

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НАУКИ**

**79-я НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ
БЕЛОРУССКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

Материалы конференции

Минск, 10–21 мая 2022 г.

В трех частях

Часть 3

Научное электронное издание

МИНСК, БГУ, 2023

**ISBN 978-985-881-456-4 (ч. 3)
ISBN 978-985-881-443-4**

© БГУ, 2023

УДК 082(06)
ББК 9я431

Редакционная коллегия:

В. Г. Сафонов (*гл. ред.*), О. Н. Янковский (*зам. гл. ред.*),
Г. А. Фофанова (*зам. гл. ред.*), А. А. Кухаренко (*отв. секретарь*),
М. Н. Василевич, А. В. Вериго, О. В. Вологина, Д. С. Воробьёв,
Е. А. Головатая, О. И. Губич, И. М. Кимленко, Т. М. Киселева,
Е. И. Климушко, В. С. Козябо, Н. В. Кошелева, Н. В. Кузьмич,
В. И. Малюгин, В. В. Манкевич, А. В. Наумова, Г. В. Пальчик,
С. И. Шатравский, В. И. Шиманский

Рецензенты:

кандидат филологических наук, доцент *О. В. Зуева*;
кандидат экономических наук, доцент *Н. В. Мальцевич*

79-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета [Электронный ресурс] : материалы конф., Минск, 10–21 мая 2022 г. В 3 ч. Ч. 3 / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: В. Г. Сафонов (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2023. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – ISBN 978-985-881-456-4.

В третью часть издания включены доклады студентов и аспирантов исторического, экономического и филологического факультетов, Института бизнеса БГУ, Института теологии БГУ.

Минимальные системные требования:

PC, Pentium 4 или выше; RAM 1 Гб; Windows XP/7/10;
Adobe Acrobat.

Оригинал макет подготовлен в программе Microsoft Word.

В авторской редакции

Ответственный за выпуск *Ю. В. Ситкевич*

Подписано к использованию 15.02.2023. Объем 15 МБ.

Белорусский государственный университет.
Управление редакционно-издательской работы
Пр. Независимости, 4, 220030, Минск.
Телефон: (017) 259-70-70.
e-mail: urir@bsu.by
<http://elib.bsu.by>

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

<i>Аксючыц А. Дз.</i> Спражкі са збораў вучэбнай лабараторыі музейнай справы гістарычнага факультэта БДУ як частка пасавай гарнітуры XIV–XV стст.	17
<i>Артамонов П. Б.</i> «Афганская война»: интерес к проблеме в современном обществе.....	24
<i>Артамонов П. Б.</i> Крестьянский вопрос на страницах газеты «Наша Ніва» во время Первой российской революции	27
<i>Атрохаў Дз. А.</i> Умбонападобная завушніца ранняга жалезнага веку з гарадзішча Рагачова.....	32
<i>Бодрыкаў Я. А.</i> Сацыяльная дапамога бежанцам у 1914–1917 гг. на неакупаванай тэрыторыі беларускіх губерняў ва ўспамінах і дзённіках відавочцаў	36
<i>Будницкий В. А., Чередин Л. В., Якуш Д. А.</i> АИПС «Города Беларуси» как способ популяризации локальной истории Беларуси.....	41
<i>Ван Мэнюань</i> Актуальные проблемы исследования трансграничных этнических групп (на примере хэчжэ (нанайцев))	45
<i>Ван Чунхуа</i> Контакты и обмены через Тайваньский пролив в 1985–1988 гг.	49
<i>Головацкая Д. Д.</i> Первое поколение князей Олельковичей и их роль в политической истории Великого Княжества Литовского на примере Владимира Ольгердовича.....	54
<i>Гудень М. А.</i> Interregnum 1014 г. в Англии	59
<i>Гук В. Б.</i> Архіў Таварыства беларускай школы ў сучасных сховішчах	65
<i>Гулькевич К. В.</i> Государственная политика по увековечиванию памяти Холокоста (1944–1991 гг.).....	68
<i>Дзем’яновіч Д. М.</i> Феномен гістарычнай рэканструкцыі як форма музейнай медыяцыі	74
<i>Даўматовіч К. Дз.</i> Палітычнае развіццё шляхты Вялікага Княства Літоўскага праз пасяджэнні сойма пры Жыгімонце Аўгусте.....	79
<i>Друзенюк О. В.</i> Культовые сооружения старообрядцев БССР в середине 1940-х – середине 1960-х гг.	83

<i>Дубовская В. Н.</i> Кудурру и некоторые вопросы хронологии Вавилонии касситского периода	87
<i>Есис В. А.</i> Переход в потусторонний мир в традиционных представлениях белорусов	92
<i>Завёрткин М. С.</i> Военно-тактический крах полевой армии Януша Радзивилла и его последствия	96
<i>Закрочинский Н. А.</i> Модель поведения английского рыцарства по данным Фруассара	102
<i>Кізі́н Д. А.</i> Праблема лакалізацыі сярэднявечнай Літвы ў гістарыяграфіі і розныя значэнні тэрміна «Літва»	106
<i>Колас Р. А.</i> Асноўныя перадумовы фарміравання беларускай нацыі ў XIX стагоддзі	110
<i>Колосовская М. В.</i> Белорусы-переселенцы в Туркестанском генерал-губернаторстве (Семиреченская и Сыр-Дарьинская области) во второй половине XIX в.	114
<i>Кудренко Т. А.</i> К вопросу о влиянии традиций белорусской готики на архитектуру неоготики	119
<i>Леликова А. Е.</i> Христианская символика в гравюрах Нюрнбергской хроники	124
<i>Любая К. А.</i> Візуальная рэпрэзентацыя роду Завішаў у музейных фондах Мінска і Коўна	127
<i>Лютаревич И. В.</i> Концепция создания и внедрения архива электронных документов в Национальном архиве США в конце XX – начале XXI в.	131
<i>Макеев И. А.</i> Деятельность и программа Союза русского народа во время Первой русской революции	137
<i>Милушкина Е. С.</i> Взгляд Папы Франциска на католическо-исламский диалог в свете энциклики Fratelli tutti	141
<i>Мурашка В. Г.</i> Мемарыялізацыя гісторыка-культурнай спадчыны паўстання 1863–1864 гг. на Берасцейшчыне	145
<i>Мядзведзева А. А.</i> Калектывізацыя заходніх абласцей БССР у 1944–1953 гг. па архіўных матэрыялах Маладзечанскай вобласці	150
<i>Настусевич В. И.</i> Положение католической церкви в Испании в период Второй Республики (1931–1936)	155
<i>Пясецкий Д. В.</i> Виленский привилей великого князя литовского Александра от 6 августа 1492 г. как начало нового этапа в законодательстве Великого Княжества Литовского	160
<i>Пецюкевіч Т. У.</i> Фарміраванне «новага быту» ў БССР у перыяд НЭПа (па матэрыялах газеты «Звязда»)	168

<i>Поддевалина Я. А.</i> Качество систем электронного документооборота: трактовка понятия и требования	172
<i>Посредников О. А.</i> Организация системы классификации управленческих документов в СССР и БССР в 1960–1980-е гг., как основа построения системы классификации управленческих документов в Республике Беларусь	176
<i>Ромашов В. С.</i> Организация медицинского обслуживания в Полоцко–Лепельской партизанской зоне в годы Великой Отечественной войны.....	181
<i>Русін А. Дз.</i> Сацыяльная мабільнасць сельскага насельніцтва БССР ва ўмовах калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР (на прыкладзе сацыяльнай групы кулакоў)	185
<i>Саковец Я. С.</i> Политика по сохранению памяти о Великой Отечественной войне в Республике Беларусь	189
<i>Селях А. А.</i> Дзяўчына ў сацыяльнай структуры заходнепалескай традыцыйнай вёскі.....	193
<i>Семіжон М. П.</i> Крамянёвы інвентар помнікаў жалезнага веку на тэрыторыі Беларусі: праблемы і перспектывы вывучэння	197
<i>Сидорович Я. Д.</i> Черная чума в Европе в 1347–1353-х гг.: распространение, итоги и последствия	200
<i>Степанов Н. А.</i> Репрессивная политика ссылок царского правительства в отношении участников восстания 1863–64 годов на территории Беларуси.....	205
<i>Сямёнаў М. А.</i> Уклад ордэна базыльян у развіццё культуры Вялікага Княства Літоўскага ў XVII ст.	209
<i>Трояновская Д. К.</i> «Антаподосис» Лиутпранда Кремонского как исторический источник.....	214
<i>Чередин Л. В.</i> Архив рода Сапег в отечественной и зарубежной историографии	218
<i>Шалькевич В. Д.</i> Перформативное искусство как феномен позднесоветского общества	223
<i>Шатило В. Д.</i> Официальные страницы органов управления архивным делом Беларуси и зарубежных стран в социальных сетях	227
<i>Golubev D. A.</i> General aspects and differences between the policy of the Holocaust in Eastern and Western areas of Belarus during the WWII	231
<i>Kalasouskaya M. V.</i> The Shchorsy estate of the Khreptovich family as a place to preserve the historical memory of the belarusian people	234
<i>Metla S. A.</i> Transformation of the image of Soviet–British relations in the publications of the British ally weekly (1942–1950)	239

<i>Tseliak A. A. The orthodox church in Western Belarus (1919–1939).....</i>	<i>245</i>

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

<i>Аляксеенка Я. А. Нацыянальнае мінулае ў аповесці Янкі Брыля «Золак, убачаны здалёк»</i>	<i>250</i>
<i>Бабков Д. В. «Индийский цикл» Маргерит Дюрас как постмедиаальный эксперимент</i>	<i>255</i>
<i>Бірукова А. В. Антрапанімікон казак С. Давідовіча: структура- семантычны аспект</i>	<i>259</i>
<i>Баравага А. Д. Фразеалагізмы з каларонімамі белы, чорны, шэры ў беларускай мове: этналінгвістычны аспект</i>	<i>263</i>
<i>Воробей М. А. Континуанты греческих и латинских лексем в английской и русской терминологии политики и права: типы межъязыковых семантических различий</i>	<i>268</i>
<i>Воробьева Д. С. Соотношение глагольных форм в текстах русской духовной прозы первой трети XIX века.....</i>	<i>272</i>
<i>Гун Синъи Синтаксические функции инфинитива в рассказе И. А. Бунина «Господин из Сан-Франциско».....</i>	<i>276</i>
<i>Данилова Д. Д. Словарный состав англоязычных публицистических текстов.....</i>	<i>280</i>
<i>Дасько С. В. Репрезентация войны ребенком-нарратором в романе А. Курумы «Аллах не обязан»</i>	<i>284</i>
<i>Ермакович Е. Е. Способы перевода аббревиатур в немецком молодежном сленге</i>	<i>288</i>
<i>Зданович А. Н. теоретические вопросы исследования модальности в англоязычном публицистическом дискурсе</i>	<i>292</i>
<i>Кекелева М. У. Моўныя асаблівасці чэшскай інтэрнэт-камунікацыі</i>	<i>296</i>
<i>Комлева Я. А. Отражение стилистических особенностей творческого метода Гэ Ляна на примере рассказа «阿霞» («А-ся»)</i>	<i>300</i>
<i>Костырина Н. С. Организация нарратива в романе Ж. Грака «Побережье Сирта»</i>	<i>304</i>
<i>Лозовский К. Д., Логин С. В. С. П. Шевырев и его опыты с силлабикой при переводе «Божественной комедии».....</i>	<i>308</i>
<i>Лукьянова Д. М. Мифопоэтика романов М. Турнье «Лесной царь» и «Метеоры».....</i>	<i>312</i>

<i>Малашкова Д. Н.</i> Переводческий аспект интернационализмов в публицистическом тексте	316
<i>Молитвик А. Г.</i> Жестокость и назидательность в русской поэзии для детей	320
<i>Наумёнок И. В.</i> Лингвистические особенности публицистических заголовков (на материале новостных сообщений Fox News)	324
<i>Плиско Ю. А.</i> Лингвостилистические особенности перевода текстов компьютерных игр	328
<i>Сагирова И. С.</i> Структурно-семантический анализ белорусских загадок (на материале записей Смолевичского района).....	332
<i>Сакович О. В.</i> Реализация стратегии презентации собеседника в портретном интервью (на материале современных англоязычных СМИ)	336
<i>Сероокая А. А.</i> Культурологический аспект изучения произведений русской литературы (на примере повести Н. В. Гоголя «Вий»).....	340
<i>Сіняк А. В.</i> Логіка-семантычныя асновы гумару (на матэрыяле зборніка жартаў «Φιλόγελως»)	344
<i>Снежко А. В.</i> Человек сквозь призму фразеологизмов с компонентом-колоративом в китайском и белорусском языках	348
<i>Сняжко К. М.</i> Беларуская жаночая літаратура: творчасць для дзяцей.....	351
<i>Тумашевич М. М.</i> Пополнение глагольного лексикона современного английского языка путем заимствования.....	355
<i>Шатухина М. И.</i> Фразеосемантическое поле денег: анализ перспективности лингвокогнитивного исследования	359
<i>Шаховіч Л. У.</i> Увасабленне феномена багавання ў рамане Катаржыны Тучкавай «Жыткаўскія багіні».....	363
<i>Шлемен Ю. А.</i> Рэцэпцыя цыкла К. Томана «Месяцы» ў паэтычным зборніку Я. Сэйферта «Вясна, бывай».....	367

ГУО «ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»

<i>Аксентьева Д. К. , Шуневич В. И.</i> Сравнительный анализ потенциала транспортной логистики Беларуси и Европейского Союза	371
<i>Андрюшова И. О.</i> Мотивы выбора студентами языка обучения	375
<i>Атрошкова И. М.</i> Правовые вопросы криптовалютного регулирования	378

<i>Баталов В. А., Вакулич Е. В. Концепция Smart City как направление информатизации цепей поставок</i>	<i>383</i>
<i>Белоокий В. В. Анализ возможностей применения экзоскелетов в складской логистике</i>	<i>387</i>
<i>Вавуло В. В. , Солодухо М. С. Математическое моделирование формирования инвестиционного портфеля</i>	<i>391</i>
<i>Вавуло В. В. , Солодухо М. С. Особенности и перспективы технологии EveryTag для защиты конфиденциальных документов</i>	<i>395</i>
<i>Вавуло В. В. , Солодухо М. С. Исследование взаимосвязи эмоционального интеллекта и успешности учебной деятельности студентов</i>	<i>399</i>
<i>Горошко А. С., Черношей Ю. Ю., Пантюхова М. М. Продвижение территориального бренда на примере Беловежской пуши</i>	<i>403</i>
<i>Григянец К. А., Сойко Ю. П. Разработка информационной системы для интернет-магазина «Modelland»</i>	<i>407</i>
<i>Гулис А. А., Бондаревич Н. С. Показатели эффективности качества сервиса интернет-магазина</i>	<i>412</i>
<i>Дедуль Е. В. Проблемы молодежной безработицы в Республике Беларусь</i>	<i>417</i>
<i>Ерёмушкина А. В. Монетарный фактор в инфляции в Республике Беларусь</i>	<i>420</i>
<i>Жолнерчик Е. А. Использование цифровых инструментов в кастомизации</i>	<i>424</i>
<i>Журавлева О. С., Зубович Д. А. Развитие гибких навыков сотрудников с использованием технологии виртуальной реальности</i>	<i>428</i>
<i>Капур А. С., Митрахович А. А. Взаимосвязь атрибутивного стиля объяснения жизненных событий и академической успеваемости студентов</i>	<i>432</i>
<i>Карнович В. В. Телематика как инструмент повышения безопасности автомобильных перевозок</i>	<i>436</i>
<i>Качан А. Н., Гриневич А. В. Интернет-платформы как способ реализации бизнес-идей</i>	<i>440</i>
<i>Кравцевич Ю. Е. Прогнозирование маятниковой миграции городов-спутников Минской агломерации</i>	<i>445</i>
<i>Круглик В. Д., Свидуневич А. Д. Продвижение ОАО «Галантэя» с помощью социальной сети «ВКонтакте»</i>	<i>450</i>
<i>Кулага А. В. Маркетинговые возможности искусственного интеллекта</i>	<i>454</i>

<i>Кулеш А. С.</i> Проектирование и разработка системы учета информации о курсах повышения	
<i>Лис В. Ю., Боровко А. А.</i> Квалификации в организации	458
газлайтинг в трудовом коллективе	462
<i>Лосева А. Н.</i> Совершенствование теоретико-методологических основ анализа функционирования современного рынка рабочей силы	466
<i>Мамаева Я. И.</i> Разработка информационной системы компании по оказанию туристических услуг	470
<i>Мамаева Ю. И., Мошковский А. В.</i> Методы продвижения web-сайта в интернете	474
<i>Матросова–Устинович К. Д.</i> Исследование влияния эмоциональной составляющей на принятие управленческих решений	477
<i>Михаловский А. С., Зинченко М. С., Ракович Е. В.</i> Актуальные инструменты оценки soft skills в IT-сфере.....	481
<i>Ненартович А. Э.</i> Проблемы омниканального маркетинга в эпоху цифровизации.....	485
<i>Пешкур И. В.</i> Использование альтернативных вариантов платежных систем в современной экономике	489
<i>Пойта А. И., Максимова В. С.</i> Пенсионное страхование в Республике Беларусь: состояние и перспективы развития	493
<i>Пойта А. И., Сущеня В. А.</i> Регулирование национальным банком Республики Беларусь финансовой устойчивости банковской системы	497
<i>Расолько Е. С., Соболевский А. В.</i> Построение регрессионной модели для оценивания размера арендной платы за использование сервера в Республике Беларусь	500
<i>Лисица И. Н., Соболевский А. В.</i> Разработка информационной системы по аренде кальянов.....	506
<i>Казак Т. А., Спирина Е. В.</i> Интернет как средство маркетинга	510
<i>Ушакова Ю. А.</i> Современные подходы к осуществлению маркетинговой политики (на примере ОАО «СтатусБанк»).....	515
<i>Хомко П. С., Семашко А. А.</i> Роль блогеров в бизнесе предприятий	519
<i>Цзян Чжаоянь</i> Решение задачи сетевого планирования с ограничением по количеству работников.....	524
<i>Юшковский Е. И.</i> Актуальные аспекты в формировании себестоимости продукции в компаниях нефтеперерабатывающей отрасли Республики Беларусь.....	532

<i>Baranovski E. E., Sutkin N. A. Consequences of the global shortage of semiconductors in the automotive industry</i>	<i>537</i>
<i>Korotchenko M. A. Memory. information storage techniques for simplifying work</i>	<i>541</i>
<i>Korotytsin N., Pisarchik A. Accessibility of business for people with disabilities in the Republic of Belarus.....</i>	<i>545</i>
<i>Kovalchuk D. M. Main business growth strategies for tech companies</i>	<i>549</i>
<i>Liubich D. M., Pismennaya D. P. The impact of cognitive biases on SB BSU students' judgements and decisions</i>	<i>553</i>
<i>Voyushina E. A. Tools and technologies for companies' promotion in social networks</i>	<i>557</i>

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

<i>Алисейко М. А., Рутковская В. В. Циркулярная экономика и институты ее развития в Республике Беларусь</i>	<i>560</i>
<i>Алисиевич Е. Д. Анализ функционирования фондового рынка Республики Беларусь.....</i>	<i>564</i>
<i>Арисов А. В. Совершенствование маркетинговой деятельности как фактор повышения эффективности деятельности предприятия</i>	<i>568</i>
<i>Астрейко П. Д., Зеленская Т. Ю. Критерии выбора системы управления контентом.....</i>	<i>572</i>
<i>Астрейко Т. С. Гендерный анализ трудоспособного населения Республики Беларусь.....</i>	<i>576</i>
<i>Астрейко Т. С. Особенности мотивации труда молодых специалистов.....</i>	<i>579</i>
<i>Астрейко Т. С. Теоретическое исследование методов и инструментов управления трудовыми ресурсами</i>	<i>583</i>
<i>Богодель Е. А. Эффективность использования VR/AR-технологии как метод геймификации образования</i>	<i>587</i>
<i>Буданчикова Д. Ю. Нечетко-множественный подход в управлении предприятием на примере СОАО «Коммунарка».....</i>	<i>591</i>
<i>Ван Лан Принципы и качественные характеристики банковской системы, обеспечивающие ее устойчивое развитие</i>	<i>596</i>
<i>Ван Суюй Теоретические подходы к определению прибыли как основного финансового показателя деятельности организации</i>	<i>600</i>

<i>Васильцов В. А.</i> Трансформация процесса связи с общественностью под влиянием цифровизации	605
<i>Вилкова Е. С.</i> Российский опыт развития паевых инвестиционных фондов.....	609
<i>Вильдт Е. Ю.</i> Конкурентоспособность компании: оценка уровня и обоснование направлений ее развития (на примере ЧТУП «Вильдт»)	613
<i>Виноградов Н. С.</i> Анализ количественных показателей конкурентоспособности ЗАО «МТБанк»	617
<i>Войтович К. Г.</i> Инновационные методы управления персоналом в сфере информационных технологий	621
<i>Горбач В. И.</i> Японская система менеджмента: сущность, позитивный опыт и возможность использования в Республике Беларусь	624
<i>Горошевич Е. И.</i> Экономические аспекты безопасности интеграционного объединения.....	628
<i>Гречко В. А.</i> Анализ предпосылок к разработке концепции цифровой валюты центрального банка в Республике Беларусь	631
<i>Гриц М. С.</i> Разработка модели оценки банковских рисков и направления их оптимизации.....	634
<i>Данилова Д. Д., Собалевская Д. Н.</i> Микроэкономический анализ инновационного товара на рынке (на примере компании JET).....	641
<i>Дашук Д. И.</i> Влияние научно-технического прогресса на экономический рост.....	645
<i>Делендик А. Д.</i> Проблемы формирования прибыли предприятия в сфере производства калийных удобрений	649
<i>Ермак В. Д.</i> Моделирование влияния человеческого капитала и технологий на экономический рост.....	653
<i>Ефименко И. В.</i> Зарубежный опыт организации операций банков с платежными картами в современных условиях ведения бизнеса	657
<i>Жоголь Е. Ю.</i> Новые индустриальные страны: модели развития и участие в международном разделении труда	661
<i>Иваненко А. А.</i> Формирование ресурсной базы банка: состояние и направления увеличения.....	665
<i>Канаиш А. В., Мезина А. С.</i> Цифровая трансформация как инструмент повышения эффективности образования.....	671
<i>Карзей Я. А., Сень А. А.</i> Оценка удовлетворенности клиентов ОАО «Молочный мир»	675

<i>Карзей Я. А.</i> Совершенствование бизнес-процессов организации на примере УП «Минское отделение Белорусской железной дороги» рефрижераторное вагонное депо Молодечно.....	679
<i>Карп А. В., Вашков И. Г.</i> Зарубежный опыт страхования банковских вкладов.....	683
<i>Колпак А. С.</i> Республика Беларусь в Евразийском экономическом союзе: эффекты интеграции	687
<i>Королева А. А.</i> Экономический рост и экология: анализ взаимовлияния	691
<i>Кравчук Д. В.</i> Автоматизация расчета стоимости платных услуг на базе SAP HANA	697
<i>Кривошеева Е. А., Сальников Д. В.</i> Тенденции развития рынка FoodTech	701
<i>Крук В. С.</i> Экономическая теория прав собственности Дж. Стиглера и Р.Коуза	705
<i>Куделко В. С.</i> Влияние релокации сотрудников на качество человеческого капитала страны	710
<i>Кульбеда Ю. Н.</i> Налог на профессиональный доход в сфере малого бизнеса: элементы налогообложения и порядок исчисления.....	714
<i>Курец С. Ю.</i> Анализ и прогнозирование цен на рынке недвижимости в Пекине.....	718
<i>Леонovich И. Д.</i> Финансовое состояние белорусских организаций: законодательные основы и показатели анализа	722
<i>Лободенко В. Ю.</i> Финансовый рынок в контексте современных вызовов.....	726
<i>Лоскутова К. С.</i> Пути повышения эффективности деятельности банка на примере ОАО «Банк Дабрабыт».....	730
<i>Макаревич В. А.</i> Дополнение метода моделирования угроз, основанного на шаблоне	734
<i>Малюгина В. Е.</i> Проблемы и особенности функционирования банков Беларуси.....	737
<i>Матусевич М. А.</i> Лекарство от депрессии: информационные продукты и поведенческие механизмы как фактор конкуренции в электронной коммерции.....	741
<i>Мурзинков В. В.</i> Венчурное финансирование и его значение в построении инновационной экономики	744
<i>Нарыжная Т. О., Данилова Д. Д.</i> Анализ IoT-технологий и платформ и их влияние на цифровую трансформацию.....	747

<i>Парфёнов И. В.</i> Влияние IT-отрасли на рост национальной экономики.....	751
<i>Печенин М. Г., Герасимчик Т. В.</i> Способы оценки экономической безопасности государства как макроэкономического субъекта (на примере Республики Беларусь).....	754
<i>Постник Д. А.</i> Анализ предпринимательского потенциала студентов БГУ	758
<i>Романчук Д. И.</i> Разработка стратегии работы дома культуры в социальных сетях.....	763
<i>Рылко Р. С.</i> Эволюция денег	766
<i>Сень А. А.</i> Пути повышения конкурентоспособности организации (на примере ОАО «Санаторий «Ружанский»)	769
<i>Серая И. Н.</i> Анализ и прогнозирование экономического роста в Республике Беларусь	773
<i>Сисаури Д. И., Остапенко В. А.</i> Анализ динамики показателей социально-экономического развития Республики Беларусь	777
<i>Сошникова Е. В.</i> Проблематика импортозамещения программного обеспечения в современных условиях	781
<i>Субоч В. К.</i> Исследование макроэкономической производственной функции Германии	784
<i>Таццкий А. А.</i> Теория паритета покупательной способности валют в современной экономике	789
<i>Тенякова В. А.</i> Направления улучшения финансового состояния предприятия: теория и практика	794
<i>Теплякова А. П., Ошурек Е. А.</i> Проектирование образовательной платформы в условиях дистанционного обучения	797
<i>Терещенко К. Д.</i> Dropshipping как современная форма организации предпринимательской деятельности	801
<i>Толкачев И. И.</i> Активные операции банка и направления повышения их эффективности	804
<i>Томуть Д. А.</i> Логистика складирования: анализ экономической эффективности	808
<i>Федорова Н. С.</i> Модель человека в поведенческой экономике и ее использование в белорусских торговых сетях.....	812
<i>Филич А. Р., Мисуно Д. А.</i> Применение технологий Data Mining в бизнес-аналитике	816
<i>Храмцов Д. К., Пенкрат Е. А.</i> Поведенческая экономика: история создания и развития направления.	
Перспективы поведенческой экономики в Республики Беларусь	820

<i>Хомбак Е. И.</i> Анализ влияния внешнеэкономической деятельности на экономический рост стран Евразийского экономического союза.....	824
<i>Цзян Юе</i> Применение австрийских технологий для конкурентоспособной деятельности на белорусском банковском рынке на примере «Приорбанк» ОАО.....	829
<i>Чергейко И. С.</i> Анализ эффективности банков Беларуси по методике DEA сравнительного анализа конкурентов и рейтинга.....	833
<i>Чжан Фань</i> Применение методики оценки рыночной стоимости ОАО «Белагропромбанк» методом дисконтированных денежных потоков.....	837
<i>Чуняк Е. С.</i> Управление взаимодействием с посетителями культурных учреждений методом арт-медиации.....	842
<i>Чэнь Чжитун</i> Анализ и оценка стратегии развития предприятия малого бизнеса на примере ООО «ЖУИ МАОИ»	846
<i>Шерматов З. Ш.</i> Стратегия разработки и вывода новых высокотехнологичных продуктов на рынок	851
<i>Шидловская С. С.</i> Стратегия формирования двустороннего рынка: анализ потенциального спроса	856
<i>Шимонович Л. В.</i> Партиципаторность как метод управления взаимодействием с посетителями музеев оценка инвестиционной политики организации	860
<i>Юйсинь Чжао</i> Оценка инвестиционной политики организации.....	863
<i>Якуш Е. В., Саковец А. С.</i> Аспекты цифровой культуры в различных сферах деятельности человека	867
<i>Янковская П. С.</i> Рост мобильных приложений в области медицины и общественного здоровья.....	871
<i>Ярошенко К. С.</i> Повышение эффективности кредитной деятельности банка.....	874
<i>Bykava K. E.</i> Analysing the competitive environment of an enterprise as a basis of a competitive strategy formation.....	878
<i>Chen Wenqi</i> Development of financial strategy for Huawei.....	882
<i>Dai Yichen</i> Improving the concept of forming the circular economy model (China as an example).....	885
<i>Gao Xiang</i> Developing business-expansion strategy of China construction industry to Africa and Asia region	888
<i>Krivolap I. A.</i> The economics of unlimited accumulation	892

<i>Liu Haitao</i> Strategies for promoting Chinese movies on American market	895
<i>Nie Lifang</i> Development of a strategy for an enterprise to enter the foreign market.....	901
<i>Saiko A.</i> Risk management in software development	904
<i>Salnikau D. V., Shelemetev K. S.</i> Analysis of the quality and standard of living.....	908
<i>Song Zhengyi</i> Development of modern communication campaigns and formation of omnichannel communication campaigns	912
<i>Sun Jiayi</i> Recaearch on the effect of digital economy level on green economy efficiency.....	916
<i>Han Chongyang</i> Analysis and improvement of the employee motivation in China.....	920
<i>Taitski A. A.</i> The theory of purchasing power parity: causes of currency underestimation.....	924
<i>Tian Yuan</i> Development of scientific and research activities under the circular economy in China.....	927
<i>Wang yunyun</i> Analysis of human resources management in community hospitals in China	930
<i>Xia Han</i> Strategy for the University Entrepreneurship's development (by example of Guangdong College of commerce)	934
<i>Xu Yajiao</i> Cross- border e-commerce development on green supply chains.....	937
<i>Xu Zongfu</i> The influence of the pandenmic at the development of the digital economy	941
<i>Yan Wenlei</i> Improving the mechanism of investment in alternative energy (China as an example)	945
<i>Yao Lan</i> Credit decision making for small and medium enterprises based on interplayed theory	950
<i>Yu ZiQing</i> Empirical analysis of employment in China during Covid-19.....	954
<i>Yanchevsky A. A.</i> Methods of measuring advertising effectiveness.....	958
<i>Zhang Kailin</i> Human resource management and enterprise cohesion in the Chinese economy.....	961

ГУО «ИНСТИТУТ ТЕОЛОГИИ ИМЕНИ СВЯТЫХ МЕФЕДИЯ И
КИРИЛЛА»

<i>Лавренчик Д. Ю.</i> Богословие Льва Толстого	965
<i>Тимофеева В. Ю.</i> Женщина в христианстве	974
<i>Ткачева Е. В.</i> Хоровые циклы «Литургия св. Иоанна Златоуста» и «Всенощное бдение» С. В. Рахманинова: жанровая специфика	978
<i>Шкут М. М.</i> Христианские мотивы в японской литературе новейшего времени на примере творчества Акутагавы Рюноскэ	983
<i>Шпаков А. Г.</i> Мессианские места книги Исход в экзегезе Отцов Церкви	988

ИСТОРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

СПРАЖКІ СА ЗБОРАЎ ВУЧЭБНАЙ ЛАБАРАТОРЫІ МУЗЕЙНАЙ СПРАВЫ ГІСТАРЫЧНАГА ФАКУЛЬТЭТА БДУ ЯК ЧАСТКА ПАСАВАЙ ГАРНІТУРЫ XIV–XV СТСТ.

А. Дз. Аксючыц

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

his.aksyuchiOD@bsu.by;

навуц. кір. – П. С. Курловіч, канд. гіст.наук, дац.

У артыкуле разглядаюцца спражкі пасавай гарнітуры часоў Вялікага Княства Літоўскага (XIV–XV стст.), Аналізуецца калекцыя, якая захоўваецца ў зборах вучэбнай лабараторыі музейнай справы гістарычнага факультэта БДУ. На падставе ўласных распрацовак і прац папярэднікаў прапануецца іх класіфікацыя, марфалогія і датыроўка.

Ключавыя словы: спражкі; XIV–XV стст.; пасавае гарнітура.

Спражка як частка пасавай гарнітуры існавала яшчэ з часоў жалезнага веку. Аб гэтым сведчаць розныя знаходкі, якія былі апісаны ў працы П. М. Кенька «Поясная гарнитура на территории Беларуси (I–XIII вв.)» [5]. Пры гэтым у яго працы не закраналіся спражкі XIV–XV стст. Спражкі на гэты перыяд разглядаліся ў асобных працах па археалагічных помніках такіх аўтараў як: А. В. Квяткоўская, [4, с. 120], М. В. Клімаў [8, с.159; 6, с. 108], В. М. Ляўко [9, с. 386]. У замежнай літаратуры можна вызначыць такія працы як «Buckles 1250–1800» [12], «Ювелирные изделия древнего Новгорода» [10, с. 144]. Літоўскі даследчык Свецікас Яўгеніус, які даследваў могільнікі перыяду Грунвальдскай бітвы, таксама закранаў спражкі цікавага нас перыяду [11].

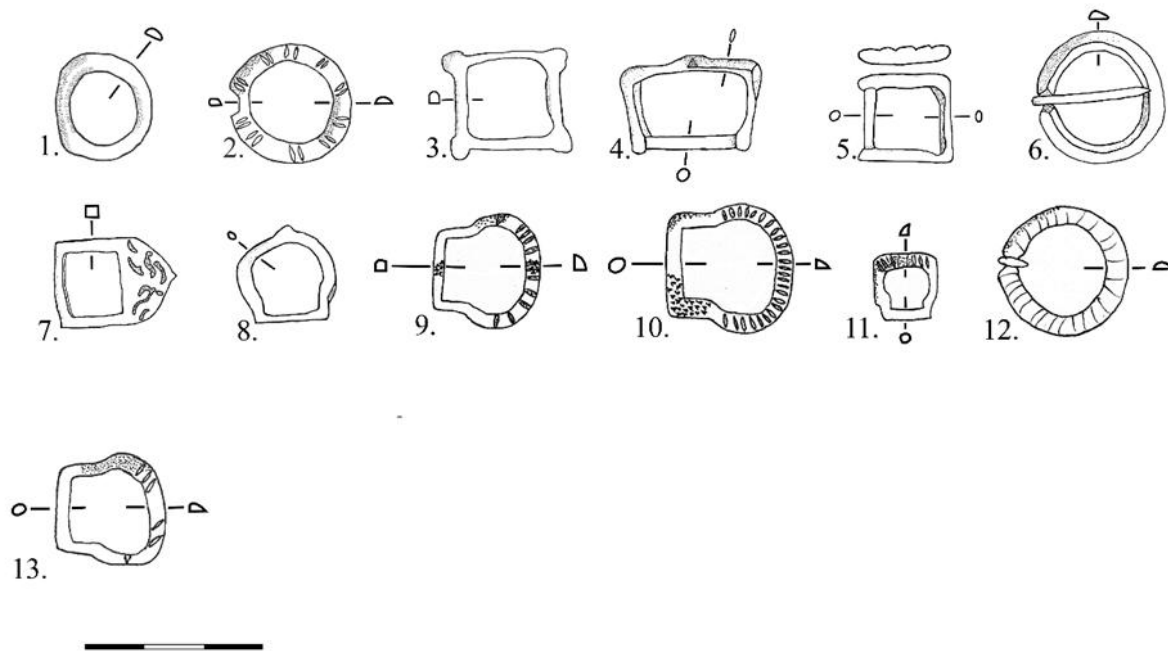
Спражкі, якія былі даследаваны аўтарам, былі ўзяты са збораў вучэбнай лабараторыі музейнай справы гістарычнага факультэта БДУ. Паходжанне спражак выпадковае, таму дакладнае датаванне і месца іх знаходкі вызначыць не магчыма. Асноўным метадам у даследаванні спражак будзе пошук аналагаў у айчынай археалогіі і на тэрыторыі суседніх краін. Таксама спражкі будуць падзяляцца па тыпалогіі, якая выдзяляецца па форме рамкі вырабаў.

Усяго было разгледжана трынаццаць спражак, якія паходзяць з розных рэгіёнаў Беларусі. Сярод іх маюцца чатыры ліравідныя спражкі, тры прамакутныя, тры колавыя і адна D – падобная. Прысутнічае адзін асобнік, які мае агульныя характарыстыкі як з ліравіднай, так і прамакутнай спражкай.

ЛІРАВІДНЫЯ СПРАЖКІ

Ліравідныя спражкі былі найбольш пашыраны ў папярэдні перыяд [5, с. 33]. Спражка па форме нагадвае ліру, таму і названа ліравіднай.

Першая мае невядомае паходжанне (Мал. 1: № 9; табл.: №1). Спражка пакрыта зялёнай пацінай, на рамцы маецца арнамент у выглядзе рысак. Бачны сляды жалезнай карозіі на месцы мацавання іголки. Сячэнне спражкі на рамцы прамакутнае з плаўным скосам. На месцы мацавання абойміцы прамакутнае.



Спражкі з фондаў вучэбнай лабараторыі музейнай справы БДУ (малюнак аўтара)

Наступны асобнік паходзіць з в. Збочна Слонімскага раёна (Мал. 1: № 10; табл.: №2). Спражка пакрыта зялёнай пацінай, са слядамі жалезнай карозіі на месцы мацавання абойміцы. На рамцы маецца арнамент у выглядзе рысак. Сячэнне спражкі на месцы рамкі прамакутнае з плаўным скосам. На месцы абойміцы сячэнне колавае.

Яшчэ адзін асобнік, у якога не вызначана месца паходжання (Мал. 1: №13; табл.: №3), дэфармаваны, пакрыты зялёнай пацінай. Мае рэдкі арнамент у выглядзе рысак, які з-за паціны амаль не бачна. У сячэнні спражка на рамцы кроплепадобная, на месцы мацавання абойміцы колавая.

Ліравідная спражка з Магілёўскага раёна (Мал. 1: №8; табл.: №4). Пакрыта зялёнай пацінай, дэфармавана. У сячэнні авальная. Іголка адсутнічае. Канец спражкі выцягнуты.

Датаваць гэтыя спражкі можна на перыяд XIV–XV стст. Аналагі маюцца ў Літве, якія былі знойдзены ў з г. Румшышкі і датуюцца на XV ст. [11, с. 66]. На тэрыторыі Беларусі такія спражкі былі знойдзены археолагам М. В. Клімавым на помніку Селішча – 2, дзе датуюцца на XIII–XV стст. [7, с. 304]. Усе асобнікі ліравідных спражак былі выраблены па тэхналогіі ліцця з бронзы. Некаторыя з іх маюць упрыгожванне ў выглядзе рысак. Ліравідныя спражкі спрашчаюцца у адрозненні ад аналагічных вырабаў папярэдняга перыяду [6, с. 156]. Але пры гэтым працягваюць ужывацца і ў XIV–XV стст.

ПРАМАКУТНЫЯ СПРАЖКІ

Прамакутныя спражкі маглі мець прамакутную ці трапецыявідную форму.

Першы асобнік мае выгляд трапецыі, паходзіць з паходзіць з Магілёўскага раёну (*Мал. 1: № 4; табл.: № 5*). Спражка па форме ўяўляе сабой прамакутную трапецыю. Маецца паз, куды кладзецца язычок. Пакрыта пацінай, маюцца трэшчыны па баках. Сячэнне рамкі, дзе мацуецца язычок, колавае, у астатніх частках авальнае. Аналагі гэтай спражцы маюцца ў Літве з в. Крумініяй, якія датуюцца на XIV–XV стст. [11, с.79].

Другі асобнік паходзіць з Магілёўскага раёну (*Мал. 1: № 5; табл.: № 6*). Спражка па форме прамакутная, бакавыя часткі маюць авальныя зубцы. Пакрыта зялёнай пацінай. Сячэнне рамкі, дзе мацуецца іголка, колавае, астатняе прамакутнае. Іголка адсутнічае. На жаль, аналагаў гэтай спражцы не было знойдзена, але пры гэтым такіх спражак на больш ранні перыяд таксама не маецца. Таму датаванне гэтай спражкі даволі шырокае – з XIV–XVIII стст.

Трэці асобнік паходзіць з Магілёўскага раёна (*Мал. 1: № 7; табл.: № 7*). Спражка па форме прамакутная, мае аднакутнае звужэнне, на якім знаходзіцца арнамент з рэшткамі белага металу. Сячэнне рамкі прамакутнае, іголка адсутнічае. Аналагі гэтых спражак таксама не былі знойдзены, таму не магчыма вызначыць датыроўку. Узор, які маецца на спражцы, кажа аб тым, што спражка можа быць старажытнаруускага перыяду. Але пры гэтым яна можа датавацца і XIII–XIV стст.

Чацвёрты асобнік паходзіць з Магілёўскага раёну (*Мал. 1: №3, табл.: № 8*). Спражка па форме прамакутная, маюцца выпукласці па кутах спражкі. Іголка адсутнічае. Сячэнне рамкі прамакутнае, з авальным звужэннем на пярэдняй частцы. Аналагі гэтай спражкі маюцца ў Літве ў г. Жулкус, дзе датуюцца XV ст. [11, с. 22].

КОЛАВЫЯ СПРАЖКІ

Колавые спражкі маюць форму кола, язычок і арнаментцыю.

Першы асобнік паходзіць з Магілёўскага раёну (*Мал.* 1: № 2; табл.: № 9). Спражка пакрыта зялёнай пацінай. Упрыгожаная рысамі на рамцы. Іголка адсутнічае, маецца паз для яе мацавання. Сячэнне рамкі кроплепадобнае, маюцца скосы ўсярэдзіну і звонку.

Асобнік з в. Іванькова Віцебскі раён (*Мал.* 1: № 12; табл.: № 10). Спражка колавая, пакрыта пацінай. Маецца узор у выглядзе невялічкіх бугаркоў. Сячэнне спражкі кроплепадобнае, маюцца адсекі для мацавання іголки. Захаваўся кавалак іголки, у дрэнным стане.

Трэці асобнік паходзіць з Магілёўскага раёну (*Мал.* 1: № 6; табл.: № 11). Спражка пакрыта зялёнай пацінай. Іголка захавалася, маецца паз для яго мацавання. Сячэнне рамкі кроплепадобнае. Бачна грань зверху, маецца скос усярэдзіну і звонку.

Такія спражкі былі пашыраны па ўсёй Еўропе, аб гэтым сведчаць знаходкі з Брытаніі, якія датуюцца 1250–1450 гг. [12, с. 14]. Таксама былі знойдзены і ў Літве з помніку Абеяй і г. Паланге, дзе датуюцца XV ст. [11, с. 76; 25, с. 22]. На тэрыторыі Беларусі такія спражкі былі выяўлены ў пахаваннях у Новым Болецку, і датуюцца XIV–XV стст. [1, с. 136] Таксама былі знойдзены і пад час раскопак М. В. Клімава Лучна–2. Тут была выяўлена колавая спражка, але пры гэтым яна датуецца XVI–XVII стст. [7, с. 304]. Такім чынам, можна зрабіць высновы, што спражкі падобнага тыпу бытавалі на тэрыторыі Беларусі, хоць і ў навуковых працах такіх асобнікаў не шмат, і датуюцца яны у шырокіх рамках датавання. Але пры гэтым сярод іх даволі шмат выпадковых знаходак.

