физических нагрузок, которые представляют собой сочетание разнообразных двигательных действий, выполняемых в повседневной жизни, в организованных и самостоятельных занятиях физическими упражнениями.

Выполнение требований санитарии гигиены закаливания. Гигиена тела представляет особые требования к состоянию кожных покровов, выполняющих следующие функции: защита внутренней среды организма выделение из организма продуктов обмена веществ, терморегуляция и др. Гигиена одежды требует, чтобы при ее выборе руководствовались не мотивами престижности, а ее гигиеническим назначением в соответствии с условиями и деятельностью, в которых она используется.

Профилактика вредных привычек. Здоровый образ жизни несовместим с вредными привычками. Употребление алкоголя, наркотических веществ, табака входит в число важнейших факторов риска многих заболеваний, негативно отражающихся на здоровье учащихся.

Барьером к возникновению стремления к спиртным напиткам является образование внутреннего культурного стержня личности, ее нравственных ценностей, постоянная потребность в трудовой деятельности, четкой организации своего учебного труда и отдыха, активное включение в жизнедеятельность разнообразных средств физической культуры и спорта.

Курение – одна из самых вредных привычек. Воздействие табачного дыма на органы дыхания приводит к раздражению слизистых оболочек дыхательных путей, вызывая в них воспалительные процессы, сопровождаемые с кашлем, особенно по утрам хрипотой, выделением мокроты грязно-серого цвета.

Систематическое употребление наркотиков приводит к резкому истощению организма, изменению обмена веществ, психическим расстройствам, ухудшению памяти, появлению стойких бредовых идей, к проявлениям, подобным шизофрении, деградации личности, бесплодию.

Культура межличностного общения. Общение, эффективность которого определяется развитостью коммуникативной культуры его участников, – ведущий вид взаимодействия людей между собой и один из компонентов здорового образа жизни. Культура межличностного общения включает в себя систему знаний, норм, ценностей и образцов поведения, принятых в обществе.

Психофизическая регуляция организма. Все субъективные восприятия разнообразных жизненных ситуаций, явлений, их оценка (желательность, полезность) связаны с эмоциями. Они помогают мобилизовать силы организма для экстренного преодоления каких-либо трудностей.

В системе психотренинга используются и упражнения, тренирующие внимание и развивающие самоконтроль, словесный самоприказ, аутогенное погружение и др.

ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ КАК ПРИЗНАК УСПЕШНОГО ЧЕЛОВЕКА

Авторы: Журавская Д.Е., Косторенко К. Д., Щеглова М.Н., группа 191-321

Руководитель: Калечёнок Е.И.

Филиал РИПО «Индустриально-педагогический колледж» (Минск)

Здоровье – бесценное богатство каждого человека в отдельности, и всего общества в целом. При встречах и расставаниях с близкими нам людьми мы всегда желаем им хорошего здоровья, потому что это – главное условие полноценной и счастливой жизни.

Ежегодно 7 апреля по всему миру отмечается Всемирный день здоровья – праздник, утвержденный в ознаменование даты основания Всемирной Организации Здравоохранения.

Здоровье бывает физическое, психическое (духовное) и нравственное. Физическое здоровье представляет собой нормальное функционирование и правильное развитие организма.

При оценке уровня физического здоровья учитываются следующие факторы: питание, биология человека (его генетические и физиологические особенности), внешняя среда (климатические условия), здравоохранение (уровень организации системы медицинского обслуживания).

Психическое здоровье зависит от состояния мозга, памяти, уровня концентрации внимания. Нравственное – определяется теми моральными принципами, которые являются основой социальной жизни человека, т.е. жизни в определенном человеческом обществе.

Здоровый и духовно развитый человек счастлив: он отлично себя чувствует, получает удовлетворение от своей работы, стремится к самосовершенствованию, достигая неувядающей молодости и красоты. Здоровье должно занимать первое место иерархии потребности человека.

Для поддержания отличного физического здоровья необходимо делать всё, что зависит от нас самих.

Во-первых, иметь четкий распорядок дня, планируя все свои дела заранее, можно грамотно распланировать свое время, вследствие чего минимизируется уровень стресса.

Нравственное здоровье нуждается в постоянном обогащении нравственных чувств, в упрочении моральной позиции, совершенствовании нравственных привычек.

И прежде всего надо обратить внимание на основные компоненты своего образа жизни.

Физическая активность. Нет необходимости убеждать кого-то в пользу спорта. Без физкультуры и спорта не будет ни гармоничного развития, ни здоровья, ни изящной осанки. Во время перемен от занятий не нужно оставаться в сидячем положении, нужно двигаться. При выполнении домашнего задания рекомендуется через каждые 30 минут делать перерыв для активной мышечной деятельности. Такая смена умственной и физической нагрузки приносит отдых и сохраняет трудоспособность.

Наш век – век гиподинамии, Гиподинамия – это не отдельное заболевание, а патологическое состояние, которое провоцирует возникновение у человека большого количества патологий, поражающих практически все внутренние органы и системы. Существует большое количество способов того, как преодолеть гиподинамию, однако все они направлены на достижение одной цели – наполнение жизни человека физической активностью.

Каждый из нас может заниматься минимальной физической активностью.

Утренняя гимнастика. В начале учебного дня, проведя утреннюю гигиеническую гимнастику, можно обеспечить ускоренный переход организма к бодрому работоспособному состоянию. Выполнение физических упражнений вызывает потоки нервных импульсов от работающих мышц и суставов и приводит ЦНС в активное, деятельное состояние. Соответственно, активизируется и работа внутренних органов, обеспечивая человеку повышение работоспособности и давая ему ощутимый прилив бодрости. Гимнастика помогает включиться в привычный ритм, активизировать работу органов и систем организма, восстановить работоспособность помогает утренняя гимнастика. Необходима она для того, что восполнить дефицит движений.

Оздоровительный бег. Оздоровительный бег является самым доступным и эффективным средством поддержания и повышения работоспособности. Общее влияние бега на организм связано с изменениями функционального состояния ЦНС, компенсацией недостающих энергозатрат, функциональными сдвигами в системе кровообращения. Кроме того, тренировка в беге на развитие выносливости является незаменимым средством разрядки и нейтрализации отрицательных эмоций, которые вызывают хроническое нервное перенапряжение, что, в свою очередь, ведет к повышению риска инфаркта миокарда в результате избыточного поступления в кровь гормонов надпочечников – адреналина и норадреналина. Особенно полезен в этом отношении вечерний бег, который снимает отрицательные эмоции, накопленные за день, и «сжигает» избыток адреналина, выделяемого в результате стрессов. Таким образом, бег является лучшим природным транквилизатором, более действенным, чем лекарственные препараты.

Оздоровительный бег оптимальной дозировки в сочетании с водными процедурами является лучшим средством борьбы с неврастенией и бессонницей. Трехкратная олимпийская чемпионка по легкой атлетике Татьяна Казанкина охарактеризовала эффект такого сочетания как «выбивание психологического стресса физическим».