D – ПАДОБНЫЯ СПРАЖКІ

Адзіны асобнік D – падобных спражак паходзіць з в. Мерчыцы Пінскага раёна (*Мал.* 1: № 6; табл.: № 12). Спражка пакрыта зялёнай пацінай, маюцца вялікія пашкоджанні ад карозіі. Іголка адсутнічае. Сячэнне рамкі кроплепадобнае, маюцца скосы ўсярэдзіну і звонку. Аналагі гэтых спражак маюцца ў Літве ў г. Румшышкі, якія датуюцца XIV–XV стст. [11, с. 53]. У Беларусі такая спражка была знойдзена М. В. Клімавым пад час раскопак Лучна–1, датуецца на XV–XVI стст. [8, с. 149].

АСОБНЫ ТЫП

Месца паходжання гэтай спражкі (Мал. 1: № 11; табл.: № 13) невядома. Яе форма – гэта сімбіёз ліравіднай і прамакутнай спражкі. Яна мае прамакутную рамку. Але пры гэтым ніжняя частка, дзе мацуецца іголка, менш, чым верхняя. На рамцы маецца ўзор у выглядзе рысак. Спражка пакрыта зялёнай пацінай.

ВЫСНОВЫ

Было разгледжана транаццаць асобнікаў спражак з фондаў вучэбнай лабараторыі музейнай справы гістарычнага факультэта БДУ. Яны былі падзелены на чатыры тыпы: ліравідныя – чатыры асобнікі, колавая – тры асобнікі, D – падобныя – адзін асобнік, прамакутныя – чатыры асобнікі. Адна спражка ўяўляе сабой сімбіёз двух тыпаў. Па колькасці больш ліравідных і прамакутных спражак. Датаванне некаторых з іх прыходзіцца на XIV – XV стст. А некаторыя датуюцца шырэй (XIV – XVIII стст.). Спражкі выраблены ў асноўным па адной тэхналогіі – ліцця. Некаторыя спражкі маюць аздабленне ў выглядзе рысак.

У XIV – XV стст. з’яўляюцца новыя тыпы спражак. Частка з іх уяўляе сабой трансфармаваныя вырабы старажытнарускага часу. Найбольш яскравым прыкладам гэтай тэндэнцыі з’яўляюцца ліравідныя спражкі. Яны становяцца больш простымі, атрымоўваюць сціплую арнаментальнасць.

Праз спражкі мы можам прасачыць гандальныя і культурныя сувязі. Так, прадметы, якія маюць аналагі ў Вялікабрытаніі, хутчэй за ўсё былі распаўсюджаны па ўсёй Еўропе. Яны маглі быць прывезеныя ў Вялікае Княства Літоўскае, дзе ўжываліся мясцовымі жыхарамі. Альбо былі згублены замежнымі людзьмі, калі тыя наведвалі ВКЛ. Таксама такія вырабы маглі вырабляцца і на месцы, як даніна своеасаблівай шырока распаўсюджанай модзе позняга сярэднявечча.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Археалогія Беларусі: у 4 т. Т. 4. Помнікі XIV – XVIII стст. / В. М. Ляўко, М. Ф. Гурын, Ю. А. Заяц і інш.; Пад рэд. В.М. Ляўко і інш. – Мн.: «Беларуская навука», 2001. – 597 с.: іл.
2. *Белявіна, В. М.* Беларускі касцюм / В. М. Белявіна, Л. В. Ракава. – Мінск: Беларусь, 2017. – 463 с.: іл.
3. *Дучыц, Л. У.* Касцюм жыхароў Беларусі (X – XIII стст.) / Л. У. Дучыц. – Мінск: “Навука і тэхніка” 1995. – 78 с.
4. *Квятковская, А. В.* Ятвяжские могильники Беларуси (к. XI – XVII вв.) / А. В. Квятковская. – Вильнюс: Dziemendzio, 1998. – 476 с.

5. Кенько, П. М. Поясная гарнитура на территории Беларуси (I – XIII вв.). Свод археологических источников / П.М. Кенько. – Минск: Беларус. Навука, 2012. – 172 с.
6. Клімаў, М.В. Даследаванне селішча Ворань як адлюстраванне праблемы вывучэння вясковых паселішчаў другой паловы XIII – пачатку XVI стагоддзя / М. В. Клімаў // Матэрыялы па археалогіі Беларусі – Мінск, 2016. – С. 106 – 119.
7. Клімаў, М. В. Археалагічныя доследы на помніках Полацкага Падзвіння ў 2012 годзе / М. В. Клімаў // Матэрыялы па археалогіі Беларусі, Вынікі даследавання першабытных і сярэднявечных старажытнасцей Беларусі ў 2011 - 2012 гадах. – Мінск, 2014. – С. 301 – 307.
8. Клімаў, М. В. Археалагічны комплекс Лучна – 1 у акрузе Полацка (XI – XVI стст.) / М. В. Клімаў. – Мінск: Беларуская навука, 2019. – 567с.: іл.
9. Левко, О. Н. Друцк и Друцкая волость (княжество) / О.Н. Левко [и др.]; под ред. О. Н. Левко. – Минск: Беларуская навука, 2014. – 619 с.
10. Седова, М. В. Ювелирные изделия древнего Новгорода (X – XV вв.) / М.В. Седова. – Москва: 1981. – 198 с.
11. Svetikas, E. Zalgirio epochos lietuviu ir zemaiciu kariu kapai su ginklais / E. Svetikas. – Vilnius: “Diemedzio” leidykla, 2011. – 236 p.
12. Whitehead, R. Buckles 1250 – 1800 / R. Whitehead. – Coggeshall, Colchester “Greenlight Publishing”, 2003. – 128 p.

Каталог спражае з фондаў вучэбнай лабараторыі музейнай справы БДУ

№	Паходжанне	Малюнак	Памеры
Ліравідныя			
1	-	Мал. 1: №9	даўжыня 19 мм. шырыня рамкі 20 мм. шырыня ніжняй часткі 14.5 мм. сячэнне 2 мм. вага 1.43 г.
2	в. Збочна Слоні́мскі раён	Мал. 1: №10	даўжыня 22 мм. шырыня рамкі 22 мм. шырыня ніжняй часткі 17 мм. сячэнне 3 мм. вага 3.47 г
3	-	Мал. 1: №13	даўжыня 19 мм. шырыня рамкі 19 мм. шырыня ніжняй часткі 1.4 мм. сячэнне 2.5 мм. вага 1.25 г.
4	Магілёўскі раён	Мал. 1: 1 №8	даўжыня 18 мм. шырыня 18 мм. дыяметр сячэння 2.5 мм. вага 1.44 г.
Прамакутныя			
5	Магілёўскі раён	Мал. 1: №4	даўжыня 25 мм. шырыня 18 мм. дыяметр сячэння дзе мацуецца язычок 3 мм. у іншых мясцінах 4x2 мм. вага 1.92 г.
6	Магілёўскі раён	Мал. 1: №5	даўжыня 17 мм. шырыня 16 мм. дыяметр сячэння дзе мацуецца іголка 2 мм. усё астатняе 2x3 мм. вага 2,25 г.
7	Магілёўскі раён	Мал. 1: №8	даўжыня 21.5 мм. шырыня 16 мм. сячэнне 2x2 мм. вага 1.81 г.
8	Магілёўскі раён	Мал. 1: №3	даўжыня 20.5 мм. шырыня 22.5 мм. сячэнне 3 мм. вага 2.77 г.
Колавыя			

9	Магілёўскі раён	Мал. 1: №2	дыяметр 21 мм. сячэнне 4 мм. вага 2.26 г.
10	в. Іванькова Віцебскі раён	Мал. 1: №12	дыяметр 22 мм. дыяметр сячэння 3 мм. вага 1.82 г.
11	Магілёўскі раён	Мал. 1: №6	дыяметр 23 мм. дыяметр сячэння 3.5 мм. іголка 21 мм. вага 2.48 г.
D – падобныя			
12	в. Мерчыцы Пінскі раён	Мал. 1: №1	даўжыня 18.5 мм. шырыня 17 мм. сячэнне 3.5 мм.
Асобны тып			
13	-	Мал. 1: №11	даўжыня 11 мм. шырыня рамкі 11 мм. шырыня ніжняй часткі 9 мм. вага 1.08 г.

«АФГАНСКАЯ ВОЙНА»: ИНТЕРЕС К ПРОБЛЕМЕ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

П. Б. Артамонов

Белорусский государственный университет, г. Минск;

his.artamonoPB@bsu.by;

науч. рук. – В. А. Латышева, канд. ист. наук

Автор обращает внимание на превалирующее использование словосочетания «Афганская война» в русскоязычном дискурсе в отношении периода присутствия советских войск в Демократической Республике Афганистан (1979–1989 гг.), анализирует внимание современного общества к проблеме и памяти о ней с использованием статистических данных Google Trends и их визуализации.

Ключевые слова: «Афганская война»; белорусское общество; интернет-пространство; аналитика; Google Trends.

15 февраля 2022 года исполнилось ровно 33 года со дня вывода советских войск из Афганистана. Период их присутствия охватил десятилетие – с 1979 по 1989 годы, примерно 29 тысяч наших соотечественников прошло через эту войну, по официальным данным погибло около 800, а ранения разной степени тяжести получило около 1500 человек [1]. К сожалению, в сфере исторической памяти нашего общества проблема «войны» в Афганистане остается довольно маргинализированной.

Источниковая и методологическая база предлагаемого исследования представлена современными возможностями Google Trends – «бесплатным сервисом, который помогает следить за трендами в интернете, является публичным веб-приложением корпорации Google, основанным на поиске Google, которое показывает, как часто определенный термин ищут по отношению к общему объему поисковых запросов в различных регионах мира и на различных языках» [2].

Хронологические рамки предлагаемой работы охватили период, равный пяти последним годам: с 2018 по 2022.

Географическая локализация предмета исследования – Республика Беларусь.

На первом этапе были привлечены автособираемые гугловским алгоритмом темы, т. е. совокупность запросов по определённому событию в целом. Они позволили убедиться, что наиболее популярные конструкции запросов по проблеме, следующие: «Афганская война», «война в Афганистане», «Афгано–советская война».

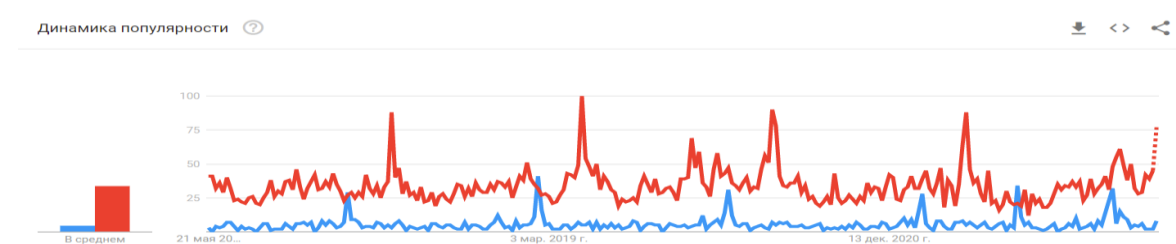
Анализируя полученные данные касательно интереса к проблеме, остановимся на следующих моментах.

Обращает на себя внимание факт доминирования в обществе интереса к официально отсутствующим феноменам. Напомним, что

в официальном дискурсе советской, и в значительной мере в постсоветской историографии войны в Афганистане не существовало и не существует вовсе. Происходившее тогда в Афганистане чаще всего на официальном государственном уровне имело громоздкое название «Специальная операция СССР в Афганистане». И это имеет абсолютно оправданную природу – Советский Союз никогда не объявлял войну Афганистану официально. В этой связи наблюдается существенное расхождение научного дискурса и общественного представления. В массовом сознании события в Афганистане 1979–1989 гг. остались и продолжают оставаться именно войной, тогда как для государства, а следовательно, и историографии никакой войны в этот период не существует.

Проведенный анализ указывает на то, что для современного белорусского общества запрос «Афганская война» более востребован, чем запрос «Специальная операция СССР в Афганистане», а запрос «Война в Афганистане» является чуть более популярным, чем запрос «Афганская война», но последнюю формулировку чаще вспоминают в даты, связанные с событием в целом.

Для современного общества тема, связанная с событиями в Афганистане, в 7 раз менее популярна, чем, например, тема Второй мировой / Великой Отечественной. Однако интерес к проблеме может резко возрасти и даже, в некоторых случаях, превышать интерес к запросу «Вторая мировая / Великая Отечественная» в различные годы в связи с датами начала или конца операции на территории Афганистана (рисунок 1).



Динамика популярности запросов «Война в Афганистане» и «Вторая мировая / Великая Отечественная» (красным – Вторая мировая / Великая Отечественная война, синим – Афганская война)

Вместе с тем, следует отметить, что интерес в обществе к проблеме событий в Афганистане присутствует всегда. Кроме того, он подвержен и динамике роста, как отмечалось выше, в связи с приближением в любом из рассматриваемых лет периода к датам начала или конца боевых действий.

Внутри темы так же наблюдаются свои тренды. В частности, можно отметить, что интерес к теме в целом превалирует над вниманием, например, к вопросу окончания операции. Однако сезонность в зависимости от дат ввода и вывода войск есть и здесь. Пиковые даты интереса к проблеме совпадают с месяцем вывода советских войск из Афганистана, в то время как в декабре (месяце ввода советских войск) статистика не демонстрирует особого роста от общего интереса к проблеме в отношении периода любого из рассматриваемых лет. Чаще всего это событие вспоминают в феврале, в контексте вывода войск из Афганистана, то есть непосредственного окончания данного события. В остальное время года интерес к проблеме невысок, но постоянен.

Таким образом, были сделаны следующие выводы. Официальный дискурс, в том числе постсоветской историографии, кардинально расходится с представлением общества о событиях 1979–1989 гг. в связи с вводом Советским Союзом войск в Афганистан. В официальном дискурсе война продолжает быть «необъявленной», тогда как массовый обыватель считает совершенно иначе: была «Афганская война», «война в Афганистане».

Несмотря на то, что современное общество в хронологическом плане относительно «близко» находится от рассматриваемых событий, а непосредственные участники тех событий до сих пор живы, интерес к проблеме не отличается особой остротой и явно меркнет на фоне других военных событий из истории нашей страны. Это демонстрирует и сравнительный анализ рассматриваемой темы и темы, связанной со Второй мировой либо Великой Отечественной войной. Однако, стоит отметить сохраняющийся интерес, его довольно постоянный характер по отношению к «войне в Афганистане», за последние пять он приобрел рост.

Интерес к «Афганской войне», или же «Специальной операции СССР в Афганистане» сезонен, и связан в первую очередь с выводом советских войск из Афганистана, тогда как начало событий не представляет особого интереса для массового сознания.

Библиографические ссылки

1. Белта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/okolo-30-tys-grazhdan-belarusi-prinjali-uchastie-v-vojne-v-afganistane-181338-2016/>. – Дата доступа: 07.04.2022.
2. Официальный сайт Google Trends. [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.google.ru/trends/?geo=BY>. – Дата доступа: 07.04.2022.

КРЕСТЬЯНСКИЙ ВОПРОС НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ «НАША НІВА» ВО ВРЕМЯ ПЕРВОЙ РОССИЙСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ

П. Б. Артамонов

Белорусский государственный университет, г. Минск

pavel.artamonov.17@mail.ru;

науч. рук. – А. Г. Кохановский, д-р. ист. наук, проф.

Данная статья посвящена раскрытию темы крестьянского вопроса в творчестве редакции газеты «Наша Ніва» в годы Первой российской революции (1905–1907), а также предпосылкам актуализации обозначенной проблемы в данный период. Рассматриваются программные предложения газеты касательно крестьянского вопроса, а также эволюция риторики газеты на фоне происходящих революционных событий. Делаются выводы о социал-демократическом характере видения проблемы редакцией газеты, обусловленности появления национальной печати в ходе событий первой российской революции.

Ключевые слова: Крестьянство; газета «Наша Ніва»; Первая российская революция.

Результаты первой и единственной переписи населения в Российской империи, проведенной в 1897 г., четко показали, что на рубеже XIX–XX вв. крестьянство составляло около 80 % населения края и более 90 % белорусскоговорящей его части [1, с. 32]. Сельскохозяйственный сектор характеризовался обилием отголосков крепостной системы организации труда. Сохранение крупного землевладения, а вместе с ним и явный процесс обезземеливания крестьян обусловили «процесс стремительного нарастания социальной напряженности» [2, с.105]. При этом крестьянство все еще оставалось самым социально незащищенным социумом. Крестьянин не имел права на свободный выход из общины, «его жизнь контролировалась все той же традиционной системой крепостничества» [2, с.105]. Тяжесть налогового бремени, сословное неравенство, а также существенные ограничения в политической сфере вынуждали крестьянство искать пути расширения социальных и экономических прав. Без решения этих главных проблем дальнейшее прогрессивное развитие белорусского общества было бы невозможным, как замечали многие исследователи.

В начале XX в. земля в европейской части Российской империи распределилась так, что крупнейшие помещики, имевшие свыше 500 десятин, владели 70 млн. десятинами. Причем число этих помещиков не достигало и 30 тысяч [2, с. 7]. Подавляющее же число крестьян – 10.5 млн. дворов из всего числа (13 млн.) – имели только 75 млн. десятин [2, с. 7]. Средний размер крупного помещичьего имения составлял ~2333 десятин, а размер среднего крестьянского участка только ~7 десятин.

Такая картина распределения земли свидетельствует о масштабном социальном и имущественном расслоении, что неизбежно порождало собой разнообразные формы кабальной аренды, отработки и другие формы эксплуатации крестьянства.

Все это в комплексе препятствовало развитию производительных сил в сельском хозяйстве, задерживало технический прогресс и рост культуры аграрного производства, что обрекало крестьянство – большую часть населения страны – на нищету и, зачастую, недоедание и голодание.

Реформы Витте удачно привлекли в Россию иностранный капитал в тот момент, когда в Европе развивался кризис перенакопления [3, с. 264], что привлекло значительные иностранные инвестиции в еще неосвоенный рынок. Однако за этим последовало усиление экономического давления на крестьянство. На этом фоне еще более острым становится и без того проблемный крестьянский вопрос.

Последовавшая в качестве реакции на социальный взрыв Первой российской революции Столыпинская аграрная реформа, бесспорно, несколько ускорив развитие деревни и культуры аграрных отношений, все же не решила проблему, а создала новые источники социальной напряженности. Она закончилась серьезным расслоением деревни и возникновением огромной массы бедняков. Возникновение сельской буржуазии никак не отменяло помещичьего землевладения, «новые проблемы и противоречия накладывались на нерешенные старые» [4, с. 334]. Рост кулацких хозяйств был ограничен, а потому новый сельский предприниматель вовсе не стал опорой для режима. По отношению к помещику он был настроен весьма агрессивно. Если раньше можно было говорить о противостоянии крестьян и землевладельцев, то теперь крестьяне по-прежнему ненавидели помещика, но, вдобавок, уже не чувствовали всякой солидарности между собой [4, с. 336]. Крестьянский вопрос так и остался опасно «подвешенным в воздухе».

Огромную роль в «поднятии» крестьянского вопроса накануне и во время революционного взрыва 1905 г. сыграл революционно-демократический лагерь российской политики – социалисты. Они четко заметили, что крестьянин «страдает от гнета помещиков и от остатков крепостничества». Газета «Наша Ніва» активно освещала крестьянский вопрос на своих страницах. Первые пять номеров совершенно обоснованно можно выделить в отдельную группу. Газета еще только делала первые шаги, сама команда редакции позже признавалась, что работа пошла только с пятого номера [5, с. 43]. В первых номерах авторские формулировки по крестьянскому вопросу представлены в довольно умеренном ключе, а уже в пятом номере появляется полноценная статья, посвященная аграрной проблеме – «Зямельная справа ў Беларусі».

Актуальной повесткой на момент выхода первого номера была подготовка к выборам. Газета писала: «Темнота нашего народа – наибольший враг его» [6, с. 2–3], тем самым поставив своей целью просвещение читателей. По поводу изменения электоральной ситуации, после так называемого «Разъяснения Правительствующего Сената» редакция писала следующее: «Правда, что теперь народу труднее будет одолеть своих противников: разъяснение Сената отобрало право голоса у многих мужиков и рабочих. [...] На выборах депутатов [...] выборщиков от беднейшей части народа будет меньше» [6, с. 2–3]. В рубрике новостного обозрения освещается факт объявления крестьянским банком льгот по выплатам, а также через ссылку на газету «Товарищ» подается призыв сельским обществам воспользоваться правом переизбирать десятидворных выборных, дабы заменить из на людей, «которые твердо будут стоять за мужицкое дело» [7, с. 6].

По первому номеру четко прослеживается то, что «национальная» тема органично переплетается с «социальной». Например, уже во втором номере, полемизируя с читателями, которые предлагали издавать газету только на польском или русском языке, редакция отвечает следующим образом: «Это язык не мертвый, на нем говорит около десяти миллионов народа, народа темного, обиженного – и он скорее нас поймет, если мы будем писать нашим родным белорусским, как много кто говорит – «мужицким» языком. Поймет его не только мужик, что сидит на рале, помет и фабричный работник, что покинул родную деревню, чтобы в чужом крае искать заработка и хлеба; – поймет и тот пан, что живет около мужика и так хочет, чтобы газета выходила по-польски, и тот чиновник, что опекается мужиком и говорит с ним по-русски» [8, с. 2].

Помимо ведения дискуссии о крестьянском вопросе между строк, в обычных публицистических рубриках, а также через художественные образы (над которыми работал в то время Якуб Колос), в газете периодически появлялись отдельные статьи, посвященные сугубо аграрной проблематике.

Статья «Зямельная справа ў Беларусі» стала первой и довольно репрезентативной статьей, посвященной сугубо крестьянскому вопросу. Она была разделена на три части, размещенные в пятом, шестом и седьмом номерах газеты соответственно. Издавалась за авторством некого Войцеха (вероятно, коллективный псевдоним).

В первой части автор обозначает проблему: рассуждает о неблагоприятных условиях развития капиталистического хозяйства на территории Беларуси, широкой распространенности безземелья и арендной кабалы, а также чересполосицы (шахауницы) [9, с. 2–3].

Вторая часть развивает проблему, выделяя первопричины чересполосицы и ее влияния на падение урожайности: «чересполосица на сельской почве порождает ссоры, споры, суды и тратит остатки мужицких сил; она не дает мужикам объединиться в твердый союз для противостояния неприятелям, а их у мужиков хватает». Также обращается взор на пагубное влияние на развитие сельского хозяйства такого явления, как сервитуты: «Всякий согласится с тем, что сервитуты для всего хозяйства края – чистейшая кара Божья. [...] Для мужицкого хозяйства право сервитута (совместной пашни), как и всякое нетвердое право – не помощь, а скорее школа вреда и хищения». Замечает автор и роль правительства в сложившейся ситуации: «Однако ни чересполосица, ни сервитуты сами собой не душили бы нас так, если бы не эта чиновничья политика, которую взяли ранее мировые посредники, а теперь ведут земские начальники. Эти полноправные пань – хозяева на деревне, только поддерживают между сельскими людьми ссору и борьбу ради ссоры и борьбы, чтоб только мужики не начали интересоваться делами государственными, политическими, чтоб только не поняли того, откуда взялась беда всего трудового народа». Примечательно и следующее высказывание: «У нас формы земельной собственности замерзли в [18]63 г. и ничуть не сдвинулись». Находится пару слов и для описания питания белорусского крестьянства: «От всего этого сельский народ чисто разорился, обходится он абы чем; зимою наш белорусский мужик спит с голоду не хуже барсука». Заканчивается статья словами о жестокости налогового бремени, ложащегося на крестьянина, и обусловленного этим заторможенного развития фабричного капитала [9, с. 2–3].

В третьей, заключительной части, продолжает разворачиваться тема отставания развития фабричного капитала, а также подводятся некоторых итог, из которого следует, что малоземелье и безземелье – центральная проблема белорусского крестьянства, из-за которого оно не может развиваться: «Если собрать в одно все то, что мы сказали, то увидим, что малоземельный и безземельный белорус закован в кандалы: экономические и политические» [9, с. 2–3]. В конце предлагается следующий способ решения проблемы, адресованный депутатам будущей Думы: отмена всех законов, которые не позволяли и не позволяют свободно покупать и продавать землю; ликвидировать чересполосицу, устроить фальварочное или хуторское хозяйствование; ликвидировать сервитуты без вреда для трудящихся; осуществить кредитование за малые проценты для улучшения положения хозяйства; добиться всеобщего характера волостей, чтобы к ним принадлежали все проживающие, вне зависимости от сословия; добиться большего самоуправления волостей; изменить способ формирования и сбора налогов; ввести налог, находя-

щийся в зависимости от уровня доходов (сегодня бы это назвали «прогрессивным налогом»); ликвидировать косвенные налоги на базовые товары (сахар, чай, газ, спички); установить систему всеобщего обязательного бесплатного образования.

Таким образом, появление газеты «Наша Ніва» являлось четким ответом на социальный запрос общества (в том числе и крестьян) во время Первой российской революции. Хотя газета и появилась только в 1906 г., она с первого номера вписалась в общую повестку демократической печати и уже с пятого номера начала полноценную работу. В газете издавались статьи по прикладной медицине для крестьян, давались советы по эффективной организации и совершенствовании орудий сельского труда, крестьянская проблема также активно продвигалась через прозу и лирику. Основным средством раскрытия видения редакции крестьянской проблемы были отдельные, специально посвященные этой теме статьи. Тезисы их вполне укладываются в общую картину дискурса, которая бытовала в то время в среде социалистических, социал-демократических кругов политики в Российской Империи.

Библиографические ссылки

1. *Кохановский, А. Г.* На пути становления индустриального общества: модернизационные процессы в Беларуси (60-е гг. XIX – начало XX в.) / А. Г. Кохановский // Працы гістарычнага факультэта БДУ: навук. зб. Вып. 3 / рэдкал.: У. К. Коршук (адк. рэдактар) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2008. – С. 31–46.
2. *Шабуня, К. И.* Аграрный вопрос и крестьянское движение в Белоруссии в революции 1905–1907 / К. И. Шабуня. – Минск : Издательство Министерства высшего, среднего специального и профессионального образования БССР, 1962. – 434 с.
3. *Давыдов, М. А.* Двадцать лет до Великой войны. Российская модернизация Витте-Столыпина. / М. А. Давыдов. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2016. – 1080 с.
4. *Кагарлицкий, Б. Ю.* Периферийная империя: Россия и миросистема / Б. Ю. Кагарлицкий. – Москва : Либроком, 2022. – 456 с.
5. *Унучак, А. У.* «Наша Ніва» і беларускі нацыянальны рух (1906-1915) / А. У. Унучак. – Мінск : Беларуская навука, 2008. – 186 с.
6. Выборы у Государственную Думу // Наша Ніва. – 1906. – № 1.
7. Аб усём па троху // Наша Ніва. – 1906. – № 1.
8. Вильня 16 (29) лістапада (ноября) // Наша Ніва. – 1906. – № 2.
9. Зямельная справа у Беларусі / Войцэх // Наша Ніва. – 1906. – № 5.

УМБОНАПАДОБНАЯ ЗАВУШНІЦА РАННЯГА ЖАЛЕЗНАГА ВЕКУ З ГАРАДЗІШЧА РАГАЧОВА

Дз. А. Атрохаў

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

his.atrohov@bsu.by;

навуц. кір. – А. Дз. Сахончык

У працы прадстаўлена ўмбонападобная завушніца, якая была знойдзена падчас раскопак у г. Рагачоў. Прадмет адносіцца да ранняга жалезнага веку (VI–V ст.) і суадносіцца са старажытнасцямі мілаградскай культуры..

Ключавыя словы: умбонападобная завушніца; Рагачоў; мілаградская культура.

У дадзенай працы будзе прадстаўлена умбонападобная завушніца з гарадзішча Рагачова (Мал. 1). Прадмет быў знойдзены падчас археалагічнай практыкі гістарычнага факультэта БДУ ў 1976 г. Кіраўніцтва экспедыцыяй ажыццяўляў Э. М. Загарульскі, які на працягу трох год (1973, 1975, 1976 гг.) кіраваў раскопкамі на тэрыторыі горада. Усяго на помніку за тры сезона працы было закладзена чатыры раскопы агульнай плошчай 1280 м² [3, с. 1; 4, с. 1; 5, с. 1].



Умбонападобная завушніца з гарадзішча Рагачова (фота аўтара)

Рагачоўскае гарадзішча месціцца ў паўднёвай частцы сучаснага горада і займае край мыса вышыняй каля 11–12 м пры ўпадзенні р. Друць у Дняпро. Пляцоўка пакатая, мае заўважны схіл з цэнтра гарадзішча ў бок краёў, памерам 125×90 м, форма блізкая да трохвугольніка [3, с. 1].

Культурны слой вельмі перакапаны, пра што сведчыць знаходжанне ў розных сляях рэчаў, характэрных для жалезнага веку, старажытнарускага часу і пазнейшых часоў. Акрамя гэтага, на помніку месціліся хрысціянскія могілкі, пра што сведчаць поза і арыентыроўка нябожчыка. Падчас раскопак было ўскрыта 39 пахаванняў, арыентаваных з захаду на ўсход і ляжаўшых у асобных месцах у некалькі ярусаў. Найбольшая канцэнтрацыя пахаванняў назіралася ў паўночна-заходняй частцы раскопа 1975 г. Каля некаторых пахаванняў былі знойдзены рэшткі драўляных

трунаў. Меліся дзіцячыя касцякі. Але ніякіх знаходак, акрамя каваных і грубых цвікоў, у пахаваннях не было выяўлена [4, с. 2]. Магільныя ямы ў шматлікіх месцах дасягаюць мацярыка, толькі вузкая частка перадмацярыковага слою пазбегла поўнага знішчэння [4, с. 5]. Асабліва моцныя парушэнні культурнага слою маюцца на поўдні даследаванай пляцоўкі. Так, паўднёва-ўсходняя частка раскопа I змяшчае ў сябе траншэю, засыпаную пяском, якая перасякае раскоп з поўначы на поўдзень, а каля паўночнай частцы раскопа разыходзіцца на захад і усход амаль пад прамым вуглом [3, с. 5]. Раскоп 1976 г. мае найбольшае пашкоджанне культурнага слою. Асабліва добра гэта прасочваецца на ўласцю траншэй, бліндажных ям, акопаў, што звязваецца з умацаваннямі падчас Вялікай Айчыннай вайны. Найбольш пацярпела частка – цэнтр раскопа 1976 г. [5, с. 5]. Улічваючы актыўнае выкарыстанне пляцоўкі гарадзішча ў розныя эпохі, стратыграфія ў пэўнай ступені ўмоўная. Пры гэтым Э. М. Загарульскі вылучае два асноўныя перыяды ў існаванні помніка: жалезны век і старажытнарускі час [3, с. 2, 6–7; 4, с. 2, 8; 5, с. 2–3].

Завушніца зроблена з бронзы, пакрыта пацінай светла-зялёнага колеру. Шчыток акруглы з умбонападобным выступам у цэнтральнай частцы. На прадмеце прысутнічае скразная адтуліна, якая, верагодна, з’яўляецца следствам браку ліцця. Мехаічных пашкоджанняў на месцы адтуліны выяўлена не было. Дыяметр шчытка 28 мм, даўжыня вырабу ад края умбона да вышэйшай кропкі 7,2 мм. З тыльнага боку вяршыні конусу адыходзіць прыпаяная дужка з дроту акруглай формы, дыяметр якога 2 мм. Захавалася толькі частка дужкі памерам 1,3 мм. Злом стары. Прадмет выраблены пры дапамозе ліцця. На карысць гэтага сведчаць невялікія дэфекты, якія бачныя з унутранага і вонкавага боку прадмета: характэрныя выплескі бронзы, з прычыны чаго паверхня набыла бугрыстую форму. Знаходка, як і іншыя матэрыялы даследавання Э. М. Загарульскага з помніка, захоўваецца ў зборы вучэбнай лабараторыі музейнай справы гістарычнага факультэта БДУ.

Перад тым як перайсці да аналізу і пошуку аналогій у старажытнасцях жалезнага веку варта адзначыць некаторыя моманты. Завушніцы з шчытком канічнай формы даволі шырока прадстаўлены на помніках жалезнага веку лясной і лесастэпавай зон. Пры гэтым варта адзначыць, што на розных тэрыторыях існавалі пэўныя асаблівасці і адрозненні [6, с. 39, мал. 1: 15; 9, с. 63, мал.32: 1–3; 14, с. 28; 15, с. 173; 13, с. 361].

На тэрыторыі паўднёвай Беларусі вядома чатыры завушніцы з канічным шчытком: Азарычы, Гарошкаў, Снядзін I [2, с. 43, мал. 8, 10; 10, с. 210]. Пры гэтым знаходка з Азарычаў не бронзавая, як наша, а зроблена з золата. Што робіць дадзены экзэмпляр больш рэдкім.

Завушніцы з канічынам шчытком складаюць чацвёртую частку сярод падобных упрыгожанняў, якія паходзяць з помнікаў мілаградскай культуры [10, с. 210]. Пра мясцовую вытворчасць умбонападобных упрыгожванняў сведчаць знаходкі на Мохаўскім II гарадзішчы ліцейных форм для адліву упрыгожванняў дадзенага тыпу [11, с. 82].

Пэўныя адпаведнікі можна адзначыць ў класіфікацыі В. Г. Пятрэнка, якая займалася даследаваннем упрыгажэнняў на тэрыторыі лесастэпу ў раннім жалезным веку [10, с. 210; 12, с. 27]. Найбольш блізкімі з'яўляюцца завушніцы пятага тыпу пятага варыянта, якія маюць выцягнутую вяршыню конуса на шчытку [10, с. 210; 12, с. 27]. Дадзены варыянт таксама сустракаецца на помніках басейна Сейма, лужыцкай, юхнаўскай і днепра-дзвінскай культур і датуецца VI – пачаткам V ст. да н. э. [7, с. 68; 12, с. 27; 15, табл. 15: 7-9].

Такім чынам, завушніца з канічным шчытком, якая паходзіць з гарадзішча Рагачова адносіцца да мілаградскай культуры, так як у арыяле мілаградскай культуры быў шырока распаўсюджаны дадзены варыянт завушніц [9, с. 62; 10, с. 210]. Таксама на мілаградскім гарадзішчы былі выяўлены ліцейныя формы для вырабу такіх упрыгажэнняў [11, с. 82]. Акрамя гэтага, завушніцы пятага тыпу пятага варыянта на помніках для басейна Сейма, юхнаўскай і днепра-дзвінскай культур менш характэрны і адыгрываюць пераходную ролю да умбонападобных завушніц тыпу сем помнікаў басейна Масква-ракі [8, с. 145]. Таксама завушніцы пятага тыпу пятага варыянта паўплывалі на ўмбонападобныя ўпрыгожванні Падзвіння [1, с. 13]. На падставе аналогій з іншых помнікаў мілаградскай культуры можна адзначыць, што наш экзэмпляр датуецца ў межах VI – пачаткам V ст. да н. э. [9, с. 62; 10, с. 210; 12, с. 27]. Лічыцца, што дадзеныя ўпрыгожванні на тэрыторыі Беларусі характэрныя для жаночага комплексу ўпрыгожванняў. Таксама, неабходна адзначыць, што завушніцы з канічным шчытком не з'яўляюцца самымі распаўсюджанымі сярод завушніц мілаградцаў. Больш папулярныя былі завушніцы з грыбападобным шчытком, а таксама галінападобныя, сегментападобныя [10, с. 211].

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Бубенька, Т. С. Об одном типе умбонападобных подвесок в Витебском Подвиньи и Оршанским Поднепровь / Матэрыялы па археалогіі Беларусі. Даследаванне беларускіх старажытнасцей (да 80-годдзя з дня нараджэння) / Гал. рэд.: В. М. Ляўко. – Вып. 31. – Мінск: Беларуская навука, 2020. – с. 10–15.
2. Вергей, В. С. Западный ареал милоградской культуры // ГАЗ. № 7. 1995. С. 83–100.

3. *Загорульский, Э. М.* Отчет о работах археологической экспедиции Белгосуниверситета им. В.И. Ленина в 1973 году / Э. М. Загорульский // ЦНА НАН Беларуси. – ФАНД. Воп. 1. Арх. № 450.
4. *Загорульский, Э. М.* Отчет о работах археологической экспедиции Белгосуниверситета им. В.И. Ленина в 1975 году / Э. М. Загорульский // ЦНА НАН Беларуси. – ФАНД. Воп. 1. Арх. № 523.
5. *Загорульский, Э. М.* Отчет о работах археологической экспедиции Белгосуниверситета им. В. И. Ленина в 1976 году / Э. М. Загорульский // ЦНА НАН Беларуси. – ФАНД. Воп. 1. Арх. № 545.
6. *Каравайко, Д. В. Горбаненко С. А.* Господарство носіїв юхнівської культури / Д. В. Каравайко, С.А. Горбаненко - Київ: Наук. думка, 2012. — 304 с.
7. *Кренке, Н. А.* Дьяково городище: культура населения бассейна Москвы-реки в I тыс. до н.э. – I тыс. н.э. – М.: ИА РАН, 2011. – 548 с.: ил.
8. *Кренке, Н. А. Лазукин А. В., Тавлинцева Е. Ю.* Клад украшений с городища Дютково / Российская археология. – 2011. – № 1. – С. 134–148.
9. *Лашанкоў, М. І.* Матэрыяльная культура і заняткі насельніцтва / М. І. Лашанкоў // Археалогія Беларусі: У 4 т. Т. 2. Жалезны век і ранняе сярэднявечча / А. А. Егарэйчанка, В. І. Шадыра, В. С. Вяргей і інш.; Пад рэд. В. І. Шадыры, В. С. Вяргей. – Мн.: «Беларуская навука», 1999. – 502 с. С. 46-70: іл.
10. *Лошенко, М. И.* Городища милоградской культуры на территории Беларуси. – Мн.: МФЦП, 2011. – 408 с., ил.
11. *Мельниковская, О. Н.* Племена Южной Белоруссии в раннем железном веке / О. Н. Мельниковская. - Москва: «Наука», 1967 – 167 с.
12. *Петренко, В. Г.* Украшения Скифии VII–III вв. до н.э. / В. Г. Петренко // САИ. – 1978. – Вып. Д4-5. – 144 с.
13. *Полит Б.* Гвоздевидные серьги с территории Украины и Польши / Б. Полит // Боспорские стения. Вып. XI. Боспор Киммерийский и варварский мир в период античности и средневековья. Ремесла и промыслы. / Ред.-сост. д.и.н. В. Н. Зинько – Керчь. – 2010. – С. 356–362.
14. *Сахончик, О. Д.* Новые находки предметов вооружения и украшений раннего железного века с территории Брестской области (в собрании учебной лаборатории музейного дела исторического факультета БГУ) / О.Д. Сахончик // «Музейныя здабыткі»: материалы I Международной научно-практической конференции «Историко-культурное наследие Бреста и Брестчины в музейных собраниях» – Брест, 2020. – С. 25–33
15. *Шмидт, Е. А.* Племена верховьев Днепра до образования древнерусского государства: 1. Днепро-двинские племена (VIII в. до н. э. – III в н. э.) / Е. А. Шмидт; Смоленский государственный педагогический университет им К. Маркса; рец.: Д. А. Авдусин, Д. И. Будаев. – М.: Прометей, 1992. – 208 с.

САЦЫЯЛЬНАЯ ДАПАМОГА БЕЖАНЦАМ У 1914–1917 ГГ. НА НЕАКУПАВАНАЙ ТЭРЫТОРЫІ БЕЛАРУСКІХ ГУБЕРНЯЎ ВА ЎСПАМІНАХ І ДЗЁННІКАХ ВІДАВОЧЦАЎ

Я. А. Бодрыкаў

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;
yauzen.bodrykau@yandex.by;
наук. кір. – А. Я. Верамейчык, канд.гіст.нав.,дац.*

У артыкуле разглядаецца сацыяльная дапамога бежанцам на неакупаванай тэрыторыі беларускіх губерняў падчас Першай сусветнай вайны (жнівень 1914 – люты 1917 гг.) праз дзённікі і ўспаміны. Дадзеныя крыніцы дазваляюць больш падрабязна і крытычна разглядаць меры, якія прымаліся ўладамі і добрачыннымі арганізацыямі для аказання дапамогі пацярпеламу насельніцтву, аб'ём і якасць гэтай дапамогі. Прыводзяцца высновы аб тым, што ўлады не здолелі ў поўнай меры справіцца з функцыямі сацыяльнай дапамогі насельніцтву, што прывяло да цяжкіх умоў эвакуацыі і вялікіх страт сярод бежанцаў.

Ключавыя словы: сацыяльная дапамога; бежанства; добрачыннасць; мемуарная літаратура; успаміны і дзённікі

Першая сусветная вайна стала адным з самых разбуральных канфліктаў XX ст. на беларускіх землях. Баявыя дзеянні прывялі да з'яўлення праблемы бежанства ў заходніх і паўднёвых рэгіёнах Расійскай імперыі. Тэрыторыя беларускіх губерняў стала адным з транзітных маршрутаў і месцам часовага пражывання для сотняў тысяч бежанцаў. Вялікія памеры бежанскіх плыняў стваралі неабходнасць тэрміновай сацыяльнай дапамогі перасяленцам з боку дзяржавы. Аднак, шматлікія афіцыйныя справаздачы тых часоў далёка не заўсёды адлюстроўвалі рэальную карціну сацыяльнай дапамогі. Карупцыя, махлярства, злоўжыванні адказных асоб і транспартныя перашкоды прыводзілі да немагчымасці аказання якаснай дапамогі пацярпеламу насельніцтву.

Крыніцы асабістага паходжання, у першую чаргу ўспаміны і дзённікі, удакладняюць, а часам і цалкам абвяргаюць дадзеныя, якія змяшчаліся ў афіцыйных дакументах расійскіх чыноўнікаў. Такім чынам, мэта дадзенага даследавання – прааналізаваць віды і формы сацыяльнай дапамогі бежанцам на падставе мемуарных крыніц і дзённікаў.

Аўтараў мемуарнай літаратуры і дзённікаў, якая закранала дадзеную праблему, можна падзяліць на некалькі груп у залежнасці ад іх сацыяльнага статусу. У першую чаргу варта адзначыць успаміны саміх бежанцаў. У 2015 г. выйшаў зборнік «Бежанства 1915 года» [1], у якім змяшчаліся ўспаміны былых бежанцаў з Падляшша. Большасць відавочцаў у зборніку у 1914–1917 гг. былі сялянскімі дзецьмі або

юнакамі, аднак сустракаюцца ўспаміны і тых, хто заспеў Першую сусветную вайны ў сталым узросце. Некаторыя бежанцы пакідалі індывідуальныя мемуары і дзённікі, напрыклад апублікаваны дзённік жыхаркі Глыбокага Я. А. Масальскай-Сурынай [2] і ўспаміны святара І. А. Хлябцэвіча пра свайго сына [3], у якіх ёсць і эпізоды бежанства праз Гродзенскую губерню.

Не менш важныя мемуарныя крыніцы і дзённікі пакінулі пасля сябе і мясцовыя жыхары, якія бачылі бежанцаў і дапамагалі ім. Варта адзначыць дзённікі Ф. А. Кудрынскага [4] (вядомага пад літаратурным псеўданімам як Багдан Сцепанец), які фармальна сам з'яўляўся бежанцам і прымаў актыўны ўдзел у дапамозе бежанцам у Рагачове. Заслугоўваюць увагі ўспаміны памешчыка Мінскай губерні Э. Вайніловіча [5] і жыхаркі Магілёва М. Я. Белеўскай [6], дзённікі жыхара Мінска І. П. Голубева [7]. Успаміны гэтых людзей, у адрозненні ад дзённікаў Ф. А. Кудрынскага, не прысвечаны бежанцам цалкам, аднак таксама адлюстроўваюць асобныя эпізоды дапамогі пацярпеламу насельніцтву з боку дзяржавы, арганізацый і мясцовага насельніцтва.