Плавание. Регулярные занятия плаванием благоприятно влияют на ЦНС, процессы восстановления и повышения работоспособности. Это, прежде всего,

связано со спецификой водной среды. Плывущий в воде человек находится почти в невесомом состоянии, находясь в горизонтальном положении. Эти необычные условия способствуют тому, что функции организма протекают иначе, чем в вертикальном положении, когда человек стоит или передвигается по земле. При плавании на центры головного мозга воздействует целый поток новых раздражителей, вызванных движениями в полувесомости, горизонтальным положением тела, глубоким дыханием, давлением воды на область грудной клетки и кожный покров тела и др. На все эти раздражители из соответствующих центров головного мозга посылаются новые ответные реакции. А те центры головного мозга, которые активно функционировали в наземных условиях, в это время отдыхают, восстанавливаются.

Поэтому после плавания с оптимальной нагрузкой человек чувствует себя обновленным, бодрым, способным продолжать учебную или другую деятельность. Регулярные занятия плаванием способствуют улучшению сна, содействуют формированию уравновешенного и сильного типа нервной деятельности.

Нет сомнения, что перенасыщенный эмоциональный фон в достаточной степени снижает уровень здоровья и самочувствия учащихся, травмирует их психику. Чрезмерные нагрузки приводят к усталости, которая проявляется во временном снижении работоспособности. Недостаточный отдых или чрезмерные физические нагрузки в течение длительного периода времени приводят к переутомлению (хронической усталости). Чтобы избежать чрезмерной утомляемости, необходимо нормализовать ежедневный распорядок дня: искоренить лишние сна, уменьшить нагрузку, надлежащим образом чередовать виды деятельности и отдыха.

Отдых может быть активным, пассивным или комбинацией. Пассивный отдых – это относительный отдых, отсутствие активной двигательной активности. Активный отдых – это выполнение в перерывах между одними и теми же или другими упражнениями пониженной интенсивности. Активный отдых при определенных условиях дает лучший восстановительный эффект, чем пассивный. Комбинированный отдых – это сочетание в перерыве активного и пассивного отдыха его организации.

Правильное питание – это способ питания, при котором итогом этого процесса является укрепление и улучшение здоровья, физических и духовных сил человека, предупреждение и лечение различных заболеваний, замедление процессов старения, т. е. правильное питание – это здоровое питание. Правильное питание всегда является сбалансированным. Сбалансированное питание предусматривает наличие в пище необходимых, не синтезируемых в организме веществ, причем, крайне важно соблюдение соотношения компонентов пищи в рационе. Рациональное питание – это, по существу, соблюдение трех основных принципов питания:

1. равновесие между поступающей с пищей энергией и энергией, расходуемой человеком во время жизнедеятельности, иначе говоря, баланс энергии;
2. удовлетворение потребностей организма в определенном количестве и соотношении пищевых веществ;

3. соблюдение режима питания (определенное время приема пищи и определенное количество пищи при каждом приеме);

При формировании здорового образа жизни необходимо учитывать четыре принципа рационального питания:

1) калорийность суточного рациона питания должна соответствовать энергетическим затратам человека;

2) химический состав пищи должен удовлетворять потребности организма в белках, жирах, углеводах, минеральных веществах, витаминах, биологически активных веществах и «балластных» компонентах пищи;

3) разнообразие пищевых продуктов должно обеспечивать поступление в организм всех ингредиентов, которые не синтезируются в организме;

4) прием пищи в течение суток должен подчиняться оптимальному режиму (как по энергоценности, так и по объему).

Тем не менее, полноценное питание должно определяться не только энергетической ценностью, но и содержанием в продуктах витаминов.

В переводе с латинского «Витамин» означает жизнь. Эти органические соединения обладают свойством повышения интенсивности физиологических процессов, помогают защищать от пагубного воздействия внешней среды, увеличивают устойчивость организма к инфекциям и способствуют выздоровлению. Недостаток либо отсутствие витаминов может вызвать различные нарушения функций организма.

Витамины – незаменимые питательные микроэлементы. Они не дают энергии, но жизненно важны для нормальной работы организма и поддержания здоровья. Для того чтобы получать различные витамины, следует питаться продуктами из всех групп пищевых продуктов: цельнозерновыми продуктами, фруктами и овощами, молочными продуктами, продуктами группы «рыба-яйца-птица-мясо», добавляемыми пищевыми жирами (например, орехи, семена, миндаль). Витамины нужны в очень малых количествах, от микрограммов до миллиграммов, но зато их нужно употреблять постоянно, поскольку организм не образует их долгосрочного запаса. Потребность в витаминах в основном зависит от пола, от возраста, от состояния здоровья, от физической активности. Усвоению витаминов препятствуют: излишнее употребление кофе, употребление алкоголя, курение, некоторые лекарства, также некоторые противозачаточные таблетки.

Количество витаминов в пище зависит также от способа ее приготовления. Чтобы сократить потери витаминов: не варите слишком долго, кладите овощи в кипящую воду, не выливайте овощной отвар, готовьте на нем, например, соусы или супы, избегайте многократного разогрева пищи.

Подводя итоги, можно понять, что человек, соблюдающий все правила ЗОЖ, сможет достичь чего-либо намного быстрее, чем человек, который этого не делает. Так как он снижает риск развития различных заболеваний. А вместо этого в жизни присутствует распорядок, четкое понимание своих действий. Здоровый человек распоряжается своим временем грамотно, так как знает ему цену.



СЕКЦИЯ № 9

Мир в XXI: экономические и социокультурные аспекты стран изучаемого языка



AUSTRALIAN LINGUISTIC IDENTITY

Автор: Гаврилина Ю.В., группа 191-320

Руководитель: Цедрик Т.В.

УО РИПО филиал «Индустриально-педагогический колледж» (Минск)

Language is more than just a means to communicate, it is what makes us unique and plays a central role in our sense of identity.

Language is a key marker of membership of an ethnic group. Language allows communication of values and beliefs of a particular culture and allows participation in family and community life.

This project deals with subjects including the construction of the Australian identity through language, how Aboriginal languages are now being used in the media and education, the governmental work underway to maintain and revive Aboriginal and Torres Strait Islander languages for future generations.

According to the subject of the work the analysis of different educational sites for learning foreign languages and cultures was carried out. It was found out that Australia is one of the most ethnically diverse societies in the world today. Australia has no official language, but the majority of the population speaks English as a first language. Australian English is a regional dialect that has the phonemic inventory of Southern British English it is the dominant variety in Australia while Aboriginal and Ethno-cultural varieties are minority varieties. Standard Australian English has the most speakers and is also used in public life and broadcasting. One of its prominent features is that it became a marker of national identity and this affects many of the language's characteristics like its accent and lexicon. Australian English developed alongside Australian history and culture, and thus it is highly connected with the creation of the Australian identity.

It was in Australia at the end of the 18th century that convicts, prisoners and other British were exiled, who were going to start life anew and get rich in the gold mines and cane plantations of the newly discovered continent. Residents of different provinces of Great Britain came to the colony of New South Wales, accustomed to express themselves in their native dialects of English, therefore, by the time the second generation of settlers grew up (approximately in the 20s of the XIX century), such a term as "Australian English" appeared.

Australian English is relatively homogeneous when compared with British and American English. The major varieties of Australian English are sociocultural rather than regional. They are divided into 3 main categories: general, broad and cultivated.

Currently, television and radio announcers broadcast in a variety of Australian accents. Australian scientists prefer to write their dissertations while staying in Australia, and if they go abroad to continue their research, it is not necessarily the UK. Since 1988, the Australian edition of the Bible (the Good News Bible) has been published, which helps to strengthen the status of the Australian version of the English language, since it uses some Australian lexical units, such as bullock (ox), grubs (worms), paddock (field), pools of water (waters).

According to the 2016 census, 73 % of people in Australia spoke only English at home, even including a large number of first- and second-generation migrants. Australian English has a distinctive accent and vocabulary. Because people from about 200 countries around the world have migrated to Australia, there is a vast collection of languages spoken in the country. Other languages spoken in Australia include Mandarin, Italian, Arabic, Cantonese, and Greek. People living in Australia should make an effort to learn English. It is important to learn to speak English because it helps to get an education, a job, and better integrate into the community. It is essential for economic participation and social cohesion. Australian society values the English language as the national language of Australia, and as an important unifying element of society.

Something very interesting about this country is the help they give to the immigrants who do not speak English or do not have a very well English because the country has created different programs for immigrants. These programs were created for a better quality of life for them, which consist of free English classes. Some of the programs that Australia has are the following:

- Adult Migrant English Program
- Language, Literacy and Numeracy Program
- Workplace English Language and Literacy Program
- English as a Second Language New Arrivals Program

Before the arrival of British colonizers in 1788, Australia was inhabited by the Indigenous peoples – Aborigines and Torres Strait Islanders, sometimes referred to as the First Australians. Aboriginal people inhabited the whole of Australia and Torres Strait Islanders lived on the islands between Australia and Papua New Guinea, in what is now called the Torres Strait.

In the early 1800's there were an estimated 300 distinct Indigenous languages in Australia. Over half of these are no longer in daily use and are considered to be extinct or, as some prefer to say, "sleeping". Many of the remaining languages are known to only a handful of Elders, and face extinction without urgent steps being taken to record them.

In the last 218 years Australia has suffered the largest and most rapid loss of languages in the world. Of the 170 indigenous languages still spoken in Australia, 110 are critically endangered. All of Australia's indigenous languages face an uncertain future if immediate action and care are not taken. Today, Indigenous people make up 2.4 per cent of the total Australian population.

However in the Australian 2016 Census, only around 160 of these languages were reported as being spoken at home and nearly 650,000 Australians identified as Indigenous. And of these, only 13 traditional Indigenous languages are still spoken by children. It means that in 60 years' time only 13 of Australia's languages will be left, unless something is done now to encourage these children to keep speaking their language, and to encourage children from other language groups to start speaking their heritage languages.

Indigenous people who speak English or a new Indigenous language as their first language often want to learn and reawaken their heritage language from old recordings and documents, and sometimes from elderly speakers.

The Federal government is currently supporting many groups in language reawakening, which can be a transformative activity. In some places it has made Indigenous people and heritage visible through signage, welcomes to country and art events. The demand to learn these languages at school level is increasing, and the supply of teachers with relevant training can't keep up. There's only one public teacher education program that addresses this demand: the Master of Indigenous Language Education at the University of Sydney.

Remote Indigenous Media is an important tool in the maintenance of Indigenous language and culture. First Nations Media Australia believes that strong language and culture are fundamental to strengthening Indigenous identity and culture. First Nations Media Australia sees an intrinsic link between remote indigenous media production and language maintenance. This link goes beyond the obvious fact that much of the content produced in remote communities is produced in local languages. First Nations Media Australia sees massive growth opportunities in the digital economy for remote media practitioners to be creating content that can be used in school curriculum, language documentation for academic/linguistic study, production of TVCs and education campaigns in local languages, etc.

Australia's work to reinvigorate language is highly regarded internationally, particularly the Government's Indigenous Languages and Arts Program, which supports a network of 20 Indigenous language centres. These centres provide vital language services to communities and empower Aboriginal and Torres Strait Islander peoples to strengthen their languages.

Let's make a conclusion. There are some key reasons to support languages.

Culture – Language maintains the strength of a person's culture and identity.

Science and sustainability - Australian indigenous languages carry with them an intimate understanding of the ecological systems and the land from which they came. Losing these languages results in a loss of knowledge of species, behaviours, habitats, climatic patterns and sustainability practices that could lend support to tackling the increasing environmental challenges we face in Australia.

Economics – Languages can play a vital role in improving the economic prospects of Indigenous individuals and communities. Bilingual education has improved the numeracy and literacy of indigenous students.

Heritage – Australia's unique indigenous languages are a vital and vibrant part of Australian culture heritage. They represent a connection for many Indigenous communities to their pasts, an understanding of their cultures today, and provide a window for non-Indigenous Australians to appreciate the diversity, history and strength of the many cultures in their country.

The language community should be able to choose to use their first language in all aspects of community life, and there should also be support for learning English to a high standard, so people can access all available economic and social benefits and opportunities.

This wide variety of backgrounds, together with the culture of Indigenous Australians who have lived on the Australian continent for more than 50,000 years, have helped create a uniquely Australian identity and spirit.

THE STORY OF THE WINDRUSH GENERATION THAT SHOOK BRITAIN

Авторы: Кузло А.М., Красноцкая А.В., группа 173-321

Руководитель: Гапоненко Е. С.

Филиал «Индустриально-педагогический колледж» УО РИПО (Минск)

Windrush Day takes place on 22 June, remembering the day when around 500 migrants from the Caribbean arrived at Tilbury Docks in Essex in 1948.

Britain was just starting to recover from World War Two back then. Thousands of buildings had been bombed, lots of houses had been destroyed. Men and women were needed to rebuild an economy weakened by the war years, especially in those sectors crucial to the reconstruction programme. These included the production of raw materials such as iron, steel and coal, as well as food. There was also a huge backlog of essential maintenance and repair work and severe shortages in the construction sector. In the service sector, both men and women workers were needed to run public transport and to staff the new National Health Service.

In the Caribbean, lots of young men and women had served in the British armed forces because at the time, many Caribbean countries were still under British rule and not yet independent.

After the war, some of these people answered an advert to come to Britain where there were lots of different jobs to do.

How did they get to Britain?

They got on a ship – the Empire Windrush – which left the Caribbean to travel thousands of miles across the Atlantic.