Асобную групу складаюць мемуары службовых асоб рознага ўзроўню. Сярод такіх крыніц трэба адзначыць успаміны магілёўскага віцэ-губернатара і мінскага губернатара У. А. Друцкога-Сакалінскага [8], дзённікі ваеннага цэнзара М. К. Лемке [9] і аўтабіяграфічную аповесць К. Г. Паустоўскага [10], які ў 1915 г. быў санітарам.

Азначаныя мемуары і дзённікі актыўна выкарыстоўваліся даследчыкамі ў сваіх навуковых працах, прысвечаных праблемам бежанства і дабрачыннасці падчас Першай сусветнай вайны. Аднак, доўгі час мемуары не з'яўляліся самастойным аб'ектам даследавання. У 2016 г. выйшла навукова-папулярнае выданне польскай даследчыцы і журналісткі А. Прымака-Онішк [11], якое грунтуецца менавіта на ўспамінах саміх бежанцаў і відавочцаў бежанства. Акрамя таго, у 2022 г. выйшла манаграфія І. Р. Чыкалавай [12], у якім праблемы бежанства таксама паказаныя праз прызму ўспамінаў відавочцаў падзей 1914–1917 гг.. Аднак, праблема сацыяльнай дапамогі ў дадзеных даследаваннях разглядаецца толькі ў агульным кантэксце праблемы бежанства.

Эвакуацыя з зоны баявых дзеянняў, згодна ўспамінам відавочцаў, была найбольш складаным этапам на шляху бежанцаў да месцаў часовага рассялення. Вельмі часта эвакуацыя адбывалася тэрмінова і прымусова. Многія відавочцы ўзгадвалі, што вайскоўцы высялялі цэлыя населеныя пункты цягам некалькіх гадзін [2, с. 10–14]. Першапачатковы этап маршруту большасць бежанцаў вымушана была

прайсці сваім ходам: на ўласных транспартных сродках або пешшу [3, с. 15]. Некаторыя бежанцы самастойна рассяляліся на тэрыторыі беларускіх губерняў, але большасць імкнулася трапіць у больш бяспечныя месцы праз чыгунку.

Найбольш папулярнай кропкай для адпраўлення па чыгунцы на тэрыторыі беларускіх губерняў быў г. Баранавічы. Аднак, мясцовы чыгуначны вузел не паспяваў адпраўляць усіх бежанцаў, у выніку чаго некаторыя сем'і чакалі адпраўкі некалькі тыдняў [1, с. 150]. Гэта вымушала многіх бежанцаў самастойна дабірацца да іншых чыгуначных станцый. Аднак, і там не ва ўсіх выпадках мясцовыя ўлады давалі магчымасць скарыстацца чыгункай. У Магілёўскай губерні была распаўсюджаная практыка прымусовага прыцягнення сялян з уласнымі падводамі для перавозкі бежанцаў на ўсходнім напрамку [8, с. 73–74].

Ва ўспамінах і дзённіках адзначалася значная колькасць хворых і вялікая смяротнасць сярод бежанцаў [1, с. 149]. Гэта было выклікана, у тым ліку і недастатковай працай дзяржаўных службаў і чыноўнікаў па забеспячэнні медыцынскай і санітарнай дапамогі бежанцам. У сваіх успамінах бежанцы вельмі рэдка ўзгадвалі наяўнасць медыцынскіх пунктаў на шляху эвакуацыі. Аднак, у гарадах у выпадку цяжкай хваробы бежанцаў маглі забіраць на лячэнне ў шпіталь [1, с. 90–91]. Лепей абстаяла справа з харчаваннем. Згодна ўспамінам Ф. А. Кудрынскага, у Рагачове ў ліпені 1915 г. бежанцам выдаваліся кашы, мяса і сала, аднак пазней з-за недахопу фінансавання сітуацыя пагоршылася [4, с. 14]. Увогуле сістэма харчавання бежанцамі характарызавалася вельмі сціпла, аднак некаторыя бежанцы сцвярджалі, што іх карміла асабіста царская дачка [1, с. 216–326]. Можна выказаць згадку, што хутчэй за ўсё самі бежанцы былі ўведзены ў зман шылдай Таццянінскага камітэта, які ладзіў харчавальныя пункты для бежанцаў, прымаючы кагосьці з персаналу за вялікую княжну Таццяну Мікалаеўну. Аднак, увогуле недахоп ежы быў адчувальнай для бежанцаў праблемай. Так, па ўспамінах відавочцаў, у Пружанах летам 1915 г. натоўп галодных бежанцаў раздавіў дзіцяці падчас раздачы вайскоўцамі ежы [10, с. 123–124]. У некаторых выпадках адсутнасць харчавання вымушала бежанцаў красці ежу і фураж у мясцовага насельніцтва [5, с. 227–228].

Большасць бежанцаў імкнулася выехаць з тэрыторыі беларускіх губерняў. Гэта імкненне супадала з жаданнем уладаў вывезці як мага больш насельніцтва з прыфрантавых тэрыторый, аднак гэтаму перашкаджаў недахоп транспартных сродкаў [9, с. 358–359]. Па ўспамінам бежанцаў-сялян, якія заставаліся ў межах беларускіх губерняў, рассяляліся яны пераважна ў сельскай мясцовасці.

У некаторых выпадках бежанцы нават засяляліся ў хаты мясцовых сялян, якія самі пакінулі свае дамы перад нямецкім наступам [1, с. 216]. Бежанцы-сяляне лёгка знаходзілі працу ў сельскай мясцовасці, апрацоўваючы пустую зямлю або працуючы на мясцовых заможных сялян. У беларускіх гарадах, якія для большасці бежанцаў былі транзітнымі кропкамі, улады і мясцовае насельніцтва, па ўспамінах відавочцаў, імкнуліся аказаць харчовую і фінансавую дапамогу [6, с. 10]. Пытанне жыллёвага забеспячэння выклікала найвялікшыя праблемы, таму многія бежанцы да далейшай адпраўкі вымушаны былі фактычна весці бяздомны лад жыцця [4, с. 15].

Падсумоўваючы, трэба адзначыць, што большасць відавочцаў крытычна ацэньвалі намаганні ўладаў па дапамозе бежанцам на тэрыторыі беларускіх губерняў. У першую чаргу гэта тычылася дапамогі падчас транспарціроўкі і часовага пражывання. Улады не здолелі ўпоўна меры справіцца з функцыямі сацыяльнай дапамогі насельніцтву, што прывяло да цяжкіх умоў эвакуацыі і вялікіх страт сярод бежанцаў. Разам з тым можна прасачыць паступовую эвалюцыю стаўлення ўладаў да праблемы, выкліканую відавочным павелічэннем памераў бежанскіх плыняў праз беларускія губерні.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Бежанства 1915 года / [П. Байко і інш.] – Выд. 2-е, папоўненае. – Беласток: Праграмная рада тыднёвіка «Ніва», 2015. – 571, [5] с.
2. Масальская-Сурина, Е. А. Записки беженца: [г. Глубокое в августе – октябре 1915 г.] / Евгения Александровна Масальская-Сурина. – Петроград : Типография Т-ва А. С. Суворина, 1916. – 31 с.
3. Хлебцевич, И. А. Краткий биографический очерк студента В. И. Хлебцевича / протоиерей Иоанн Андреевич Хлебцевич. – Сызрань: Типография Н. А. Журкина, 1917. – 27 с.
4. Кудринский, Ф. А. Людские волны: беженцы: [через г. Рогачев в 1915 г.] / Ф. Кудринский (Богдан Степанец). – Петроград : Книгоиздательство бывш. М. В. Попова, 1917. – 200 с.
5. Войнилович, Э. Воспоминания: [перевод с польского] / Эдвард Войнилович. – Минск : Минская римо-католическая парafia св. Симона и Елены, 2007. – 379 с.
6. Белевская, М. Ставка Верховного Главнокомандующего в Могилеве, 1915–1918 г.: воспоминания, проза / Марина Белевская. – Гродно : ЮрсаПринт, 2011. – 69, [1] с.
7. Голубев, И. П. «Счастье мое...»: Дневники Иосифа Голубева, 1916–1923 гг. / [Предисл. Г.Буравкина. – Мн. : Энциклопедикс, 2002. – 441, [1] с., [6] л. ил.
8. Друцкой-Соколинский, В. А. На службе Отечеству: Записки русского губернатора (1914–1918 гг.) / Князь В. А. Друцкой-Соколинский. – Орел : РКФ «3 июля», РИГ «Невероят.мир», 1994. – 405 с., 2 л. ил.
9. Лемке, М. К. 250 дней в царской ставке, 1916 / Михаил Константинович Лемке. – Минск: Харвест, 2003. – 670, [1] с.

10. *Паустовский, К. Г.* Беспокойная юность / Константин Георгиевич Паустовский. – Москва : АСТ, Астрель, 2006. – 352 с.
11. *Прымака-Онішк, А.* Бежанства 1915: забытыя ўцекачы: [пераклад з польскай] / Анета Прымака-Онішк. – Смаленск : Інбелкульт, 2019. – 303 с.
12. *Чикалова, И. Р.* (Не)забытая война: Первая мировая война в документах, публицистике, воспоминаниях и исследованиях современников (1914–1941) / И. Р. Чикалова. – Минск : Беларуская навука, 2022. – 425, [1] с.

АИПС «ГОРОДА БЕЛАРУСИ» КАК СПОСОБ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЛОКАЛЬНОЙ ИСТОРИИ БЕЛАРУСИ

В. А. Будницкий, Л. В. Чередин, Д. А. Якуш

Белорусский государственный университет, г. Минск;

his.budnickiVA@bsu.by;

науч. рук. – З. В. Антонович, канд. ист. наук, доц.

В статье представлены результаты реализации проекта по разработке автоматизированной информационно-поисковой системы (АИПС) «Города Беларуси», выполненного в рамках учебной дисциплины «Архивная информатика». Обратившись к локальной истории через работу с архивными материалами, на основании нормативных документов, отечественных и зарубежных проектов, авторы разработали АИПС из девяти таблиц в СУБД Microsoft Office Access. Целью создания данной АИПС является систематизация информации по истории городов Беларуси. Дальнейшее развитие данной АИПС позволит вводить ранее малоизвестные материалы в научный оборот и тем самым расширит общее понимание истории Беларуси.

Ключевые слова: автоматизированные информационно-поисковые системы; локальная история; архивные документы, города Беларуси; информатизация.

В настоящее время, в условиях усиления глобализации и информатизации, пользователям становится доступно все больше данных, что требует их систематизации для повышения эффективности поиска. Одним из актуальных направлений исторических исследований, нуждающихся в расширении источниковой базы, является история малой родины (локальная история).

Для определения структуры и подходов к заполнению АИПС «Города Беларуси» были проанализированы проекты зарубежных и отечественных хранилищ: «Документальное наследие Речи Посполитой» [5], «Белорусские деревни, сожжённые в годы Великой Отечественной войны» [3], «City of Victoria» [1] и «Oregon Historical Society Digital Collections» [2]. Контент АИПС составили опубликованные традиционным и электронным способом источники такие как летописи [11], медиаресурсы [6, 13, 14], специализированные работы [4], а также сведения, предоставленные на информационных ресурсах архивных учреждений Беларуси НИАБ [8], НАРБ [7], БГАМЛИ [12]. Целевой аудиторией данной АИПС являются краеведы и интересующиеся локальной историей люди, учащиеся и педагоги учреждений образования.

АИПС «Города Беларуси» состоит из следующих таблиц: Общее; Архитектура; Архивные документы; Магдебургское право; Архивное учреждение; Старые названия городов; Летописи; Известная личность;

Символика. При этом каждая таблица реализует свою специфическую функцию и определенные задачи.

Основной таблицей, которая также ответственна за связь между всеми остальными является таблица «Общее». В данной таблице представлены столбцы «Код», «Код для города», «Название», «Район», «Область», «Код летописи» и «Год упоминания в летописи». Столбец «Код» ответственен за нумерацию всех объектов таблицы и является автоматически созданным СУБД Microsoft Office Access. Столбец «Код для города» отвечает за номер городов и связь таблицы с остальными частями базы данных. Столбец «Название» отвечает за указание наименования городов, в базе данных представлены 117 городов Беларуси. Столбцы «Район» и «Область» указывают на расположения города в рамках административно-территориального деления Беларуси. Столбец «Код летописи» связывает основную таблицу с таблицей «Летописи» и указывает на конкретный источник, в котором впервые упоминается город. В столбце «Год упоминания в летописи» указывается год, в который конкретный город был впервые упомянут в источнике.

Связанная через столбец «Код города» с основной таблицей «Общее» таблица «Архитектура» содержит в себе информация о наиболее интересных достопримечательностях, расположенных в городах Беларуси. Она состоит из столбца «Код», отвечающего за нумерацию всех объектов таблицы; столбца «Код города», ответственного за связь с основной таблицей и указание на местоположение достопримечательности; столбца «Название архитектурного сооружения», указывающего непосредственное название достопримечательности; а также столбцов «Стиль», «Архитектор» и «Год создания» обозначающие одноименные характеристики объектов.

Таблица «Архивные документы» указывает на фонды, связанные с историей обозначенных городов. Столбцы «Код» и «Код города», «№ фонда», «Название фонда» последние два столбца содержат индикаторную информацию позволяющую найти фонды [10]. Таблица «Магдебургское право» как и предыдущие, имеет связь с основной таблицей через столбец «Код города» и дает информацию о выдачи Магдебургских прав городам Беларуси. В ней также представлены столбцы «Код», «Год» указывающую на год первой выдачи Магдебургского права городу; «Князь/Король» сообщающий о правители выдавшим городу первое право; «язык привилея» обозначающий язык, на котором был составлен первый привилей городу [6].

Таблица «Архивные учреждения» содержит уже обозначенные столбцы «Код» и «Код города», а также столбец «Республиканское архивное учреждение». Таблица содержит 35 строк и позволяет узнать

о названии республиканских архивных учреждений, расположенных в городах Беларуси [9]. Таблица «Старые названия городов» имеет подобную на все остальные таблицы структуру и состоит из трех столбцов: два стандартных и «Старое название». В рамках данной таблицы можно получить информацию о старых названиях белорусских городов, которые изменялись на протяжении истории. Ряд городов, например, современная в АИПС представлены всего одним старым названием, а другие двумя и тремя названиями [4].

Таблица «Летописи» состоит из четырех столбцов. Первый столбец – это код. Второй столбец «Код летописи» отвечает за взаимосвязь данной таблицы с «Общей» таблицей. Третий столбец является названием летописей. И последний столбец говорит нам о первой публикации летописи [11]. Таблица «Известные личности» упоминает знаменитых личностей, родившихся в городах. Таблица состоит из семи столбцов, из которых первый «Код города» отвечает за взаимосвязь с «Общей» таблицей. В третий и четвертый столбцы заносятся имя и фамилия личности, в пятую – сфера деятельности, шестую – годы жизни. Важным является столбец «Архивный фонд», при помощи которого можно найти подробную информацию о данном деятеле. Таблица «Символика» отвечает за предоставление информации о символах городов. В ней приведены все гербы и флаги 117 городов Беларуси. Первый столбец – «Код», второй – «Код города» связывает таблицу с остальной АИПС. Столбец «Герб и флаг» отвечает за предоставление доступа к электронным ресурсам, на котором размещены: герб, флаг и описание к ним [13,14].

Таким образом, АИПС «Города Беларуси», аккумулируя обобщенные сведения о городах Беларуси, позволяет пользователям получить информацию о локальной истории страны и сведения о местах хранения источников и публикациях отдельных из них. При этом, выбор MS Access в качестве технологии реализации АИПС дает возможности для дальнейшего расширения, как структуры, так и содержания АИПС, что перспективно с точки зрения организации доступа к ретроспективной документной информации для удовлетворения интереса социума к локальной истории.

Библиографические ссылки

1. City of Victoria [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archives.victoria.ca>. – Дата доступа: 12.04.2022.
2. Oregon Historical Society Digital Collections [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://digitalcollections.ohs.org>. – Дата доступа: 12.04.2022.
3. Белорусские деревни, сожженные в годы Великой Отечественной войны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://db.narb.by>. – Дата доступа: 12.04.2022.
4. Гарады і вескі Беларусі: Энцыклапедыя.: у 10 т. / У. У. Андрыевіч [і інш.]. — Минск: БелЭн, 2004–2021. – 10 т.

5. Документальное наследие Речи Посполитой // Архивы Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archives.gov.by/home/tematicheskie-razrabotki-arhivnyh-dokumentov-i-bazy-dannyh/radzivily>. – Дата доступа: 12.04.2022.
6. Магдебургское право // Архивы Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archives.gov.by/home/tematicheskie-razrabotki-arhivnyh-dokumentov-i-bazy-dannyh/istoricheskie-sobytiya/arhivnye-dokumenty-i-materialy-6/yuridicheskie-osnovy-upravleniya-belorusskimi-zemlyami-v-xiv-xviii-vekah-istoriya-voprosa-obzornaya-spravka/magdeburgskoe-pravo>. – Дата доступа: 15.04.2022.
7. Научно-справочный аппарат // Национальный Архив Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://narb.by/ru/об_архиве/научно-справочный-аппарат. – Дата доступа: 11.04.2022.
8. Научно-справочный аппарат // Национальный исторический архив Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://niab.by/newsite/ru/nsa>. – Дата доступа: 11.04.2022.
9. Органы архивного дела и делопроизводства и система государственных архивных учреждений // Архивы Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archives.gov.by/home/organy-arhivnogo-dela-i-deloproizvodstva-i-sistema-gosudarstvennyh-arhivnyh-uchrezhdenij>. – Дата доступа : 13.04.2022.
10. Поиск по архивам // Главная [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fk.archives.gov.by/catalogue>. – Дата доступа: 13.04.2022.
11. Полное собрание русских летописей: в 46 т. – СПб., 1841–2018. – 46 т.
12. Спіс фондаў // Беларускі дзяржаўны архіў-музей літаратуры і мастацтва [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://bdamlm.by/fond_list. – Дата доступа: 11.04.2022.
13. Территориальная геральдика// Геральдика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://gs.archives.gov.by/?page_id=2949. – Дата доступа: 13.04.2022.
14. Фамильный герб & Родовое древо // Геральдика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://geraldika.by>. – Дата доступа: 13.04.2022.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТРАНСГРАНИЧНЫХ ЭТНИЧЕСКИХ ГРУПП (НА ПРИМЕРЕ ХЭЧЖЭ (НАНАЙЦЕВ))

Ван Мэнюань

Белорусский государственный университет, г. Минск;

tengyuanyang123@gmail.com;

науч. рук. – И. В. Олюнина, канд. ист. наук, доц.

Статья посвящена результатам проекта «Исследование трансформации в области образования трансграничных наций на берегах реки Хэйлунцзян (Амур)», проведенного в 2017 году Национальным фондом социальных наук Китая». В статье анализируются основные проблемы в развитии трансграничной этнической группы хэчжэ (нанайцев), выявленные в результате исследования.

Ключевые слова: хэчжэ; нанайцы; трансграничная этническая группа; Россия; Китай; трансформации культуры.

30 июня 2017 года был утвержден проект Исследование трансформации в области образования трансграничных наций на берегах реки Хэйлунцзян (Амур)» № 17BMZ072. Этот проект был создан в контексте инициативы «Один пояс, один путь» (далее – ОПОР). Ранее проблема исследования трансграничной этнической группы не имела комплексного подхода. Организатором проекта является Сун Лижун, доцент института педагогических наук Университета Хэйхэ (Китай). Участники проекта – профессор Харбинского педагогического университета Цзян Цзюнь, старшие преподаватели Университета Хэйхэ Ли Хунцзюань и Чжан Цзяньвэнь (Китай), аспирант Харбинского педагогического университета Батуева Инга Анатольевна (Россия).

Основные результаты проекта изложены в публикации старшего преподавателя Университета Хэйхэ Ли Хунцзюань «Процесс изменения национальной культуры нанайцев в дальневосточных регионах России» [2]. Автор использует метод историко-сравнительного исследования в сочетании с соответствующими теориями культурных изменений, и фиксирует середину XIX века в качестве временной границы для проведения диахронических наблюдений и синхронических сравнений социальной культуры народов хэчжэ и нанайцев, чтобы выявить причины их социальных и культурных изменений. В статье охарактеризованы происхождение, верования, хозяйство и культура народа хэчжэ, на этой основе указывается, что нанайцы стали трансграничным этносом. Народ хэчжэ был этнической группой с долгой историей на северо-востоке Китая с древних времен. Позже, в связи с разделением китайско-российской границы, он стал трансграничным этносом, который в России называется нанайским этносом.

Основными проблемами развития данной трансграничной этнической группы автор статьи считает изменения, которые произошли в трех аспектах: в экономической структуре, в языке и культуре, в обычаях и привычках. Социально-экономическая структура народов хэчжэ и нанайцев трансформировалась из традиционной единой экономики рыболовства и охоты в современную экономику. Эта трансформация была достигнута при поддержке правительства. Однако из-за разного уровня национального экономического развития между Китаем и Россией процесс модернизации хэчжэ и нанайцев также имел свои особенности.

Автор исследования указывает, что в России сильно сократилась частота использования нанайского языка, замененного русским языком. У народа хэчжэ есть только язык, но нет письменности, а отсутствие языковой среды ставит его на грань исчезновения. С точки зрения обычаев и привычек, хэчжэ находились под влиянием ханьцев и имеют традиционные привычки в еде, а способ питания не сильно отличается от того, как питаются ханьцы. Традиционные национальные костюмы носят только на традиционных национальных праздниках, и они ничем не отличаются от костюмов ханьцев в будние дни. Под влиянием пищевых привычек русских нанайцы постепенно стали есть традиционную русскую пищу, но в то же время сохранили свои традиционные способы питания [2, с. 188 – 189].

Авторы статьи «Образовательные стратегии эндогенного развития трансграничных национальных культур Китая и России вдоль реки Хэйлунцзян», опубликованной в 2019 году,[4], считают, что из-за влияния различных факторов наследие национальной культуры хэчжэ (нанайцев) находится в тяжелом положении, национальный язык находится на грани исчезновения, традиционное национальное искусство также находится под угрозой исчезновения, использование традиционных ремесел уменьшается день ото дня, что ставит культуру хэчжэ перед угрозой исчезновения. Из-за влияния китайской и русской культур использование языка хэчжэ (нанайского) постепенно сокращается, и на нем могут говорить только пожилые люди, в то время как молодежь говорит на основном языке страны, к которой они принадлежат.

Исчезновение культуры хэчжэ (нанайцев) приведет к утрате культурного разнообразия в Китае и мире. Перед лицом этой проблемы развитие национального образования является одним из важных способов сохранения и распространения национальной культуры. Однако нынешняя нехватка учителей и отсутствие общения и обучения совместно с другими этническими группами и регионами ограничивают наследование и развитие культуры хэчжэ (нанайцев).

По мнению авторов исследования, традиционное культурное образование следует постепенно культивировать с детства. Школы могут создавать мощные условия для защиты культуры этнических групп, организовывать деятельность их представителей в школах и, используя их таланты, заинтересовывать учащихся исследованием традиционной национальной культуры и давать учащимся возможность усвоить основные национальные концепции.

Кроме того, школы должны учитывать особые культурные условия этнических групп и предлагать курсы, чтобы интегрировать этническую культуру в класс. В дополнение к школьным учебным программам следует также проводить культурные мероприятия для представителей этнических групп, чтобы укрепить самоидентификацию детей из их числа [3, с. 10–11].

Публикация доцента Университета Хэйхэ Сун Лижун «Характеристики и стратегии развития международных обменов высшим образованием на китайско-российской границе в контексте ОПОП» [4], вышла в научном журнале «Преподавание и обучение людей (Форум высшего образования)» в 2021 году.

Автор указывает, что международный обмен четыре характеристики: многоуровневость, диверсификация его содержания, а также значение качества и общее взаимодействие. Национальная инициатива «Один пояс, один путь» представляет собой руководство к действию по реформе и развитию высшего образования. Высшее образование на китайско-российской границе вступило в новый этап развития. Столкнувшись с новой миссией, предложенной авторами проекта ОПОП, приграничные колледжи и университеты должны воспользоваться преимуществами местоположения, активно планировать международные образовательные обмены и сотрудничество, дополнять преимущества друг друга, демонстрировать свои сильные стороны и сотрудничать друг с другом.

Автор исследования предлагает, чтобы приграничные колледжи и университеты в Китае и России своевременно планировали и корректировали свои действия на основе существующего фундамента и достижений построения ОПОП. Основная задача – адаптировать меры к местным условиям и времени и в рамках совместных инноваций полностью использовать объединенные силы китайского и российского правительств, университетов, общества и других субъектов [4, с. 53]. По мнению автора исследования, важно придерживаться стратегии координации и сотрудничества, комплексного развития между школами и местными сообществами, уважать ценностную ориентацию, выступать за диверсифицированное развитие, способствовать органичной интеграции высшего образования с политикой, экономикой и культурой, а также ис-

следовать новые модели и подходы к развитию высшего образования на китайско-российской границе.

В рамках инициативы ОПОП международный обмен в сфере высшего образования на китайско-российской границе имеет характеристики многоуровневого образовательного обмена с диверсифицированным содержанием и коннотативным качеством. В новую эру высокого уровня развития китайско-российских отношений международные обмены и сотрудничество приграничного высшего образования между двумя странами сталкиваются с новыми вызовами.

Анализ результатов исследования данного проекта показывает, что основные проблемы находятся в сфере этнического образования на китайско-российской границе, языковом наследовании, особенностях культурного развития и защите нематериального культурного наследия этнической группы хэчжэ (нанайцев). Под влиянием различных социальных культур двух стран китайско-российские приграничные этносы постепенно менялись в процессе этнического развития. Образование может эффективно защитить наследие национального языка и письменности и является важной гарантией сохранения нематериального культурного наследия.

Библиографические ссылки

1. База данных проектов Национального фонда социальных наук Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fz.people.com.cn/skygb/sk/index.php/Index/seach> – Дата доступа: 27.02.2022
2. Ли Хунцзюань. Процесс изменения национальной культуры нанайцев в дальневосточных регионах России. / Хунцзюань Ли // Общество: философия, история, культура. – 2018. – №12(56). – С.186–190.
3. Цзян Цзюнь, Сун Лижун, Батуева И. А. Образовательные стратегии эндогенного развития трансграничных национальных культур Китая и России вдоль реки Хэйлунцзян. / Цзюнь Цзян // Пограничная экономика и культура. – 2021. – № 11. – С. 7–11.
4. 宋丽荣 Сун Лижун. 带一路”背景下中俄边境高等教育国际交流的特点及提升策略
Характеристики и стратегии развития международных обменов высшим образованием на китайско-российской границе в контексте ОПОП / 丽荣宋 Лижун Сун // 教书育人 (高教论坛) Журнал «Преподавание и обучение людей» (Форум высшего образования). – 2021. – № 6. С. 52–54. (на кит. яз.).

КОНТАКТЫ И ОБМЕНЫ ЧЕРЕЗ ТАЙВАНЬСКИЙ ПРОЛИВ В 1985–1988 ГГ.

Ван Чунхуа

Белорусский государственный университет, г. Минск;

nicolas-010@qq.com;

науч. рук. – В. С. Кошелев, д-р. ист. наук, проф.

В статье рассматриваются попытки налаживания контактов и обменов между двумя берегами Тайваньского пролива с середины 1980-х гг. При этом особое внимание уделяется анализу позиции как руководства Китайской Народной Республики, так правительства США в рассматриваемый период.

Ключевые слова: американо-китайские отношения, КНР, США, Тайвань.

Еще в 1950-х гг. Д. Макартур и Дж. Ф. Даллес считали Тайвань «непотопляемым авианосцем» Соединенных Штатов в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Поэтому тайваньский вопрос всегда был в центре внимания американской внешнеполитической деятельности и дипломатии.

Во второй половине 1980-х гг. Соединенные Штаты начали позитивно относиться к обменам между двумя сторонами Тайваньского пролива. В конце июля 1985 г., накануне визита председателя КНР Ли Сяньняня в Соединенные Штаты, официальные лица госдепартамента США заявили на пресс-конференции, что обе стороны Тайваньского пролива должны вести прямые переговоры друг с другом. Так Соединенные Штаты впервые выразили поддержку контактам между двумя сторонами пролива. 15 октября, во время визита вице-президента Буша в Китай, министр обороны США К. Уайнбергер заявил в радиообращении, что, если Тайвань и Китай смогут достичь какого-то соглашения, это принесет пользу обеим сторонам. Таким образом, США поддержали добровольное соглашение между Тайванем и Китаем.

26 октября официальный представитель госдепартамента США заявил в интервью репортеру гонконгской газеты «Чайна дейли», что большинство людей на острове Тайвань не одобряют «независимость» Тайваня, а правительство США не признает «независимость Тайваня». Не исключено, что через несколько лет Китай и Тайвань начнут переговоры о мирном воссоединении и возобновлении прямых торговых связей [1, с. 220].

5 марта 1987 г. госсекретарь Шульц публично заявил во время своего визита в Китай, что США приветствуют события, которые помогают облегчить ситуацию в Тайваньском проливе, включая непрямую торговлю и все более частые неправительственные обмены, и что политика США

заключается в создании условий, способствующих этому развитию [1, с. 244].

8 марта 1988 г., когда президент Рейган встретился с государственным советником и министром иностранных дел У Сюэцяном, он сказал, что Соединенные Штаты приветствуют начавшиеся контакты через Тайваньский пролив с прошлого года и надеются, что эта тенденция сохранится. Он также заявил, что правительство США будет усердно работать над созданием среды, способствующей развитию вышеуказанных тенденций, и что США будут делать все возможное для поощрения обменов между Китаем и Тайванем [1, с. 249].

8 мая, в период визита вице-премьера Тянь Цзюня в США, президент Рейган заявил, что приветствует недавнее развитие ситуации в Тайваньском проливе и обмен мнениями между двумя сторонами пролива. Он подчеркнул, что Соединенные Штаты будут усердно работать в данном направлении.

14 июля госсекретарь Шульц, посетивший Китай, заявил, что Соединенные Штаты ясно дали понять, что приветствуют процесс конструктивных обменов между двумя сторонами Тайваньского пролива. Такой процесс соответствует заботе Соединенных Штатов о мирном урегулировании тайваньской проблемы [1, с. 253.]

С одной стороны, Соединенные Штаты положительно оценивали контакты между двумя сторонами пролива, с другой же они не желали слишком интенсивных обменов между двумя сторонами пролива, пытаясь оказать влияние в этом смысле на политику властей Тайваня в отношении материкового Китая. После того, как тайваньские власти объявили в октябре 1987 г., что тайванцам будет разрешено посещать родственников на материке, США обеспокоились тем, что ограничения тайваньских властей на контакты через пролив будут полностью отменены. Поэтому в первой половине 1988 г. американские политические и экономические круги, включая конгрессменов и отставных политиков, посетили Тайвань для того, чтобы разведать ситуацию по косвенной торговле Тайваня с материком, а также оценить масштабы визитов людей к родственникам и в целом контактов между людьми обеих сторон пролива [2, с. 131].

В конце марта – начале апреля 1988 г. Соединенные Штаты неоднократно обменивались мнениями с официальными лицами Тайваня. В мае, когда Центральный комитет Гоминьдана собрал мнения различных партий, чтобы сформулировать политику в отношении материка для 13-го Национального конгресса Гоминьдана, У. Кларк, бывший советник США по национальной безопасности, отправился на Тайвань. Кларк несколько охладил чаяния тайваньских предпринимателей, которые сосре-

доточили «слишком много внимания на континентальный рынок». Он считал, что чрезмерная активизация китайско-тайваньских связей может сделать Тайвань более зависимым от материка и оказать негативное влияние на будущее острова. Было также заявлено, что «нехорошо внезапно открывать дверь» [3, с.298]. Тем не менее, специальная группа по делам Азиатско-Тихоокеанского региона при Палате представителей США, проводившая слушания по вопросу о ситуации на Тайване после смерти президента Чан Цзин-куо, выразила надежду, что контакты и обмены между Тайванем и материковой частью не повлияют на безопасность Тайваня.

8 октября 1985 г. на пресс-конференции перед визитом в Китай вице-президент Дж. Буш, оценивая роль Соединенных Штатов в вопросе воссоединения Китая, сказал, что Соединенные Штаты не могут играть роль посредника. 13 января 1987 г. в эксклюзивном интервью репортеру одного из ведущих американских журналов в Нью-Йорке вице-президент Буш заявил, что отношения между США, Тайванем и КНР укрепились и что Соединенным Штатам не следует выступать в качестве посредника, поскольку вопрос между материковым Китаем и Тайванем – «это вопрос, который они должны решить сами» [1, с. 217]. Таким образом, официальные заявления США в основном подчеркивали невмешательство США в развитие китайско-тайваньских контактов.

В свою очередь руководство КНР подвергло критике неоднократные заявления официальных лиц правительства США об их «непричастности». 2 сентября 1986 г. Дэн Сяопин сказал в интервью репортеру CBS Уоллесу, что Соединенные Штаты обсуждают проблему воссоединения Китая, то есть проблему Тайваня, заявляя о том, что они придерживаются политики «невмешательства», что не соответствует реалиям. Дэн Сяопин призвал Соединенные Штаты сыграть положительную роль в нормализации отношений материкового и островного Китая. Дэн Сяопин подчеркивал, что «Соединенные Штаты, особенно президент Рейган, могут...воодушевить и убедить Тайвань установить с нами «три звена»: торговлю, судоходство и почтовые услуги», что в дальнейшем будет содействовать решению вопроса о воссоединении. [4, с.169–170].

3 апреля 1987 г, когда заместитель министра иностранных дел Цянь Цичен комментировал вопрос о роли Соединенных Штатов по проблеме Тайваня на пресс-конференции пятой сессии Шестого Всекитайского Собрания Народных Представителей, он заявил, что линия правительства США «нет вмешательства, нет препятствий» неправильная и что Соединенные Штаты обязаны серьезно и строго соблюдать принципы решения тайваньской проблемы, изложенные в трех совместных коммю-

нике. Следовательно, они могут оказать содействие решению тайваньского вопроса.

6 апреля 1988 г, министр иностранных дел У Сюэцзянь на пресс-конференции также заявил о возможностях США по продвижению китайско-тайваньских контактов. В мае, во время своего визита в Соединенные Штаты, вице-премьер Тянь Цзюнь указал американским лидерам, что Китай надеется, что США предпримут дальнейшие практические меры для содействия скорейшей реализации политики «трех звеньев». В сентябре китайские лидеры встретились в КНР с высокопоставленными американскими официальными лицами и дали понять, что если США смогут помочь Китаю добиться воссоединения, то между Китаем и Соединенными Штатами не останется препятствий для плодотворного сотрудничества [5, с. 310.]

Есть несколько причин, по которым Соединенные Штаты не желают действовать в качестве посредника между двумя сторонами пролива.

Во-первых, в истории США был опыт посредничества в конфликтах между Гоминьданом и Коммунистической партией, который закончился неудачей. На завершающем этапе японо-китайской войны 1937–1945 гг. правительство США отправило двух своих представителей в Китай для урегулирования конфликта между Гоминьданом и Коммунистической партией, но посредничество закончилось неудачей.

Во-вторых, власти Тайваня выступали против любых переговоров с материком на любом уровне и поэтому не хотели, чтобы Соединенные Штаты выступили посредником. Многие эксперты полагают, что Вашингтону не следует пытаться заставить Тайвань начать диалог с материком. Любая такая попытка почти наверняка приведет к обратному эффекту. Это не только укрепляет Тайвань в его противодействии любым связям с материком, но также влияет на стабильность самого Тайваня и делает существующие неофициальные отношения между США и Тайванем более напряженными.

Таким образом, несмотря на усилия КНР, попытки нормализации отношений КНР с Тайванем во второй половине 1980-х гг. потерпели неудачу в связи с жестким неприятием каких-либо контактов Тайваня с материком, а также из-за опасений США, которые оказались в сложной ситуации: с одной стороны, они не желали терять стратегического партнера в Азиатско-Тихоокеанском регионе, а с другой, не хотели портить отношения с Китайской Народной Республикой.

Библиографические ссылки

1. Лю, Лианди; Ван, Давэй (刘连第、汪大为). Трек китайско-американских отношений. Обзор основных событий с момента установления дипломатических отношений. Пекин: Пресса о текущих событиях (时事出版社), 1995. – 429 С.

2. *Болятко, А. В.* США–КНР: Развитие отношений в тихоокеанской зоне // Китай на пути к возрождению. К 80-летию академика М. Л. Титаренко / Ответ. ред. С. Г. Лузянин. М., 2014. – С. 341–342.
3. *Тан Чжэнжуй* (唐正瑞). Тайваньский вопрос в китайско-американской шахматной игре. Пекин: Издательство мировых знаний, 1996. – С.549.
4. Избранные произведения Дэн Сяопина. – Т. 3. – Пекин: Народный издательский дом (人民出版社), 1993. – С.169–170.
5. *Сюн Чжиюн* (熊志勇): Китай и США – обзор нового века. Пекин: Издательство мировых знаний, 2001. – 559 С.

ПЕРВОЕ ПОКОЛЕНИЕ КНЯЗЕЙ ОЛЕЛЬКОВИЧЕЙ И ИХ РОЛЬ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИСТОРИИ ВЕЛИКОГО КНЯЖЕСТВА ЛИ- ТОВСКОГО НА ПРИМЕРЕ ВЛАДИМИРА ОЛЬГЕРДОВИЧА

Д. Д. Головацкая

Белорусский государственный университет, г. Минск;

dariagolovatskaya9@gmail.com;

науч. рук. – А. В. Любый, канд. ист. наук, доц.

Данная статья посвящена роли первого поколения князей Олельковичей на примере деятельности их прародителя и первого представителя рода – Владимира Ольгердовича. Весьма важная фигура в истории рода, т.к. именно с него и начинается формироваться концепт случких князей, а именно, их принадлежность к «старшим Ольгердовичам» и выдвижение наследственных прав на Киевщину и великокняжеский престол.

Ключевые слова: Олельковичи; Ольгердовичи; Владимир Ольгердович; удельное княжество; Киевское княжество; Слуцкое княжество; Копыль.

Олельковичи – княжеский род Великого Княжества Литовского, что своими корнями восходит к великому князю Гедимину, оттого князья случкие считаются ветвью монаршей династии Гедиминовичей, что уже логично решает их ведущее положение в государстве. Прародителем случких князей являлся сын великого князя литовского Ольгерда – Владимир, которого в источниках также называют Киевским. Род Олельковичей назван по имени сына Владимира – Александра, что скороченно, как Оля, Олелько. Александр является уже вторым представителем рода, поэтому, на наш взгляд, стоит уделить должное внимание князю Владимиру Ольгердовичу, как прародителю и первому представителю рода Олельковичей.

Владимир Ольгердович, как писалось ранее, был сыном великого князя литовского Ольгерда и внуком Гедимины. Все еще спорным остаётся вопрос старшинства сыновей Ольгерда. Чаще всего встречается идея о том, что старшим из ольгердовых сынов был именно Андрей, прозванный в дальнейшем Полоцким. Однако, как указано в хронике М. Стрыйковского, Владимир был первым и старшим сыном [6, с. 57]. Особую значимость представляют нам эти слова – именно первым и именно старшим сыном был Владимир, т.к. практически ни один из других крупных источников не упоминает факт его старшинства, за исключением «Хроники Быховца». В Хронике прослеживается та же идея: Владимир – первый сын великого князя литовского Ольгерда и его

жены Марии Витебской [5, с. 141]. Тем не менее, замечаем, что М. Стрыйковский писал свой труд под руководством князей слупских, оттого, поддавшись симпатиям к роду, мог приписать факт старшинства Владимира среди других сыновей Ольгерда. Польский исследователь Я. Тенговский высказал мнение о том, что старшим из сыновей Ольгерда был даже не Владимир и не Андрей, а Федор Ольгердович [7, с. 88]. В целом, вопрос про количество детей великого князя литовского Ольгерда и их старшинства все еще остается открыт и по сей день, т.к. у нас нет надежных источников, которые могли бы подтвердить или опровергнуть нужную для нас информацию.

Великими князьями ещё со времён Витеня и Гедимины двигала единая цель – объединить государство, присоединив к нему все больше соседних земель. Например, особую важность для князей представляли такие города, как Смоленск или Киев. Для нас особую важность представляет именно Киев и граничащие с ним земли. Известно, что в 1361 г. в Киеве все еще правит Федор, а после есть сведения уже об Ольгердовом влиянии на эти земли. Говоря конкретнее, то «Киев под Федором взят и посади в нем Володимера сына своего и нача над сими владети, им же отцы его дань даяху». «Посаждение» Владимира в Киеве связывается с походом Ольгерда на эти земли и, непосредственно, с битвой на Синих Водах 1362 г., после которой князь пошел дальше на южные земли. В принципе, то, что Ольгерд посадил в Киеве конкретно Владимира несложно объяснить, ссылаясь на записи М. Стрыйковского и «Хроники Быховца» о том, что Владимир являлся старшим сыном Ольгерда, что выступает вполне логичным объяснением. Исторически сложилось так, что Киев испокон веков притягивал к себе князей, был для них важным политическим и культурным центром, оттого завладеть ВКЛ Киевом было, на наш взгляд, крайне необходимо. И если предположить, что Владимир Ольгердович действительно был старшим сыном Ольгерда, то его «посаждение» в таком важном центре княжества, как Киев, логически объяснимо. Интересным для нас также выступил тот факт, что «Хроника Быховца» рассказывает, что первым сыном Ольгерда был Владимир, который имел в удел Киев. Но при этом в списке совсем не описано, как, когда и почему Владимир попал в Киев [5, с. 144].

Кроме того, свое мнение, касаясь посаждения Владимира в Киеве, высказал и белорусский историк В.И. Пичета. Исследователь пишет, что т.к. политика великого князя литовского Ольгерда была направлена на

украинские земли, то он выгнал из Киева князя Хведера Святославича и посадил там своего сына Владимира [2, с. 54]. Слуцкая, или же, как ее часто называют, Уваровская летопись содержит в себе любопытную информацию: мы видим Владимира Ольгердовича Киевским князем в 1382 г., когда тот посадил в заточение архиепископа Суздальского Дионисия за то, что тот ходил в Царьград без его «повеления» [3, с. 49].

В следующий раз Владимир Ольгердович был замечен среди источников в «Хронике» М. Стрыйковского в разделе, связанном с великим князем литовским Ягайло. В разделе идет речь о крещении Ягайло по католическому обряду. Стрыйковский пишет, что в четверг, 12 февраля, Ягайло с братьями был в костеле, где первый среди всех остальных принял веру христианскую. Следом же идет упоминание, что рядом с ним, другие братья и князья были, которые следом за ним веру иную приняли и имена поменяли, например, Скиргайло и Каригайло стали Казимирами, Свидригайло – Болеславом и др. Однако идет упоминание и того, что не все князья веру поменяли, т.к. находились рядом с Ягайло и те, кто уже был в вере христианской. Кроме русских панов и иных князей Ольгердовых братьев, сынов и дядьков Ягайло, которые давно уже перешли в русскую веру греческого закона, были, например, Федор, Любарт, Дмитрий Корибут, Владимир Ольгердович – киевский князь, который княжество Слуцкое размножил [6, с. 80].