It was 22 June 1948 when the Empire Windrush arrived at Tilbury Docks in Essex. On board were young men and women eager to put much needed elbow grease into the British economy. It is accepted generally that their arrival was a landmark in time and core to the formation of cosmopolitan Britain that we all know today.

This was the first time so many Caribbean people had come to live in Britain. Many more arrived in the following years.

What did these early migrants from Jamaica, Barbados, Trinidad and other Caribbean countries that were then part of the British Empire, do in the UK when they came to what they saw as ‘the Mother Country’?

The most common sectors in which people from the Caribbean found jobs included, for men, manufacturing and construction, as well as public transport. Many Caribbean women found employment in the National Health Service as nurses and nursing aides, as well as in public transport and in manufacturing, especially in the growing white goods industries in cities. It is clear that these early post-war workers made a huge contribution to the British economy and economic growth, not only in the immediate post-war period but also across decades of continuous employment. This Windrush generation would start up newspapers and introduce new musical tastes – ska, reggae, calypso, jazz, funk, rock, and pop – and bring new styles of dress, colour, and vibrancy to a younger, wider audience of British people.

What happened when they arrived?

When the passengers landed they didn't always get the friendly welcome they had hoped for. Many of them experienced racism and discrimination and often found it hard to get proper home to live in and to make friends with British people.

It wasn't always easy for the new arrivals to get jobs. Some companies said they didn't want black people to work for them. Later, many of their children were bullied at school because of the colour of their skins. Some of them suffered racial attacks and in later years there were riots in cities across Britain.

It is more than 70 years since the Empire Windrush sailed to Britain from the Caribbean. An estimated 500,000 people now living in the UK who arrived between 1948 and 1971 from Caribbean countries have been called the Windrush generation.

But, some of the people who arrived in the UK as children with their parents were later told – wrongly – that they live there illegally.

In 1971 these people were told they could stay permanently but the government didn't keep a full record of them. Some of these people didn't apply for official paperwork like a UK passport.

In 2012 there was a change to immigration law and people were told they needed official documents to prove they could get things like free hospital treatment or benefits in the country. This led to some being sent to immigration detention centres and facing deportation. Their unjust treatment provoked widespread condemnation of the government's failings on the matter, and calls were made for radical reform of the Home Office and the UK's immigration policy.

On 21 August 2018, the Home Secretary Sajid Javid announced that - after a review of 11,800 cases – 18 members of the Windrush generation who could have been wrongfully removed or detained would get a formal apology from the government. He also said that anyone who had left the UK would also be helped to return.

The review, published in March 2020, makes it clear that the Windrush scandal was not an accident, but was the inevitable result of policies designed to make life impossible for those without the right papers. It found that the government ignored repeated warnings, and that ministers were failing to acknowledge the extent of suffering inflicted on thousands of people who were mistakenly classified as illegal immigrants by the Home Office.

The prime minister at the time, Theresa May, apologised to Caribbean leaders and reassured them that no one from the Windrush generation will have to leave the UK. She said Windrush migrants were "part of us" and that there was no question of forcing anyone who had made their life in the UK and was there legally to leave.

The government also announced that a day celebrating the contribution of the Windrush generation and their descendants – Windrush Day – would be held annually on 22 June.

THE LANGUAGE OF COVID-19 PERIOD (IN ENGLISH AND RUSSIAN)

Автор: Наркевич В.О., группа 2106

Руководитель: Расторгуева Л.В.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Throughout history, dramatic events in history of mankind have brought about new ways of expressing those crises. Nowadays we all are seeing an unprecedented speed of the linguistic change at the Covid-19 time. For lexicographers it is fascinating to observe the growth of words in less than no time. Although many of the words that were included were not new, they certainly became known as a result of the current pandemic and now inform so many of our conversations; it seems that we've always known and used them. The other effect of the pandemic is that it has brought even scientific medical terms to the front line of everyday speech.

The subject of the work is to compare the appearance of the words related to the pandemic of COVID-19 in the English and the Russian language. The objects of the study are 1) to examine the linguistic phenomenon of Covid-19 on the material of English and Russian; 2) to define its differences and similarities.

Coronavirus has induced a boom of new words and phrases, both in English and in Russian. Generally, dictionary editors include scientific terms only if they achieve some degree of density outside of their disciplines. However, the pandemic has seen the quickest jump of the new words into public speech. If we speak about the English language, it wasn't the first time in history when the words of previous pandemics were included in the Oxford English Dictionary (OED). Ebola, SARS, and the Black Plague and Black Death are all in the OED.

In December 2019 the word "coronavirus" appeared only 0.03 times per million tokens, according to the senior editor of the Oxford English Dictionary (OED) Fiona McPherson. Tokens are the smallest units of language collected and tracked in the Oxford English Dictionary corpus. The World Health Organization coined the term COVID-19, a shortening of Coronavirus disease 2019, in February of 2020. It went from being coined to being added to the dictionary in just 34 days. No word in the history of the English language had done that faster. In April 2020, the figures for both words "Covid-19" and "coronavirus" had skyrocketed to about 1,750 per million tokens.

In April and July 2020, the Oxford English Dictionary had to release special updates to accommodate new words born in the pandemic. According to the famous British linguist Tony Thorne, more than 1,000 new words have been created during the current pandemic in English. In May 2021 the group of Russian and foreign scientists from Institute for Linguistic Studies of the Russian Academy of Sciences issued "Dictionary of Russian During the Coronavirus Age" which involves 3500 new and up-to-date words.

Coronavirus has radically changed our ways of living. This new vocabulary appeared to speak about coronavirus-related issues. These issues are connected with the influence that the virus had on our working lives, the impact of the lockdown and

quarantine measures and even a way to make fun of the world around us. The rise of neologisms and lexical innovations, metaphors and synonyms, we have seen in the past 2 years points at the fact that linguistic creativity is an essential part of any language.

But such a remarkable linguistic creativity happened in languages earlier people haven't changed physiologically since 1900s. If we compare the XIX century vocabulary of «холера» with the «коронабесием» of the modern period, and then are absolutely identical phenomena. Then, there were those people who didn't believe doctors and ran away from hospitals, and those who believed that this was some kind of state conspiracy. And we can find the words «холеромания» and «холеробесие». In this sense, today's psychological reaction and the reaction in the 19th century are completely of the same type.

The analysis of different articles related to the uptake of Covid-19 related words in English and Russian showed some common peculiarities. First of all, the processes of neologization and intensive language creativity turned out to be synchronous in one way or another for these two languages. This fact confirms the social and psychological nature of language as well as the general social trend of globalization. But, for the first time in history, such massive epidemic arose in the era of the Internet and digital technologies, which, in turn, influences the development of languages.

Secondly, the unique language situation is determined not only the quantitative intensity of the Covid-19 vocabulary, but and the incredible rate of language development. As the editor of Meriam-Webster Dictionary Peter Sokolowski noticed that “nowadays words evolve very quickly, and their meanings have changed almost at the snap of a finger”.

Thirdly, this unprecedented linguistic process is characterized by physiological factors. Words of a more personal nature appeared in both languages which help people communicate their fears about the biggest health crisis ever seen in generations.

As far as we can see a lot of the language of Covid quickly becoming second nature. But let's compare some of the most popular words in English and Russian.

The most wide-spread word of the current pandemic is Covid-19. But should we write correctly as COVID-19 or as Covid-19? “Covid” is more common in the U.K., Ireland, New Zealand and South Africa, while “COVID” is prevailing in the U.S., Canada and Australia. Because the Oxford English Dictionary is edited and published in England, in the online dictionary the headword Covid-19 can be found. But we if we compare the use of the same medical term in texts written in Russian, it's usually used as COVID-19 and it's translated in Russian as «ковид». The stress is generally on the second syllable, but sometimes it can be pronounced as «кòвид». Generally, the number 19 is omitted in the informal speech. There is one interesting analogy. In English and in Russian a lot of people use the similar pronounced word “corona” («корона»). Though, in the USA and Australia it's trendy among young people to use the nicknames for the virus like “the rona”, as well as n/3, CV, and CV-19. On the other hand, in the Russian language there are no the same abbreviations and nicknames.

The lexemes “coronavirus” and “covid-19” are productive stems for the word-formation. There are some interesting examples among new words. The following nouns can be distinguished: “corohara” (short for coronavirus harassment) — an act of harassment of people returning home from abroad or those coughing in public places; “covideo” – videogames which help not to be bored during the pandemics; “coronopticon” – apps to track the contacts of users; “corona-chief” — a leader administering handling of coronavirus; “coronababies” – the children born at the pandemic period. Some similar words can be found in Russian: “covidiot” – someone who ignores public safety recommendations; “coronanomics” — a special economic system during the pandemics.

But some other words with the stems “corona”, “covid” can be found only in Russian such as «коронадиссидент» – a person who doesn’t believe in the current pandemic and doesn’t follow the hygiene rules; «коронаканикулы» or «путикулы» – a period of self-isolation which is officially announced by the Russian government in May 2020 and in October 2021. It’s interesting to know that in the Russian language lexicographers notice the appearance of many synonyms to the words «ковид», «карантин» and others. For example, the word «ковид» has about 130 synonyms, the word «карантин» has about 80 synonyms, even the word «ковид-диссидент» has 60–70 synonyms.

Some of the newly popular terms are connected with the socially distanced nature of human contact nowadays, such as “quarantine and chill”, “covideo party” and “virtual happy hour”. The terms related to social isolation were known long before the Covid-19 pandemic, however they’ve become more common in 2020. Self-isolate and shelter in place obtained the new additional meaning because of the Covid-19 pandemic. Some terms have seen a shift in meaning. For example, sheltering originally meant giving somebody a place where they are protected from danger or from the weather, like a tornado or an active shooter attack. Now it’s used to name a prolonged period of social isolation.

As for the term “social distance” the statistics at the site www.english-corpora.org show that between January and June 2019, “social distance” occurred 24 times and “social distancing” 2 times. They meant the metaphoric distance between social groups, for example, between “employers” and “employees”. Between January and March 2020, “social distance” occurred 1,854 times and “social distancing” a massive 36,044 times. The great majority of instances now means physical distance between people to reduce risks of infection.

The COVID-19 pandemic has produced a plenty of new terms which are blends of other words. They comprise “maskne” – an acne uprising provoked by wearing face masks; “zoombombing” – strangers intrude on video conferences; “doomscrolling” – someone surfs anxiety-inducing pandemic-related stories on the Internet and even “quarantini” – a cocktail consumed in isolation.

More interestingly, the word “coronavirus” began to be used metonymically for a complex set of circumstances. Just as “nine eleven” is now used to mean “the attack on the New York World Trade Centre on the 11th September 2001” in phrases such as “as a result of nine eleven”, so the “virus” is used to indicate a general set of

circumstances rather than an organism: “long before the coronavirus”; “coronavirus is a national emergency”.

The lexeme “covid-19” is also used in some collocations and idioms, such as “letting the virus out of the bag”, “Covid dries up a cash cow”, “the ill wind of covid-19”, “the sting of covid-19”. In the journal *The Economist* some comparisons like “covid-19 spreads like wildfire”, “dismisses covid-19 as just “a sniffle” were found in 2020.

“Dictionary of Russian During the Coronavirus Age” includes the additional dictionary of Russian anti-proverbs which appeared in the language during the year of 2020, for example, «сделал дело – гуляй на балконе смело»; «обещанной вакцины три года ждут»; «все дороги ведут в Ухань»; «с инфицированными жить – в карантине выть» and «мал вирус, да силен».

The lexemes “Covid-19” and “coronavirus” are often used in the context of war or warlike activities in both languages. For instance, in English in the following expressions the contextual meaning is “to fight”: “intended to combat SARS-cov-2”, “coming together to fight a common enemy”, “varying intensities of measures to battle their covid-19 epidemics”. President of France Emmanuel Macron declared that the country is “at war” with the coronavirus. The similar metaphoric examples can be seen in Russian: «ковид-война», «борьба с ковидом», «врачи на передовой».

Globalization and the introduction of neologisms has accelerated in recent years as technology has advanced more rapidly than ever. We’re communicating and creating more content than ever, and our newly coined words and phrases can reach a global audience thanks to the internet and social media. The COVID-19 outbreak has resulted in many new words and phrases being used – alongside fewer common words that already existed – which spread almost as fast as the virus. This new vocabulary helps us cope with the changes that all of sudden became part of our everyday lives.

We don’t know which of these neologisms will stay with us and which ones will fade into oblivion as soon as we get effective treatments and the pandemic is over. We’ll only find this out with time.

DEUTSCHSPRACHIGE LÄNDER. LIECHTENSTEIN

Автор: Кузнецова К.Г., группа 2106

Руководитель: Пархимчик О.Н.

Филиал БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж» (Минск)

Mehr Arbeitsplätze als Einwohner, das höchste Bruttonationaleinkommen pro Einwohner in der EU(Euro-Union), eine duale Berufsausbildung wie in Deutschland, dazu atemberaubende Alpenlandschaften, mittelalterliche Burgen und malerische Dörfer: Die Rede ist von Liechtenstein, einem Fürstentum inmitten der Alpen zwischen Österreich und der Schweiz. Lerne hier kennen, welche beruflichen Möglichkeiten du in diesem spannenden Land hast.