Следующим шагом стало подписание Кривской унии 15 августа 1385 г. князем Ягайло и его братьями – Скиргайлом, Корибутом, Витовтом и Лугвением от имени всех литовских князей. Впрочем, от остальных князей требовали в течение нескольких лет с 1386 по 1393 гг., особые присяжные грамоты. Грамоты писались на имя польского короля Владислава, королевы Ядвиги и короны Польской. От литовских князей требовалось «соблюдать верность, крепко ее держаться и не отступать от нее», или же «принадлежать к королевству Польскому со всеми землями... и народом, нам подданным, подчиненным и подлежащим подчинению» [4, с. 96]. Владимир Ольгердович также был вынужден признать власть великого князя литовского и короля польского Ягайло. Он признал себя его вассалом и подтвердил свою верность королеве Ядвиге. М.К. Любавский сообщает о сведениях с несколькими присяжными листами, которые Владимир дал на верность королеве, королю и короне Польской в 1386 – 1389 гг. [1, с. 146]. Здесь историк не дает четкой датировки подписанных грамот, а дает промежуток, между которым

или были подписаны несколько грамот, или же нет четкой даты, на которой мы могли бы остановиться.

В своем «Очерке» М.К. Любавский замечает, что сыновья Ольгерда, являвшиеся удельными князьями, еще после его смерти в 1377 г. начали отделяться от власти великого князя [1, с. 148 – 149]. Приход Витовта к власти в 1392 г. меняет ход событий для княжеских родов, в том числе и для Олельковичей. Витовт начинает проводить централизацию государства посредством ликвидации удельных княжеств на территории ВКЛ. Он предъявляет областным удельным князьям требование «покоры» – покорения и послушания, на что удельные князья начали отвечать противостоянием. Владимир Ольгердович не стал исключением. В то время как Витовт собрался идти в поход против подольского князя Федора Кориатовича и предложил присоединиться Владимиру, тот отказал ему. После чего Витовт захватил Овруч, Житомир и направился на Киев. Замечаем, что Витовт не сразу изгнал Владимира из Киева, а лишь через некоторое время. Весьма благородно выглядит тот факт, что Витовт не просто изгнал двоюродного брата из центра княжества, а дал Владимиру во власть Копыль или же Слуцк с прилегающими ему территориями.

Неизвестно, чем закончилась судьба Владимира Ольгердовича. Есть сведения, что еще в 1398 г. он был среди князей, кто ставил свою подпись в Салинском соглашении, подписавшись как вассал Витовта. Считается, что Владимир не выдержал вассальной зависимости и начал искать поддержку в Москве. «Обиженный Ольгердович» бежал было в Москву, но вскоре вернулся назад [4, с. 99]. Иных фактов, чем же все-таки закончилась жизнь сына Ольгерда у нас нет, поэтому судьба его остаётся неизвестной и по сей день. Несмотря на это, нам более чем известно о потомках Владимира, которые ярко продолжали проявлять себя на территории Великого Княжества Литовского и соседних держав. Ведомо, что от двух сыновей Владимира Ольгердовича образуются две новые ветви княжеских родов: от Александра на политической арене ВКЛ появляются князья Олельковичи, а от Ивана пошли князья Бельские. Таким образом, именно Олельковичи, являясь первым поколением Гедиминовичей, станут одним из ведущих княжеских родов на протяжении всего XV в. Князья слущкие постоянно будут находиться в эпицентре событий ВКЛ, то и дело время от времени пытаясь вернуть себе Киевское княжество и выдвигая свои кандидатуры на великокняжеский престол,

объясняя свою принадлежность к великокняжеской династии «старших Ольгердовичей».

Библиографические ссылки

1. *Любавский, М. К.* Очерк истории Литовско-Русского государства до Люблинской унии включительно. / М. К. Любавский. – Минск: Беларуская навука, 2012. – 397 с.
2. *Пічэта, У. І.* Гісторыя Беларусі / У. І. Пічэта. – Масква: Дзяржаўнае выдавецтва, 1924. Ч. 1. – 134 с.
3. Полное собрание русских летописей / отв. ред. В. А. Кучкин ; под ред. Л. Л. Муравьева, А. М. Панченко. – СПб.: «Дмитрий Буланин», 2003. – Т. LXV. – 202 с.
4. *Пресняков, А. Е.* Литовско-Русское государство в XIII-XVI вв. / А. Е. Пресняков. – Минск: Харвест, 2012. – 296 с.
5. Хроніка Быхаўца, Хроніка Літоўская і Жамойцкая // ПСРЛ. Т. 32. – М., 1975. – 367 с.
6. *Strykowski, M.* Kronika polska, litewska, zmudska i wszystkiej Rusi. Wydane nowe, będące dokładniem wydaniem pierwotnego Królewskiego z roku 1582, poprzedzone wiadomością o życiu i pismach Strykowskiego przez Mikołaja Malonowskiego, oraz rozprawa o latopiscach ruskich przez Daniłowicza. – Warszawa, 1846. Т. II. – 584 s.
7. *Tęgowski, J.* Pierwsze pokolenia Giedyminowiczów / J. Tęgowski. – Poznań – Wrocław: Wydawnictwo Historyczne, 1999. – 320 s.

INTERREGNUM 1014 Г. В АНГЛИИ

М. А. Гудень

Белорусский государственный университет, г. Минск;

unraedaethelraed@gmail.com;

науч. рук. – Н. В. Кошелева, канд. ист. наук, доц.

В начале 1014 г. все выглядело так, будто непрекращающиеся набеги викингов уступили место полномасштабному завоеванию, а датский король Свейн стал единственным господином Англии. Но, когда политическая ситуация, казалось бы, начала стабилизироваться, произошло неожиданное – «счастливый случай кончины Свейна» в ночь со 2 на 3 февраля 1014 г. За ней последовал беспрецедентный политический кризис, в результате которого на трон вернулся изгнанный в Нормандию король Этельред II. Эти события позволяют взглянуть на его в целом неудачное правление под другим углом, однако в историографии им уделено неоправданно мало внимания. Данная работа ставит своей целью исправить эту историческую несправедливость и, пересмотрев немногочисленные имеющиеся источники, предложить более комплементарную оценку личности общепризнанно бесславного короля.

Ключевые слова: Этельред II Неразумный; Кнут Великий; Вульфстан; Олаф II Святой; Торкелль Длинный; 1014 г.; викинги; Англия; Лондонский мост.

При воссоздании событий 1014 г. сведения Англосаксонской хроники (АСХ) могут быть дополнены свидетельствами другого независимого синхронного источника – скальдической поэзии [1]. Важные для нас сообщения сохранились в драпах скальдов Сигхвата «Строфы викингов» («*Vikingarvísur*») и его племянника Оттара Черного «Выкуп головы» («*Höfuðlausn*»), составители которых были лично знакомы с королем Норвегии Олафом Святым и воспели его подвиги, совершенные в том числе и в Англии. Эти произведения и более поздние саги исландский историк, писатель и политический деятель Снорри Стурлусон в начале XIII в. включил и переработал в свою «Сагу об Олафе Святом» («*Óláfs saga helga*»), которая вошла в сборник «Круг Земной» («*Heimskringla*») [2].

Скоропостижная смерть Свейна, должно быть, воодушевила Этельреда и его сторонников несмотря на то, что датский флот сразу избрал сына завоевателя Кнута его приемником. Как сообщает манускрипт «D» АСХ, «в том же году Эльфвиг был рукоположен в епископа Лондонского в Йорке, на день святой Юлианы (т.е. 16 февраля)» на место Эльфхуна, которому Этельред поручил перевезти *этелингов* Эдуарда и Альфреда к их матери Эмме Нормандской и дяде, герцогу Нормандии, Ричарду II [1, pp. 144–5]. Рукоположение, вероятно, было проведено архиепископом Йоркским Вульфстаном, как самым высокопоставленным священнослужителем Англии на тот момент, на *уитенагемоте*, перво-

начально собравшемся, по-видимому, для формального признания Свейна королем всех англичан и его последующей коронации. Однако повестка дня резко изменилась, когда до *уитанов* дошла весть о кончине Свейна: теперь они должны были решить кризис престолонаследия, выбрав нового короля между Этельредом и Кнутом [3, pp. 380–2]. Перед рукоположением Вульфстан прочитал специально написанную по этому поводу проповедь об обязанностях епископа «От Луки» («*Secundum Lucam*»), которую он завершил самокритичным назидательным пассажем: «Теперь я не смею, из страха перед Богом, молчать об истине, но, нравится вам это или нет, я скажу правду, да прислушается ко мне тот, кто хочет» [3, pp. 382]. За этим последовало самое впечатляющее творение архиепископа – «Проповедь Волка к англам» («*Sermo Lupi ad Anglos*»), где он явно изобличал собравшихся *уитанов* за их недавнюю измену Этельреду: «...и также это гнусное великое предательство господина, когда человек своего господина... сгоняет при жизни с земли... и Этельред был изгнан из его страны» [3, pp. 383–4]. Многие *уитаны*, которые еще недавно приносили клятвы верности Свейну, имели вполне обоснованные основания выступать против восстановления на троне их бывшего господина, опасаясь как за свою жизнь, ведь Этельред и его сторонники могли начать мстить за предыдущие обиды, так и за жизни своих родственников, которых Кнут все еще удерживал в качестве заложников, оставленных его отцу знатью королевства как гарантия своей *bona fides*. Тем не менее, в конечном счете, красноречивые слова Вульфстана произвели необходимое впечатление, побудив *уитенагемот* к решительным действиям: «Тогда все *уитаны*, которые были в Англии, духовные и мирские, посоветовали послать за королем Этельредом, и они сказали, что нет господина для них дороже, чем их естественный господин, если он будет править ими более законно, чем раньше» [1, p. 145]. Скорее всего, обращение к изгнанному монарху было сделано в виде письма, и учитывая то, что АСХ содержит в этом месте любимые формулировки архиепископа, Вульфстан, вероятно, был и его автором. После того, как *уитаны* предпочли кандидатуру Этельреда, им предстояло вести переговоры со своим бывшим королем о его условном возвращении, что само по себе куда более примечательно. Этельред не только согласился править более законно, но и отправил послов вместе со своим сыном Эдуардом, «и повелел им обратиться ко всему его народу, и сказал, что он хотел бы быть им милостивым господином, и исправить все то, что они все ненавидели; и все то, что было против него сделано или сказано должно быть прощено при условии, что они все единодушно и без предательства повернулись обратно к нему» [1, p. 145]. Вполне возможно, АСХ опирается здесь на письмо Этельреда, где тот дал фор-

мальные обещания и гарантии, которые потребовали от него *уитаны*, что было условием его возвращения. Как бы то ни было, «полная дружба была обеспечена словом и клятвой с обеих сторон, и они объявили любого датского короля вне закона в Англии навсегда» [1, р. 145].

Этельред и его сторонники теперь должны были действовать решительно. *Хере* (армия) наемников под командованием Торкелля Длинного, несмотря на изгнание своего работодателя, оставалась в Англии, располагаясь, по сведениям АСХ в Гринвиче, однако, более вероятно, на острове Уайт, куда они могли эскортировать Этельреда после его бегства из Лондона осенью 1013 г. [4, р. 122]. Как сообщает Снорри, незадолго до смерти Свейна в Англию прибыл *лит* (дружина) Олафа (будущего короля Норвегии Олафа II Святого), по-видимому, присоединившись к Торкеллю, с которым они вместе ранее уже разорили побережье Ютландии где-то между 1010 и 1011 г. [2, pp. 8–9]. Гийом Жюмьежский, историк середины XI в., в своих «Деяниях герцогов Нормандии» («*Gesta Normannorum Ducum*»), объединив события 1014 и 1016 гг., приписывает Олафу и некому Лакману, помощь Кнуту в завоевании Англии перед тем, как их пригласил на службу герцог Нормандии, что подтверждается «Сагой об Олафе Святом» [5, pp. 18–21, 24–5]. Этот Лакман, скорее всего, был сыном короля Мэна и островов Гофрайда мак Аральта и к тому моменту мог находиться в изгнании с *литом* в поисках средств для реализации своих претензий на трон. Тем же мотивом, вероятно, руководствовался и Олаф, ведь в 995 г. у другого предводителя викингов Олафа Трюггвасона уже получилось стать королем Норвегии при финансовой поддержке англичан. Эти силы могли состоять на службе у Этельреда еще до того, как изгнанный король отплыл обратно в Англию, однако Снорри утверждает, что «вернувшись в свою страну, он объявил, что предлагает плату всем тем, кто поможет ему отвоевать его землю. Много народу тогда стеклось к нему» [2, р. 9]. Этельред и его наемные войска не стали медлить и сразу направились к Лондону, где особо отличился Олаф со своим *литом*, разрушив Лондонский мост, о чем сообщают Сигхват и Оттар. В «Саге об Олафе Святом» свидетельства скальдов дополнены красочными подробностями произошедшего, согласно которым войны Олафа привязали свои корабли к сваям, на которых стоял мост, и пустили вниз по течению, после чего тот рухнул, отрезав основные позиции данов в Лондоне от их укреплений на противоположном берегу Темзы в торговом городе Саутуарке. Когда лондонцы увидели, что Саутуарк был захвачен, они сдали свой город и подчинились Этельреду. Затем король со своими войсками направился в Восточную Англию, где они нанесли поражение местным силам при Хрингмарахейде. Снорри в связи с этой «великой битвой» упоминает только победо-

носных королей Этельреда и Олафа, однако в ней, очевидно, участвовали и другие предводители викингов со своими *литами*, такие как Торкелль и Лакман. Несмотря на то, что повествование «Саги об Олафе Святом» сосредоточено на ее главном герое, она, оставляет место и для остальных военачальников Этельреда. Например, перед штурмом Лондонского моста король созвал их всех на военный совет, где Олаф отказался нападать в одиночку, в результате чего каждый из предводителей *литов* подготовил своих воинов и корабли. За этим последовала совместная атака, во время которой они понесли значительные потери, и многие отступили, оставив норвежцев Олафа без поддержки [2, pp. 9–12]. Таким образом, войска Этельреда не представляли собой единое целое, а по сути являлись набором отдельных нанятых им *литов*, которые подчинялись в первую очередь своим предводителям, и лишь затем королю. Будучи сформированы таким типичным для викингов способом, в борьбе с датским *хере*, которое было набрано по тому же принципу, они, тем не менее, оказались успешнее любого английского *фирда* – очевидное свидетельство превосходства скандинавской военной организации.

Продвижение сил вернувшегося короля было стремительным: из Восточной Англии они направились в Линдси до того, как Кнут, который оставался в Гейнсборо до Пасхи 1014 г. (т.е. 25 апреля), смог выступить против них с основной частью своего *хере* [4, p. 130]. Хотя он планировал объединить свои силы с местными жителями, «король Этельред пришел туда, в Линдси, со всем *фирдом*, прежде чем они были готовы, и затем весь род людской, до которого можно было добраться, был разграблен, сожжен и перебит» [1, p. 145]. Положение Кнута было шатким и, столкнувшись с таким решительным наступлением, он решил торопливо покинуть Англию: «Сам Кнут снялся со своим флотом – и, таким образом, несчастные люди были преданы им, – а затем повернул на юг, пока не прибыл в Сандуич, и там высадил на берег заложников, которые были предоставлены его отцу, и отрезал им руки, и уши, и носы» [1, p. 145]. О спешности бегства Кнута свидетельствует тот факт, что он оставил в Англии тело покойного отца и свою жену, Эльфгифу Нортгемптонскую, с их новорожденным сыном [4, p. 137]. После этого королевский титул Этельреда больше никто не мог оспорить, однако у него все еще оставались насущные проблемы. Так, Свейн обеспечил свою власть над Англией, разместив гарнизоны в ее наиболее важных центрах, и, несмотря на уход Кнута, «*тингамэнны (хускарлы)* и даны удерживали много городов, и они тогда еще контролировали обширные области страны» [2, p. 12]. Скальды пишут только о том, что Олаф напал на Кентербери и беспринципно его сжег – судьба, которая могла постигнуть и другие крепости, занятые датскими гарнизонами. Упоминание

вендов Сигхватом в этой связи, вероятно, указывает на присутствие славянских континентов в *хере* Свейна и Кнута. Далее он сообщает, что Олаф поплыл на север, возможно, в Восточную Англию, где в битве при Ньямоде разбил очередной *лит тингаменнов*. Когда с остатками датских сил было наконец покончено и власть Этельреда вновь утвердилась над всей страной, для короля пришло время расплачиваться за услуги наемников, вернувших его на трон. Олаф смог беспрепятственно собирать дань по всей Англии – деяние, которое Оттар ставит в ряд с другими подвигами будущего «святого» короля [2, pp. 12–3]. Остальные предводители викингов на службе у Этельреда, вероятно, занялись тем же самым, а Торкеллю, как наиболее влиятельному и преданному из них, была, кроме того, выплачена 21 тысяча фунтов по приказу короля. Хотя вымогательства и грабежи чужеземных наемников и должны были вызвать недовольство у подданных Этельреда, АСХ тем не менее утверждает, что «он был радостно принят ими всеми» [1, p. 145].

Как мы видим, Этельред благодаря наемным войскам викингов, способным военачальникам, таким как Торкелль и Олаф, а также решительности своих действий смог весьма эффективно противостоять датской угрозе, быстро изгнав Кнута из Англии. Тот факт, что АСХ практически ничего не упоминает об этой масштабной, а главное, успешной военной кампании короля, в то время как не упускает возможности в драматичных подробностях описать все невзгоды, постигшие англичан в его правление, показывает опасную односторонность этого исторического источника. Мы должны постоянно держать в уме тенденциозность АСХ, ведь именно на ее сведениях основана большая часть наших представлений об Этельреде. Все это ставит под вопрос его традиционный образ нерадивого, бездарного и безынициативного правителя и еще раз подчеркивает, как мало мы знаем об этом человеке на самом деле. Так была ли в неудачах Этельреда виновата личная некомпетентность короля и его *уитанов* или же причину следует искать глубже, в доставшихся ему в наследство проблемах военной организации Англии, которые он пытался решить на протяжении своего непростого правления? На этот вопрос, пожалуй, нельзя дать однозначный ответ, и он остается открытым для дальнейшей дискуссии.

Библиографические ссылки

1. The Anglo-Saxon Chronicle / ed. and trans. by M. Swanton. – New York : Routledge, 1998. – 363 p.
2. Snorri Sturluson: Heimskringla / trans. by A. Finlay, A. Faulkes. – London : VSNR, 2011–15. – Vol. II: Óláfr Haraldsson (The Saint). – 2014. – 339 p.

3. *Wilcox, J.* Wulfstan's *Sermo Lupi ad Anglos* as Political Performance: 16 February 1014 and Beyond / J. Wilcox // Wulfstan, Archbishop of York / ed. by M. Townend. – Turnhout : Brepols N.V., 2004. – P. 375–396.
4. *Howard, I.* Swein Forkbeard's Invasions and the Danish Conquest of England, 991–1017 / I. Howard. – Woodbridge : Boydell Press, 2003. – 188 p.
5. *The Gesta Normannorum Ducum* of William of Jumièges, Orderic Vitalis and Robert of Torigni / ed. and trans. by E.M.C. van Houts. – Oxford : Clarendon Press, 1992–1995. – Vol. II: Books V–VIII. – 1995. – 362 p.

АРХІЎ ТАВАРЫСТВА БЕЛАРУСКАЙ ШКОЛЫ Ў СУЧАСНЫХ СХОВІШЧАХ

В. Б. Гук

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

huk.volha@gmail.com;

наук. кір. – В. С. Іванова, канд. гіст. навук, дац.

У артыкуле зроблена спроба пошуку і абагульнення звестак аб ўсіх сучасных архіўных сховішчах, што ўтрымліваюць у сваім складзе дакументы Таварыства беларускай школы (ТБШ). Разглядаюцца асноўныя этапы фарміравання архіва, пачынаючы ад разгляду функцый арганізацый, іх дакументавання да спецыфікі захоўвання дакументаў. Даследванне мае рэпрэзентатыўны характар і дазваляе зрабіць высновы аб шляхах і месцах захоўвання архіваў грамадскіх арганізацый Заходняй Беларусі.

Ключавыя словы: архівы арганізацый; Беларускі музей імя І. Луцкевіча; Заходняя Беларусь; рэстытуцыйныя аспекты; Таварыства беларускай школы.

Беларускае насельніцтва, якое пражывала ў межах Заходняй Беларусі ў 1921–1939 гг., адчувала моцны ціск з боку польскіх уладаў, якія не прызнавалі самастойнасці беларускага народа і яго нацыянальнага руху. Часта закрываліся беларускія школы, беларускія настаўніцкія семінары і курсы, забаранялася выкладанне беларускай мовы. Таму ў Заходняй Беларусі была створана адмысловая арганізацыя, мэтай якой было прадстаўленне і абарона правоў беларусаў ва ўмовах асіміляцыйнай палітыкі польскага ўраду – Таварыства беларускай школы (ТБШ).

ТБШ за перыяд сваёй дзейнасці з 1921 па 1937 г. пакінула пасля сябе вялікую дакументальную спадчыну, якая сёння захоўваецца ў сховішчах розных краін. Свае дакументы ТБШ перадавала на захоўванне ў Беларускі музей імя Івана Луцкевіча ў Вільні, яшчэ пачынаючы з 1933 г. Пры музеі дзейнічаў досыць вялікі архіў беларускіх грамадскіх арганізацый Заходняй Беларусі.

Такім чынам, большая частка архіва ТБШ апынулася на захоўванні ў музеі і шмат у чым падзяліла яго лёс. У 1940–1941 гг. тут адбывалася значнае упарадкаванне. Архіўныя дакументы былі падзелены (сфандаваны) па ўстановах, асобах, невялікіх калекцыях, сфармаваны ў адзінкі захоўвання і падрыхтаваны да інвентарызацыі і каталагізавання [1, с. 104].

Пасля вызвалення Вільні ў 1944 г. частка дакументаў ТБШ згодна вопісу была забрана супрацоўнікамі НКУС, а другая частка ў далейшым аказалася на захоўванні у аддзеле рукапісаў Цэнтральнай бібліятэкі акадэміі навук Літвы, у складзе т.зв. Віленскага беларускага фонда [1, с. 120].

У канцы 1950-х – пачатку 1960-х гг. адбылася перадача дакументаў з былога Беларускага музея імя Івана Луцкевіча ў Вільні ў архівы БССР. Асноўны комплекс дакументаў паступіў з Цэнтральнага дзяржаўнага архіва (ЦДА) ЛССР, дзе зберагаўся як фонд № 45. Частка дакументаў была перададзена ў Цэнтральны дзяржаўны архіў Кастрычніцкай рэвалюцый і сацыялістычнага будаўніцтва (ЦДАКР) БССР (цяпер Нацыянальны архіў Рэспублікі Беларусь, НАРБ) і ў Цэнтральны дзяржаўны архіў літаратуры і мастацтва (ЦДАЛМ) БССР (цяпер Беларускі дзяржаўны архіў-музей літаратуры і мастацтва, БДАМЛМ). У акце перадачы ў апошні ў графе «Заўвагі» ёсць запіс, што справы № 15, 29, 66, 107, 148 209, 210, 251, 261 пакінуты на захоўванне ў ЦДА ЛССР, «паколькі ўтрымліваюць прамыя звесткі па гісторыі Літвы» [2, с. 98].

30 жніўня 1961 г., з Цэнтральнага дзяржаўнага архіва Кастрычніцкай рэвалюцый і сацыялістычнага будаўніцтва БССР у Цэнтральны дзяржаўны архіў літаратуры і мастацтва БССР паступіў збор матэрыялаў былога Беларускага музея пад назвай «Луцкевич А. – белорусский буржуазный националист», усяго 6 адзінак захоўвання за 1915–1918 гг. Годам раней у ЦДАКР яны паступілі таксама з ЦДА Літоўскай ССР, дзе зберагаліся ў фондзе 43 с Беларускага нацыянальнага камітэта. У ЦДАЛМ гэтыя дакументы былі далучаны да калекцыі Беларускага музея імя І. Луцкевіча (Ф. 3) [2, с. 98].

Таксама адбываліся перамяшчэнні дакументаў музея ўнутры краіны. Так у 1984 г. калекцыя Беларускага музея імя І. Луцкевіча ў ЦДАМЛМ папоўнілася яшчэ адным грунтоўным паступленнем – калекцыяй фатаграфій, якія з 1960 г., захоўваліся ў Цэнтральным дзяржаўным архіве кінафотафонадакументаў БССР. У выніку ЦДАМЛМ БССР атрымаў 226 фатаграфій [2, с. 98]. Сярод якіх – фатаграфія І. С. Дварчаніна, А. І. Луцкевіча і Р. Р. Шырмы з удзельнікамі хору на вечары ТБШ, прысвечаным 10-годдзю смерці М. Багдановіча ў г. Вільня [3].

Усе дакументы, што захоўваліся ў ЦДА ЛССР і ў ЦДАЛМ БССР былі засакрэчаныя і шырока не выкарыстоўваліся да 1989 г., пасля пачаўся працэс рассакрэчвання.

На сённяшні дзень у Рэспубліцы Беларусь існуюць два буйныя цэнтры па захоўванню дакументаў беларускіх грамадскіх арганізацый, у тым ліку і ТБШ – гэта НАРБ і БДАМЛМ. У НАРБ гэта асноўны фонд № 883 «Галоўнае праўленне Таварыства беларускай школы (ТБШ), г. Вільня», які складаецца з 111 адзінак захоўвання. Ён змяшчае ў сабе статуты ТБШ, інструкцыі Беларускага інстытута гаспадаркі і культуры і ТБШ, пратаколы пасяджэнняў беларускай школьнай рады, нагляднай рады, Беларускага настаўніцкага Саюза, Савета курсантаў, сходаў педагагічных саветаў школ,

дакументы аб арганізацыі і працы беларускіх гімназій, школ і гурткоў (пастановы, пратаколы, праграмы, справаздачы, звесткі, перапіска) і інш. [4]

Фонд № 242 «Цэнтральны Камітэт (ЦК) Камуністычнай партыі Заходняй Беларусі (КПЗБ), г. Беласток, з 06.1925 г. – г. Вільня, з [1930 г.] – г. Гданьск, з [1931 г.] г. Берлін, з 03.1933 г. – г. Мінск, з [10.1933 г.] – г. Варшава» НАРБ таксама змяшчае матэрыялы аб дзейнасці і з'ездах ТБШ, звароты і ўлёткі Таварыства [5].

У фондзе № 3 «Калекцыя дакументаў аддзела рукапісаў Беларускага музея імя Івана Луцкевіча ў г. Вільня» БДАМЛМ захоўваюцца дакументы арганізацыйнай камісіі Таварыства беларускай школы па падрыхтоўцы І з'езду педагогаў беларускіх школ г. Вільня (перапіска, склад дэлегатаў, запрашальныя квіткі і інш.) за 1923 г. [6].

Пэўная частка дакументаў ТБШ таксама знаходзіцца ў Літоўскай Рэспубліцы. Рукапісны фонд № 21 Бібліятэкі Акадэміі навук Літвы імя Урублеўскіх быў сфарміраваны на базе архіўных матэрыялаў былога Віленскага беларускага музея імя Івана Луцкевіча. Фонд захоўвае дакументы аб дзейнасці ТБШ за 1930–1935 гг. [7, с. 118].

Такім чынам, дакументы ТБШ, як і іншых грамадскіх арганізацый і таварыстваў, прайшлі складаны шлях ад захоўвання ў Беларускім музеі ім. І. Луцкевіча. Пасля яго ліквідацыі дакументы ТБШ былі перададзеныя ў дзяржаўныя сховішчы двух карін – Беларусі і Літвы, гэта ўскладняе іх выкарыстанне і даследаванне. Вырашэннем праблемы доступу і выкарыстання дакументаў ТБШ з'яўляюцца: стварэнне каталога, сканаванне і стварэнне электронных копіяў дакументаў, арганізацыя тэматычных выстаў, факсімільнае выданне, стварэнне тэматычнай базы дадзеных, увядзенне дакументаў у шырокі навуковы абарот.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Іванова В.С.* Беларускі музей імя Івана Луцкевіча ў Вільні: шлях да ліквідацыі // *Номо Historicus*. Гадавік антрапалагічнай гісторыі. 2021. С. 92—142.
2. *Запартыка Г.В.* Віленскі беларускі гісторыка-этнаграфічны музей імя Івана Луцкевіча і яго дакументальныя зборы ў БДАМЛМ // *Беларускі археаграфічны штогоднік*. 2016. №17. С. 93–101
3. *Фатаграфія І.С. Дварчаніна, А.І. Луцкевіча і Р.Р. Шырмы з удзельнікамі хору на вечары ТБШ, прысвечаным 10-годдзю смерці М. Багдановіча ў г. Вільня* // БДАМЛМ. Ф. 3. Воп. 3. Спр. 140.
4. НАРБ. Ф. 883. 111 адз.зах.
5. НАРБ. Ф. 242 – П. 1 297 адз. зах.
6. БДАМЛМ. Ф. 3. 496 адз. зах.
7. *Ліс А.С.* Матэрыялы Віленскага беларускага фонда // *Беларус. фонд культуры, Нац. навук.-асветніцкі цэнтр імя Ф. Скарыны*. 1999. С. 112–123.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ПО УВЕКОВЕЧИВАНИЮ ПАМЯТИ ХОЛОКОСТА (1944–1991 ГГ.)

К. В. Гулькевич

Белорусский государственный университет, г. Минск;

kyban836@gmail.com;

науч. рук. – Т. В. Лисовская, канд. ист. наук, доц.

В статье затронута актуальная тема увековечивания памяти Холокоста в 1944–1991 гг.. Автор сделал попытку анализа государственной политики советского периода, проанализировал основные документы по сохранению памяти, охарактеризовал особенности мемориализации геноцида евреев.

Ключевые слова: Великая Отечественная война; Холокост; геноцид; мемориализация.

Холокост унес жизни шести миллионов евреев. Это третья часть еврейского народа и десятая часть всех человеческих жертв во Второй Мировой войне. После окончания боевых действий на территории Советского Союза и с постепенным возвращением к мирной жизни встал вопрос сохранения памяти жертв гитлеровского режима.

Начало подготовки мероприятий по сохранению памяти о событиях войны началось еще в 1944 году, в процессе освобождения от оккупантов западных земель Советского союза. Постановлением СНК БССР и ЦК КП(б)Б № 223/1 от 6 июля 1944 г. «О сохранении и уходе за местами захоронения воинов Красной Армии и партизан, погибших в Великую Отечественную войну и похороненных на территории Белорусской ССР» могилы воинов Красной Армии, участников подпольного и партизанского движений, места массовых казней белорусского народа, лагеря для военнопленных и мирного населения были объявлены историческими местами [1, с. 33]. Основной задачей были организация поиска и захоронение останков погибших солдат и офицеров [2, с. 32], а также учет, благоустройство и уход за уже созданными мемориальными объектами (могилами и стелами, монументами на местах захоронений). При этом вопросам сохранения памяти жертв мирного населения, внимание практически не уделялось. Так, в 1945 г. по предложению местных жителей г. Червеня Червенский райисполком утвердил макет памятника погибшим в годы немецкой оккупации евреям с надписью «Евреям г. Червеня, погибшим от рук немецких захватчиков 2 февраля 1942 г.». Однако архитектурное управление при СНК СССР не одобрило данный проект с мотивацией, что в установление памятников жертвам фашизма предполагается без градации по национальному признаку. В результате мемориальный знак на могиле жертв фашизма в г. Червене

Минской области был установлен только в 1968 г. [3, с. 33]. Национальность погибших не уточнялась.

Основная работа по мемориализации событий Великой Отечественной войны осуществлялась после ее окончания: были определены цели и задачи по организации деятельности в данном направлении. Важным шагом в законодательном оформлении политики сохранения памяти о Великой Отечественной войны явилось Постановление Совета Министров БССР и ЦК КП(б)Б № 827-333/7 от 14 мая 1946 г. «О благоустройстве могил воинов Красной Армии и партизан и увековечении знаменательных мест и событий, связанных с Великой Отечественной войной на территории БССР» [4], которое заложило основы государственной концепции сохранения памяти о войне. Однако в 1948 г. в Постановлении Совета Министров БССР № 936 «О благоустройстве могил воинов Советской Армии, партизан и мирного населения, погибших в период Великой отечественной войны на территории БССР» отмечается низкие результаты данной работы [5, л. 309–312]: в неудовлетворительном состоянии находится большинство кладбищ и мест массовых захоронений солдат и местных жителей, в том числе массовых расстрелов в ур. Благовщина. В отношении сохранения памяти жертв еврейского населения, в редких случаях, когда местная администрация давала разрешение на строительство мемориального знака на месте захоронений евреев, слово «евреи» заменяли обобщенным понятием «мирные жители» или «советские граждане». Памятники с надписями на идиш были немногочисленными. Одним из первых памятников на территории БССР, увековечивающих память погибших в годы войны евреев, была гранитная стела, несанкционированно установленная в августе 1946 г. на братской могиле «Яма» в г. Минске. Надпись на памятнике выполнена на русском языке и идиш со словами: «Светлая память на вечные времена пяти тысячам евреев, погибших от рук лютых врагов человечества немецко-фашистских злодеев» [6, с. 280]. В 1952 г. инициаторы открытия данного памятного знака были арестованы и осуждены на 10 лет исправительно-трудовых лагерей.

При том, что делу сохранения памяти погибшим участникам и жертвам войны, благоустройству братских могил в СССР придавалось большое политическое значение, вопросы Холокоста в этот период не актуализировались в связи с набиравшей силу политикой государственного антисемитизма во второй половине 1940-х гг. Кроме того, вопросы политического характера дополнялись проблемами финансирования. Так, в 1948 г. было запланировано строительство 205 памятников войны [7, л. 11–23], в том числе – мемориальный знак на месте Озаричского лагеря смерти и на месте погребения мирного населения и военнопленных

в д. Малый Тростенец. Однако предложенный проект не был утвержден, что было аргументировано затруднениями со стройматериалами и рабочей силой, а также непродуманными сроками строительства [8, л. 203]. 6 августа 1948 года в Докладной записке отдела по делам архитектуры Минского облисполкома в Управлении по делам архитектуры при Совете Министров БССР о результатах решения вопроса о строительстве памятников в местах массового захоронения погибших советских воинов и мирных жителей в Минском и Заславском районах, указаны проблемы в намеченной работе именно по причине дефицита средств [9, л. 110].

Данные проблемы характерны и для последующих лет. Так, спустя еще три года, 24 сентября 1951 года был составлен секретный документ-справка Председателя Президиума Верховного Совета БССР В. И. Козлова секретарю ЦК КП(б)Б Н.С. Патоличеву «О состоянии дел в республике по благоустройству могил и увековечении памяти воинов Советской армии и партизан, погибших в борьбе с немецко-фашистскими захватчиками в период Великой Отечественной войны». В ней дается неудовлетворительная оценка работы по данному вопросу. «Значительное количество могил не приведено в надлежащий порядок, не огорожены, памятники на могилах не установлены, деревьями и цветами не обсажены, а имеющиеся ограды и памятники пришли в негодность и не обновляются. [10, л. 269–273].

Ситуация начала меняться только в конце 50-х гг., что было обусловлено тем, что налаживание дел в первостепенно важных отраслях позволило заняться иными, кроме восстановления экономики страны, вопросами. Высвобождение ресурсов дало толчок для возобновления активных действий в деле сохранения памяти о событиях войны. Кроме того, XX съезд КПСС и начало «хрущевской оттепели» положили начало новому периоду во всех сферах жизнедеятельности советского общества.

30 декабря 1958 года опубликовано Постановление ЦК КПБ «Об увековечении памятных мест боев Советской Армии и партизан Белоруссии с немецко-фашистскими захватчиками в годы Великой Отечественной войны, мест захоронений советских воинов, партизан и мирных граждан, погибших в войне 1941–1945 годов» [1]. Кроме того, был поднят вопрос увековечивания памяти лагерей смерти и гетто: «Поручить Совету Министров БССР решить вопросы об организации в деревнях Малый Тростенец, Масюковщина и Уручье – бывших лагерях смерти – филиалов Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны» [11, л. 27–30].

Так, согласно постановлению № 248 от 8 апреля 1959 г. [1, с. 116–117.] были проведены подготовительные работы по созданию

филиалов Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны в дд. Малый Тростенец, Масюковщина и Уручье. Однако, не смотря на хорошее финансирование (600 тысяч рублей), начались проблемы с разработкой проектов, и позже работы свернули. Как следует из Докладной записки Министерства культуры БССР в Совет Министров БССР об итогах выполнения постановления Совета Министров № 248 от 8 апреля 1959 года «...работы прекращены из-за невыдачи документации Белгоспроектом и в связи с изменившимися условиями в отношении строительства памятников» [12, л. 18–24].

Вторая половина 1960-х гг. явилась той вехой, которая положила начало качественно новому этапу мемориализации. Постановление ЦК КПБ от 17 января 1966 г. «О дальнейшей работе по увековечению героических подвигов советских людей в период Великой Отечественной войны» [1, с. 150–152] и постановление ЦК КПБ и Совета Министров БССР от 17 мая 1968 г. «О дальнейшем развитии и пропаганде монументального искусства в республике» положили начало широкомасштабному и повсеместному строительству памятников и мемориальных комплексов [13, с. 12]. В это период также активизировалась работа по сохранению памяти жертв еврейского геноцида. В 1964 г. были установлены обелиски в п. Вороново Вороновского района (1843 погибших), д. Котьки Дятловского района (2500 погибших), д. Старая Голынка Зельвинского района Гродненской области (386 погибших), а также скульптура в д. Колдычево Барановичского района Брестской области (22 тыс. чел., включая евреев), надгробная плита на десятом километре шоссе Ганцевичи–Хатыничи (4 тыс. евреев). В 1966 г. – обелиски в г. Волковыске (более 4 тыс. погибших евреев), в г. п. Мире (1600 чел.), д. Турец (463 чел.), д. Яремичи Кореличского района (97 чел.), д. Скрыдлево Новогрудского района Гродненской области (18 тыс., включая 6 тыс. евреев и военнопленных). В 1967 г. – стелы в д. Ягеловщина Ошмянского района (573 чел.), г. п. Козловщина Дятловского района (770 чел.), в г. Слониме (22 800 чел.), д. Василишки Щучинского района Гродненской области (2159 чел.), в г. Дрогичине (3816 чел.), д. Хомск Дрогичинского района Брестской области (3 тыс. чел.) [413, с. 284]. В 1972 г. в Барановичах, на северо-восточной окраине города в урочище Гай состоялось открытие мемориального комплекса в память 3000 погибших чехословацких евреев [14, с. 44]. Однако в надписях на памятниках и мемориальных знаках говорилось о погибших «советских гражданах» без указания их национальности. Данными объектами, а также обелиском на месте братской могилы на ул. Мельникайте, установленным без санкции властей в 1946 г. исчер-

пываются созданные в советский период мемориальные объекты в память жертв еврейского населения.

Как мы видим, наряду с активной работой по увековечению памяти Великой Отечественной войны и жертв и подвига советского народа, отдельно стоял проблемный вопрос сохранении памяти жертв Холокоста, который в период 1944–1991 гг. был политически мотивирован. Советская концепция мемориализации Великой Отечественной войны была направлена на сохранение памяти преимущественно о героической стороне войны, всеобщей, без учета национальностей, борьбы народов СССР против захватчиков. Это привело к тому, что при активной государственной политики по увековечиванию памяти погибших военнослужащих, партизан и мемориализации памятных мест и событий войны вопросы сохранения памяти геноцида евреев не актуализировались на государственном уровне, отсутствовала целенаправленная политика в этой сфере. В связи с этим, особенностью государственной политики советского периода по сохранению памяти жертв Холокоста был принцип «интернационализации» жертв фашизма – отсутствие национальной идентификации советского народа, погибшего в борьбе с фашизмом. Как результат, только с середины 60-х гг. – в начале 70-х гг. силами государства были установлен только ряд обелисков и мемориальных плит на местах уничтожения евреев.

Библиографические ссылки

1. Увековечение памяти защитников Отечества и жертв войн в Беларуси, 1941–2008 гг. : док. и материалы / Нац. арх. Респ. Беларусь; [сост.: В. И. Адамушко и др.; предисл. В. В. Шумского]. – Минск, 2008. – С. 32–33.
2. О захоронении павших в борьбе с немецкими захватчиками бойцов и офицеров Красной Армии : постановление ЦК КП(б)Б, 3 июля 1944 г. // Увековечение памяти защитников Отечества и жертв войн в Беларуси, 1941–2008 гг. : док. и материалы / Нац. арх. Респ. Беларусь; [сост.: В. И. Адамушко и др. ; предисл. В. В. Шумского]. – Минск, 2008. – С. 32.
3. *Савчук Т. П.* Увековечение событий Великой Отечественной войны в Беларуси : монография / Т. П. Савчук ; науч. ред. В. В. Зданович ; Брест. гос. ун-т имени А.С. Пушкина. – Брест: БрГУ, 2013. – 168 с.
4. О благоустройстве могил воинов Красной Армии и партизан и увековечении знаменательных мест и событий, связанных с Великой Отечественной войной на территории БССР : постановление Совета Министров БССР, ЦК КП(б)Б Белоруссии, 14 мая 1946 г., № 827–333/7 // Собр. постановлений и распоряжений Правительства БССР. – 1946. – № 2. – Ст. 19.
5. Национальный архив Республики Беларусь (НАРБ). – Фонд 7 – Оп. 3. – Д. 289.
6. *Смиловицкий, Л.* Катастрофа евреев в Белоруссии, 1941–1944 гг. /Л. Смиловицкий. – Тель-Авив : [б. и.], 2000. – 432 с.
7. Постановления Совета Министров БССР, титульные списки и планы по памятникам БССР, 1948 г. // Национальный архив Республики Беларусь (НАРБ). – Фонд 790. – Оп. 1. – Д. 112.

8. Материалы по проектированию и сооружению памятников, павшим в боях с немецко-фашистскими оккупантами, 1947–1948 гг. // Национальный архив Республики Беларусь (НАРБ). – Фонд 903. – Оп. 1. – Д. 118.
9. НАРБ. – Ф. 903. – Оп. 1. – Д. 118.
10. НАРБ. – Ф 4п. – Оп. 62. – Д. 211.
11. НАРБ. – Ф 4п. – Оп. 81. – Д. 1364.
12. НАРБ. – Ф 7. – Оп. 5. – Д. 59.
13. *Лапцевич, Л. Г.* Ленинский план монументальной пропаганды в Белоруссии / Л. Г. Лапцевич. – Минск : Полымя, 1984. – 29 с.
14. Памяць. Беларусь: рэсп. кн. / Беларус. Энцыкл.; рэдкал.: Б. І. Сачанка (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БелЭн, 1995. – 624 с.

ФЕНОМЕН ГІСТАРЫЧНАЙ РЭКАНСТРУКЦЫІ ЯК ФОРМА МУЗЕЙНАЙ МЕДЫЯЦЫІ

Д. М. Дзем'яновіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

denis.dem02@mail.ru;

наук. кір. – Н. М. Здаюк, ст. выкладчык

У дадзеным артыкуле разглядаюцца прыклады ўзаемадзеяння музейных устаноў з прадстаўнікамі руху ваенна-гістарычнай рэканструкцыі на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь. Вылучаны асноўныя музейныя мерапрыемствы, накіраваныя на скарачэнне дыстанцыі паміж музейнай экспазіцыяй і наведвальнікамі музея, у якіх удзельнічаюць рэканструктары.

Ключавыя словы: музеалогія; музейная медыяцыя; гістарычная рэканструкцыя; музейнае супрацоўніцтва; фестывалі рэканструктараў.

З развіццём музеялогіі і музейнай сеткі на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь, неабходна больш наглядна даносіць гісторыю да наведвальнікаў, каб людзі лепей разумелі гістарычны кантэкст экспанатаў, прадстаўленых у музейнай экспазіцыі. Для гэтага патрабуецца «медыятар» – чалавек, які можа стаць правадніком паміж музейным прадметам і наведвальнікам. Ён пагрузіць наведвальніка ў гістарычны кантэкст, каб рэчы ў экспазіцыі пачалі набываць сэнс і да чалавека прыходзіла разуменне практычнага прымянення музейных прадметаў у мінулым. Для гэтага выкарыстоўваюцца розныя формы музейнай медыяцыі, адной з якіх з'яўляецца феномен гістарычнай рэканструкцыі.

Прыкладам узаемадзеяння рэканструктараў і музейных супрацоўнікаў з мэтай наглядна данесці гісторыю да грамадскасці з'яўляюцца часовыя выставы, на якіх прадстаўлены даспехі, зброя і іншыя рэчы, якія выкарыстоўваюцца рэканструктарамі ў іх дзейнасці.

У 2020 годзе з 10 жніўня па 11 кастрычніка у Нацыянальным гістарычным музеі Рэспублікі Беларусь праходзіла выстава «Гістарычная рэканструкцыя. Дакраніся да мінулага» [7]. Усе даспехі, прадстаўленыя на выставе, былі выраблены паводле гістарычных узораў з захаваннем тэхналогіі і функцыянала. Акрамя даспехаў на выставе прысутнічалі макеты ўзбраення XIV–XVII ст.ст. Экспанаты, прадстаўленыя на выставе, былі створаны і прадстаўлены рэканструктарам Юрыем Усціновічам і кавалём Дзмітрыем Андрэевым.

Гэтыя жа людзі прадстаўлялі экспанаты і для выставы «Ferrum Bellum. Ваенна-гістарычная рэканструкцыя», якая праходзіла ў Мінскай гарадской ратушы з 15 мая 2021 года па 30 студзеня 2022 года [6]. На

выставе былі прадстаўлены: даспехі рыцараў, мячы, кінжалы, шчыты, баявыя сякеры і іншыя прадметы.

Тэматыка некаторых музейных праектаў напрамую звязана з удзельнікамі-рэканструктарамі. Яны могуць выступаць у ролі жывых манекенаў, убраныя ў поўны камплект рыштунку рэканструюемай эпохі або ў амаль акцёрскім амплуа – у вобразах салдат мінулага. Добра экіпіраваныя рэканструктары выступаюць у якасці медыятараў – надаюць падзеі комплекснасць, дапамагаюць зразумець кантэкст у жывым выглядзе.

Так, рэканструктары Беларусі прымаюць актыўны ўдзел у акцыі «Ноч музеяў» [3].

Напрыклад, 18 мая 2019 года Беларускі дзяржаўны музей гісторыі Вялікай Айчыннай вайны прадставіў наведвальнікам праграму «10 адценняў музейнай ночы» [1]. У працэсе праходжання квэста па экспазіцыі музея ўдзельнікам неабходна было адгадаць адценне (сэнсавы акцэнт) кожнага з 10 залаў. Розныя актыўнасці і персанажы ў залах дапамагалі наладзіцца і адчуць атмасферу. Рэканструктары-партызаны распавядалі і паказвалі на практыцы, як ва ўмовах суролага побыту яны афарбоўвалі ніткі і шылі сцягі, «радысты» вучылі наведвальнікаў азбуцы Морзэ, на пляцоўцы самалёта Лі-2 наведвальнікі выконвалі розныя заданні ад «каменданта» аэрадрома.

У Жабінкаўскім раённым гісторыка-краязнаўчым музеі ў правядзенні мерапрыемства прымалі ўдзел удзельнікі клуба ваенна-гістарычнай рэканструкцыі «Железний Желудь», якія прадэманстравалі рэканструкцыю бітвы 9–11 стст. [3].

У Жлобінскім гісторыка-краязнаўчым музеі рэканструктарамі і музейнымі супрацоўнікамі былі праведзены: ваенна-гістарычны квэст «Партызанскімі сцежкамі», віктарына «Дарогамі вайны», віктарына «Разведчыкі» і інш. Таксама ваенна-гістарычны клуб «Газдава» з г. Бабруйска паказаў рэканструкцыю рыцарскіх баёў [3].

На пляцоўцы перад Кобрынскім ваенна-гістарычным музеем ім. А. В. Суворова наведвальнікаў сустрэкалі ўдзельнікі клуба рэканструкцыі «Перунова кола», якія распавядалі пра даспехі старажытных славян і вікінгаў, іх побыт у сярэднявеччы [3].

15 мая 2021 года ў гісторыка-культурным комплексе «Лінія Сталіна» прайшла традыцыйная «Ноч музеяў». Удзельнікі мерапрыемства паказалі рэканструкцыю бою Афганскай вайны [2].

Таксама існуе група музеяў, на базе якіх дзейнічаюць клубы гістарычнай рэканструкцыі і перыядычна ўдзельнічаюць у музейных мерапрыемствах. У гэтых музеях рэканструктары не з'яўляюцца супрацоўнікамі і не пражываюць на тэрыторыі экспазіцыі пастаянна.

Штогод у апошнюю нядзелю мая ў мемарыяльным комплексе партызанскай славы «Хаваншчына» праходзіць інтэрактыўнае дзеянне з рэканструкцыяй ваенных падзей «Адзін дзень з жыцця партызанскага атрада» для гасцей комплексу [5]. Дзеянне разгортваецца на ўсіх аб'ектах комплексу: у штабе распрацоўваецца план баявой аперацыі, у рэдакцыі вярстаецца чарговы нумар газеты «Зоря», у камсамоле актыўна вядзецца падрыхтоўка да канферэнцыі, у санчастцы лечаць параненых партызан.

Гісторыка-культурны комплекс «Лінія Сталіна» ўяўляе сабой ваенна-гістарычны музей пад адкрытым небам. У музеі ўзноўлены і абсталяваны ротны ўчастак ўмацаванага раёна. Таксама на тэрыторыі музея базіруецца клуб гістарычнай рэканструкцыі «Солдаты Победы» [2].

Штогод на «Лініі Сталіна» праводзяцца тэматычныя мерапрыемствы з удзелам рэканструктараў, прысвечаныя Дню Перамогі ў Вялікай Айчыннай вайне, Дню пагранічніка, Дню Незалежнасці Рэспублікі Беларусь, Дню дэсантнікаў і сіл спецыяльных аперацый, Дню ракетных войскаў і артылерыі, Дню Абаронцаў Айчыны і Узброеных Сіл Рэспублікі Беларусь, Дню памяці воінаў-інтэрнацыяналістаў і інш [2].

Некаторыя музеі і гістарычныя месцы выкарыстоўваюць групы рэканструктараў з высокімі стандартамі гістарычнасці на спецыяльных мерапрыемствах каб данесці гісторыю да грамадскасці.

Яскравым прыкладам такога ўзаемадзеяння з'яўляюцца фестывалі гістарычнай рэканструкцыі. На тэрыторыі Беларусі маштабных фестываляў гістарычнай рэканструкцыі на тэрыторыі музейных устаноў праводзіцца не так шмат, але шэраг музеяў бачыць дадзены фармат перспектыўным.

Міжнародны фестываль сярэднявечнай культуры і музыкі «Наш Грунвальд» праходзіць штогод, у апошнія выхадныя ліпеня, на тэрыторыі музея старажытных рамёстваў і тэхналогій «Дудуткі» [8].

Цэнтральнае мерапрыемства фестывалю – рэканструкцыя бітвы, якая адбылася 15 ліпеня 1410 года каля мястэчка Грунвальд, паміж войскамі Тэўтонскага Ордэна і саюзнікаў: Вялікага Княства Літоўскага і Каралеўства Польскага.

Штогод у рамках фестывалю праходзяць рыцарскія турніры, турніры лучнікаў, масавыя бітвы, відовішчныя конныя турніры па правілах XIV стагоддзя, на некалькіх пляцоўках праходзяць канцэрты з удзелам фолк і рок калектываў, праводзяцца майстар-класы, працуе «горад майстроў».

Фестываль гістарычнай рэканструкцыі «Эпоха Рыцарства» праходзіць штогод на тэрыторыі Беларускага дзяржаўнага музея народнай архітэктуры і побыту ў вёсцы Азярцо [9]. У звычайную праграму фестыв-

валя ўваходзяць: рыцарскія турніры, масавыя бітвы пешых рыцараў, турнір лучнікаў, канцэрт фальк-музыкі, сярэднявечныя танцы, рамесніцкі кірмаш, конкурсы для дзяцей і г.д.

На тэрыторыі мемарыяльнага комплексу «Брэсцкая крэпасць-герой» штогод праводзіцца фестываль ваенна-гістарычнай рэканструкцыі «22 июня. Брестская крепость» [4].

Рэканструкцыя на Кобрынскім умацаванні пачынаецца адразу пасля мітынгу-рэквіема, а 5-й гадзіне раніцы. Сярод ключавых момантаў рэканструкцыі абароны – пачатак вайны, артналёт, нямецкая танкавая атака, контратака байцоў на чале з Самвелем Мацевасянам, прарыў маёра Пятра Гаўрылава, зачыстка крэпасці і інш.

Такім чынам, рэканструктары Беларусі актыўна ўзаемадзейнічаюць з мясцовымі музеямі, дапамагаючы наглядна даносіць гісторыю да наведвальнікаў музеяў і розных мерапрыемстваў, арганізаваных музеямі.

Такое ўзаемадзеянне дапамагае як рэканструктарам, так і музеям. Рэканструктары сустракаюцца разам, займаюцца рэалізацыяй сваіх ведаў на практыцы, удасканаленнем сваіх навыкаў і выпрабаваннем рыштунку. Музеі атрымоўваюць наведвальнікаў, зацікаўленых той ці іншай эпохай, якія могуць убачыць якую інтэрпрэтацыю гістарычных падзей, паўдзельнічаць у інтэрактывах, пабачыць копіі і рэплікі музейных прадметаў у дзеянні.

Бібліяграфічныя спасылкі:

1. Официальный сайт Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.warmuseum.by/>. – Дата доступа: 05.04.2022.
2. Официальный сайт историко-культурного комплекса «Линия Сталина» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stalin-line.by>. – Дата доступа: 26.01.2022.
3. Официальный сайт международной акции «Ночь музеев» в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nochmuzeev.by/>. – Дата доступа: 18.02.2022.
4. Официальный сайт Мемориального комплекса «Брестская крепость-герой» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brest-fortress.by/>. – Дата доступа: 21.02.2022.
5. Официальный сайт Мемориального комплекса партизанской славы «Хованщина» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hovanschina.museum.by/>. – Дата доступа: 17.02.2022.
6. Официальный сайт музея истории города Минска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minskmuseum.by/>. – Дата доступа: 01.04.2022.
7. Официальный сайт Национального исторического музея Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.histmuseum.by/>. – Дата доступа: 01.04.2022.

8. Фестиваль исторической реконструкции «Наш Грунвальд» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nashgrunwald.by/festival-blog.html>. – Дата доступа: 30.09.2021.
9. Фестиваль исторической реконструкции «Эпоха Рыцарства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://histfest.by/epoha-ryitsarstva>. – Дата доступа: 30.09.2021.

ПАЛІТЫЧНАЕ РАЗВІЦЦЁ ШЛЯХТЫ ВЯЛІКАГА КНЯСТВА ЛІТОЎСКАГА ПРАЗ ПАСЯДЖЭННІ СОЙМА ПРЫ ЖЫГІМОНЦЕ АЎГУСЦЕ

К. Дз. Даўматовіч

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;
kirill28.02@mail.ru;*

навук. кір. – У. А. Падалінскі, канд. гіст. нав., дац.

Мэта дадзенага артыкула – прасачыць палітычнае развіццё шляхты Вялікага Княства Літоўскага ў гады праўлення Жыгімонта Аўгуста. Адзначым, што дадзеная праблематыка ў асноўным разглядалася праз прызму прыняцця агульнадзяржаўных, рэгіянальных і персанальных законаў (прывілеі, Статуты). У нашым выпадку мы больш увагі надаем на фактар саслоўя землеўладальнікаў, якое праз абарону сваіх правоў і ўвода новых на пасяджэннях сойма паступова афармляецца ў «палітычны народ» дзяржавы.

Ключавыя словы: Вялікае Княства Літоўскае; шляхта; палітычны народ; сойм; Жыгімонт Аўгуст.

Шляхта або рыцарства, землеўладальнікі або феадалы Вялікага Княства Літоўскага ў сваім развіцці прайшло вялікі шлях да палітычны арэны. Адразу гэта было звязана з пачаткам феадалізацыі ў IX–XIII стст. Пасля са станаўленнем Вялікага Княства Літоўскага, якое з канца XIV ст. уступае ў цесныя сувязі з Каралеўствам Польскім. З гэтага часу на вялікакняскую палітычную культуру моцны ўплыў мае польская. На працягу перыяда канца XIV–XV стст. прымаецца шэраг дакументаў агульнадзяржаўнага і рэгіянальнага ўзроўня (Судзебнік 1468 г., прывілеі 1387, 1432, 1434, 1447, 1492 гг., а таксама шэраг абласных і прыватных), якія афармляюць сацыяльны статус і эканамічную глебу ўсіх вялікакняскіх землеўладальнікаў ад дробных да буйнешых. Гэта дазволіла шляхце на пачатку XVI ст. прэтэндаваць на актыўны ўдзел у палітычным жыцці краіны. Аднак яшчэ да часу панавання Жыгімонта Старога для палітынай арэны характэрна дамінуючая роля Паноў-рады, замацаваная першым вялікакняскім Статутам 1529 г.

1540-я гады сталі паваротнымі ў афармленні шляхты як «палітычнага народа». Шмат у чым гэта звязана з тым, што сойм набывае выразную структуру, у якой акрамя Паноў-рады так ці інакш прадстаўлена асноўная маса феадалаў [7, Приложение, с. 37–44]. Трэба адзначыць, што шляхта ў 1540–1550-я гг. актыўна ў рамках працы сойма абараняе свае правы. Так, у 1544 г. адбыўся Берасцейскі сойм, на якім прысутнічаў сын Жыгімонта Старога – вялікі князь літоўскі Жыгімонт Аўгуст. Соймавымі станамі падымалася пытанне аб занясенні ў дзеючы

Статут земскіх прывілеяў, якія адсутнічаюць у агульнадзяржаўным зборніку законаў [8, с. 121–122]. На гэта Жыгімонт Аўгуст абазначыў сваё разуменне і нават выказаўся наконт стварэння камісіі па выпраўленні Статута. Аднак якіх-небудзь канкрэтных дзеянняў здзейснена не было [8, с. 122]. Таксама падымаліся пытанні, якія тычыліся судовых рашэнняў у дачыненні да шляхты (напрыклад, пазбаўленне шляхецкіх праў без прысуду), на што вялікі князь адказваў дастаткова расплывова, спасылаючыся на дзеючы Статут [8, с. 124, 127–128].

У 1547 г. адбылося пасяджэнне сойма ў Вільні, на якім таксама прысутнічаў Жыгімонт Аўгуст. Акрамя того, што пацвярджаліся ўжо існуючыя палажэнні, шляхта прасіла права выбарнасці павятовых суддзяў. Аднак вялікі князь не змяніў існуючыя парадкі, спасылаючыся на Статут 1529 г. [8, с. 144–145]. Узнімалася пытанне аб канфліктах вялікакняскай і польскай шляхты памежных тэрыторый, на што вялікім князем была выслана камісія для вырашэння гэтай сітуацыі [8, с. 149–150].

На Віленскай сойме 1551 г. шляхта працягнула замацоўваць за сабой правы. Станамі была заяўлена просьба аб тым, што без пасяджэння сойма не могуць уводзіцца новыя законы («абы жадная речь новая деръжана не была»), а таксама аб не ўзвышэнні «простых хлопцов над шляхту». Адказ Жыгімонта Аўгуста насіў сцвярдзальны характар. Адзначалася, што «его королевская милость во всьих речахъ рачы такъ заховывати, яко ся предъ тымъ предъки его королевское милости заховывали» [8, с. 168–169]. Пастановы пасяжэння 1551 г. замацавалі заканадаўчыя функцыі за соймам. На гэтым пасяжэнні цікавая просьба тычылася ўвода ў паведах прысяжных віжоў па прыкладзе Падляшша. Жыгімонт Аўгуст адказаў «постановити вижовъ только, колько потреба будетъ, людей добрыхъ» [8, с. 191]. У гэтым выпадку можна меркаваць, што праз папыткі пранікнення элементаў польскай прававой культуры вялікакняская шляхта паступова дамагаецца зацвярджэння для сябе новых правоў.

Акрамя ўхвал у рамках пасяджэння 1551 г. паступіла скарга шляхцічаў Вінніцкага павета. «Вси земляне» скардзіліся на тое, што мясцовыя чыноўнікі пры пасярэдніцтве вінніцкага князя Богуша Федаровіча Карэцкага ў «потребахъ своихъ» выкарыстоўваюць іх людзей у падводнай павіннасці. На дадзеныя акалічнасці вялікі князь літоўскі даў наступныя ўказанне Богушу: «кривдъ...не чиниль, и врьдникомъ своим чинити не казаль, новинъ не уводиль» [7, Приложение, №22]. Дадзены выступ у пэўнай меры ўказвае на тое, што вінніцкая шляхта ідэнтыфікавала сябе з пэўнай групай-

карпарацыяй. Складванне такога разумення землеўладальнікаў у рамках адной адміністрацыйнай адзінкі могуць групаваць цэласны «палітычны народ» усёй краіны.

На пасяжэнні сойма 1554 г. у вялікакняскай сталіцы шляхта, якая паступова афармляецца як «палітычны народ», выступае праз прызму абароны сваіх правоў і ўвода новых. Напрыклад, у адной з просьб шляхта звярнула ўвагу, што на Падляшшы і на Валыні «чужеземцы» скупляюць землі. Жыгімонт Аўгуст адказаў, што ніхто, акрамя ўраджэнцаў Княства, не можа набываць землі [8, с. 231–232]. Таксама ўказвалася на ўвядзенне ў харунжанствах судовай сістэмы па ўзоры Падляшша. На гэтую просьбу вялікім князем быў дадзены адказ, што ўсе новаўвядзенні будуць замацаваны новым Статутом, які дапаўняецца пастановамі пасля паседжанняў соймаў [8, с. 228–231].

Чарговы Віленскі сойм 1559 г. шмат у чым носіць аналагічны характар у працэсе складання «палітычнага народа». На пытанне аб парушэнні земскіх вольнасцяў у адносінах да ўраднікаў «Его королевская милость хочет на ласковомъ баченью то мети, яко вперодъ во вѣсемъ водле вольностей земьскихъ опатровано и становено будетъ» [8, с. 272]. Цікавыя просьбы пасупілі з боку харунжых. У адной з іх харунжыя жадалі, каб шляхта на сойм сама сабе выбірала паслоў. Жыгімонт Аўгуст абазначыў, каб «нехай заховываюць по обычаю давъному» [8, с. 275]. Магчыма, дадзеная просьба зыходзіла з таго, што ў рамках лакальных эліт шляхта набрала пэўную вагу к канцу 50-х гг. XVI ст.

У 1563 г. Жыгімонт Аўгуст на пасяжэнні сойма ў Вільні выдае прывілей, які ўраўноўваў правы праваслаўных феадалаў з каталіцкімі [2, с. 141–143]. Праз год вялікім князем выдаецца Бельскі прывілей, па ўмовах якога ствараюцца земскія суды ў паветах [3, с. 477–480]. Былі праведзены тэрытарыяльна-адміністрацыйныя пераўтварэнні. З гэтага часу тэрыторыя Вялікага Княства Літоўскага дзеліцца на 30 паведаў, з якіх пазней будуць выстаўляцца па 2 пасла на пасяжэнні сойма [7, с. 698]. Ужо ў 1565 г. прывілеем вялікага князя літоўскага ствараюцца павятовыя соймікі па прыкладзе Кароны Польскай [8, с. 368]. У 1566 г. на Віленскім сойме быў прыняты новы Статут, які замацоўваў новаўтвораны строй, для якога характэрна значная роля шляхты ў палітычным жыцці краіны [3, с. 467–550]. Значнасць гэтых пераўтварэнняў разумелася таксама з боку землеўладальнікаў. Так, Фёдар Міхайлавіч Еўлашэўскі адносна 1565 г. ужыў тэрмін «залаты век», які можа падкрэсліваць і палітычны кантэкст таго часу ў ацэнцы наваградскага шляхціча [4]. Адзначым, што ідэі рэформаў 1560-х гг. узнімаліся і раней, аднак былі рэалізаваны толькі ў гэты час.

Неаднаразовыя просьбы шляхты на паседжэннях соймаў замацоўваліся не проста ўхвалам, а прывілеямі, што можа падкрэсліваць вялікае значэнне пераўтварэнняў. Таксама гэта сведчыць аб тым, што вялікая роля ў дадзеных падзеях належала асобе манарха.

Перыяд праўлення Жыгімонта Аўгуста ў Вялікім Княстве Літоўскім стаў вырашаючым часам для афармлення шляхты як «палітычнага народа». Шляхецтва, як соймавы стан, менавіта ў гэты час становіцца актыўным удзельнікам сойма. Праз абарону сваіх правоў і просьбы новых шляхта замацоўвае сваю ролю на пасяджэннях сойма як палітычна актыўнага элемента. Ужо пасля пераўтварэнняў 60-х гг. XVI ст., шляхта канчаткова афармляецца як «палітычны народ».

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Акты, относящиеся к истории Западной России: в 5 т. / Арх. комиссия, И. Григорович, Спб.: тип. Эдуарда Праца, 1848. – Т.3. – 362 с.
2. Белоруссия в эпоху феодализма: сборник документов и материалов в трех томах / З. Ю. Копысский, М. Ф. Залого. – Мн.: из-во АН БССР, 1959. – Т.1. – 517 с.
3. Вялікае Княства Літоўскае: энцыклапедыя / Т. У. Бялова (гал. рэд.) [і інш.]. – Мн.: Бел. Эн. ім. П. Броўкі, 2010. – Т.3. – 690 с.
4. *Даўматовіч К.* «Залаты век» у палітычным развіцці шляхты Вялікага Княства Літоўскага / *К. Даўматовіч* // *Ars Longa*. Праграма і зборнік тэзісаў дакладаў IV міжнар. нав.-практ. канферэнцыі маладых даследчыкаў Інстытута гісторыі НАН Беларусі «*Ars Longa*: навуковыя дасягненні і перспектывы», Мінск, 14–16 красавіка 2021 г.» – Мн.: Беларуская навука, 2021. – С. 46–48
5. Документы Московского архива Министерства юстиции. / М. Довнар–Запольский. – М.: тип. А. И. Мамонтова, 1897. – Т.1 – 569 с.
6. *Лойка П. А.* Шляхта беларускіх зямель у грамадска-палітычным жыцці Рэчы Паспалітай другой паловы XVI — першай трэці XVII ст. / П. А. Лойка. – Мн.: БДУ, 2002. – 98 с.
7. *Любавский М. К.* Литовско-русский сейм: Опыт по истории учреждения в связи с внутренним строем и внешнею жизнью государства / М. К. Любавский. – М.: Московский Университет, 1901. – 1160 с.
8. Русская историческая библиотека в XL т. / Археографическая комиссия. И. И. Лаппо – Юрьев: тип. К. Маттисена, 1914. – т.XXX. – 896 с.

КУЛЬТОВЫЕ СООРУЖЕНИЯ СТАРООБРЯДЦЕВ БССР В СЕРЕДИНЕ 1940-Х – СЕРЕДИНЕ 1960-Х ГГ.

О. В. Друзенюк

Белорусский государственный университет, г. Минск;

olya.crimea45@gmail.com;

науч. рук. – А. Г. Кохановский, д-р ист. наук, проф.

Статья посвящена культовым сооружениям староверов на территории БССР в середине 1940-х – середине 1960-х гг. Рассматриваются особенности сакральной архитектуры как поповского, так и беспоповского старообрядческих течений. Особое внимание уделяется процедуре оформления культовых объектов староверов, являющейся одной из многочисленных функций соответствующих уполномоченных Совета по делам религиозных культов. На примере отдельных молитвенных зданий старообрядческих объединений показана их деятельность, в соответствии с положениями одного из ключевых нормативно-правовых документов, регулирующих функционирование культовых сооружений не православных конфессий в послевоенный период – постановления Совета народных комиссаров СССР «О порядке открытия молитвенных зданий религиозных культов» от 19 ноября 1944 г. Исследование основано на имеющихся в распоряжении архивных материалах.

Ключевые слова: старообрядцы БССР; поповцы; беспоповцы; молитвенный дом; Ильинская церковь.

Возникновение старообрядчества, как религиозного и общественного движения, связано с протестом представителей различных слоев русского общества против церковной реформы патриарха Никона в середине XVII в. Преследуемые царскими властями, вынужденные мигрировать – староверы появились на белорусских землях. Неоднородность в старообрядчестве обусловила выделение двух основных течений – поповства и беспоповства, в последствии распавшихся на согласия и толки. На территории современной Беларуси расселялись представители обоих староверских направлений [1, с. 30].

В середине 1940-х – середине 1960-х гг. в БССР были зафиксированы устойчивые регионы проживания, как старообрядцев-поповцев, так и беспоповцев, а, соответственно, распространение получили и их культовые объекты.

Молитвенные здания для представителей данной конфессии всегда имели немаловажное значение. Староверы особо подчеркивали психологическое и терапевтическое воздействие храмов, называя их «местом духовного просвещения и освещения». Мотивы поклонения культовым сооружениям наиболее выражались у представителей поповства, которые признавали необходимость священнослужителей, как посредников между Богом и верующими. Их молитвенные здания представляли со-

бой полноценные церкви, имеющие, в отличие от беспоповских молитвенных домов, неприметные скрытые алтари [2, с. 3–4].

Объединения старообрядцев-беспоповцев, изначально отказавшиеся от института священства, обслуживались так называемыми духовными наставниками. Их молельни строились по типу жилых построек. Церкви же представляли собой отдельно стоящие здания, также напоминающие жилой дом, однако дополненные «колоколенкой и сигнатуркой» [1, с. 30–31].

В результате антирелигиозной кампании советского руководства 1920-х – 1930-х гг., к началу Великой Отечественной войны в БССР были закрыты все старообрядческие культовые сооружения. Возобновление их деятельности началось уже во время немецкой оккупации и продолжалось после освобождения белорусских территорий, в переломный момент государственно-церковных отношений. Именно в этот период было принято одно из основных постановлений Совета народных комиссаров СССР, касающееся деятельности религиозных объединений и их культовых объектов – «О порядке открытия молитвенных зданий религиозных культов» от 19 ноября 1944 г. Наличие приспособленного молитвенного помещения являлось не только необходимым условием для полноценного функционирования старообрядческих объединений, а и одним из ключевых моментов процедуры их регистрации.

Решение вопросов, связанных с открытием культовых сооружений не православных конфессий БССР, а, соответственно, и старообрядческих, входило в перечень многочисленных обязанностей уполномоченных Совета по делам религиозных культов, начавшего свою работу во время Великой Отечественной войны. На основании заявления членов объединений они были обязаны проводить всестороннюю проверку, по результатам которой составить необходимое заключение о целесообразности открытия молитвенного здания. Важное значение в процессе проведения указанной процедуры имело выяснение технического и санитарного состояния рассматриваемого сооружения, сферы его использования, количества уже действующих старообрядческих культовых зданий и расстояние, на котором они находились от населенного пункта заявителей [3].

Так, например, в 1945 г., старообрядцами д. Скрипица Кировского района Бобруйской области БССР было составлено ходатайство о сохранении за общиной молитвенного сооружения, занятого ее членами в период оккупации. Выяснилось, что в указанном здании ранее располагалось общежитие Бобруйского леспромтреста. Местные власти старообрядцам в прошении отказали. Данное решение также поддержал уполномоченный Совета по делам религиозных культов. Верующим

объединения было рекомендовано посещать богослужения в общине д. Капустино, на расстоянии 4 км [4], [5].

В рассматриваемый период официально оформленные старообрядческие общества, как и объединения других конфессий БССР, получали в бессрочное бесплатное пользование молитвенные помещения на основании типового договора, заключаемого между членами общины и представителями местной власти. Обязательным условием при этом являлась регулярная выплата исполнительными органами объединения установленных налогов со строения и земельной ренты. Кроме того, доводилось к сведению, что верующие общины имеют возможность, как подписать указанный договор дополнительно, так и отменить свою подпись, поставленную ранее [6].

Так, по заключенному типовому договору, с 23 сентября 1948 г. национализированное здание для проведения богослужений в бессрочное бесплатное пользование было передано старообрядческому беспоповскому обществу в д. Светогорова Бешенковичского района Витебской области БССР [7].

Одно из основных культовых сооружений старообрядцев-поповцев БССР, Ильинская церковь, располагавшаяся в г. Гомеле, переходила в бесплатное пользование верующим соответствующего объединения по договору с Гомельским городским исполнительным комитетом с 1 февраля 1949 г. [8]. Кроме того, в 1950-е г. этот храм был признан историческим архитектурным памятником, поставлен на учет архитектурным отделом Гомельского областного исполнительного комитета и зарегистрирован в Комитете по охране памятников старины при Совете Министров БССР [9], (фото) [10, с. 324].



Ильинская церковь в г. Гомеле. 1957 г.

В рассматриваемый период основным материалом старообрядческих молитвенных сооружений в БССР являлось дерево. Документы уполномоченного Совета по делам религиозных культов, имеющиеся в распоряжении, содержат упоминание только одного кирпичного культового строения староверов – беспоповской церкви в г. п. Видзы, современной Витебской области [11].

Таким образом, в середине 1940-х – середине 1960-х гг. на территории БССР получили распространение культовые сооружения старообрядцев, как поповского, так и беспоповского течений. Молитвенные здания передавались членам общин по типовому договору в бессрочное бесплатное пользование. Их функционирование осуществлялось под контролем уполномоченных Совета по делам религиозных культов и представителей местного руководства. Одним из ключевых документов, посвященным культовым сооружениям рассматриваемого периода являлось постановление Совета народных комиссаров СССР «О порядке открытия молитвенных зданий религиозных культов» от 19 ноября 1944 г.

Библиографические ссылки

1. Трацевский В. В., Шляхтич А. В. Старообрядческая сакральная архитектура Беларуси // Архитектура и строительные науки. 2012. № 1, 2. С. 30–31.
2. Друзенюк О. В. Культовые сооружения старообрядцев на Гомельщине в 40-70-х годах XX века // *Regum Scriptor: зборнік навуковых артыкулаў студэнтаў і магістрантаў / рэдкал.: В. А. Міхедзька (адказны рэд.) [і інш.]; М-ва адукацыі Рэспублікі Беларусь, Гом. дзярж. ўн-т імя Ф. Скарыны.* – Гомель: ГДУ імя Ф. Скарыны, 2016. С. 3–9.
3. Государственный архив Гомельской области (ГАГО). – Ф. 1354. – Оп. 1. – Д. 4. – Л. 2-3.
4. Национальный архив Республики Беларусь (НАРБ). – Ф. 952. – Оп. 1. – Д. 2. – Л. 204.
5. НАРБ. – Ф. 952. – Оп. 2. – Д. 7. – Л. 87об.
6. НАРБ. – Ф. 952. – Оп. 2. – Д. 12. – Л. 3, 3об.
7. Государственный архив Витебской области (ГАВО). – Ф. 4029. – Оп. 1. – Д. 6. – Л. 49.
8. Государственный архив общественных объединений Гомельской области (ГАО-ОГО). – Ф. 144. – Оп. 61. – Д. 73. – Л. 79-82.
9. ГАООГО. – Ф. 144. – Оп. 50. – Д. 96. – Л. 36–40.
10. Старообрядцы на Гомельщине (1918—1991 гг.): док. и материалы /сост.: З. А. Александрович [и др.]; под ред. В. П. Пичукова; редкол. А. Д. Лебедева [и др.]. – Минск: А. Н. Янушкевич, 2017. – 412 с.
11. НАРБ. – Ф. 952. – Оп. 2. – Д. 37. – Л. 154.

КУДУРРУ И НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ХРОНОЛОГИИ ВАВИЛОНИИ КАССИТСКОГО ПЕРИОДА

В. Н. Дубовская

Белорусский государственный университет, г. Минск;

valeria.dubovskaya@gmail.com;

науч. рук. – О. В. Перзашкевич, канд. ист. наук, доц.

Основная проблема хронологии касситского периода заключается в ее фрагментарности и относительности. Источники вт. пол. II тыс. до н.э. зачастую крайне не информативны и вызывают ряд вопросов относительно соответствия указанной эпохе. Обилие лакун в хронологии касситского правления в ряде случаев возможно заполнить исключительно благодаря более стабильной хронологии соседних регионов, а также посредством тщательного анализа более поздних источников.

Существующие реконструкции хронологии касситского периода имеют много вопросов, однако некоторые спорные моменты не плохо подтверждаются данными царских дарственных стел – кудурру.

В статье автор обращается к некоторым спорным моментам в истории касситской династии, пересекающимися с данными, записанными в кудурру. В основном это информация о царе и обстоятельствах земельного дарения или спора. Тщательное соблюдение касситскими царя формуляра и правил делопроизводства в ряде случаев компенсирует скудость информации, а традиционная фиксация степени родства помогает решить некоторые спорные моменты в очередности касситских правителей.

Ключевые слова: Вавилония; кудурру; хронология касситского периода; династия касситов; степени родства; Амарнская эпоха.

Правление касситской династии в Вавилонии (нач. XVI – кон. XII ст. до н.э.) остается одним из самых малоизученных периодов в истории региона. Недостаток источников и их специфика не позволяют сформировать полномасштабную картину жизни Вавилонии 2-й пол. II тыс. до н. э. Одна из ключевых проблем – хронология касситской династии.

Основой хронологии указанного периода является «Царский список А» [1, 272], который предлагает наиболее полный перечень касситских правителей, подтверждаемых иными источниками. Список содержит имена с количеством лет правления, а также общее количество лет, пришедшихся на династию. Согласно «Царскому списку А» 36 касситских царей находились у власти 576 лет и 9 месяцев [1, 272].

Несмотря на то, что «Царский список А» является прочной основой для хронологии династии, в обращении к нему существует ряд проблем: список не имеет точных датировок, содержит ряд лакун и имеет противоречия с известными хрониками, повествующими о правлении касситских царей (Синхроническая история, Хроника II). Таким обра-

зом, последовательность правления касситской династии выглядит довольно раздроблено:

1. Известны даты правления первых трех касситских царей (Gandaš (1729–1704), Agum I (1703–1682), Kaštiliašu I (1681–1660)) и неизвестного правителя, обозначенного под 4-м номером (после 1659 гг. до н. э.).
2. В промежутке между 5-м и 21-м царями существует серьезная путаница, так как при известных датах не известен порядок правивших царей, ссылки на которых мы находим только у более поздних правителей [2, 169].
3. С 28-го царя (Kashtiliashu IV (1232–1225)) до 32-го царя династии (Adad-šuma-ušur (1216–1187)) существуют проблемы в очередности правителей и датах вторжения ассирийского царя Tukulti-Ninurta I (1243–2207).

Традиционно ряд проблем в хронологии касситской Вавилонии решаются путем установления синхронизмов с ее соседями – Египтом, Хеттами и Ассирией в так называемую Амарнскую эпоху [6, 103]. Однако, существующий метод не только не даёт точных датировок, но часто не позволяет уточнить очередность царей касситской династии.

Кудурру обычно рассматриваются исследователями в контексте экономического права [3], что объясняется их тесной связью с царскими земельными дарениями. Однако тексты этих документов содержат в себе достаточно личной информации о царях и обстоятельствах дарения. В связи с этим автор видит возможным рассмотреть информацию кудурру с точки зрения уточнений некоторых спорных моментов в хронологии касситской династии.

Информация, позволяющая внести уточнения, содержится в кудурру в двух вариантах:

1. А. Царь-даритель по какой-либо причине делает ссылку на своего предшественника. Это может быть в рамках судебного разбирательства, расширения участка, подтверждения дарения или при создании копии разрушенного кудурру.
2. Б. Царь указывает на свое родство с предыдущими правителями, или упоминает своих наследников.

Из всего корпуса касситских кудуру имеется 10 памятников, в которых царь-даритель упоминает иного представителя династии. Особый интерес представляют те документы, которые затрагивают моменты спорной очередности внутри касситского правящего дома.

Одним из самых серьезных вопросов, вносящих путаницу в хронологию касситского периода, являются отношения с ближайшим соперником и соседом Вавилонии – Ассирией. Последняя стремилась

занять место среди ведущих государств региона, что ей в немалой степени удалось по средствам династических браков. Союз дочери ассирийского царя Aššur-uballit I с царем Вавилонии Burna-Buriaš II стал не только фактом признания Ассирии как независимого актора сложившейся международной политической системы, но и дал повод ее правителям претендовать на касситский престол [4, 99].

Отношения Ассирии и Вавилонии активно освещены рядом так называемых хроник, отличающихся предвзятостью к сопернику и чередой хронологических смещений, которые связаны с самыми проблемными периодами в истории касситской династии.

Первый серьезный политический кризис с участием Ассирии произошел в правление Kara-hardaš'a являвшегося внуком Aššur-uballit I и сыном Burna-Buriaš II. Вавилонская элита, недовольная правлением своего царя подняла восстание и возвела на престол Nazi-Bugaš'a (1333 г. до н.э.). Aššur-uballit I воспользовался поводом родственного брака, вторгся в Вавилонию, подавил восстание и посадил на престол Kurigalzu II – то ли младшего сына Burna-Buriaš II [5, 159], то ли сына Kara-hardaš'a [5, 172].

Данную спорную ситуацию может скорректировать информация, находящаяся в кудурру. Несмотря на то, что межевых камней, относящихся к эпохе Burna-Buriaš'a II, Nazi-Bugaš'a и Kurigalzu II не обнаружено, существует кудурру царя Nazi-Maruttaš'a (Sb 21), в котором он называет себя «сыном Kurigalzu II (DUMU, ак. marum) и потомком Burna-Buriaš (ŠA.BAL.BAL, ак. liblibbi) II. Liblibbi в царской генеологической традиции обозначает родство второй степени и далее, т. е. это может быть «внук», «правнук» и «потомок» [CAD V9, 179-181]. Более поздний памятник царя Kaštiliaš IV (1232-1225) (Sb 30) подтверждает дарение времен Kurigalzu II и называет последнего «сыном Burna-Buriaš'a».

Таким образом, кудурру каситского периода подтверждают данные Синхронической истории, согласно которой престол занял не потомок свергнутого Kara-hardaš'a, а его брат и младший сын Burna-Buriaš II – Kurigalzu II.

Асиро-Вавилонское противостояние достигло своего пика во вт. пол. XIII ст. Конфликт между вавилонским царем Kashtiliashu IV (1232–1225) и царем Ассирии Tukulti-Ninurta I (1243–2207) закончился победой последнего [4, 108–109]. Согласно Хронике П, Tukulti-Ninurta I провозгласил себя царем Вавилона, что подтверждается экономическим текстом из Ниппура, датированного годом восшествия царя на престол [2, 19], и правил около 7 лет. По прошествии этого времени «люди Аккада и Кардуниаша» возвели на престол Adad-šuma-ušur'a, который, вероятно, являлся представителем касситского правящего дома. Однако

Хроника II упоминает еще о двух царях, не являвшихся представителями касситской царской династии, на годы правления которых выпали вторжения эламитов и восстания – это Enlil-nadin-šumi и Adad-šuma-iddina.

Таким образом Хроника II предлагает следующую последовательность касситских правителей: Tukulti-Ninurta I – Adad-šuma-ušur – Enlil-nadin-šumi – Adad-šuma-iddina.

Данные Хроники II. противоречат Царскому списку А, который предлагает следующую очередность: Enlil-nadin-šumi (1 год и 6 месяцев) – Kadašman-Ḫarbe (1 год и 6 месяцев) – Adad-šuma-iddina (6 лет) – Adad-šuma-ušur (30 лет) [1, 272]

Таким образом, остается неясен (а) порядок сменяемости правителей во вт. пол XIII ст. и (б) отсутствие Tukulti-Ninurta I в Царском списке А.

Ясность может внести кудурру 33-го царя касситской династии Meli-Šipak'a (BM 90827). Текст этого памятника повествует о земельном споре вокруг владений дома Takil-ana-ilīšu, который длится на протяжении нескольких десятков лет и припадает на последовательное правление трех касситских царей. Начало спора фиксируется в царствование Adad-šuma-iddina, продолжается в годы Adad-šuma-ušur'a и завершается при Meli-Šipak'e. Повествование в рамках документа не допускает мысли, что хронология царствований нарушена. Колофон кудурру также устанавливает обозначенную последовательность царей:

«²⁶⁻³²Стела имеет три копии, засвидетельствованные тремя царями: Adad-šuma-iddina, Adad-šuma-ušur, Meli-Šipak» (Колофон, BM 90827) [3, 409]. Следовательно, кудурру BM 90827 подтверждает Царский список А в последовательности правлений Adad-šuma-iddina и Adad-šuma-ušur'a.

Кроме того в кудурру BM 90827 царь Adad-šuma-ušur называется отцом Meli-Šipak'a (строка 31, Col IV), а в кудурру Sb 92 Adad-šuma-ušur – сыном Kashtiliashu IV (строка 8), т.е. последнего законного касситского царя перед конфликтом с Ассирией. Указанные документы восстанавливают не только последовательность, но и декларируют идеологически важную ссылку на законность занимаемого престола. Линия Kashtiliashu IV – Adad-šuma-ušur – Meli-Šipak (дед, отец и сын соответственно), законные касситские цари, возвратившие себе престол после смутного времени, тогда как Enlil-nadin-šumi, Kadašman-Ḫarbe и Adad-šuma-iddina – ставленники враждебных государств и не являются представителями правящего касситского дома.

Что же касается выпавшего из Царского списка А Tukulti-Ninurta I, то его отсутствие в Вавилонском документе может быть вполне объяс-

нимо назначением царей-сатрапов при формальном первенстве ассирийского царя [2, 20]. Либо, если Tukulti-Ninurta I правил некоторое время после падения Adad-šuma-iddina, его отсутствие в Вавилонской хронике может объясняться сознательным игнорированием этого факта вавилонскими составителями [6, 109].

Кудурру, несмотря на свою фрагментарность способны внести ряд уточнений в спорные моменты хронологии касситской Вавилонии. Указанные памятники обнаружены не для всех вавилонских царей и они не содержат прямых датировок, однако взаимные ссылки правителей на решения друг друга, а также стремление к фиксации родства внутри династии, помогают произвести корректировку и внести стабильность в неустойчивую хронологическую систему, построенную на основе идеологизированных хроник и неточных царских списков.