Das Fürstentum Liechtenstein ist ein sogenannter Zwergenstaat. Es liegt in den Alpen, zwischen Österreich und der Schweiz und hat knapp 39.000 Einwohnerinnen und Einwohner. Im Osten des Fürstentums verläuft der Rhein, der die natürliche Grenze zur Schweiz bildet. Die Hauptstadt ist Vaduz, weitere größere Orte sind Schaan und Triesen. Amtssprache ist Deutsch, gesprochen wird ein alemannischer Dialekt und bezahlt wird mit dem Schweizer Franken. Es wurde 1719 gegründet, und die Unabhängigkeit von der Deutschen Union wurde fast gleichzeitig mit Luxemburg im Jahre 1866 erhalten.

Die Legislative gehört dem Fürsten und dem Landtag (Einkammerparlament), das aus 15 Mitgliedern besteht, die für 4 Jahre gewählt werden. Das Exekutivorgan ist eine Regierung, die vom Premierminister geleitet wird. Hans-Adam II. ist der regierende 15. Fürst von Liechtenstein. Er bestieg am 13. November 1989 den Thron, als Regent regierte er das Land seit 1984.

Das Besondere an der Wirtschaft in Liechtenstein: Es gibt mehr Arbeitsplätze als Einwohner. Über die Hälfte der Erwerbstätigen, die in Liechtenstein arbeiten, pendeln aus dem Ausland (insbesondere aus Österreich und der Schweiz). Warum solltest also nicht auch du pendeln und deine Ausbildung in dem Fürstentum absolvieren? Chancen dazu hast du gleich mehrere, denn obwohl Liechtenstein vergleichsweise klein ist, haben sich dort über 5.000 Unternehmen niedergelassen, vor allem kleine und mittlere Betriebe.

Dienstleistungen, Industrie, Tourismus, Landwirtschaft – in Luxemburg sind verschiedene Wirtschaftszweige vertreten. Die Industrieunternehmen fertigen und exportieren beispielsweise Maschinen und Geräte, Anlagen, Präzisionsinstrumente, Dentalprodukte und Nahrungsmittel. Im Finanzbereich findest du Banken, Versicherungen, Vermögensverwaltungen, Fonds, Treuhänder sowie FinTech- und Blockchain Unternehmen. Optimale Voraussetzungen also, um deine Ausbildung in Liechtenstein zu machen, denn ähnlich wie in Deutschland wird dort nach dem dualen System ausgebildet.

Die sog. Berufslehre dauert zwischen zwei und vier Jahren. Das Besondere: Der praktische Teil deiner Ausbildung findet in einem liechtensteinischen Betrieb statt, der theoretische Teil an einer Berufsfachschule in der Schweiz, in der Regel in einem der Kantone St. Gallen oder Graubünden. Wie in Deutschland ist an ein bis zwei Tagen in der Woche Berufsschulunterricht. Durch die enge Verbindung von Liechtenstein und der Schweiz liegt es auf der Hand, dass Berufsabschlüsse von beiden Ländern gegenseitig anerkannt werden.

Voraussetzungen für eine Ausbildung in Liechtenstein
Schulabschluss: Wer aus Deutschland kommt und sich für eine Ausbildung bzw. Berufslehre in Liechtenstein interessiert, sollte seine Vollzeitschulpflicht in Deutschland erfüllt haben. Je nach Bundesland sind dies 9 oder 10 Jahre. Unsere Empfehlung von AUBI-plus: Erfülle nicht nur deine Vollzeitschulpflicht, sondern beende die Schule mit einem Abschluss wie Hauptschul-, qualifizierender Hauptschul- oder Realschulabschluss (mittlere Reife).

Alter: Liechtensteinische Schülerinnen und Schüler sind 15 oder 16 Jahre alt, wenn sie ihre Berufslehre beginnen. In diesem Alter solltest du selbst auch mindes-

tens sein, wenn du für deine Ausbildung nach Liechtenstein gehen willst.

Sprache: Wegen der Sprache musst du dir in Liechtenstein keine Sorgen machen, denn Amtssprache ist Deutsch und als Schrift- und Mediensprache wird das Schweizer Hochdeutsch verwendet. Die Einheimischen sprechen allerdings einen Dialekt, der sich sogar von Ortschaft zu Ortschaft stark unterscheiden kann.

Liechtenstein ist perfekt für alle, die gerne draußen in der Natur unterwegs sind: Du kannst wandern, klettern, mountainbiken, Ski fahren, Fahrrad fahren u. v. m. Das Wanderwegenetz im Fürstentum Liechtenstein ist über 400 Kilometer lang und lädt immer wieder zu neuen Touren ein. Besonders bekannt ist der 75 Kilometer lange Liechtenstein-Weg, auf dem du in mehreren Etappen durch das ganze Land wandern kannst.

Du magst Sport, bist aber kein Outdoor-Fan? Dann kannst du dich auf den vielen Sport- und Freizeitanlagen der Ortschaften sportlich betätigen. Die Infrastruktur ist sehr gut und umfasst u. a. Turnhallen, Sport- und Fußballplätze, Skateanlagen und Pumptracks, Schwimmbäder, Tennisanlagen sowie Schießanlagen. Auch Liebhaber von Burgen, Schlössern und anderen Bauwerken kommen in Liechtenstein voll auf ihre Kosten. Allein in Vaduz findest du verschiedene Sehenswürdigkeiten, so das Schloss Vaduz (auch Hohenliechtenstein genannt), die Ruine Schalun (auch Wildschloss genannt), das Rathaus, das Schädlerhaus und die Pfarrkirche St. Florins. Hinzu kommen die Burg Gutenberg in Balzers, die Wehrkirche in Bendern, die Ruinen der oberen und unteren Burg in Schellenberg und der alte Pfarrhof von Balzers. Ähnlich lang ist die Liste an Museen, denn obwohl das Fürstentum Liechtenstein so klein ist, beherbergt es 13 verschiedene Museen.

Klein aber oho: Moderne Wirtschaft, hohe Lebensqualität sowie Natur, Kultur und Kulinarik - das alles findest du in Liechtenstein auf nur knapp 25 Kilometern Länge. Optimale Bedingungen für deinen Start in den Beruf, findest du nicht?

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЯЗЫКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК ФАКТОР УВАЖИТЕЛЬНОГО ОТНОШЕНИЯ К НАЦИОНАЛЬНОМУ ДОСТОИНСТВУ ЧЕЛОВЕКА, ЕГО КУЛЬТУРЕ И ЯЗЫКУ, ДАЛЬНЕЙШЕГО УКРЕПЛЕНИЯ ДРУЖБЫ И СОТРУДНИЧЕСТВА НАРОДОВ РОССИИ И БЕЛАРУСИ

Автор: Клочкова Е.С., группа 446

Руководитель: Миронова Т.В.

УО «Минский государственный колледж технологии и дизайна легкой промышленности» (Минск)

Законодательство Республики Беларусь о языках преследует цель урегулирования отношений в области развития и укрепления белорусского, русского и других языков, которыми пользуется население республики в государственной, социально-экономической и культурной жизни, охраны конституционных прав граждан в этой сфере, воспитания уважительного отношения к националь-

ному достоинству человека, его культуре и языку, дальнейшего укрепления дружбы и сотрудничества народов.