Библиографические ссылки

1. *Pritchard B.* (ed.) *Ancient Near Eastern Texts Relating to the Old Testament*, 3rd edition with supplement. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1969.
2. *Brinkman J. A.* (1976), *A catalogue of cuneiform sources pertaining to specific monarchs of the Kassite dynasty. Materials and Studies for Kassite History*, Vol. 1. Chicago: Oriental Institute of the University of Chicago Press, 1976.
3. *Paulus S.* *Die babylonischen Kudurru-Inschriften von der kassitischen bis zur frühneubabylonischen Zeit. Untersucht unter besonderer Berücksichtigung gesellschafts- und rechtshistorischer Fragestellungen.* *Alter Orient und Altes Testament* 51. Münster: Ugarit Verlag, 2014.
4. *Miller Jared I.* *Political Interactions between Kassite Babylonia and Assyria, Egypt, and Hatti during the Amarna Age* // Bartelmus A., Sternitzke K. (eds), *Karduniaš. Babylonia under the Kassites*, V. 1, *Philosophical and Historical Studies*, Boston, Berlin: Der Gruyter, 2017 pp. 94 – 101.
5. *Grayson A. K.* *Assyrian and Babylonian chronicles*, New York: J.J. Augustin publisher, 1975.
6. *Miller Jared I.* (2017) *Chronological synchronism between Babylon and Assyria, Egypt and Hatti* // Bartelmus A., Sternitzke K. (eds), *Karduniaš. Babylonia under the Kassites*, V. 1, *Philosophical and Historical Studies*, Boston, Berlin: Der Gruyter, 2017, pp. 102 – 110.

ПЕРЕХОД В ПОТУСТОРОННИЙ МИР В ТРАДИЦИОННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ БЕЛОРУСОВ

В.А. Есис

Белорусский государственный университет, г. Минск;

his.esis@bsu.by;

науч. рук. – Е. Г. Денисова, канд. ист. наук, доц.

Представления о загробной жизни и смерти являются одними из самых древних, а ритуалы, связанные с переходом в иной мир – одними из самых устойчивых и строго регламентированных. На территории Беларуси на протяжении истории наблюдалось смешение разных этнических групп и, соответственно, разных культур, мифологических верований и религиозных систем. Особенно следует отметить представления о модели устройства мира, похоронные ритуалы и т.д. Целью данной работы является рассмотрение перехода в мир мертвых в традиционных представлениях белорусов.

Ключевые слова: загробная жизнь; переход в мир мертвых; Мировое древо; Мировая гора; хтонические существа.

Во многих культурах мира связь между живыми и мертвыми осуществлялась посредством Мирового древа – «древа жизни», «древа плодородия», «древа познания» и т.п. [10, с. 398]. Сложно сказать, какое дерево в представлениях племен восточных славян, населявших территорию Беларуси, являлось Мировым, но можно предположить, что это был дуб. Так, данные фольклора свидетельствуют о том, что дуб для славян являлся священным деревом. Интересным является тот факт, что на территории Беларуси в местах, где размещались курганы, часто встречаются названия, которые происходят от слова дуб: Дубовица, Дубки, Дубняк и т.д. Также следует подчеркнуть, что слонимский каменный идол был найден в урочище Дубы, а остромечевский идол – в урочище Дубовый Грудок [3, с. 23].

Возможно, представления о Мировой горе проникают на территорию Беларуси вместе с балтским населением. Так, в Летописи Красинского XVI в. содержится описание похорон великого князя литовского. Этот отрывок интересен нам по нескольким причинам. Во-первых, здесь есть упоминание о Мировой горе; во-вторых, мы видим связь между представлением о Мировой горе и загробной жизнью; в-третьих, на языческие верования, которые описываются в данном отрывке, накладываются христианские представления самого летописца.

Как свидетельствует летопись: «И сын его Кгирмонт... подлуг приказанья отца своего на том мьестци, на устьи реки Вилии, где у Велю упадываеть, вчинили жьглищю, и там тьло отца своего, и коня его, на котором ежчивал, шату его, которую пошивал, и милосника его, на которого

он ласков был, и соколо, и хорта его сожог» [6, с. 131–132]. С тех пор, по словам летописца, это место прозвали «Швинторога», по имени того князя, а «коли которого князя литовского або пана сожжено тьло, и при них кладывали ногъти або рыси або медвежьи для того, иж мели върутую, иж бы день судный мел быти, а так знаменовали собе иж бы бог мел приитии седъти на горе високой, судити живых и мертвых, на которую ж гору трудно будет узоити без ногтеи тых рысех або медвежих, и для того подле них те ногти кладывали, на которых мели тую лезти и на суд до бога идти» [6, с. 132]. Швинторог – полулегендарный литовский князь, сын князя Утэнаса, княжение которого Хроника Литовская и Жемойтская относит к 1299–1300 гг. [9, с. 566].

Интересно упоминание о дне, когда бог будет сидеть на горе и судить живых и мертвых. Автор летописи Красинского подчеркивает, что хоть князья и «погани были», а все-таки верили в единого бога и имели представления о Судном дне. В летописях также сказано, что на месте захоронения Швинторога было построено святилище Перкунаса – бога грома и молний, близкого славянскому Перуну, который с X в. почитался как покровитель воинов, дружины и князей. Возможно, данное событие связано с тем, что здесь хоронили исключительно знатных людей, а именно князей и панов.

И Мировое древо, и Мировая гора представляют собой связь, соединяющую мир живых и мир духов. Именно поэтому, как было показано ранее, они довольно часто упоминаются в связи со смертью и загробной жизнью.

Неясными остаются представления восточных славян о самом процессе перехода в загробный мир. Однако в белорусском фольклоре сохранились упоминания о мосте, через который души переходят в мир мертвых. Этот мост может быть как широким, так и узким, как волос. Чтобы обеспечить себе переправу на тот свет, люди еще при жизни соблюдали определенные обычаи. Так, считалось, что если повитуха не одарит новорожденного пояском, то ему придется переходить разделяющую миры реку вброд. После выпечки хлебов, чтобы печь не пустовала, хозяйка бросала в нее три полена в надежде, что они послужат ей «мостками» при переходе на «тот свет».

С этим также связан поминальный обычай настилать мостки. Например, в Гродненской губернии в один из поминальных дней родственники умершего в болотистых местах сооружали мощные переходы, чтобы каждый проходящий по настилу помянул бы покойного. В других вариантах этого обряда мостки сооружались лишь в память по умершим женщинам: на следующий день после сорокадневных поминок в лесу срубали сосну, обтесывали ее и везли возом в назначенное место, где

перекидывали через ручей, топкое место, ров и обозначали на стволе время смерти родственницы [1, с. 305]. А. Киркор писал: «...при дорогъ, на болотистом мѣсть или же на ручейкѣ, черезъ который проходить дорожка, кладутъ бревно или доску; на нихъ вырѣзаютъ крестъ, башмакъ или серпъ, на нѣкоторыхъ помѣчаютъ и годъ кончины» [4, с. 282]. Точно также настилали мостки в случае эпидемий, чтобы отправить болезни обратно в потусторонний мир. Следует отметить, что в некоторых снотолкованиях переход по мосту служит дурным знаком. Так, на Полесье считалось, что если человек во сне переходит через мост, то его ожидает беда, смерть близких [1, с. 305].

Считалось, что пока погребение не совершено, душа покойного будет бродить вокруг по деревьям. Только после проведения всех необходимых обрядов и должных приготовлений, снабжения покойного определенными предметами, она по пути душ (Млечный путь или радуга) сможет попасть в мир духов [5, с. 433].

Переход в мир мертвых и связь с ним в народных представлениях часто связывался с некоторыми хтоническими существами, например, мышами. Мышь воспринималась как посредник между мирами, существо, способное мгновенно исчезать в одном мире и тут же появляться в другом [11, с. 43]. В облике мышей белорусы представляли души умерших, которые питаются ночью недоеденным хлебом. Так, в Витебской области существовало поверье, что, если кошка поймает такую мышь, то дому грозят бедствия за гибель предка [2, с. 348]. Более того, в восточнославянских культурах Млечный путь – дорога, по которой души попадают в мир мертвых, – мог носить название «Мышиная тропа» [11, с. 43].

С представлениями о смерти связан также образ коня. По археологическим данным конь, наряду с собакой, был главным жертвенным животным на похоронах, проводником на «тот свет». В соответствии с двойственной природой коня амбивалентными свойствами наделяется конский череп в ритуале. Например, на Полесье известен ритуал сожжения на купальском костре черепа лошади, как воплощения «ведьмы», смерти и т. п. В то же время, у славян было распространено использование конского черепа в качестве оберега [7, с. 590-591]. Н. Я. Никифоровский упоминал о поверье, существующем в Витебской губернии, что душа покойника попадает в коня, поэтому на коне не работали несколько дней после смерти человека [8, с. 253].

Таким образом, на основании всего вышесказанного, мы можем прийти к выводу, что в основе представлений о переходе душ в потусторонний мир у населения белорусских земель лежали представления об устройстве мира в целом. На территории Беларуси были распространены

и концепция Мирового древа, и концепция Мировой горы. Переход в мир мертвых осуществлялся по мосту, наличие которого человек стремился себе обеспечить еще при жизни. На основании фольклорных данных можно утверждать, что в качестве посредников между мирами могли выступать хтонические существа, в частности, мыши и кони.

Библиографические ссылки

1. *Виноградова, Л. Н.* Мост/ Л. Н. Виноградова// Славянские древности: этнолингвистический словарь: в 5 т. / М: Российская академия наук, Институт славяноведения и балканистики. Т. 3: К (Круг) – П (Перепелка) / [Т. А. Агапкина, О. В. Белова, М. М. Валенцова и др.], 2004: ил. – С. 303-307.
2. *Гура, А. В.* Мышь/ А. В. Гура// Славянские древности: этнолингвистический словарь: в 5 т. / М: Российская академия наук, Институт славяноведения и балканистики. Т. 3: К (Круг) — П (Перепелка) / [Т. А. Агапкина, О. В. Белова, М. М. Валенцова и др.], 2004: ил. – С. 347-349.
3. *Дучыц Л. У.* Археалагічныя помнікі у назвах, вераваннях і паданнях беларусаў/ Пад. рэд. М. А. Ткачова. – Мінск: Навука і тэхніка, 1993. – 59 с.: ил.
4. Живописная Россия: Отечество наше в его зем., ист., плем., экон., и быт., значении: Литов. и Белорус. Полесье: Репринт. воспроизведение изд. 1882 г. – Минск: БелЭн, 1993. – 550 с.: илл.
5. Иллюстрированная история религий / Под ред. Д. П. Шантепи де ля Соссей. Т. 2: Индия: ведийская и браманская религия. Джайнизм. Буддизм. Индуизм. Персы: зороастризм. Авеста. Греки. Римляне. Балты и славяне. Германцы. – М.: Российский фонд мира, 1992. – 526 с.: ил.
6. *Летопись Красинского*// Полное собрание русских летописей: летописи белорусско-литовские. Т. 35/ Н.Н. Улащик [и др.]. – М.: Наука, 1980. – С. 128–144.
7. *Петрухин, В. Я.* Конь/ В. Я. Петрухин//Славянские древности: этнолингвистический словарь: в 5 т. / М: Российская академия наук, Институт славяноведения и балканистики. Т. 2: Д (Давать – Брать) – К (Крошки) / [Т. А. Агапкина, О. В. Белова, М. М. Валенцова и др.], 1999: ил. – С. 590-594.
8. *Прохараў, А.* Конь/ А. Прохараў// Беларуская міфалогія: Энцыклапед. слоўн./ С. Санько, Т. Валодзіна, У. Васілевіч і інш. – Мінск: Беларусь, 2004. – С. 252-254.
9. *Прохараў, А., Санько С.* Швінтарог/ А. Прохараў, С. Санько// Беларуская міфалогія: Энцыклапед. слоўн./ С. Санько, Т. Валодзіна, У. Васілевіч і інш. – Мінск: Беларусь, 2004. – С. 566-567.
10. *Топоров, В. Н.* Древо Мировое/ В. Н. Топоров// Мифы народов мира: Энциклопедия. (В 2 томах)/ Гл. ред.: С. А. Токарев. – М.: Советская Энциклопедия, 1987. – Т. 1. А – К. с ил. – С. 398-406.
11. *Kuzmin, Andrey* Murine Symbolism in Magic Ceremonies: Reconstruction of Archaic Ideas Concerning the Milky Way/ Andrey Kuzmin// Cultural context from the archaeoastronomical data and the echoes of cosmic catastrophic events. Abstracts submitted for the SEAC 2002 Tenth Annual Conference, 27–30 August in Tartu, Estonia. – Tartu: Estonian Literary Museum & Tartu Observatory, 2002. – S. 43.

ВОЕННО-ТАКТИЧЕСКИЙ КРАХ ПОЛЕВОЙ АРМИИ ЯНУША РАДЗИВИЛЛА И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЯ

М.С. Завёрткин

Белорусский государственный университет, г. Минск;

mzavrtkin@bk.ru;

науч. рук. – Д. В. Скворчевский, канд. ист. наук, доц.

Целью настоящей статьи стало освещение одного из основных событий начального периода войны 1654-1667 гг., а именно битвы при Шепелевичах. Внимание автора сконцентрировано на тех деталях и аспектах сражения, которые в той или иной степени непосредственно повлияли на его ход и итоги: количественный и качественный состав армий, специфика организации вооружённых сил воюющих сторон, особенности местности. Подводится итог битвы для Речи Посполитой и Российского государства в рамках Первого государева похода Алексея Михайловича Романова.

Ключевые слова: Речь Посполитая; Российское государство; Шепелевичи; полевая армия; Януш Радзивилл.

В период с 1654 по 1667 года на территории Великого Княжества Литовского протекал один из самых кровопролитных и масштабных военных конфликтов с Российским государством за весь XVII век, получивший название «Тринадцатилетняя», или «Неизвестная» война. Данное противостояние в виду своей временной продолжительности насчитывало значительное количество боевых действий, оборачивавшихся, в одном случае, в пользу царских войск, в другом – армии Речи Посполитой и ВКЛ. Одним из самых насыщенных, интенсивных и масштабных стал начальный период войны 1654–1667 гг., или Первый Государев поход лета–осени 1654 года. Во время его проведения ВКЛ понесло огромнейшие потери в территориях и личном составе, но, пожалуй, одним из самых болезненных стало поражение полевой армии великого гетмана Януша Радзивилла при Шепелевичах.

После Шкловской битвы (2(12) августа 1654 года) силы Януша Радзивилла были вынуждены начать отступление на запад в направлении Борисова с целью найти более выгодное место для ведения оборонительных боёв против превосходящей армии А. Н. Трубецкого, выдвинувшегося за ними в погоню. Трубецкой вместо того, чтобы направить свою армию той же дорогой, что и Януш Радзивилл, то есть на юго-запад в направлении населённого пункта Белыничи, решил совершить обходной маневр и повернуть на северо-запад. Таким образом, планировалось переправиться через реку Друть у населенного пункта Тетерино, что позволило бы опередить войска гетмана и отрезать им дорогу на Борисов. Ситуацию, кроме всего прочего, усугубляла болезнь гетмана, задержавшая литовские войска у Белыничей, тем самым окончательно

лишив их возможности оторваться от противника, который вечером 23 августа уже переправился на другой берег. Здесь, по-видимому, гетман решил повторить сценарий Шкловской битвы, отправив всю артиллерию с обозом в сопровождении пехоты и нескольких конных хоругвей А. Г. Полубинского к Заозерью, а сам выдвинулся в сторону Шепелевич. Тот факт, что сопровождать обоз отправилась не просто пехота, но и кавалерийские соединения, говорит о том, что литовская армия, учитывая и без того серьезную диспропорцию в силах, не планировала давать полевое сражение силам Трубецкого. Скорее всего, в планах у гетмана было использовать переправу под Шепелевичами, ниже по течению реки Осливки, с целью задержать русскую армию [2, с. 120–121, с. 124, с. 134; 3, с. 43; 5, с. 18].

Однако здесь проблема заключалась в том, что переправа была не одна. Вторая находилась в самих Шепелевичах. Более того, передовые сотни Трубецкого первыми достигли этой переправы, таким образом, вынуждая Радзивилла принимать бой не на реке, а в открытом поле за рекой. При таком раскладе численный перевес русских соединений оказался фатальным для Януша Радзивилла. Перед тем как описывать ход сражения, необходимо определиться с составом армий каждой из сторон. Здесь литовская армия насчитывала больше личного состава, чем в битве под Шкловом, в первую очередь, за счет присоединившихся к ним 3 (13) августа соединений Богуслава Радзивилла и Юрия Немирича в количестве 2500 человек. Максимум, что могла продемонстрировать армия гетмана под Шепелевичами с учетом прибывших подкреплений и урона, понесенного в Шкловской битве, это 8300 человек. Качественный состав армии гетмана представлен тремя гусарскими хоругвями, четырьмя рейтарскими полками, казацкими хоругвями, татарскими хоругвями, драгунами, немецкой пехотой, польской / венгерской пехотой (4 хоругви). Что касается поветовых хоругвей и посполитого рушения, то об их участии в битве упоминаний нет [2, с. 134; 3, с. 44].

Армия А. Н. Трубецкого была гораздо больше полевой армии ВКЛ. Потенциальная численность юго-западной армии в этой битве с учетом потерь за 3 месяца боевых действий могла составлять около 18 тысяч человек [2, с. 130; 6, с. 502–510]. Также, на основании активного использования Российским государством в этой войне полков нового строя, а также иностранных военных специалистов, можно сделать вывод, что они, будучи ветеранами европейских конфликтов (Тридцатилетняя война, гражданская война в Англии 1642–1651 гг. и др.), привнесли в царскую армию западноевропейские методы тактического ведения боя, а также походного и боевого построения [2, с. 125–127]. Исходя из

имеющихся российских источников, состав армии А. Н. Трубецкого при Шепелевичах выглядел примерно следующим образом:

Передовой полк (авангард). Первый воевода – кн. Г.С. Куракин. Второй воевода – кн. Ю. А. Долгоруков [2, с. 128].

Большой полк (центр). Главнокомандующий – воевода кн. А.Н. Трубецкой: 6 рейтарских и солдатских полков, темниковские мурзы и татары, стрелецкие приказы, сотни поместной конницы 8 городов [2, с. 128–129].

Сторожевой полк (арьергард). Первый воевода – кн. С. Р. Пожарский. Второй воевода – кн. С. А. Измайлов [2, с. 129].

Таким образом, мы видим, что у Януша Радзивилла с теми войсками, что были в его распоряжении, не было возможности повторить оборонительный бой на переправе через реку, так как сейчас силы противника уже не были вытянутыми и вступали в бой широким фронтом, а не постепенно. Даже если бы русские войска не успели переправиться через реку и Радзивилл смог завладеть обеими переправами, вряд ли он имел бы возможность долго держать оборону в условиях такой серьезной диспропорции численности армий.

Теперь можно преступить к изложению хода самого сражения. Как уже было упомянуто выше, спецификой данной битвы стало наличие не одной, а двух переправ. Благодаря этому войска Трубецкого, боевой порядок которых состоял из 3 линий, смогли за короткий срок переправить через реку сразу 2 линии боевого построения из трех. Эти линии представляли собой порядок смешанного типа, то есть чередование в строю батальонов кавалерии и пехоты. Реконструкция, предложенная российским историком Игорем Бабулиным, выглядит следующим образом [2, с. 130]:

Первая линия

Правое крыло: воевода кн. Г. С. Куракин (сотни поместной конницы – около 600 человек) и полк пехоты И. Ниротморцева (2 батальона по 800 человек)

Левое крыло: воевода кн. С. Р. Пожарский (сотни поместной конницы – около 450 человек) и полк пехоты Г. Фанстадена (2 батальона по 800 человек)

Центр (Главнокомандующий А. Н. Трубецкой): рейтарский полк Л. Мартота (1000 человек), полк пехоты Д. Крафтера (2 батальона по 800 человек), рейтарский полк Ф. Вормзера (1000 человек)

Вторая линия

Правое крыло: воевода кн. Ю. А. Долгоруков (сотни поместной конницы – около 850 человек), полк пехоты Е. Цыклера (2 батальона по 800 человек)

Левое крыло: воевода С. А. Измайлов (сотни поместной конницы – около 360 человек), полк пехоты Н. Фанстадена (2 батальона по 800 человек)

Центр: полк пехоты А. Барклая (2 батальона по 800 человек), сборный рейтарский полк из армии Я. К. Черкасского (около 1000 человек), полк пехоты Я. Флека (2 батальона по 800 человек)

Третья линия

Сотни поместной конницы (1270 человек), стрелецкий приказ Я. Ефимьева (500 человек), стрелецкий приказ Л. Азарьева (500 человек), темниковские Мурзы и татары (около 600 человек)

Данный тип боевого порядка выгоден в первую очередь тем, что эффективен против врага с мощной конницей, такого как Речь Посполитая. Поместная конница и рейтарские полки при поддержке солдатских полков (мушкетеры и пикинеры) смогли выдержать первый мощный удар, который нанесла первая линия войск ВКЛ – кавалерия Радзивилла, а затем перейти в наступление, перетекающее в преследование отступающих сил противника (*М.З. – вторая линия войска ВКЛ, как правило, была представлена пехотой и драгунами*). Особенно страшным в этом сражении для литовских войск стало окружение правого фланга, осуществленный, соответственно, левым флангом войска Трубецкого, на котором располагались соединения воевод Пожарского и Измайлова: «...неприятель со всей силой свой переправился, скоро остатки местечка захватил, пехотой укрепил, и конным войском с правого бока в тыл нам заходить начал» [2, с. 127, с. 130–132; 3, с. 44; 8, с. 123]. Войско ВКЛ, не способное противостоять столько многочисленному противнику, было вынуждено в экстренном порядке отступать. В погоню за ним были посланы отряды воевод Ю. А. Долгорукого и С. А. Измайлова. Сам бой и преследование, если верить отписке Трубецкого царю и грамоте Алексея Михайловича Б. Хмельницкому, длились 8 часов [7, с. 130]. Единственное, что спасло на некоторое время остатки гетманских сил, это ночное время суток. Однако на этом «битва» не заканчивается, так как преследование и столкновение на переправах, где Януш Радзивилл потеряет большую часть своей армии, продолжились 15 (25) августа 1654 года, в 20 и 30 верстах от места битвы [7, с. 131]. Случится даже так, что он сам чуть не попадет в плен к Трубецкому, однако его в последний момент спасла пехота Юшкевича и одна из казацких хоругвей [8, с. 126–127]. Что касается обоза, который ещё до битвы был отправлен в западном направлении, то его также не удалось спасти [7, с. 131].

При определении потерь обеих сторон в этом столкновении также возникают некоторые проблемы, связанные с отсутствием необходимых источников, одним из которых являются документы Иноземского прика-

за. Как правило, максимально приблизительный урон армии юго-западного направления пытаются установить исходя из документов о раненых и больных, датированных началом сентября 1654 года и относящихся ко всем 3 месяцам похода. Количество раненых за весь поход (700–1000 человек) делится на 2, после чего получается, что за весь поход Трубецкой мог потерять не более 500 человек. Если рассматривать только Шепелевичи, то здесь обычно дают не более 100 человек убитыми. В любом случае, какие бы цифры не приводили исследователи в своих работах, следует держать в голове тот факт, что ни одна из них не является точной и выводится исключительно по косвенным источникам, не отражающим полную картину боевых потерь [2, с. 141–142].

Потери Януша Радзивилла также выводятся по косвенным источникам. Так, например, в грамоте царя Алексея Михайловича Богдану Хмельницкому сообщается о следующих присланных пленниках: «... прислали к нам, великому г[о]с[у]д[а]рю, бояре н[а]ши и воеводы пана Потоцког[о] товарища, что был вместо у роты, Самойла Воловича, гетмана Радивила рейтарского полковника Курлянские земли Эрнеста Фонсакена, ротмистра Юндилы Хризостома, майора Христофора Выборка, Прусские земли ротмистра Ондreja Стефана...» [8, с. 131]. Итого общее число пленников составило 253 человека (в некоторых источниках – 270). Исходя из вышеперечисленного и того, что полевая армия ВКЛ сможет восстановить свою боеспособность только к декабрю 1654 года, можно оценить ее потери при Шепелевичах в 2000–2500 тысячи человек.

Таким образом, битву при Шепелевичах можно назвать поворотным моментом в первом Государевом походе, определившим его дальнейший успех и выполнение главной задачи летне-осенней кампании 1654 года – захват города Смоленска, который стал возможен благодаря уничтожению полевой армии ВКЛ.

Библиографические ссылки

1. Акты Московского государства: Том II. Разрядный приказ. Московский стол. 1635 – 1659 гг. – Тип. Императорской академии наук. – СПб; 1894, 819 с.
2. Бабулин, И. Б. Смоленский поход и битва при Шепелевичах 1654 года / И. Б. Бабулин. – Москва: Фонд «Русские Витязи», 2018. – 228 с.
3. Бабятынскі, К. Ад Смаленску да Вільні. Вайна Рэчы Паспалітай з Масковіяй 1654 – 1655 гг.) / Конрад Бабятынскі; пераклад з польск. Мовы Антона Кузьміча. – 2-е вид. – Смаленск: Інбелкульт, 2014. – 172 с.
4. Дворцовые разряды. Том третий. С 1645 по 1676 г. Тип. II Отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии. – СПб; 1852, 841 с.
5. Сагановіч, Генадзь. Невядомая вайна: 1654–1667 / Менск: Навука і тэхніка, 1995. – 144 с.

6. Курбатов, О. А. Полки драгунского и солдатского строя, существовавшие к началу русско-польской войны 1654–67 гг. // Единорогъ: Материалы по военной истории Восточной Европы эпохи средних веков и Раннего Нового времени. Вып. 2 – М.: Квадрига, 2011, с. 502–510.
7. Переписка гетманов Левобережной Украины с Москвой и Санкт-Петербургом. 1654–1764 гг.: сборник документов / Отв. ред. и сост. Е. Е. Рычаловский. Т. I: – Гетманство Богдана Хмельницкого. 1654–1657 гг. М.: Древлехранилище, 2017. – 460 с.
8. *Grabowski, Ambroży* (1782–1868) Ojczyste spominki w pismach do dziejów dawniej Polski, diaryusze, relacye, pamiętniki i.t.p. służyć mogące do objaśnienia dziejów krajowych tudzież listy historyczne do panowania królów Jana Kazimiérza i Michała Korybuta oraz listy Jana Sobieskiego marszałka i hetmana wielkiego koronnego. Kraków: Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku, 1845 T. 1. – S. 323

МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО РЫЦАРСТВА ПО ДАННЫМ ФРУАССАРА

Н. А. Закрочинский

Белорусский государственный университет, г. Минск;

nikitazakrochinskiy02@mail.ru;

науч. рук. – И. О. Евтухов, д-р ист. наук, проф.

В статье автор делает попытку сформировать модель поведения английского рыцарства по данным Жана Фруассара в лице его хроник. Основным стержнем, который детерминирует парадигму поведения дворянского сословия, является «кодекс чести». Он, в свою очередь, сформировал ряд добродетелей, которым должно следовать благородное сословие. Затрагивается поведение рыцарства всей внутренней иерархии: как и обычных рядовых членов сословия, так и высшей аристократии, а также рассматриваются поступки Эдуарда III. Детально рассматриваются эпизоды англо-шотландской борьбы как хронологического поля для проведения исследования. Делается вывод о том, что английская модель, в целом, соответствовала общеевропейскому, однако прослеживается магистраль к пренебрежению следования данным трактатам.

Ключевые слова: Жан Фруассар; английское рыцарство; парадигма поведения; кодекс чести; рыцарские добродетели.

Позднее средневековье стало тем этапом в развитии рыцарского сословия, когда оно, с одной стороны, стало ощущать свой упадок, а с другой, прилагало все усилия для сохранения своей монополии в общественно-политической жизни средневековья. Постоянные военные кампании, бои и сражения являются для нас полем для поиска всевозможных рыцарских добродетелей, которые были зафиксированы в «кодексах чести». Данные трактаты, которые к началу XIV в. имели дидактический характер, а не пространственный, легли в основу модели поведения рыцаря. Уже она представляла из себя образ поведения «идеального рыцаря», к которому приучался, начиная с акколады любой дворянин. Формировалась данная модель на фундаменте военной подготовки аристократического общества средневековья, куртуазного воспитания и образе девяти достойных. Задачей данной работы является формирование национальной английской модели поведения на основе хроники Жана Фруассара.

Честь как та категория, которая абсолютизировала рыцарскую этику, являлась краеугольным камнем всей системы добродетелей. В XIV–XV вв. она приобретает больше нравственное значение, которое следует поддерживать и охранять, а ее военная часть постепенно отходило на вторые планы в представлении рыцарей. Честь всячески оберегалась дворянами и требовала, как и все рыцарские добродетели, следования.

Показательным примером может послужить принятие оммажа Эдуарду Английского Филиппу Валуа в 1329 г. Взаимное уважение рыцарей друг другу выражалось, как и торжествами, устроенными французским королем, так и наглядным доказательством системы подчинения вассала сеньору, ведь: «...он [Эдуард III] обязан исполнить требуемое» [1, р. 86–87]. В данном контексте оба дворянина представляют из себя единое целое, т.к. здесь честь является объектом сохранения путем соблюдения клятв, сопряженных при оммаже. Данные клятвы являлись обыденностью для всего аристократического общества, они могли даваться как и равным друг другу, так и неравным в правовом поле членам феодального общества [2, р. 77].

В противопоставлении чести существовало публичное унижение. Его рыцари средневековья боялись больше всего, что толкало их на принятие решений, которые могли стоять на грани риска жизни. Не отвечать на позор и унижение, которые тебе нанесли иные члены твоего сословия, в мире рыцарства, как и во многих других воинских обществах, считалось недостатком мужественности [2, р. 71]. В истории Англии можно отметить пример, который имел место во время войны с Шотландией в 1330-е гг. между Эдуардом III и Дэвидом Шотландским. Когда последний отказался произвести оммаж в 1332 г., то у короля появился страх перед позором как рыцаря в его обществе: «...если бы не тревожился о своей личной чести и чести своей державы» [1, р. 98]. Аристократия Англии, которая осознавала опасность в этическом восприятии короля были солидарны в данной проблеме, ведь они ощущали опасность унижения перед их сеньором, поэтому заявляли: «...король не может более, без урона для своей чести, сносить обиды, которые ему причиняет король Шотландии» [1, р. 99–100].

С честью одной из важных добродетелей для рыцарей была доблесть. Уже Фруассар видел в этой категории двигатель на действия, которые станут индикатором военной славы благородного сословия. Хронист видел в ней утилитарное применение, которое лишалось религиозной или нравственной мотивацией. Вновь англо-шотландский конфликт становится полем для проявления данной добродетели. В 1335 г. свершился индивидуальный рыцарский поединок между Вильямом Монтэгю и Александром Рамсеем. Инициатива исходила от первого английского рыцаря, который, приглашая соперника на бой, апеллировал на отсутствие презентации этой добродетели: «...не выказав большой доблести» [1, р. 104]. Также Вильям в обращении к шотландцу делал акцент, что сам: «...незадолго до этого поединка был посвящен в рыцари» [1, р. 104]. Данное высказывание может наводить на мысль о желании новоприбывшего члена сословия доказать свою принадлежность к ры-

царству путём проявления добродетели. Бой, проходящий в несколько этапов, был завершён по указанию английского короля, который сослался на то: «...чтобы несчастье приключилось с моим рыцарем, или чтобы шотландец понес слишком большой телесный ущерб» [1, р. 104], при этом он отмечает, что они устроили себе «...очень хорошее и нелегкое испытание», что возможно интерпретировать как санкцию короля на доказательство доблести обоих представителей аристократического сословия.

Милосердие, как еще одна из рыцарских добродетелей, была привнесена римско-католической церковью с целью ослабить постоянные феоды и войны дворянского сословия в Высоком средневековье. Однако в эпоху Столетней войны прагматический характер стал перевешивать нравственную часть категории. Захват пленных был чрезвычайно прибыльным делом для рыцарей, которые стали ощущать уже в XII–XIII вв., ввиду отсутствия жалованья, получавшего лучниками и наемниками. Поведение Томаса Холланда при осаде города Кана в 1346 г. является примером функционирования всей системы. При вступлении английских лучников в город население стало испытывать обстрел с их стороны, при этом отмечалось огромная жесткость со стороны стрелков: «...убивают людей без всякой пощады и не встречают никакого сопротивления» [3, р. 136–137]. И тогда Холланд прибывает на место происшествия, встречает коннетабля и шамбеллана де Танкарвиля и берет их в плен «под свою защиту», при этом стоит отметить: «...Холланд и его соратники постарались спасти и уберечь их жизни» [3, р. 136–137]. Рыцарь заинтересован в их безопасности, чтобы в будущем получить за них огромный выкуп, а лучники, находящиеся на жалованье ни коим образом, не тревожились о состоянии местного населения во вражеской земле. В данном казусе Холланд выступает в лице достойного рыцаря, которого можно противопоставить разбойникам, в качестве которых будут выступать, к примеру, два неуправляемых маршала, решившие напасть на Бове и которые: «...постоянно выжигая, опустошая и грабя страну» [3, р. 145–146]. В подтверждении милости можно привести данные, что «...они [английские рыцари] спасли от поругания многих красивых горожанок и монахинь, тем самым проявив великое милосердие, любезность и истинное благородство» [3, р. 136–137].

Особой добродетелью в рыцарском сознании выступает такое понятие как «мужество». Данная категория представляла из себя норму поведения, которое связывалось с происхождением человека. Это то действие, которое двигало амбициями и страстью к земным благам, заботе о чести и славе. Параллельно с этим мужество сопровождало умение

пользоваться оружием, совершать великие подвиги большую страстность и силу. Когда Дэвида II шотландского короля берет в плен Джон Коупленд благодаря «...личной отваге» [3, р. 189–193], то его будет ожидать награда от Эдуарда III за проявленное мужество в виде придворной свиты и содержания в 500 фунтов стерлингов в год [3, р. 198–199]. Как мы видим, мужество, проявленное в утилитарных целях, приводило к награждению за проявленные отваги в бою. Однако не стоит принципиально однобоко смотреть на проявление мужества, ведь имелись и другие варианты, сопряженные с риском потери жизни. Когда сир Бассет и рыцарь Джон Чендос спасли двух дочерей сеньора де Пуа, которые могли быть «...немедленно изнасилованы...» [3, р. 145], то они также проявили рыцарскую добродетель.

Таким образом, можно говорить, что английские рыцари вне зависимости от их места во внутренней социальной иерархии следовали «кодексу чести». Индивидуальные рыцарские поединки приобретают в большей степени некоторую театральность при презентации своих боевых качеств, в то же время данные мероприятия могли выполнять функцию подтверждения инициации в новое сословие. Прагматические расчеты рыцарского сословия на накопление финансовых запасов приводило к смещению в добродетелях от моральных элементов к сугубо утилитарным. Позиция завоевателей англичан во Франции способствовало частичному пренебрежению и отодвиганию на задний план рыцарских добродетелей. Также имеют место и примеры тех рыцарей, которые строго следовали классическим добродетелям

Библиографические ссылки

1. *Froissart's, S. J.* Chronicles of England, France, Spain, and the adjoining countries, From the latter part of the reign of Edward II to the coronation of Henri IV / Newly translated from the French, with variations and additions, from many celebrated mss. by Thomas Johnes // Sir John Froissart's. – London : Longman, Hurst, Rees, and Orme, Paternoster-Row; Fleet- Street, 1805. – Vol. I – 315 p.
2. *Taylor, C.* Chivalry and the Ideals of Knighthood on France during the Hundred Years War / Craig Taylor. – Cambridge : Cambridge University Press, 2013. – 345 p.
3. *Froissart's, S. J.* Chronicles of England, France, Spain, and the adjoining countries, From the latter part of the reign of Edward II to the coronation of Henri IV / Newly translated from the French, with variations and additions, from many celebrated mss. by Thomas Johnes // Sir John Froissart's. – London : Longman, Hurst, Rees, and Orme, Paternoster-Row; Fleet- Street, 1805. – Vol. II. – 476 p.
4. *Льюль, Р.* Книга о любящем и возлюбленном. Книга о рыцарском ордене. Книга о животных. Песнь Рамона / 2-е издание, стереотипное, отв. ред. А.Д. Михайлов // Рамон Льюль. – Санкт – Петербург: Наука, 2003. – 283 с.
5. *Малинин, Ю. П.* Франция в эпоху позднего средневековья. Материалы научного наследия / Сост., отв. ред. М.В. Аникиев [и др.] // Ю. П. Малинин. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2008. – 452 с.

ПРАБЛЕМА ЛАКАЛІЗАЦЫІ СЯРЭДНЯВЕЧНАЙ ЛІТВЫ Ў ГІСТАРЫЯГРАФІІ І РОЗНЫЯ ЗНАЧЭННІ ТЭРМІНА «ЛІТВА»

Д. А. Кізін

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск

dmkizin@gmail.com;

наук. кір. – А. Р. Дзянісава, канд. гіст. навук, дац.

Артыкул прысвечаны даследаванню праблемы лакалізацыі сярэднявечнай Літвы ў гістарыяграфіі і розных значэнняў гэтага гістарычнага тэрміна. Галоўная ідэя заключаецца ў тым, што тэрмін «Літва» на працягу 2-га тысячагоддзя прайшоў складаную храналагічную эвалюцыю.

Ключавыя словы: лакалізацыя Літвы; «Літва» ў вузкім сэнсе; «Літва» ў шырокім сэнсе; этнонім «Літва»; харонім «Літва»; палітонім «Літва»; Аўкштота.

Першая вядомая гісторыкам згадка пра Літву ў пісьмовых крыніцах знойдзена ў Кведлінбургскіх аналах пад 1009 г. Тэрмін «Літва» таксама ўпамінаецца і ва ўсходнеславянскіх летапісах XII–XIII стст. Важная інфармацыя па гісторыі і геаграфіі Літвы ўтрымліваецца і ў некаторых крыжацкіх хроніках XIII ст.

Даследчыкі адзначаюць, што ў пісьмовых крыніцах XII–XIII стст. тэрмін «Літва» выступае як назва памежнай балцкай вобласці з усходнімі славянамі («Літва» ў вузкім сэнсе) і адначасова як агульная назва ўсіх літоўскіх земляў («Літва» ў шырокім сэнсе). Падобную двухсэнсоўнасць яны тлумачаць слабай знаёмасцю тагачасных аўтараў з рознымі плямёнамі балтаў Панямоння. Летапісцы, засвоіўшы назву пагранічнага усходнімі славянамі племені, пераносілі яе і на сваякоў-суседзяў літвы [1, с. 96].

На думку беларускага гісторыка А. Краўцэвіча, паняцце «Літва» на працягу 2-га тысячагоддзя прайшло складаны шлях развіцця. Ён адзначае, што ў ходзе гэтай храналагічнай эвалюцыі тэрмін «Літва» набыў тры сэнсавыя значэнні:

этнонім, ці «Літва» ў этнаграфічным сэнсе як балцкае племя;

харонім, ці «Літва ў вузкім сэнсе», «уласна Літва», «гістарычная Літва» – гістарычны цэнтр дзяржавы;

палітонім, ці абазначэнне ўсёй дзяржавы ВКЛ [1, с. 97].

У гістарыяграфіі часта блытаецца монаэтнічнае (балцкае) разуменне тэрміна «Літва» з аднайменным сярэднявечным харонімам – ядром ВКЛ. На думку таго ж А. Краўцэвіча, на сярэднявечча пераносіцца сітуацыя XX ст., калі названы тэрмін замацаваўся за этнічна балцкай тэрыторыяй. У выніку ўзнікаюць праблемы з адэкватнай ацэнкай сутнасных момантаў гісторыі ВКЛ [1, с. 97–98].

Расійскі гісторык, аўтар фундаментальных прац па гісторыі ВКЛ М. Любаўскі ўпершыню заўважыў, што назва «зямля Літоўская» ў дакументах XIV–XVI стст. даволі часта абазначае не ўсю дзяржаву, а толькі яе частку, асобную ад усіх астатніх абласцей. Даследчык называе гэтую «ўласна Літоўскую зямлю» ядром, цэнтральнай вобласцю Літоўска-Рускай дзяржавы. Ён таксама прыйшоў да высновы, што першапачаткова пад гэтай назвай разумелася вобласць правых прытокаў Нёмана, пераважна ракі Віліі, населеная так званай «верхняй Літвой». Але ўжо з другой паловы XIII ст., як сцвярджае гісторык, назва «зямля Літоўская» нават у вузкім сэнсе выйшла за межы гэтага першапачатковага абазначэння і распаўсюдзілася на некаторыя рускія (беларускія) тэрыторыі, занятыя літвой. Гэта так званая Чорная Русь – вобласць на левых прытоках Нёмана з гарадамі Наваградкам, Ваўкавыскам, Слонімам, Здзітавам і Гародняй [1, с. 98; 2, с. 2–5].

У канцы XX ст. лакалізацыяй гістарычнай Літвы, а таксама Русі ў XVI ст. дэтальна займаўся М. Спірыдонаў. Для акрэслення межаў названых рэгіёнаў ён выкарыстоўвае пісьмовыя крыніцы, якія прама ці ўскосна сведчаць аб месцазнаходжанні канкрэтнага населенага пункта на Русі або на Літве. Паводле М. Спірыдонава, у XVI ст. сучаснікі адносілі да Літвы перш за ўсё этнічна літоўскія Віленскі, Вількамірскі, Ковенскі, Троцкі і Упіцкі паветы, а таксама поўнаасцю ці часткова «беларускія» паветы ВКЛ: Браслаўскі, Віленскі, Ваўкавыскі, Гарадзенскі, Лідскі, заходнюю частку Менскага, большую частку Наваградскага, амаль увесь Ашмянскі і Слоніўскі. Трэба таксама прывесці важную выснову даследчыка, што гістарычныя рэгіёны ВКЛ істотна не супадалі з этнічнымі тэрыторыямі населяўшых яго розных этнасаў. Такім чынам, можна канстатаваць, што выснова М. Любаўскага аб існаванні ў XIV–XVI стст. «ўласна Літвы», ці ядра ВКЛ, з балтаславянскім насельніцтвам пацвярджаецца наваейшымі даследаваннямі [1, с. 100–101].

Даследчыкі, якія займаліся лакалізацыяй Літвы XII–XIII стст., як правіла, шукалі яе на тэрыторыі сённяшняй этнічнай Літвы. Дэтальна распрацаваную лакалізацыю Літвы XIII ст. прапанаваў польскі гісторык Г. Лаўмяньскі, які лічыў гэтую тэрыторыю выключна балцкай. Ён прапанаваў распрацаваную ім палітычную геаграфію балцкіх плямёнаў, якая не страціла актуальнасці і да сённяшняга часу. Лакалізацыя палітычна-тэрытарыяльных адзінак у гэтай рэканструкцыі ў шэрагу выпадкаў даведзена да найдрабнейшага ўзроўню – акруга вакол гарадзішча. Адзінка першага ўзроўню – саюз плямёнаў пад назвай «Літва», складалася з двух плямёнаў – жамойтаў і аўкштайтаў (другі ўзровень). Потым ішлі землі (трэці), воласці (чацвёрты) і акругі (пяты).

«Літва ў вузкім сэнсе», ці «ўласна Літва», згодна з даследчыкам, была адной з трох ці чатырох земляў Аўкштоты [1, с. 104–105].

Як вядома, пісьмовыя крыніцы ўтрымліваюць толькі ўскосную інфармацыю аб размяшчэнні асобных земляў Аўкштоты. Так, можна з упэўненасцю вывесці, што з Лівоніяй межавала Нальшчанская зямля, а далей углыб Аўкштоты, гэта значыць на поўдзень ад Нальшчанаў, знаходзілася Літоўская зямля. Аб размяшчэнні Дзяволтвы няма нават ускосных сведчанняў, але, ведаючы прыблізнае размяшчэнне Нальшчанаў і Літвы, можна вывесці, што яна знаходзілася ў цэнтры ці ў заходняй частцы Аўкштоты. Г. Лаўмяньскі лакалізуе яе па населенаму пункту Дзевалтова. У існаванні Упіцкай зямлі сам гісторык не да канца ўпэўнены, бо ў крыніцах яна ўпамінаецца толькі аднойчы. Праз паўстагоддзя пасля Г. Лаўмяньскага да такіх жа самых высноў прыйшоў літоўскі гісторык Э. Гудавічус [1, с. 105].

Разам з тым, на думку гісторыка В. Насевіча, у сярэдзіне XIII ст. назва «Літва» ў вузкім сэнсе магла адносіцца і да непасрэдных уладанняў Міндоўга. Даследчык абапіраецца на згадку пра «літву Міндоўга» ў Галіцка-Валынскім летапісе пад 1238 г. В. Насевіча мяркуе, што яна знаходзілася недзе на поўдзень ад Нальшчанскай зямлі, бо праз апошнюю ішоў паходам лівонскі ландмайстар далей на Літву ў 1250 г. [3, с. 68].

Арыгінальную версію лакалізацыі Літвы XII–XIII стст. прапанаваў М. Ермаловіч. У адрозненне ад іншых даследчыкаў гэты гісторык знайшоў летапісную Літву не ў сучаснай краіне Літве, а на тэрыторыі Беларусі. Галоўная ідэя М. Ермаловіча заключалася ў тым, што летапісная Літва – гэта найбольшы востраў балцкага насельніцтва сярод славянскіх тэрыторый, дакладней, «яна ўрэзвалася клінам паміж Полацкай, Турава-Пінскай і Новагародскай землямі і побач з імі з’яўляецца адной з гістарычных абласцей Беларусі» [4, с. 34]. Для сваёй лакалізацыі М. Ермаловіч выкарыстаў сведчанні пісьмовых крыніц і размяшчэнне тапонімаў «Літва». Як заўважае А. Краўцэвіч, абапіраючыся на ўказаныя даследчыкам летапісныя звесткі, можна з такой жа малой верагоднасцю лакалізаваць Літву ў зусім іншым месцы. Археалагічныя даныя нам не дазваляюць казаць аб якім-небудзь значным востраве балцкага насельніцтва ў пазначаным месцы [1, с. 108].

У гістарыяграфіі ў пэўнай ступені таксама выклікае блытаніну ва ўжыванні паняцце «Аўкштота». Гісторыкі не могуць узгадніць паміж сабой балцкую Аўкштоту і балта-славянскую Літву, патлумачыць, дзе яны размяшчаліся і што сабой абазначалі. Выходзіла так, што Літва адначасова была часткай Аўкштоты і ў той жа час уключала ў сябе Аўкштоту разам з Жамойцю. А. Краўцэвіч мяркуе, што Літва

(«Літоўская зямля») напачатку была паўднёвай, пагранічнай з усходнімі славянамі вобласцю Аўкштоты. Усходнія славяне, а за імі палякі і немцы пачалі называць імем гэтай пагранічнай балцкай зямлі суседнія ёй і этнічна блізкія тэрыторыі. Назва «Аўкштота» выкарыстоўвалася на Жамойці, адкуль пра яе даведаліся нямецкія храністы з суседняй Прусіі. У ходзе славянскай каланізацыі, а потым працэсу ўтварэння ВКЛ назва «Літва» пашырылася на ўсю кантактную балта-славянскую зону, стаўшую ядром дзяржавы. Паколькі ў гэтае ядро ўвайшлі і астатнія землі Аўкштоты, назва «Літва» распаўсюдзілася таксама і на іх. Такім чынам Аўкштота стала часткай Літвы і захавалася як харонім у мове насельнікаў Жамойці. Да таго ж Г. Лаўмяньскі заўважыў, што ўсходнеславянскія крыніцы ўвогуле не ведаюць назвы «Аўкштота», можа быць таму, што ўсходнеславянскія землі межавалі непасрэдна з Літвой, а не з Жамойцю [1, с. 112–113].

Такім чынам, можна падсумаваць, што тэрмін «Літва» прайшоў доўгую і складаную эвалюцыю. Сярод гісторыкаў да сённяшняга часу не выпрацавана адзінага падыходу да лакалізацыі сярэднявечнай Літвы і да ўжывання гэтага тэрміна. Спачатку тэрмінам «Літва» называлася адно з балцкіх плямён і адпаведная тэрыторыя, якую яно займала. Лакалізацыя гэтай першапачатковай Літвы акрэслена толькі прыблізна – вобласць правых прытокаў Нёмана, пераважна ракі Віліі. Па меры разгортвання дзяжаватворчага працэсу з другой паловы XIII ст. назва «Літва» распаўсюдзілася на ўсё Верхняе і Сярэдняе Панямонне. Гэты тэрмін складаўся ўжо не толькі з балцкай этнічнай часткі, але і з усходнеславянскай. Месцазнаходжанне Літвы ў XVI ст. даволі дакладна вызначана апошнімі даследаваннямі гісторыка М. Спірыдонава – Гарадзеншчына, Наваградчына, Віленшчына і заходняя частка Міншчыны.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Краўцэвіч А. К.* Стварэнне Вялікага Княства Літоўскага. Беласток: Вышэйшая Школа Публічнай Адміністрацыі імя Станіслава Сташэца, 2008.
2. *Любавский М. К.* Областное деление и местное управление Литовско-Русского государства ко времени издания первого Литовского статута. М.: Университетская типография, 1893.
3. Гісторыя Беларусі: у 6 т. Т. 2: Беларусь у перыяд Вялікага Княства Літоўскага. Мінск: Экоперспектива, 2008.
4. *Ермаловіч М. І.* Па слядах аднаго міфа. Мінск: Беларуская навука, 2002.

АСНОУНЫЯ ПЕРАДУМОВЫ ФАРМІРАВАННЯ БЕЛАРУСКАЙ НАЦЫІ Ё XIX СТАГОДДЗІ

Р. А. Колас

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

kolosrodion@mail.com;

наук. кір – Т. А. Навагродскі, д-р гіст. навук, праф.

У дадзеным артыкуле разглядаюцца асноўныя перадумовы і прычыны закладзеныя ў XIX стагоддзі, якія склалі падмурак для фарміравання беларускай нацыі. Даследваюцца ў рэтраспектыве па трох асноўным накірункам: моўным, культурным і свядомасна фарміруючым працэсам з ужываннем комплекснага падыхода шляхам рэалізацыі на аснове прынцыпу ўсебаковасці, які прадугледжваў вычляненне і вывучэнне ў чыстым выглядзе кожнага з бакоў прадмета даследавання.

Ключавыя словы: Нацыя; мова; культура; свядомасць; беларусы.

Сучаснае беларускае грамадства знаходзіцца на шляху набыцця і ўсведамлення сябе ў якасці самастойнай нацыі ў сусветным кантэксце. Прычына гэтага: нядаўняе аднаўленне Беларуссю незалежнасці. Для разглядання асноўных перадумоў фарміравання беларускай нацыі было ўзята XIX стагоддзе, якое характарызуецца як час станаўлення ў Еўропе нацый і нацыянальных дзяржаў, вялікай колькасцю рэвалюцый, рэфармацыйных рухаў, нацыянальнымі ўздымамі і «вяртаннем сабе свайго імя», што ў буйной ступені закранула Беларусь. Менавіта ў гэты час пачынаецца сцвярджэнне і фарміраванне асноўных перадумоў для абвешчання ў XX стагоддзі дзяржавы, аднаўленне незалежнасці і выхад на міжнародную арэну.

У канцы XIX – першай чвэрці XX стагоддзя імкліва развіваўся індывідуалізм, што адбівалася на самаідэнтыфікацыі асобы. Такому развіццю больш за ўсё спрыяла лацінскае веравызнанне (галоўным чынам пратэстантызм), чым праваслаўнае, хуткае развіццё капіталізму, чым існаванне перажыткаў феадалізму, шматлікі пласт мяшчан (на чале з буржуазіяй), чым сялянства (на чале са шляхтай) [8, с. 49–51].

Для акрэслівання складу насельніцтва Беларусі ў XIX стагоддзі аналізаваліся дадзеныя перапісу насельніцтва 1897 года. У Беларусі беларускамоўнае насельніцтва складала 73,3 %. Другое месца належала мове габрэяў – 14 %. Рускамоўнае насельніцтва склала 4,3 %, польскае – 2,4 % [9, с. 23]. А таксама 43 % саслоўя дваран прызналі сябе беларусамі, акрамя таго, 60 % настаўнікаў, 40 % чыноўнікаў лічылі беларускую мову роднай [4, с. 18].

На складзе насельніцтва адбываўся фактар памежжа. Ён выразна прасочваецца ў Віцебскай губерні. Тут зафіксавана найбольш удзельная вага рускамоўнага насельніцтва – 9,9 %. Для параўнання, у Гродзенскай

губерні гэты паказчык склаў 4,3 %, Мінскай – 3,9 %, Магілёўскай – 3,4 %, у Віленскай – 2,6 %. Адметны факт, што ў Мінскай губерні была зафіксавана найбольшая ўдзельная вага польскамоўнага насельніцтва – 3 %. У Магілёўскай губерні ён быў роўны 1 %, у двух іншых – больш аптымальным – 2,5 % у Віцебскай і 2,8 % у Віленскай губернях. Што тычыцца канфесійнай прыналежнасці, для жыхароў беларускіх зямель больш традыцыйным стала вызнаваць праваслаўе. Праваслаўнымі прызнала сябе 70,8 % насельніцтва. Найбольшая вага праваслаўных у Магілёўскай губерні – 83,1 %, некалькі больш, чым прызнавалі беларускую мову сваёй роднай (82,4 %). Насельніцтва Віленскай губерні менш за ўсё падтрымлівала агульную для беларускіх зямель праваслаўную традыцыю: тут аказалася 41,4 % праваслаўных і 80,2 % беларускамоўных. Другой па распаўсюджанасці рэлігіяй сярод жыхароў беларускіх земляў быў юдаізм: яго вызнавалі 14,1 % насельніцтва краю. [6, с. 136–137]. Рымска-каталіцкая царква, па выніках перапісу, была трэцяй па колькасці грамадзян, вызнаваўчых яе на беларускіх землях. Іх было некалькі менш, чым юдзеяў, – 13,5 %. Прыналежнасць да рымска-каталіцкай царквы ў большасці выпадкаў не была для беларусаў асновай іх самаідэнтыфікацыі з польскім этнасам. Так, у Віленскай губерні 46,1 % яе насельніцтва лічылі сябе каталікамі, аднак польскую мову прызнавала роднай толькі 2,8 %. У Мінскай губерні перапіс зафіксаваў 10,1 % каталікоў і толькі 3 % польскамоўных [9, с. 25–26].

У 1839 годзе імператар Мікалай I забараніў ужываць так званую «народную гаворку». У верасні 1859 года расійскія ўлады забаранілі друк па-беларуску лацінскім алфавітам, называючы яго «польскім шрыфтам», каб зменшыць уплыў польскага боку на беларускае насельніцтва. У межах агульнага павароту расійскай палітыкі друк па-беларуску быў забаронены цалкам у 1867 годзе. [10, с. 445].

У нацыянальна-культурным руху Беларусі не магло не заняць выключна важнага месца змаганне за адпаведную яе інтарэсам адукацыю. Асноўнымі тыпамі школ у сістэме пачатковай адукацыі ў сельскай мясцовасці становіліся народныя вучылішчы, царкоўнапрыходскія школы і школы граматы, а у гарадах – прыходскія, павятовыя і гарадскія вучылішчы. Сотні маладых людзей вучыліся ва ўніверсітэтах Еўропы, а ў заможных сем'ях навучаннем дзяцей займаліся хатнія настаўнікі. Свой узнёсак у развіццё адукацыі і культуры ўносілі царкоўныя братэрствы і розныя манаскія ордэны. Адкрываліся новыя навучальныя ўстановы свецкага характару [7, с. 48–53].

Напярэдадні новай школьнай рэформы 1860-х гадоў у Беларусі налічвалася 576 навучальных устаноў усіх тыпаў. У іх навучалася каля 17 тысячаў чалавек. Пачатковай адукацыяй у народных вучылішчах

і царкоўнапрыходскіх школах у гэты час было ахоплены 216 тысяч дзяцей. Удзельная вага пісьменных людзей на тэрыторыі Беларусі складала на той час 25,7 %, а ў вёсцы – 16 %. Па часе правядзення рэформа супала з паўстаннем 1863–1864 гг., таму масавыя рэпрэсіі закранулі і сістэму адукацыі: былі закрыты Горы-Горацкі земляробчы інстытут і 8 сярэдніх навучальных устаноў Віленскай навучальнай акругі, у тым ліку навагрудская гімназія, свіслацкая і маладзечанская прагімназіі. Каля 2 тысяч навучэнцаў былі выключаны са школ. Але разам з барацьбой з польскім уплывам расійскі ўрад развіваў такім чынам і сістэму рускамоўнай адукацыі. З 1860 па 1881 колькасць школ павялічылася ў 3,8 разоў (з 576 да 2185). Узровень пісьменнасці быў вышэй, чым у астатніх частках Расіі: 32 % у 1897 годзе ў параўнанні з 27,9 % ва Украіне і 29,6 % у рускіх губернях [5, с. 75].

У першай палове XIX стагоддзя мастацкае знаёмства беларускага народа праяўлялася ў фальклору. Найбольш значныя плёны беларускай ананімнай літаратуры – гэта паэмы «Энеіда наываварат» і «Тарас на Парнасе». «Энеіда наываварат» – першая буйная эпічная вытворчасць новай беларускай літаратуры. Сваімі каранямі «Энеіда наываварат» сягае да «Энеіды» Вяргілія [2, с. 32–34].

Вельмі доўгі час беларускае насельніцтва называла сябе «ліцвінамі» і «тутэйшымі». Але ўжо ў першай палове XIX стагоддзя ў творчасці пэўных прадстаўнікоў беларускай інтэлектуальнай эліты маюць месца спробы ідэнтыфікацыі народа, аддзялення яго спачатку ад палякаў, а пазней ад рускіх і літоўцаў. Гэтыя спробы падмацоўваюцца канстатацыяй адрозненняў у гістарычнай спадчыне народа, у яго традыцыях, звычаях, асаблівасцях фальклору і мове. Невыпадкова, што гісторыя і культура народа становяцца асноўнымі аб'ектамі даследаванняў грамадска-палітычных дзеячоў, навукоўцаў, літаратараў і нацыянальных мысляроў [3, с. 205].

Да XIX стагоддзя ў якасці саманазвы ўжываўся этнонім «русіны» або політонім «ліцвіны», але нягледзячы на гэта ў большай ступені была распаўсюджана назва «ліцвіны» сярод больш адукаванай і свядомай праслойкі грамадства [1, с. 158].

У XIX стагоддзі адной з найгалоўнейшай праявай свядомасці беларускага насельніцтва было паўстанне 1863–1864 гадоў, калі кіраўнік паўстання Кастусь Каліноўскі ўпершыню голасна абвесціў сябе беларусам, а сваю мову беларускай. У сваіх «Лістах з-пад шыбініцы» Кастусь Каліноўскі пакідае духоўны завет беларускаму народу, дакладна размяжоўвае разуменне польскага паўстання, маскалей і мужыкоў-беларусаў. Дзякуючы гэтым з'явам і праявам індывідуальнай свядомасці, якая знаходзіла водгук у насельніцтва альбо фарміравала яе

ў яго, да канца XIX стагоддзя тэрмін «беларус» і назва мовы «беларускай» замацавалася за насельніцтвам ўсёй тэрыторыі Беларусі і рассялення беларусаў [11, с. 162].

У беларускай свядомасці XIX стагоддзя вылучаліся розныя сацыяльна-класавыя арыентацыі і адпавядаючыя ім падыходы да разумення сябе, свайго грамадства і дзяржавы, праблем успрымання духоўнай спадчыны мінулага, суіснавання розных канфесій. Асноўнымі перадумовамі для фарміравання беларускай нацыі ў XIX стагоддзі былі: удасканаленне беларускай мовы і з'яўленне літаратурнай мовы даступнай народу праз апавяданні пра ягонае жыццё; развіццё сістэмы адукацыі, што спрыяла росту зацікаўленасці да народнай культуры; этналагічнае і мастацка-літаратурнае апісанне беларусаў свядомай часткай насельніцтва, што стварала базу для навуковай апрацоўкі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Бандарчык В. К.* Фарміраванне і развіццё беларускай нацыі / В. К. Бандарчык, П. У. Церашковіч // *Этнаграфія беларусаў*. – Мн.: Навука і тэхніка, 1985. – С. 168.
2. *Блінава Э.* Лінгвістычны аналіз паэмы «Энеіда навыварат» // *Роднае слова*. – 2005. – № 12. – С. 45.
3. *Вішнеўская І. У.* Палітычная і прававая думка Беларусі на мяжы еўрапейскіх цывілізацый (IX – пачатак XXI стст.). Мн: Тэсей, 2008. – С. 203–210.
4. *Дубянецкі Э. С.* Нацыянальная самасвядомасць беларусаў у мінулым і сёння // *Адукацыя і выхаванне*, 1996, № 3. С. 18.
5. *Запруднік, Я.* Беларусь на гістарычных скрыжаваннях / Навук. рэд. У. Арлоў; пер. з англ. М. Раманоўскага. Мн.: ВЦ «Бацькаўшчына»: Беларускі Фонд Сораса, 1996. – 264 с.
6. Крыніцазнаўства і спецыяльныя гістарычныя дысцыпліны: навук. зб. Вып. 5 / Рэдкал. У. Н. Сідарцоў (адк. рэд.), С.М. Ходзін (нам. адк. рэд.) [і інш.]. Латышава В. А. Переписи населения 1897 и 1926 гг. : признаки национального самоопределения белорусов. – Мн.: БГУ, 2009. – С. 187.
7. *Лыч Л.* Беларуская нацыянальная ідэя: тэарэтычны і практычны аспекты / Леанід Лыч. Мн.: Навука і тэхніка, 2010. – 447 с.
8. *Радзiк Р.* Самаідэнтыфікацыя беларусаў і украінцаў: падобнае і адрознае // ACLS Annual Regional Meeting of the Humanities Program in Belarus, Russia, and Ukraine. Minsk, 2003. С. 119.
9. *Эбэрхардт П.* Дэмаграфічная сітуацыя на Беларусі. 1897 – 1989. Б.: Беларускі Фонд Сораса, 1997. – 282 с.
10. *Энцыклапедыя гісторыі Беларусі: У 6 т. Т. 5. М – Пуд* / Рэдкал.: Г.П. Пашкоў [і інш.]. – Мн.: БелЭн, 1999. – 592 с.
11. *Этнаграфія беларусаў: гістарыяграфія, этнагенэз, этнічная гісторыя* / В. К. Бандарчык, І. У. Чаквін, І. Г. Углік [і інш.]. – Мн.: Навука і тэхніка, 1985. – 215 с.

БЕЛОРУСЫ-ПЕРЕСЕЛЕНЦЫ В ТУРКЕСТАНСКОМ ГЕНЕРАЛ-ГУБЕРНАТОРСТВЕ (СЕМИРЕЧЕНСКАЯ И СЫР-ДАРЬИНСКАЯ ОБЛАСТИ) ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX В.

М. В. Колосовская

Белорусский государственный университет, г. Минск;

kolosovskaya.marina.20.06@mail.ru;

науч. рук. – А. Е. Веремейчик, канд. ист. наук, доц.

В статье затрагивается тема переселения белорусов в Туркестанское генерал-губернаторство во второй половине XIX в. и на примере Семиреченской и Сыр-Дарьинской областей рассматриваются особенности данного процесса. Автором была предпринята попытка раскрыть причины и проследить основные этапы переселенческого движения. На основе изученных источников был сформирован статистический образ белоруса-переселенца и созданы оригинальные таблицы. В заключении автор подводит итоги взаимодействия местного населения с переселенцами, останавливаясь преимущественно на экономической составляющей. Статья рекомендована студентам, исследователям, а также всем тем, кто интересуется историей миграционной политики Российской империи во второй половине XIX в. и другими аспектами данного вопроса.

Ключевые слова: Аграрное перенаселение; выселение; колонизация; переселенческое движение; Туркестанское генерал-губернаторство.

Среднеазиатский регион представлял собой выгодный рынок сбыта и источник сырья для промышленности, а также имел особое внешнеполитическое и стратегическое значение в Российской империи (далее РИ) [1]. Туркестанское генерал-губернаторство было образовано в 1867 г. и первоначально состояло из двух областей: Семиреченской и Сырдарьинской. Впоследствии были образованы Зарафшанская (1865 г.), Ферганская (1876 г.), Амударьинский отдел (1873 г.) и Закаспийская (1881 г.) области. Так, к концу XIX в. Туркестанское генерал-губернаторство значительно расширило свои границы, а в период с 1864 по 1895 гг. РИ был завоеван Среднеазиатский регион в целом [2, с. 132].

Александр II, император РИ (1855-1881), 11 июля 1867 г. утвердил «Проект Временного Положения об управлении Туркестанского Генерал-Губернаторства». Первым генерал-губернатором края стал генерал-адъютант К.П. Кауфман [3, с. 254]. Во второй половине XIX в. Туркестанский край воспринимался как место, нуждающееся в хозяйственном освоении и значительных вложениях. В связи с этим в 70-х гг. XIX в. в крае наблюдался рост переселенческого движения, вызванный следующими причинами. Во-первых, необходимость создать на присоединенной территории опоры из числа переселенцев. Во-вторых, предупре-

ждение беспорядков, которые могли быть вызваны волнениями безземельных крестьян. В-третьих, аграрное перенаселение и малоземелье в европейской части страны [4, с. 1264].

В целом в переселенческом движении можно выделить несколько этапов: 1) 40-е гг. – нач. 60-х гг. XIX в. – образование казачьих поселений в Семиречье. 2) 60-х гг. – конец 80-х гг. XIX в. – зарождение первых крестьянских поселений. Для данного этапа характерны: стихийный характер; сдерживающие факторы, препятствовавшие самовольному переселению; появление первых льгот для переселенцев. 3) 90-е гг. XIX в. – начало организованного переселенческого движения в Туркестан [5, с. 8].

Крестьяне, желавшие переселиться в Туркестан, должны были писать соответствующие прошения на имя туркестанского генерал-губернатора, который имел право либо удовлетворить их, либо отклонить. Для того чтобы крестьяне-переселенцы могли прописаться на новом месте, необходимо было представить два вида документов: увольнительное свидетельство и подписку об ознакомлении с местными законами и правилами. В случае, если переселенцы в течение года не осваивались в местах прописки, они подлежали принудительному выселению [6, с. 104]. Кроме того, переселенцы должны были соответствовать особым критериям. На это обращал внимание чиновник Переселенческого управления, правовед и публицист Г.К. Гинс. «... Колонисту необходимо... обладать денежными средствами на первое оборудование. Наконец, колонист должен проявить сознательность...», – полагал Г.К. Гинс [4, с. 45–48].

Ведущими районами колонизации Туркестанского края были Семиреченская и Сырдарьинская области. К 1895 г. численность русских, украинских и белорусских крестьян составила 35569 человек [5, с. 335]. Рассмотрим эти области подробнее. Территория Семиреченской области, образованная в 1867 г., до занятия русскими переселенцами, была населена исключительно кочевниками-киргизами и кара-киргизами [7, с. 3]. Первыми колонизаторами были казаки, в последствии область стала заселяться крестьянами, переселившимися из внутренних губерний Европейской России и Сибири.

На основе Первой всеобщей переписи РИ 1897 г. были составлены таблицы, позволяющие сформировать статистический образ переселенца белоруса (таб. 1–4). Согласно Переписи, население Семиреченской области в 1897 г. составило 987.863 человек. Исходя из данных о родном языке, белорусов насчитывалось всего 15 человек (табл. 1). Из других народностей лидирующее место по численности принадлежало русским (7,78 %) [7, с. 6].

Белорусы были сосредоточены в Верненском, Джаркентском и Пишпекском уездах. Из них 4 человека грамотных, получивших образование, выше начального 3 человека. По сословному составу это были мещане (7 чел.), крестьяне, казаки, потомственные и личные дворяне, а также лица, не указавшие сословия. По религиозному составу среди белорусов преобладали православные (86,67 % к общему числу народности), староверы (6,67 %), католики (6,66 %). Переселялись преимущественно мужчины (11 чел.) в возрасте от 10–29 и 40–49 лет (табл. 2). По семейному состоянию переселенцы представлены примерно в равном соотношении: холостых (6 муж. и 3 жен.) и состоящих в браке (4 муж. и 1 жен.), при этом 1 вдовец. Белорусы-переселенцы занимались преимущественно земледелием (8 чел.), а также животноводством, обработкой дерева, ремонтом, врачебной и воспитательной деятельностью и др.

Таблица 1

Распределение населения по родному языку

Уезды и города	Белорусский язык	
	М.	Ж.
По области	11	4
В городах	7	4
В уездах без городов	4	-
1.Верненский уезд	3	-
2.Джаркентский уезд	1	-
3. Копальский уезд	-	-
4. Лепсинский уезд	-	-
5. Пишпекский уезд	3	4
6. Пржевальский уезд	4	-

Таблица 2

Распределение населения по родному языку, грамотности и возрастным группам

Уезды и города, группы языков	Дети моложе года	1-9 лет	10-19 лет	20-29 лет	30-39 лет	40-49 лет	50-59 лет	60 лет и более	Неизвестного возраста	Итого
По области	1	-	4	3	-	4	2	1	-	15
В уездах (без городов)	-	-	-	1	-	2	1	-	-	4
В городах	1	-	4	2	-	2	1	1	-	11

Похожая ситуация наблюдалась и в Сыр-Дарьинской области, население которой по данным переписи 28 января 1897 г., определилось в 1.478.398 человек. Население области по этнографическому составу отличалось своей разнохарактерностью. Преобладающей народностью

являлись киргизы (64,40 %). Лица, указавшие своим родным языком русский (русские, украинцы, белорусы), почти все, за редким исключением, принадлежали к православной церкви, лишь небольшая часть состояла из старообрядцев и католиков [8, с. 4].

Всего белорусов было 81 (48 муж. и 33 жен.), в том числе грамотных 54,2 % мужчин и 30,3 % женщин (табл. 3). В основном это лица от 9 до 30 лет и 40–59 лет, преимущественно состоящие в браке (табл. 3). Они занимались земледелием, врачебной и учебной деятельностью, рыболовством, охотой, обработкой дерева, торговлей, также имели должности в администрации уезда, суде и полиции (табл. 4). Одиннадцать человек из 81 являлись служащими. По сословному составу преобладали крестьяне, купцы, мещане, дворяне личные и потомственные [8, с. 13].

Таблица 3

**Распределение населения по родному языку,
грамотности и возрастным группам**

Уезды и города, группы языков	Дети моложе года	1-9 лет	10-19 лет	20-29 лет	30-39 лет	40-49 лет	50-59 лет	60 лет и более	Неизвестного возраста	Итого
По области	2	16	13	14	9	14	12	1	-	81
В уездах	2	11	8	4	3	7	7	1	-	43
В городах	-	5	5	10	6	7	5	-	-	38

Таблица 4

**Распределение населения по группам занятий и по народностям
на основании родного языка**

Уезды и города. Группы занятий	самостоятельные		Члены семей	
	М	Ж	М	Ж
По области	29	4	19	29
Администрация, суд и полиция	3	-	1	2
Вооруженные силы	6	-	2	3
Учебная и воспитательная деят.	1	-	-	1
Врачебная и санитарная деятельность	3	-	2	2
Деят. и служба част. прис., поден.	3	4	3	2
Земледелие	7	-	10	9
Рыболовство и охота	1	-	1	1
Обработка животных продуктов	1	-	-	-
Обработка дерева				2
Устр., ремонт., содерж. жил. и строит. раб.	1			
Торговое посредничество	3			
Торговля вообще без точного определения				7

Таким образом, освоение новых территорий РИ во второй половине XIX в. потребовало разработки новой миграционной политики. Туркестанское генерал-губернаторство привлекало молодых, активных, состоятельных людей. Основным занятием переселенцев-белорусов являлось земледелие. Наряду с ним занимались животноводством, рыболовством, пчеловодством, садоводством и огородничеством. Товарный характер носило также бахчеводство. Переселение белорусских крестьян способствовало распространению в Семиреченской и Сырдарьинской областях оседлого образа жизни, земледелия, новых элементов материальной и духовной культуры. В свою очередь переселенцы учились у местного населения правильному использованию степных пастбищ, заготовке местных видов топлива, строительного материала и др.

Библиографические ссылки

1. *Шушкова, М. Е.* Реформа управления Туркестанским краем в начале XX в.: разногласия между Санкт-Петербургом и Ташкентом / М.Е. Шушкова // Журнал Российского государственного гуманитарного университета [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: http://www.nivestnik.ru/2012_2/06.shtml) – Дата доступа: 16.01.2022.
2. *Пален, К. К.* Краевое управление. Отчет по ревизии Туркестанского края, произведенной по высочайшему повелению Сенатором Гофмейстером графом К. К. Паленым / К.К. Пален. – СПб., 1910. – 307 с.
3. Отчет о состоянии Туркестанского края, составленный сенатором, тайным советником Н. К. Гирсом. – СПб.: Сенатская тип., 1883. – 463 с.
4. *Мамаев, А. В.* Имперский проект заселения Голодной степи / А. В. Мамаев // *Quaestio Rossica*. – 2019. – Т. 7, № 4. – С. 1259-1274.
5. *Пален, К. К.* Переселенческое дело. Отчет по ревизии Туркестанского края, произведенной по высочайшему повелению Сенатором Гофмейстером графом К. К. Паленым / К.К. Пален. – СПб., 1910. – 430 с.
6. *Гейер, И. И.* По русским селениям Сыр-Дарьинской области (Письма с дороги). / И.И. Гейер. – Т. 1. Чимкентский уезд. – Ташкент: типо-лит. бр. Каменских, 1893. – 174 с.
7. Первая Всеобщая перепись населения Российской империи 1897 г.: в 89 т. / под редакцией Н. А. Тройницкого. – Санкт-Петербург: Центральный статистический комитет Министерства внутренних дел, 1899-1905. – Т. 85: Семиреченская область. - 1905. – 149 с.
8. Первая Всеобщая перепись населения Российской империи 1897 г.: в 89 т. / под редакцией Н.А. Тройницкого. – Санкт-Петербург: Центральный статистический комитет Министерства внутренних дел, 1899-1905. – Т. 86: Сыр-Дарьинская область. - 1905. – 208 с.

К ВОПРОСУ О ВЛИЯНИИ ТРАДИЦИЙ БЕЛОРУССКОЙ ГОТИКИ НА АРХИТЕКТУРУ НЕОГОТИКИ

Т. А. Кудренко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

kudrenok.tatiana@gmail.com;

науч. рук. – И. Г. Томашева, канд. искусств., доц.

В статье рассматривается вопрос о степени влияния традиций белорусской готики на белорусскую неоготическую архитектуру. Впервые предпринимаются попытки на конкретных примерах продемонстрировать связь между белорусской готикой и неоготикой.

Ключевые слова: архитектура; готика; неоготика; эклектика; национальная культура.

В XIX веке с распространением идей романтизма начинается распад «больших» архитектурных стилей. Им на смену приходит эклектика, в которой соединилось множество неостилей, искавших декоративные и конструктивные основы в стилях предыдущих эпох. Одним из самых распространенных и разработанных неостилей стала неоготика, взявшая за основу традиции готического стиля.

Неоготика зарождается в Англии, где уже с конца XVIII века появляются зачатки национального возрождения. Будучи самой развитой страной, она в этот период обратилась к своим национальным истокам, которые, по мнению англичан, лежали в средневековой культуре, для которой готика является одним из ключевых компонентов [2, с. 490].

Увлечение неоготикой сопровождалось активным изучением памятников английской готики, их реставрацией и написанием трактатов о превосходстве готического стиля, поэтому заимствования для неоготических построек происходили непосредственно из национальных архитектурных форм стиля. Как пример можно привести здание Парламента в Лондоне, построенное в 1840–57 гг. по проекту Ч. Барри и О. Пьюджина. В его архитектуре отчетливо заметен вертикализм и большое количество перпендикулярных членений, характерных для поздней английской готики.

Похожий процесс в XIX веке происходил во Франции и Германии, которые в тот период боролись за то, чтобы называться родиной готики. Заимствования в декоре и конструкции французской готики можно заметить в архитектуре церкви Сент-Винсент-де-Поль, построенной в 1868 г. в Марселе.

Кроме непосредственно европейских территорий, являющихся для готики родными, неоготика проникает и туда, где европейского Средневековья не было и, следовательно, не было готического стиля. Через колониальную политику европейцы передают свои культурные элементы в другие части света – Америку, Азию и т.д. Это приводит в том числе и к заимствованию особенностей архитектуры Европы. Так, например, в США в XIX веке возводится множество неоготических церквей, которые имеют черты и английской, и французской готики [1, с. 387]. Таким образом, там формируется национальная неоготика, в которой можно найти черты сразу нескольких национальных вариантов готического стиля.

К странам, в которых неоготика формировалась, не имея под собой фундамента в виде национальной готики, можно отнести и Российскую империю. Российские архитекторы также складывали свое представление о готическом стиле через знакомство с западноевропейской средневековой архитектурой и формирование общего образа готического стиля. Для этого императоры приглашали зарубежных архитекторов, а также отправляли русских мастеров в Западную Европу для более близкого знакомства с ее искусством.

Исходя из сказанного выше, можно сделать вывод, что формирование неоготики могло идти двумя путями в зависимости от того, что являлось источником неостиля. В первом варианте при формировании декоративных основ неоготических построек преимущество отдавалось национальному готическому стилю. При этом важнейшим условием для осуществления такой преемственности являлось существование устойчивых традиций готики в стране и их активное изучение, а также принятие обществом основ этого стиля как национальных. Второй путь, по которому могло идти развитие неоготики, – это формирование неостиля на основе синтеза всей западноевропейской готики. Обычно по нему шли в случае отсутствия собственных образцов готического стиля.

Что касается Беларуси, то для нее более характерен второй вариант, при котором стилевым эталоном выбирается собирательный образ европейской готики. Это происходит вовсе не по причине того, что белорусская готика была слишком слабой или не имела своих уникальных особенностей. Наоборот, готика в искусстве Беларуси является одним из самых оригинальных стилей. Причины слабого влияния национальной готики на белорусскую неоготику лежат в культурно-исторических процессах, происходивших на территории Беларуси в XIX веке.

Период, когда наши земли входили в состав Российской империи, является одним из самых противоречивых в истории национальной культуры. Полонизация, осуществлявшаяся в предыдущую эпоху, и русифи-

кация, проводившаяся на белорусских землях в XIX веке, отрицательно влияли на становление национальной белорусской культуры, значительно замедляя этот процесс. Это влекло за собой и ослабление интереса к традициям собственно белорусского искусства. Еще одной причиной слабой связи белорусской готики и неоготики являются политические и конфессиональные процессы, происходившие в Северо-Западном крае. В результате реакции правительства на восстания и деятельность патриотически настроенной шляхты ограничивались возможности строительства в стилях, не воспринимавшихся российскими властями как национальные.

Кроме того, в результате политики Российской империи закрывались учебные заведения, способные стать базой для теоретического осмысления искусства, что для архитектуры эклектики и, в частности, неоготики было очень важно, потому что именно через изучение традиций национальной готики происходило их усвоение в качестве основы для неоготической архитектуры.

Все вышеперечисленное повлияло на то, что традиции национальной готики не были усвоены в полной мере. Если сравнивать белорусскую готику и неоготику, то вырисовывается два совершенно разных образа. Для нашей готики характерны более приземистые постройки, в которых заметен оборонный характер, что выражается в упрощенных планах, толстых стенах, небольшом количестве декора и маленьких оконных проемах. В то же время белорусская неоготика все же стремится к более сложным конструктивным и декоративным решениям, в ней уже присутствует стремление ввысь, а декор, хоть и тоже довольно скромный, все равно богаче, чем готический. Особенно ярко этот контраст проявляется при сравнении двух самых известных памятников данных стилей: Троицкого костела в Ишкольди, представляющего готический стиль, и Троицкого костела в Гervятах – памятника неоготической архитектуры.

Тем не менее, черты белорусской национальной готики, хоть и не в полной мере, но все же проявили себя в некоторых неоготических постройках. В гражданской неоготической архитектуре нашли свое выражение детали планировки готических замков-кастелей. В частности, это касается башен, которые в неоготических сооружениях размещались по углам основных объемов, как это делалось в белорусских замках. В качестве примеров можно назвать Дворец Пусловских в Коссово, построенный в 1838 году Ф. Ящольдом, или тюрьму в Минске, построенную в 1825 году К. Хрщановичем.

В культовой архитектуре также происходили заимствования, хотя и менее явные. Например, в образе часовни-усыпальницы в деревне Закозель четко улавливаются черты оборонных четырехбашенных церквей

– одного из самых самобытных примеров белорусской готики [9, с. 221]. Эффект подобия достигается за счет сочетания пяти башенок, приставленных к каждому из углов часовни, квадратной формы основного объема и декора в виде стрельчатых ниш.

В решении некоторых памятников неоготического стиля просматриваются отсылки к однобашенным готическим храмам XVI века. В качестве примера можно привести костел Петра и Павла в Жупранах. Соотношение прямоугольного щипца и вестверка схоже с тем, что мы наблюдаем на западном фасаде Костела Святого Михаила в Гнезно – памятника белорусской готики. Кроме того, в декоре используется прием, схожий с декоративными приемами белорусской готики. В частности, пересекающиеся трехлепестковые арки схожи с декором церкви Святых Бориса и Глеба в Новогрудке, построенной в XVI веке, где также используется профилированный декор, состоящий из пересекающихся арок.

Безбашенные храмы, достаточно распространенные на наших землях в период расцвета готического стиля, в белорусской неоготике представлены слабо. Одним из безбашенных храмов может считаться часовня-усыпальница Рейтанов в Грушевке, построенная в 1910 году. Однако несмотря на типологическое сходство с безбашенными готическими храмами XV–XVI вв, неоготическая постройка отличается устремленностью ввысь, образ которой достигается за счет крыши и шпиля, отмечающего средокрестие. Тем не менее, в декоре усыпальницы также прослеживаются возможные заимствования декора готики, в частности, декора все той же Борисоглебской церкви в Новогрудке. Узкие арки, размещенные по всему периметру апсиды, схожи с арками, размещенными на апсиде церкви.

Приведенные примеры возможного заимствования в неоготических постройках являются скорее исключением, чем правилом в неоготической архитектуре данного периода, тем не менее, они являются важным свидетельством того, что белорусская национальная готика имела достаточно сильные корни, позволившие ей пробиться в период архитектуры эклектики даже через череду препятствий, вызванных различными историческими обстоятельствами.

Библиографические ссылки

1. Всеобщая история архитектуры: В 12 т. Т 10: Архитектура XIX – начала XX вв. / Редкол.: Н.В. Баранов [и др.]; Ред. тома: С. О. Хан-Магомедов. – Москва: Стройиздат, 1972. – 592 с.
2. Всеобщая история архитектуры: В 12 т. Т 4: Архитектура Западной Европы. Средние века. / Редкол.: Н.В. Баранов [и др.] ; Ред. тома : А.А. Грубер. – Москва: Стройиздат, 1966. – 692 с.

3. *Габрусь, Т.* Саборы помняць усё / Т. Габрусь. – Мінск: Беларусь, 2007. – 147 с.
4. Гісторыя Беларусі : У 6 Т. Т. 4 : Беларусь у складзе Расійскай імперыі (канец XVIII – пачатак XX ст.) / Рэдкал. : М. Касцюк [і інш.] ; Рэд. тома : В. Яноўская, С. Рудовіч [і інш.]. – Мн.: Экаперспектыва, 2005. – 519 с.
5. Гісторыя беларускага мастацтва: У 6 т. Т. 1: Ад старажытных часоў да другой паловы XVI ст. / Рэдкал.: С. В. Марцэлеў [і інш.] ; Рэд. тома С. В. Марцэлеў, Л. М. Дробаў. – Мн.: Навука і тэхніка, 1987. – 304 с.
6. Гісторыя беларускага мастацтва: У 6 т. Т. 3: Канец XVIII – пачатак XX ст. / Рэдкал.: С. В. Мацэлеў [і інш.] ; Рэд. Л.М. Дробаў, П.А. Карнач. – Мн.: Навука і тэхніка, 1989. – 448 с.
7. *Кулагін, А. М.* Эклэктыка. Архітэктура Беларусі другой паловы XIX – пачатку XX ст. / А. М. Кулагін. – Мн.: Ураджай, 2000. – 304 с.
8. *Кушнярэвіч, А. М.* Культавае дойлідства Беларусі XIII–XVI стст. / А. М. Кушнярэвіч. – Мн.: Навука і тэхніка, 1993 г. – 149 с.
9. *Шчакаціхін, М.* Нарысы з гісторыі беларускага мастацтва. Том першы / М. Шчакаціхін. – Менск, 1928. – 332 с.

ХРИСТИАНСКАЯ СИМВОЛИКА В ГРАВЮРАХ НЮРНБЕРГСКОЙ ХРОНИКИ

А. Е. Леликова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

lelikovasasha@gmail.com;

науч. рук. – А. М. Белявский, канд. ист. наук, доц.

Статья посвящена христианской символике гравюр Нюрнбергской хроники. Изучение символики является частью исследования психологии автора источника, его мировоззрения и взглядов. Это необходимо для понимания того, для чего и каким образом исторический источник был создан, почему автор преподнес информацию именно таким образом. Данные знания крайне важны для проведения качественных исследований на основе таких исторических источников. Интерпретация символики гравюр Нюрнбергской хроники позволяет выделить дополнительные коннотативные слои иллюстраций, которые помогают глубже взглянуть на психологию гравера.

Ключевые слова: семиотика; символика гравюр; исторический источник; христианская символика.

Не так давно научное историческое сообщество пришло к новым методам познания, к новым концепциям при анализе исторических источников. Среди таких концепций, например, что сознание человека, его видение мира, претерпевает изменения сквозь время, подчиняясь культуре, в которой он живет – человек XV века рассматривал мир вокруг себя совсем иначе, нежели мы сейчас. Причем не только историками, но даже учеными других сфер. Например, немецкий философ Томас Метцингер, в рамках исследований которого есть философия сознания, методология нейронаук и нейроэтика, прямо говорит в своей книге «Being No One. The Self-Model Theory of Subjectivity» («Быть никем. Теория субъективности и «Я»-модели»), что людям, жившим в другие исторические эпохи, вероятно, были доступны субъективные переживания, недоступные нам в нынешнее время [1].

Семиотический метод – один из современных методов познания. Переосмысление определения и значения для истории символа, как и способов его истолкования, привело к необходимости изучить символику средневековой литературы. Символика была признана как ценное свойство исторического источника, позволяющий обратиться к мышлению человека того времени глубже, понять не только то, как он видел мир, но и то, что именно он вложил в свои труды. Применение семиотического метода напрямую связано с попыткой посмотреть на иллюстрацию глазами человека того времени.