В соответствии с Конституцией Республики Беларусь 2022 года (ст.17) государственными языками Республики Беларусь являются белорусский и русский языки. Во всех сферах общественной жизни государство обеспечивает их всестороннее развитие и функционирование. Закон не регламентирует употребления языков, будь то неофициальное общение, общение в трудовых коллективах или при обращении граждан в государственные органы, органы местного управления, организации, общественные объединения. Граждане имеют право не только пользоваться национальным языком, но и выбирать язык общения.

Первая проблема, которая возникает в связи с этим, это владение белорусским и русским языками в объёме, необходимом для исполнения служебных обязанностей руководителями, другими работниками государственных органов и иных организаций, населением страны.

Необходимы и знания языков в сфере науки (оформление результатов научно-исследовательских работ), обучения и воспитания в средних специальных учреждениях образования (белорусский язык во всех учебных заведениях Республики Беларусь изучается независимо от их ведомственной принадлежности), в сфере культуры (развитие культуры на языках других народов).

При подготовке данной работы мною было проведено анкетирование среди учащихся 3 курса группы 428 в количестве 25 человек (специальности «Коммерческая деятельность»). Итоги:

- согласны с тем, что у нас 2 государственных языка – 25 человек;
- дома обычно разговаривают на русском языке – 20 человек, на белорусском-5;
- хорошо владеют белорусским языком – 22 человека, не совсем – 3;
- литература имеют дома на обоих языках – 20 человек;
- разницу на каком языке говорить, многие не видят, но всё же говорят на русском (почему – привычка).

21 февраля 2022 года в колледже прошла акция «Размаўляем па-беларуску», посвящённая Дню родного языка. Учащиеся 1 курса с интересом называли белорусские слова приветствия, посуду, блюда (не только называли, но и пробовали), на мольбертах дорисовывали одежду на человечков, писали диктант вместе с присутствующими преподавателями. Я подумала, почему же тогда большинство людей употребляет дома русский язык?

Обратимся к истории. Литературная форма белорусского языка развилась только к началу 20 века, в острой конкуренции с русским, польским языками. С 1917 по 1930 годы начала проводиться первая белорусизация (внедрение белорусского языка в государственную и общественную жизнь страны), хотя белорусскоязычным было преимущественно сельское население. С 1930 по 1940 годы процесс белорусизации был свергнут, множество белорусских учёных было репрессировано. С 1950 по 1990 годы с восстановлением советской власти на территории Беларуси стали господствовать два языка – русский и белорусский. Однако чувствовалось вытеснение белорусского языка из печати, даже белорусское издательство «Художественная литература» печатало по 100-300 тысяч

экземпляров художественной литературы на русском языке. Руководство БССР, многие военные и промышленные специалисты разговаривали на русском языке. С 1990 по 1995 годы, а именно 26 января 1990 года Верховный Совет БССР объявил белорусский язык государственным, русский же язык получил статус «языка межнационального общения». Также была принята «Государственная программа развития белорусского и других национальных языков в Белорусской ССР». Но не очень легко оказалось перевести все сферы деятельности на белорусский язык, поэтому начавшаяся белорусизация вызвала некоторое напряжение у людей. К середине 1994 года в республике осталось всего около 5 % русских школ. Говорить по-белорусски стали больше, но сознательно – не все. Большое количество писателей писало по-русски и по-белорусски (С. Алексиевич, Э. Скобелев и другие). В 1995 году вопрос был вынесен на всенародный референдум. За двуязычье проголосовало 85,3 % населения.

Поэтому целью моей работы стало выявление и раскрытие механизма функционирования белорусского и русского языков. Объектом исследования: русский и белорусский языки – государственные языки согласно Конституции Республики Беларусь. Основной метод: сравнительно-исторический.

Задачи:

- исследовать причины двуязычия в стране;
- обратиться к истории развития и функционирования русского и белорусского языков;
- провести анкетирование среди учащихся;
- сделать выводы о социокультурных аспектах языковой государственной политики.

Таким образом, проблема билингвизма – одна из самых актуальных в современном социокультурном пространстве. Я бы выделила в ней три самых главных аспекта: одинаковое владение двумя языками; познание не только языка, но и культуры; возможность сравнить лексико-грамматический состав языка, думать, чтобы говорить правильно.

А является ли билингвизм нормой? Ответ на этот вопрос уже практически дан: около 70 % населения земного шара в той или иной степени владеет вторым языком или даже несколькими. В целом ряде стран (Бельгии, Канаде, Беларуси и др.) принят закон о государственном статусе двух языков одновременно. В целом можно сказать, что билингвизм – прочно обосновавшееся в современном мире явление, требующее глубокого осмысления и грамотного подхода.

Список победителей I-ой Международной научно-теоретической конференции обучающихся «Экономические и социальные аспекты устойчивого развития современного общества»

14-15 апреля 2022 года

Номер секции	Ф.И.О. учащегося – автора работы	Учебная группа, УО	Название работы	Руководитель
I место				
1	Колесников Дмитрий Сергеевич, Резанович Алина Юрьевна	91Б, Филиал БНТУ «Минский государственный технологический колледж»	Повышение конкурентоспособности предприятия на основе инноваций	Кравченко Юлия Григорьевна
3	Мостыка Анна Андреевна	2004	«Разработка бизнес-плана по созданию ООО Страховой брокер «Insurance & Consult»	Стасевич Снежана Сергеевна
4	Журавская Дарья Евгеньевна, Щеглова Маргарита Николаевна	191 – 321, Филиал РИПО «Индустриально-педагогический колледж»	Криптография как средство информационной безопасности	Гнедько Татьяна Владиславовна
5	Потапеня Ангелина Валерьевна, Латышева Виктория Николаевна	2012	Influence-маркетинг. Рекламное продвижение бренда через лидера мнений.	Кисель Елена Георгиевна
6	Пархоменко Диана Алексеевна	2008	Удовлетворенность клиентов и ее влияние на деятельность банка	Рассолько Людмила Васильевна
7	Горячих Анна Сергеевна	2105	Профессия бухгалтер: вчера, сегодня, завтра	Монахова Ольга Анатольевна
7	Коннова Евгения Александровна	2006	Электронный документ как информационная коммуникация в условиях функционирования экономики	Янецкая Ирина Николаевна
8	Герасенкова Ариана Андреевна, Кучук Диана Федоровна	2107	Здоровый образ жизни	Скарлетова Валентина Константиновна
II место				
1	Мельникова Кристина Романовна	438, УО «Минский государственный колледж технологии и дизайна лёгкой промышленности»	Экономический эффект стратегического управления на предприятии	Лебедева Татьяна Григорьевна

2	Сычев Матвей Викторович	2101	Самоопределение в контексте транзактного анализа	Михаленя Жанна Анатольевна
2	Карасенко Диана Евгеньевна, Пограновская Виктория Викторовна	2004	Возраст в любви учащихся филиала БГЭУ «Минский финансово-экономический колледж»	Нестер Татьяна Васильевна
3	Кирилович Татьяна Ивановна	2102	Предпринимательство и малый бизнес в Республике Беларусь (области, городе, районе): современное состояние и перспективы развития	Демьяненко Инна Васильевна
4	Шостак Сергей Александрович, Тевель Ксения Викторовна	ПО-1, Филиал БГЭУ «Новогрудский торгово-экономический колледж»	Математическое программирование в экономике	Анисим Татьяна Ивановна
5	Савицкая Владислава Ильинична	2012	Интернет-маркетинг	Кисель Елена Георгиевна
5	Паречина Алина Дмитриевна, Вагаровская Алина Юрьевна	2003	Проблема отходов в Республике Беларусь, пути её решения	Киреева Елена Александровна
6	Гаркун Яна Андреевна	2007	Факторинг: практика и перспективы развития в банках	Матук Клавдия Николаевна
7	Ясюченя Екатерина Фёдоровна	УП-32, Филиал БГЭУ «Новогрудский торгово-экономический колледж»	Влияние международных организаций на развитие учёта в Республике Беларусь	Лапко Виктория Валерьевна
7	Пограновская Виктория Викторовна, Язвинская Алина Сергеевна	2004	Причины и последствия мошенничества с финансовой отчётностью	Янецкая Ирина Николаевна
8	Щеглова Маргарита Николаевна Косторенко Ксения Дмитриевна Журавская Дарья Евгеньевна	191-321, Филиал РИПО «Индустриально-педагогический колледж»	Здоровый образ жизни как признак успешного человека	Калеченок Елена Ивановна
9	Наркевич Вадим Олегович	2106	THE LANGUAGE OF COVID-19 PERIOD	Расторгуева Людмила Валерьевна

III место				
1	Коршун Екатерина Сергеевна	2011	Контроль качества продукции – основа конкурентоспособности предприятия	Белова Диана Ивановна
2	Кобзик Ангелина Викторовна	2102	Тревожность как внутренний конфликт	Михаленя Жанна Анатольевна
2	Латышева Любовь Викторовна	441, УО «Минский государственный колледж технологии и дизайна лёгкой промышленности»	Основы духовно-нравственной культуры белорусов на примере подвига праведников народа мира	Ильенкова Станислава Вячеславовна
3	Васильчук Илья Вадимович Морозова Анастасия Сергеевна	2001	Дефицит бюджета, причины его образования и пути сокращения	Лаппо Елена Владимировна
4	Наркевич Вадим Олегович, Матвеев Михаил Васильевич	2106	Зачем банкиру число Эйлера	Алишевич Александр Анатольевич
5	Губашина Полина Александровна Гришан Ангелина Викторовна	2102	Мотивация персонала	Кондрашова Ольга Иосифовна
6	Новик Екатерина Андреевна	2106	Система SWIFT в Республике Беларусь, есть ли альтернатива?	Ловец Татьяна Андреевна
7	Мурашко Полина Дмитриевна	2006	Признаки неправомερных действий в бухгалтерском учёте	Янецкая Ирина Николаевна
7	Ясевич Дарья Игоревна, Подгорная Марина Вячеславовна	9491, Филиал БГЭУ «Минский торговый колледж»	Совершенствование методики учета кредитов и займов на примере ООО «Гидрополимер»	Мозоль Лариса Ивановна
8	Морозова Яна Евгеньевна, Булах Надежда Викторовна	444, УО «Минский государственный колледж технологии и дизайна лёгкой промышленности»	Образ жизни учащихся и его влияние на здоровье	Ювченко Анна Васильевна
9	Басевич Доминика Викторовна, Бурдыко Полина Александровна	2104	British fashion design	Кананович Инесса Николаевна
9	Орешко Кристина Игоревна	2102	Top Universities in the UK	Савченко Татьяна Викторовна

ИТОГИ КОНФЕРЕНЦИИ

14 апреля 2022 года состоялась работа в секциях I-ой Международной научно-теоретической конференции обучающихся «Экономические и социальные аспекты устойчивого развития современного общества».

В рамках конференции работало 9 секций. Всего на 9 секций конференции подана 81 заявка. Исследовательские работы подготовили 112 учащихся. 32 работы подготовили учащиеся приглашенных учреждений образования:

- ЧУ «Электронный колледж имени Жакии Чайжунусова» (Казахстан) (7 работ),
- «Новосибирский торгово-экономический колледж» (Российская Федерация) (3 работы),
- УО «Минский государственный колледж технологий и дизайна легкой промышленности» (5 работ),
- Филиал РИПО «Индустриально-педагогический колледж» (5 работ),
- Филиал БНТУ «Минский государственный машиностроительный колледж» (1 работа),
- Филиал БГЭУ «Новогрудский торгово-экономический колледж» (3 работы),
- Филиал БГЭУ «Минский торговый колледж» (1 работа),
- ЧУО «Минский колледж предпринимательства» (2 работы),
- ЧУО «Колледж бизнеса и права» (2 работы),
- Филиал БНТУ «Минский государственный технологический колледж» (3 работы).

На пленарное заседание жюри секций выдвинуло 4 лучшие работы:

№ секции	Название работы	ФИО автора, учреждение образования	ФИО руководителя
1	Повышение конкурентоспособности предприятия на основе инноваций	Колесников Дмитрий Сергеевич, Резанович Алина Юрьевна, Филиал БНТУ «Минский государственный технологический колледж»	Кравченко Юлия Григорьевна
3	«Разработка бизнес-плана по созданию ООО Страховой брокер «Insurance & Consult»	Мостыка Анна Андреевна, филиал БГЭУ «МФЭК»	Стасевич Снежана Сергеевна
5	Influence-маркетинг. Рекламное продвижение бренда через лидера мнений.	Потапеня Ангелина Валерьевна, Латышева Виктория Николаевна, филиал БГЭУ «МФЭК»	Кисель Елена Георгиевна

№ секции	Название работы	ФИО автора, учреждение образования	ФИО руководителя
6	Удовлетворенность клиентов и ее влияние на деятельность банка	Пархоменко Диана Алексеевна, филиал БГЭУ «МФЭК»	Рассолько Людмила Васильевна

Пленарное заседание, подведение итогов и награждение участников конференции состоялось **15 апреля 2022 года в 13.30** в конференц-зале.

Подробная информация об участниках, занявших 1, 2 и 3 места, размещена на сайте филиала в разделе «Молодежная политика» / Жизнь учащихся / Конференции.

Фотоотчет конференции подготовлен учащимися *Бабенко Алиной Леонидовной, Рабченок Кристиной Валерьевной* (гр.2104), *Поповым Георгием Ростиславовичем* (гр.2102).

По итогам конференции учащиеся были награждены дипломами, сертификатами участника.