Иллюстрации летописей и хроник как визуальные знаки полагаются на схожее восприятие читателем самой иллюстрации и того, что она

подразумевает собой. Языковым сообщением иллюстраций является текст источника – он сразу же ограничивает возможные образы, которые читатель мог бы приписать изображению. Денотативной частью иллюстрации является сам рисунок. Здесь играет роль, что именно изобразил автор, какие элементы сюжета считает наиболее важными, а какие не изобразил вообще. Коннотативная часть изображения предполагает смысл, заложенный в нее. Он в значительной степени должен полагаться на идиомы читателя летописи, то есть для интерпретации иллюстраций необходимо обратиться к тем книгам, которые потенциально знали автор и читатель. Определив эти тексты, можно будет, таким образом, выявить в них сюжеты, которые могли быть коннотативно заложены в изображение, дополняя его денотативный смысл [2].

Судьба Нюрнбергской хроники началась 12 июля 1493 года в Нюрнберге под заглавием «*Liber chronicarum cum figuris et ymaginibus ab inicio mundi*», авторства Гартмана (Хартмана) Шеделя. Данная хроника стала в свое время в Германии первой иллюстрированной в таком объеме энциклопедией по истории и географии. Она охватывала историю человечества от сотворения мира и до 1492 года. Ныне находится в собрании Баварской государственной библиотеки в Мюнхене.

В исследовании гравюр Нюрнбергской хроники было выбрано три гравюры: «Господь создает Адама на шестой день от сотворения мира», «Поклонение золотому тельцу» и «Валаамова ослица». Истолкование гравюр позволило определить их следование трем функциям: нравоучительной, эстетической и исторической. Каждая из гравюр имеет более яркий акцент на одной из функций, но выполняет каждую из них.

Для данной хроники характерен такой прием, как симультанность – одновременное отображение нескольких событий, происходящих в разное время и в разных локациях. Он является распространенным в искусстве средневековья.

Михаэль Вольгемут, автор гравюр, свободно пользуется цветовой символикой, которую часто использует для создания метафор не только каких-либо характеристик, но и процессов. Кроме того, гравер любит противопоставлять положительные и отрицательные аспекты желтого цвета, где в качестве положительного смысла выступает роль желтого как интенсивного белого цвета, «сверхбелого», подчеркивающего небесное или божественное происхождение или связь с ними. В качестве негативных аспектов выступают лживость, предательство, лицемерие.

Гравер, на фоне повсеместности ярких цветов в гравюрах, умело использует «обесцвечивание» как отдельный символический прием. Он использует прием осмеяния, что свидетельствует о его погруженности

в элемент средневековой смеховой культуры, а также психологический опыт, понимание мышления своих читателей.

Он также обращается и к животной символике, где животные предстают у него как частью фона, так и активными участниками. Важны и жесты некоторых персонажей, традиционно имеющие в христианстве свое значение, например двуперстие Бога. Кроме того, встречается такой интересный прием, как преувеличенное изображение персонажей разного роста, чтобы подчеркнуть их иерархическое положение. Наконец, довольно распространен прием противопоставления левой и правой сторон, находящий свое обоснование в тексте Библии, где «левой» стороне часто придавалась отрицательная коннотация, а «правой» – положительная.

Таким образом, христианская символика вполне органично, хотя и незаметно (для нас) с первого взгляда, вплетается художником в гравюры. Она, как правило, дополняет смысл, который доносит до читателя изображение, не искажая его, но расширяя и создавая новые смысловые слои. Через известные библейские сюжеты символика играет в основном нравоучительную роль. Изображение часто отсылает читателя к Библии. Анализ символических приемов потенциально позволяет исследовать взгляд автора изображений на мир вокруг себя и его отношение к определенным библейским сюжетам, и, таким образом, символика гравюр выступает источником к исследованию психологии человека того времени.

Библиографические ссылки

1. Metzinger, T. Being No One. The Self-Model Theory of Subjectivity. Massachusetts ; Cambridge : MIT Press, 2003.
2. Барм, Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1989.

ВІЗУАЛЬНАЯ РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ РОДУ ЗАВІШАЎ У МУЗЕЙНЫХ ФОНДАХ МІНСКА І КОЎНА

К. А. Любая

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;
liubayaksenia@gmail.com;
наук. кір. – В. С. Макарэвіч, канд. гіст. навук, дац.*

Мэта дадзенага артыкула – стварыць агульную карціну стану рэпрэзентатыўнай партрэтнай галерэі Завішаў: разгледзець сувязь паміж партрэтамі розных прадстаўнікоў сям’і, паспрабаваць прасачыць лёс карцін, разгледзець верагодныя прычыны іх падзеленасці паміж фондамі Літвы і Беларусі.

Ключавыя словы: візуальная рэпрэзентацыя; Завішы; сармацкі партрэт; беларускія шляхецкія роды.

Рэпрэзентацыя рода ці самапрэзентацыя асобы з’яўлялася важнай часткай шляхецкай культуры. Ад статуса ў грамадстве залежыла шмат: магчымасць выбару шлюбнай стратэгіі, дасягненне высокіх пасадаў, магчымасць крупных зямельных дамоваў. Праз партрэт шляхціч мог паказаць свой статус, радавод, кар’ерныя дасягненні і, нават, паспрабаваць выявіць свае далейшыя планы на жыццё. У залежнасці ад эпохі, у якой жыў галоўны герой твору, залежыў жанр партрэта, а таксама яго элементы. Так, напрыклад сармацкі ў форме параднага шляхецкага партрэта, а потым і труменнага, замацаваўся ў выяўленчым мастацтве Вялікага Княства Літоўскага ў XVI–XVIII стагоддзі. На сармацкім партрэце шляхціч адлюстроўваўся ў парадным ці вайсковым адзенні, навокал дадаваліся рэчы, характэрныя для яго прафесійнага занятку. Фон часцяком быў монахромны, каб не перашкаджаў глядачу разглядаць сэнсавыя элементы партрэта. Таксама, для прасцейшага чытання выявы маглі дадавацца гербы і падпартрэтныя надпісы-легенды.

Напрацягу некалькіх стагоддзяў росквіту сармацкага партрэта, ён стаўся неабходнай рэччу для прадстаўнікоў буйнейшых беларускіх шляхецкіх і магнацкіх родаў, сярод якіх вылучаюцца Сапегі, Радзівілы і Агінскія. Персанальныя партрэты складаліся ў галерэі, якія ў сваю чаргу захоўваліся ў тытульных і найбуйнейшых родавых маёнтках. Такім чынам уладальнікі такіх галерэяў маглі падрабязна распавесці пра гісторыю свайго роду гасцям, падкрэсліць статус сям’і і ўнёсак яе асобных прадстаўнікоў.

Мода на стварэнне персанальных партрэтаў не абышла і даўні беларускі шляхецкі род Завішаў. За амаль пяць стагоддзяў сваёй дзейнасці, Завішы прымалі актыўны ўдзел у палітычным, эканамічным

і культурным жыцці беларускіх зямель. Прадстаўнікі роду займалі высокія пасады ў адміністрацыйным і ваенным апараце ў часы Вялікага Княства Літоўскага, Рэчы Паспалітай і, нават, Расійскай імперыі. Таксама яны з'яўляліся крупнымі землеўладальнікамі, змяняючы і перамяшчаючы свае зямельныя ўладанні па ўсёй тэрыторыі Беларусі.

Па колькасці, а таксама стылістычнай аднароднасці вядомых нам партрэтаў Завішаў, мы можам сцвярджаць аб існаванні ў пэўны час адзінай партрэтнай галерэі Завішаў. На ролю маёнтку, які б іх захоўваў можна ў роўнай ступені прапанаваць Бакшты Мінскага ваяводства і Дварэц Слонімскага павета Наваградскага ваяводства. Менавіта гэтыя тэрыторыі сталі цэнтрам «збірання» Завішамі зямель на Міншчыне і Слонішчыне.

Таксама з імі звязаны важны статусны паказнік. У справавых перапісках, а таксама афіцыйных дакументах Завішы часцяком узгадваюцца ў якасці «графаў на Бакштах і Дварцы» [4]. Атрымаўшы гэтыя надзелы ў пасаг ад роду Кезгайлаў, Завішы з 1556 года па 1678 гадоў вялі амаль непарарывныя зямельныя спрэчкі з Шэметамі і Агінскімі [7]. Замацваць статус сваёй «перамогі» вырашыў Ігнацы Кшыштафавіч Завіша, які афіцыйна тытулаваўся ў якасці графа на Бакштах, Бярдычаве і Завішыне [3]. Напрыканцы XIX стагоддзя «цэнтрам» асноўнай галіны Завішаў стаў маёнтak Кухцічы Ігуменскага павета. Такім чынам лёс партрэтнага збору Завішаў будзе цесна звязаны з гісторыяй апошніх прадстаўніц роду – Марыі Евы Янаўны Завішы (за мужам Радзівіл) і Марыі Магдалены Янаўны Завішы (за першым мужам – Красінскай і за другім – Радзівіл) [2].

Пасля смерці бацькі менавіта Магдалена атрымала ў спадчыну асноўную частку спадчыны Завішаў, а тасама палац у Варшаве. Яе першы муж – граф Людвіг Юзаф Красінскі быў аматарам антыкварыяту і мастацтва і меў досыць вялікую калекцыю. Магдалена атрымала ў спадчыну не толькі землі, але і радавы збор партрэтаў. Аднак, нажаль, падзеі першай чвэрці XX стагоддзя вымусілі графіню эміграваць і на некалькі дзесяцігоддзяў лёс партрэтнага збору стаецца даволі цмяны. Магчыма, часткова яны трапілі ў зборы Радзівілаў. [5].

Таксама мы ведаем, што частка партрэтаў трапіла ў рукі адзінай дачкі Магдалены – Людавіке Красінскай, якая у будучым выйдзе замуж за Адама Людвіка Чартарыйскага. У спадчыну яна атрымала частку мацярынскага маёнтку, а таксама мастацкія калекцыі сваіх бацькоў, якія ў выніку сама перадала музею Чартарыйскіх у Кракаве. [6]. Дарэчы, у экспазіцыі музею Чартарыйскіх знаходзіцца і адзіны вядомы нам дзіцячы партрэт Завішаў партрэт чатырохгадовага старасціча старадубскага Казіміра Завішы (1750–?).

Такім чынам рэпрэзентатыўная галерэя Завішаў засталася падзеленай паміж чатырма музеямі ў трох розных краінах Еўропы. Пры гэтым, вядомая частка знаходзіцца ў фондах Нацыянальнага гістарычнага, Нацыянальнага мастацкага музеяў Беларусі, а таксама ў Нацыянальным мастацкім музеі Літвы імя Чурлёніса. Пры гэтым карціны, якія захоўваюць беларускія музеі за рэдкім выключэннем датычацца асобаў з XVII стагодзя. Партрэты маюць падобныя рысы і намаляваныя ў адной стылістыцы. Таму, хутчэй за ўсё, яны былі намаляваныя і замоўленыя ў адзін перыяд. Магчыма, выкананы нават адным і тым жа аўтарам. Прывалюе мужчынскі партрэт.

Выключным з’яўляецца партрэт Барбары Радзівіл з Завішаў (1690–1770), які на дадзены момант знаходзіцца ў Нацыянальным мастацкім музеі Беларусі. Партрэт аформлены ў выглядзе медальёна. Пры гэтым існуе падпартрэтны надпіс. Барбара была даволі актыўным палітычным дзеячам, і нават удзельнічала ў канфедэрацыі супраць Станіслава Ляшчынскага. [1] Падобны па стылі партрэт – яе мужа Мікалая Фаўстына Радзівіла (1688–1746), які заховаўся ў Нясвіскай партрэтнай галерэі Радзівілаў. Хутчэй за ўсё яны рабіліся разам і адным майстрам.

Калекцыя ў музеі імя Чурлёніса ў Коўне з’яўляецца меншй аднароднай. Партрэты, прадстаўленыя ў ёй былі намаляваныя з вялікім храналагічным прамежкам і акрамя ўсяго маюць зусім розны стыль. Самай цікавай з карцін прадстаўленых у фондзе музея партрэт Аляксандры Завішы з Агінскіх (сярэдня XVI стагоддзе). Вельмі ажурны і лёгка, ён спалучае ў сабе элементы сармацкага партрэту і партрэту еўрапейскага класіцызму. Ён зусім не падобны да партрэта яе мужа, пісара вялікага літоўскага Андрэя Завішы (1614–1678), выканага ў класічнай для завішанскай традыцыі. Пры гэтым ён таксама не падобны на партрэты роду Агінскіх. Таму такое аўтарскае вырашэнне хутчэй за ўсё было проста навеяна модай.

Такім чынам, партрэтная галерэя Завішаў даволі неаднародная. Партрэты ствараліся ў розныя часы, рознымі аўтарамі, пад уплывам тагачасных тэндэнцыяў. Пры гэтым праз амаль усе партрэты прасочваецца агульная рыса: імкнення да спрошчанага класічнага сармацкага партрэта. Прывалююць мужскія партрэты. Існуюць таксама жаночыя і дзіцячыя, але яны адрозніваюцца і сэнсавы і стылістычна, з’яўляюцца хутчэй неабходным дадаткам, чым асноўным сродкам рэпрэзентацыі сям’і.

На дадзены момант галоўнымі месцамі захоўвання партрэтаў з рэпрэзентатыўнай галерэі Завішаў з’яўляюцца Нацыянальны гістарычны і Нацыянальны мастацкі музеі Беларусі ў Мінску, а таксама Нацыянальны мастацкі музей Літвы імя Чурлёніса ў Коўне. А таксама

адзінкавыя партрэты захаваныя і ў іншых зборах, напрыклад Чартарыйскіх у Кракаве.

Лёс партрэтаў даволі цмяны. Хутчэй за ўсё партрэтны збор фармаваўся на базе тытульных маёнткаў, да якіх у розныя часы мы можам аднесці Бакшты і Кухцічы Ігуменскага павету і Дварэц Слонімскага. На пачатку XX стагоддзя, дзякуючы шлюбам і дзейнасці апошніх прадстаўніц галоўнай веткі Завішаў – Марыі Евы і Марыі Магдалены, збор трапіў у рукі Красінскіх, Чартарыйскіх і Радзівілаў, у калекцыях якіх праіснаваў да нашых дзён.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Мацук А.* Радзівіл Барбара / А. Мацук // Вялікае Княства Літоўскае: Энцыклапедыя ў 3 т. – Мінск: БелЭн, 2010. – Т. 3. – С. 384.
2. *Надсан, А.* Выбранае / А. Надсан. – Мінск: Кнігазбор, 2014. – 604 с.
3. *Насевіч, В.* Завішы / В. Насевіч // Вялікае Княства Літоўскае: Энцыклапедыя ў 2 т. – Мінск: БелЭн, 2007. – Т. 1. – Вып. 2. – С. 638–639.
4. Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі. – Ф. 694. – Воп. 5. – Архіў Радзівілаў, князёў.
5. *Хурсік, В.* Успаміны Магдаліны Завішынай (Красінскай, Радзівіл) / В. Хурсік // Асветніца і мецэнатка: да 150-годдзя Магдалены з Завішаў Радзівіл : матэрыялы круглага стала (Мінск, 15 снежня 2011 года) / [укладанне, прадмова і навуковае рэдагаванне І. Багдановіч]. – Мінск, 2013. – С. 76–78.
6. *Kmoch, M. W.* Maria Ludwika Joanna Józefa z Krasieńskich Czartoryska (1883–1958) i jej działalność w regionie / M. W. Kmoch // Krasnosielcki Zeszyt Historyczny. – №10 (38–41). – 2019. – S. 102–107.
7. *Pamiętniki Krzysztofa Zawiszy wojewowdy Minskiego, 1666–1721* / wydane z oryginalnego rękopisu i opatrzone przypiskami przez Juliana Bartoszewicza. – Warszawa: Nakład J. Zawiszy, 1862 // Электронны рэсурс: https://www.wbc.poznan.pl/dlibra/show_content/publication/edition/7409?id=7409&dirids=1 – Дата доступа: 17.05.2022.

КОНЦЕПЦИЯ СОЗДАНИЯ И ВНЕДРЕНИЯ АРХИВА ЭЛЕКТРОННЫХ ДОКУМЕНТОВ В НАЦИОНАЛЬНОМ АРХИВЕ США В КОНЦЕ XX – НАЧАЛЕ XXI В.

И. В. Люতারевич

Белорусский государственный университет, г. Минск;

Plyuhanster@gmail.com;

науч. рук. – К. И. Козак, канд. ист. наук, доц.

Цифровое хранение документов на сегодняшний день является одним из наиболее перспективных направлений в архивном деле по всему миру. Для того, чтобы отечественная архивная отрасль могла следовать общемировым трендам, требуется изучить опыт западных стран. Архивное дело на территории США является наиболее прогрессивным в вопросах использования цифровых технологий в работе с документальным наследием. В статье рассматриваются вопросы разработки и внедрения архива электронных документов на базе Национального архива США.

Ключевые слова: Национальный архив; электронный документ; цифровое хранение; архив электронных документов.

Сегодня человечество сталкивается с рядом новых вызовов, а XXI век по праву можно назвать эрой цифровых технологий. Именно этим фактором обусловлено внедрение достижений цифровизации во все сферы жизни человека. Архивное дело не становится исключением. Сегодня многие архивисты мира находятся между молотом и наковальней, которые представлены бумажным и цифровым хранением. Первые два десятилетия XXI в. по своей сути стали водоразделом, в ходе которого архивные учреждения всего мира были вынуждены сделать выбор, какому виду хранения отдать приоритет. Однако это был выбор без выбора, ведь архивисты были поставлены перед фактом, что прогресс нельзя остановить и компьютеризация архивной отрасли является неизбежной. С другой стороны, если это неизбежно, нужно быть готовым адаптировать текущую реальность к реалиям грядущего. В связи с этим в конце 1980-х годов, архивы западного мира в союзе с различными научными сообществами и некоммерческими организациями начали разработку нормативно-правовой и методической базы для внедрения цифровых технологий в сферу учета, комплектования, оцифровки и научно-технической обработки документов во всех архивных учреждениях.

Наибольший успех в этом вопросе был достигнут Национальным архивом США. Именно США первыми в мире стали оснащать архивные учреждения ЭВМ, которые могли считывать данные, зафиксированные на перфокартах и магнитных лентах. Цифровизация архивной отрасли на территории США контролировалась Национальным архивом посред-

ством разработки стратегических планов развития, в которых отражались шаги по внедрению цифровых технологий в американское архивное дело. Благодаря четкой системе контроля со стороны Национального архива, цифровизация американских архивов проходила очень быстрыми темпами. Буквально за десять лет на базе архивов были созданы читальные залы оснащенные ЭВМ, система НСА переводилась в электронный вид, для создания описей было разработано специализированное программное обеспечение позволяющей эффективнее работать с документами, активно разрабатывалась и совершенствовалась нормативно-правовая и методическая база по вопросам управления документами на машиночитаемых носителях [4].

Первые попытки сохранения электронных документов на территории США относятся к 1960-м годам. К концу XX века, объем документов на электронных носителях был настолько огромен, что администрация Национального управления архивов и документации США (NARA) принялась искать выход из сложившейся ситуации. Перед архивистами стояла задача систематизировать и выявить алгоритм отбора на хранение документов, которые создавались в ходе деятельности правительства. Как отмечал один из представителей администрации NARA Кеннет Тибодо – введение данной инициативы требовалось в том числе из-за требований администрации Билла Клинтона, которая поставила перед Национальным архивом задачу сохранить все материалы электронной почты президента и его администрации. Примерный объем материалов электронной почты Белого дома составлял около сорока миллионов сообщений. Провести экспертизу и отобрать на хранение данные материалы посредством существующих методов не представлялось возможным. Именно ввиду этого и появилась идея создания архива электронных документов (ERA) [3].

Во второй половине 1990-х годов глава Национального архива Джон Карлин принял решение о начале разработки проекта архива электронных документов, который позволил бы создать единый реестр документов всех структур американского правительства, что в свою очередь решило бы ряд проблем с освобождением архивных площадей, разрозненности систем хранения и управления правительственной документацией, а также упростило бы взаимодействие всех федеральных структур с Национальным архивом путем внедрения единого алгоритма взаимодействия с управленческой документацией [1].

В стратегическом плане Национального архива 1999 года была отмечена задача по проектированию и внедрению системы архива электронных документов в максимально сжатые сроки. В течение трех лет разрабатывалась концепция проекта. Прорабатывались вопросы размещения

оборудования, активно совершенствовалась нормативно-правовая и методическая база по вопросам цифрового хранения [5].

Стоит отметить, что электронные документы, переданные на хранение в Национальный архив, сами по себе являются свидетельством эволюции компьютерных технологий. Некоторые из файлов были созданы еще во время Второй мировой войны и базируются на технологии перфокарт, использовавшейся с 1880-х годов. Часть документов относится к началу девятнадцатого века. Однако большая часть электронных документов, хранящаяся в фондах NARA, создавалась начиная с 1960-х годов [2].

Проект архива электронных документов был официально запущен в 2008 году под руководством Аллена Вайнштейна. Система архива электронных документов представляет собой программную оболочку позволяющую осуществлять взаимодействие с документами всех государственных органов власти. Первая версия данной системы представляла собой набор инструментов для поиска по базе документов, переданных в Национальный архив в электронном виде. В архив электронных документов в соответствии с решением администрации Национального архива должны передаваться документы, которые были созданы судами, администрацией президента, многочисленными президентскими комиссиями, департаментами и другими подразделениями органов исполнительной власти. Документы, хранящиеся на серверах ERA, могут касаться практически любой области или предмета, с которыми взаимодействует правительство. Они могут быть созданы в компьютерных приложениях любого типа, таких как системы управления базами данных, обработка текстов, компьютерное моделирование или географические информационные системы [8].

Доступ к электронным материалам, хранящихся на серверах ERA, регулируется положениями закона о свободе информации. Исходя из его положений, часть правительственных документов является секретными, и пользователи не имеют к ней доступа. Однако, с другой стороны, закон о свободе информации, предоставляет любому лицу установленное законом право запрашивать информацию у органов исполнительной власти правительства США [7].

При разработке данной системы предполагалось, что Архив электронных документов будет функционировать в течение многих лет. Разработчики проекта ERA предполагали, что рано или поздно система устареет. Ввиду этого система разрабатывалась по принципу гибкой разработки, что позволяет активно вносить точечные технические изменения для имплантации новых возможностей в систему. Эффективная модернизация программного обеспечения архива электронных документов

позволяет взаимодействовать с любыми форматами файлов, ускорять процесс их обработки, создавать кластеры метаданных, формировать электронные описи и взаимодействовать с системой научно-справочного аппарата архива. По своей сути взаимодействие между государственным органом и Национальным архивом выглядит как клиент-сервер. На уровне сервера существует единый функционал, а на уровне клиента те или иные версии могут отличаться в зависимости от специфики деятельности организации и образующихся в ней документов [4].

С 2015 года на базе Национального архива США введена в действие ERA 2.0 – это вторая версия проекта, в которой были учтены и исправлены все проблемы прошлой сборки. В ней была реализована существенно расширенная функциональность, модульная конструкция и облачная архитектура, позволяющая в разы эффективнее взаимодействовать с документами правительства. Новые функции данной системы позволяют проводить полноценный цикл взаимодействия с электронным документом начиная от его создания, заканчивая передачей на постоянное хранение или уничтожение [1].

ERA 2.0 состоит из трех основных компонентов: среда работы с документами, цифровое хранилище и электронная система НСА. Среда работы с документами позволяет загружать цифровые материалы на сервера архива электронных документов. Также она предоставляет разнообразные программные средства для анализа текста, технической обработки и работы с метаданными, а также позволяет пользователям NARA отправлять документы в цифровое хранилище для долгосрочного хранения. Цифровое хранилище проекта ERA является одновременно посредником при работе с документами и точкой окончательного хранения цифровых материалов. В системе цифрового хранилища ERA реализованы возможности поиска необходимых документов – по ключевым словам, хронологии и географическому принципу. Одной из важных функций является возможность авторизироваться в оболочке цифрового хранилища через специальную цифровую подпись и извлечь документ из хранилища в среду обработки и при необходимости внести в него изменения. Облачная архитектура ERA 2.0 позволяет системе не концентрировать все хранимые материалы в одном месте как это было до этого, а разбивать их на кластеры хранения, находящиеся в разных местах [6].

Сегодня проект ERA позволяет всем структурам федерального правительства взаимодействовать с Национальным архивом США в режиме онлайн для выполнения разнообразных операций с документами. До 2012 года органы государственной власти активно сопротивлялись передаче электронных материалов в Национальный архив. Однако начиная с 2012 г. это стало обязательным для всех правительственных учрежде-

ний ввиду внесения изменений в американское архивное законодательство. В 2013 году был разработан и утвержден перечень правительственных ведомств, которые обязаны передавать документы на хранение. Данный перечень ежегодно обновляется, в него включаются новые структурные подразделения различных правительственных ведомств [2].

Архив электронных документов имеет четко структурированную ролевую систему, которая не позволяет без наличия определенных прав получить доступ к тому или иному элементу системы, что в свою очередь создает так называемую архивную систему сдержек и противовесов не позволяющую нанести вред документальному наследию США. Пользователям назначается одна или несколько ролей в зависимости от задач, которые они уполномочены выполнять. Например пользователю, которому разрешено передавать документы на хранение, назначается роль «Передающее официальное лицо». Пользователи могут выполнять в ERA только те задачи, которые связаны с назначенными им ролями [8].

Для понимания концепции доступа важно разграничивать материалы архива электронных документов и фондового онлайн-каталога Национального архива. Фондовый каталог является общедоступным ресурсом и поддерживает технологию виртуального читального зала, тем самым обеспечивая удаленный доступ к документам для авторизованных пользователей. Основные материалы, представленные на сайте Национального архива, являются общедоступными. Однако проект ERA является более закрытой системой и ввиду этого доступ к нему имеется только в специально организованных компьютерных залах на базе архивных учреждений [1].

Исходя из статистики, опубликованной в 2021 году, архив электронных документов хранит на своих серверах около 800 миллионов уникальных файлов, источниками поступления которых, являются 135 федеральных агентств. Объем документов, составляющих проект ERA, оценивается более чем в 500 терабайт [1].

Подводя итог, стоит отметить, что первые попытки управлять документами на машинных носителях пришлось на 1960-е годы. Однако деятельность в этом направлении достигла пика во второй половине 1980-х, когда началось активное внедрение ЭВМ в архивные учреждения на всей территории США. За эти 30 лет состоялись многочисленные конференции по вопросам цифрового хранения. Была выработана и внедрена нормативно-правовая и методическая база, необходимая для управления электронными документами. Одним из главных достижений стала реализация проекта архива электронных документов. Его внедрение позволило оптимизировать и систематизировать процесс работы с электронными документами, генерируемых в правительственных учрежде-

ниях США. Сегодня мы видим четко отлаженный процесс, который начинается с создания документа, оперативной работы с ним и заканчивается передачей его на ретроспективное хранение, которое осуществляется на серверах системы архива электронных документов.

Библиографические ссылки

1. About the ERA. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.archives.gov/era/about> – Дата доступа: 10.04.2022.
2. Accessioning Electronic Records. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.archives.gov/records-mgmt/accessioning> – Дата доступа: 10.04.2022.
3. Advances in Preserving Electronic Records at the National Archives and Records Administration. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.archives.gov/records-mgmt/accessioning/electronic.html> – Дата доступа: 10.04.2022.
4. Building an Electronic Records Archive at the National Archives and Records Administration: Recommendations for a Long-Term Strategy. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [ap.nationalacademies.org/catalog/11332](http://www.nationalacademies.org/catalog/11332) – Дата доступа: 10.04.2022.
5. Electronic Records Archives. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.archives.gov/era> – Дата доступа: 10.04.2022.
6. ERA 2.0. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.archives.gov/files/records-mgmt/meetings/bridg-021621.pdf> – Дата доступа: 10.04.2022.
7. Freedom of Information Act (FOIA). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.archives.gov/foia/foia-guide#determine> – Дата доступа: 10.04.2022.
8. The Electronic Records Archives of the National Archives and Records Administration, U.S. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.archives.go.jp/english/news/pdf/Dr.Thibodeau.pdf> – Дата доступа: 10.04.2022.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ПРОГРАММА СОЮЗА РУССКОГО НАРОДА ВО ВРЕМЯ ПЕРВОЙ РУССКОЙ РЕВОЛЮЦИИ

И. А. Макеев

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ilya-makeev-2002@mail.ru;

науч. рук. – М. А. Шабасова, канд. ист. наук, доц.

Данная статья посвящена деятельности и программе самой многочисленной черносотенной организации Российской империи. Актуальность данной работы заключается в том, что обозначенная тема исследована не в полном объеме. Серьезные исследования появились только в 1990-х гг. До этого данная тема рассматривалась историками не объективно, через призму господствующей в стране идеологии. Поэтому мы имеем довольно большое количество не изученных вопросов по данной теме. Например, вопросы финансирования монархических организаций правительством, вопросы о деятельности монархистов в период Первой русской революции. Также требуется более объективно провести анализ документов и периодики монархистов.

Ключевые слова: Союз русского народа; программа; черносотенцы; деятельность монархистов; Первая русская революция.

Союз русского народа образовался 8 ноября 1905 г. в Петербурге на основе различных общественно-политических объединений («боевые дружины», «патриотические общества», «лиги» и т.п.), действовавших в течение 1905 г. в тесном контакте с властью.

Стоит отметить, что крайне правые попытались создать неверный образ учреждения Союза русского народа в Петербурге: «...вышли на борьбу два доктора, шесть купцов, две, три старухи-писательницы да десяток, другой простого русского люда – рабочие, приказчики, мещане и крестьяне – и только» [5, с. 115–116]. На самом деле в создании Союза русского народа принимали участие влиятельные силы, прежде всего Русское собрание и правящие круги России. Лидерами Союза являлись А. И. Дубровин, В. М. Пуришкевич, Н. Е. Марков, А. И. Тришатный, А. И. и Э. И. Коновницыны и др.

Всего через две недели после создания Союза русского народа в Ярославль прибыл представитель Главного совета А. И. Тришатный. 26 ноября 1905 г. он вместе с владельцем глазной лечебницы доктором медицины И.Н. Кацауровым открыл первый отдел Союза русского народа. Постепенно отделы появились во всех крупных городах [5, с. 127].

Первый устав Союза русского народа, по признанию его авторов, был составлен наспех. Тем не менее, он был напечатан полумиллионным тиражом и разослан по всей России. Недостатки его выявились сразу же, после чего в него начали вносить поправки. В незаконченном виде устав был зарегистрирован 7 августа 1906 г. Устав был разделен на 5 глав и

37 положений. Данный документ содержал в себе программу, цели, структуру организации. Устав регламентировал все аспекты деятельности членов Союза [6].

Важной стороной деятельности Союза русского народа было создание военизированных формирований в целях вооруженного противодействия левым революционным партиям. Боевые дружины проводили террористические операции против левых политических деятелей, устраивали погромы евреев и других инородцев. Союз стремился стать всесловной монархической организацией, и ему удалось занять лидирующие позиции в монархическом движении. Союз был инициатором и организатором монархических съездов.

Союз активно участвовал в избирательных кампаниях, пытаясь обеспечить свое представительство в Государственной думе. Если в I Думу он не смог провести ни одного депутата, то во II Думе он имел около 30 мест [1, с. 38]. Связано это с тем, что монархическое общественное движение набирало свои обороты в период революции 1905–1907 гг. Организации проводили агитацию, дискредитировали своих оппонентов, а также находили сторонников среди населения страны.

В 1905–1917 гг. Союз русского народа издавал свою газету «Русское знамя». Она являлась самой популярной из монархических столичных газет, а также центральным печатным органом Союза. Редактором газеты с 1906 г. был А. И. Дубровин. Первый номер «Русского знамени» вышел 10 декабря 1905 г. Первоначально планировалось выпускать газету еженедельно, однако огромная популярность довольно быстро привела к тому, что газета стала выпускаться ежедневно. В. М. Пуришкевич, однако, заявил, что теперь газета имеет ценность «совершенного уличного листка, стремясь не возвысить читателя духовно, а действовать на инстинкты народных масс» [5, с.162]. Такая пренебрежительная оценка была связана с тем, что газета носила скорее пропагандистский характер.

Власти относились к газете двояко. На начальном этапе своего существования она была профинансирована правящими кругами империи, в частности П. А. Столыпин выделял для периодики Союза различные субсидии. Когда пресса выходила за рамки, начинались судебные процессы и штрафы. В 1907 г. «Русское знамя» было оштрафовано в общей сложности на 4 тысячи рублей, что неоднократно повторялось и в последующие годы [5, с. 166].

В газете публиковались новости, объявления, различные статьи монархистов для просвещения населения и не только. Разумеется, данный орган печати использовался как инструмент пропаганды. Однако нельзя

не отметить, что благодаря газете популярность Союза русского народа росла.

Программа Союза русского народа была опубликована в конце января 1906 г., в дальнейшем ее положения были развиты в «платформах», подготовленных в ходе избирательных кампаний 1906–1907 гг. [1, с. 39]. Основные идеи программы были позаимствованы из теории официальной народности. В ней также использовалась славянофильская терминология.

Организация отстаивала принцип неограниченной самодержавной власти. Отвергая идею изменения государственного строя на конституционной или парламентской основе, программа Союза противопоставляла этому восстановление «исконной русской соборности» [1, с. 39]. Союз выступал за упрочнение господствующего положения Русской православной церкви как важнейшего структурного звена государственной системы.

В национальном вопросе Союз стоял на позиции единой и неделимой России, не допуская возможности предоставления национальным окраинам самоопределения в какой бы то ни было форме.

Союз русского народа ставил своей задачей содействие развитию русской промышленности и торговли, освобождение русских финансов от подчинения иностранным банкам.

В аграрном вопросе он отстаивал принцип неприкосновенности частной собственности, отвергая любые варианты полной или частичной конфискации помещичьей земли.

Отношение к проблеме прав и свобод граждан определялось идеями классификации и выстраивания иерархии народов, населяющих Россию. Русскому народу, под которым подразумевалось все славянское население империи, отводилось господствующее и первенствующее место. Далее шли инородцы, которые подразделялись на дружественные и недружественные русскому народу. Степень «дружественности» определялась участием представителей этих народов в революционном и национальном движении. В зависимости от места в иерархии тому или иному народу предоставлялись льготы и привилегии или, наоборот, вводились ограничения прав.

В предвыборной программе, принятой в сентябре 1906 г., лидеры Союза русского народа отказались от требований привилегий исключительно для русского населения. Было подчеркнуто, что все народы России, за исключением евреев, должны пользоваться равными правами. Однако антиеврейские лозунги в этой программе были расширены и детализованы.

Союз добивался неукоснительного исполнения ограничительного законодательства в отношении евреев, сохранения черты еврейской оседлости, лишения евреев всех политических, гражданских и имущественных прав. Введение комплекса запретов, значительно ужесточающих российское законодательство в отношении евреев, рассматривалось лидерами монархистов как стимул для принудительной эмиграции. Программа Союза провозглашала поддержку сионизма.

Требования по защите экономических и социальных интересов крестьянства, рабочих, других слоев населения не нашли отражения в программе.

Таким образом, Союз русского народа являлся самой многочисленной и известной черносотенной организацией, которая была сформирована элитами и властью для народных масс. Главной задачей Союза являлась борьба с революционными силами, защита самодержавия, просвещение народа, экономическое развитие и ограничение иностранного капитала в России, борьба с национальными меньшинствами, в частности евреями, поддержка аристократии и объединение всех монархистов под эгидой Союза. Тем не менее, Союз русского народа не учитывал интересы пролетариата и крестьянства. Свои идеи организация продвигала через прессу и монархические съезды.

Библиографические ссылки

1. *Аринина А. Н.* Права и свободы человека в программных документах основных политических партий и объединений России. XX век. М.: РОССПЭН, 2002. – 496 с.
2. *Лакер В.* Черная сотня. Происхождение русского фашизма / Пер. с англ. М.: Текст, 1994. – 431 с.
3. Политические партии России: история и современность. М.: РОССПЭН, 2000. – 631 с.
4. Политические партии. Сборник программ. М.: Ключкин М.В., 1906. – 298 с.
5. *Степанов С. А.* Черная сотня. М.: Эксмо, Яуза, 2005. – 544 с.
6. Устав и основоположения Союза русского народа. М., 1906. – 16 с.
7. *Черновский А.* Союз русского народа по материалам чрезвычайной следственной комиссии Временного правительства 1917 г. М.: Государственное издательство, 1920. – 452 с.

ВЗГЛЯД ПАПЫ ФРАНЦИСКА НА КАТОЛИЧЕСКО-ИСЛАМСКИЙ ДИАЛОГ В СВЕТЕ ЭНЦИКЛИКИ FRATELLI TUTTI

Е. С. Милушкина

Белорусский государственный университет, г. Минск;

lizaveta.milushkina@gmail.com;

науч. рук. – Д. Г. Ларионов, канд. ист. наук, доц.

Целью статьи является определение установок Папы Римского Франциска в отношении католическо-исламского диалога, содержащихся в энциклике *Fratelli tutti*. Актуальность данной темы обусловлена потенциалом развития диалога католичества и ислама, ставшего в понтификат Франциска как никогда насыщенным и продуктивным. Объект исследования – католическо-исламский диалог. Поход Папы к нему анализируется через призму таких тем энциклики, как «культура встречи», проблема миграции и межрелигиозный диалог в целом. Делается вывод о целесообразном с точки зрения Франциска содержании католическо-исламского диалога, а также о возможных причинах избрания им новаторской для Католической Церкви стратегии взаимодействия с исламом и мусульманским миром. Ценность исследования, помимо безусловной актуальности, определяется малой освещенностью темы как в русскоязычной, так и в иноязычной историографии.

Ключевые слова: католическо-исламский диалог; межрелигиозный диалог; Папа Франциск; *Fratelli tutti*; «культура встречи»; миграция; христианские меньшинства.

Как заявил Ахмад аль-Тайиб [1], великий имам университета Аль-Азхар, продолжением совместной католическо-исламской Декларации о человеческом братстве, или Декларации Абу-Даби, является третья энциклика Папы Франциска, обнародованная 3 октября 2020 года и посвященная социальному диалогу – *Fratelli tutti* («Все братья»).

Центральным понятием энциклики является «культура встречи». Дихотомия «они»/«другие», которую использует Франциск, предполагает противопоставление двух подходов к восприятию представителей иных культур. При первом из них «они» воспринимаются как абсолютно чуждый элемент реальности, неизвестный и потому опасный [2, с. 44]. При этом, однако, человеку свойственно стремиться к диалогу, к взаимообмену с другими (вероятно, что в представлении Папы это проистекает из естественной свободы совести, заключающейся в самой сути веры, и, следовательно, свободы вероисповедания). Подобное положение дел Франциск называет «культурой столкновения» [2, с. 47].

Папа же выступает за второй подход, при котором «они» воспринимаются так, как и должны восприниматься – то есть как «другие», имеющие право на «свой» мир. Это признание и порождает «культуру встречи», которая должна стать стилем жизни человечества [2, с. 174].

В то же время Франциск настаивает на необходимости сохранения собственной духовной идентичности, от чего зависят также интеллектуальная, экономическая и политическая независимость [2, с. 35]. По его мнению, без осознания своей идентичности диалог с «другими» невозможен [2, с. 122], ведь, как свидетельствует Декларация Абу-Даби, диалогом для Франциска является объединение духовных, человеческих и общих социальных ценностей различных групп населения [3]. Однако при широких заимствованиях эти ценности не смогут сохраниться, и будет нечего как предложить что-то «другому», так и принять от него [2, с. 122], а значит, это взаимодействие уже нельзя будет назвать диалогом.

В то же время подлинная форма открытости не может угрожать собственной идентичности. При здоровой открытости воспринимаемые элементы интегрируются в соответствии с собственным подходом и питают исходную традицию [2, с. 125–126], которая заимствует то, чего ей не доставало. Однако является ли культура встречи идеалом понтифика сама по себе, и если да, то в каком качестве?

Fratelli tutti уделяет значительное внимание проблеме миграции. Несмотря на призывы к открытости и добросердечному приему мигрантов, Франциск также заявляет о том, что у мигрантов должно быть право иметь возможность остаться на родине [2, с. 53], в целях чего следует создать там «необходимые для достойной жизни и полноценного развития условия» [2, с. 112]. В то же время Франциск говорит о «построении городов и стран, которые, сохраняя свою культурную и религиозную идентичность, были бы открыты к различиям и способны поддерживать их в духе общечеловеческого братства» [2, с. 113].

Таким образом, наиболее закономерен вывод, что смешение религий и культур в отдельно взятом государстве не является самоценным для Франциска. Проблему следует решать в корне, устраняя причины, по которым люди вынуждены мигрировать. В долгосрочной перспективе Папа подразумевает реализацию «культуры встречи» на уровне отдельных государств и регионов.

«Культура встречи» тесно связана с религией. Сама возможность «встречи» зависит от религиозного фактора, поскольку «без открытости Отцу всего сущего не будет и твердых и надежных устоев для призыва к братству... разум сам по себе способен постичь равенство людей и организовать гражданское сосуществование, но не может основать братство» [2, с. 212–213]. Люди не могут осознать себя братьями, если у них нет общего Отца.

Это положение порождает существенное следствие. Если «отдельный человек и народ становятся плодотворными и продуктивными лишь

в том случае, если они способны развивать творческую открытость по отношению к другим» [2, с. 54–55], а построение подлинного братства возможно лишь с опорой на религиозные ценности, от сохранения опоры на них зависит и продуктивность человечества.

Таким образом, несмотря на то, что данная энциклика представляется посвященной в большинстве своем «светским» вопросам (помимо рассматриваемых здесь проблем в ней, к примеру, широко освещается тема экологии), в отношении своей центральной темы – социального диалога – она приходит к утверждению ключевого значения религии.

Переходя от темы социального диалога вообще к проблеме межрелигиозного диалога, Папа приводит пример св. Франциска Ассизского. По его словам, святой «не вел словесную войну ради того, чтобы навязать какие-либо доктрины», а лишь «распространял Божью любовь» [2, с. 27], что верно лишь отчасти – ведь Франциск пожелал встретиться с султаном Египта именно для того, чтобы вступить с ним в полемику касательно истинности христианства. Папа конкретизирует историю Франциска: он «отправился на встречу с султаном... не отказываясь от собственной идентичности, воздерживаясь от участия в спорах и в разногласиях» и будучи послушен каждому человеческому созданию [2, с. 26–27]. Однако как трактует этот пример Папа Франциск?

Называя «источником человеческого достоинства и братства» для католиков Евангелие, он признает, что «другие черпают из иных источников» [2, с. 217]. Из Евангелия же следует «приоритет, который отводится взаимоотношениям, встрече со священной тайной другого, универсальной сопричастности всему человечеству» [2, с. 217]. Примечательно, что в данном фрагменте, как и на протяжении большей части энциклики, Франциск ссылается на собственные выступления, документы и т.п., поскольку данным высказываниям крайне сложно найти прецедент в Учительстве Церкви. Это несвойственно его предшественникам, несравнимо чаще ссылавшихся на Библию и Священное Предание.

Франциск говорит и о взаимном обогащении «в ходе плодотворного обмена и диалога», и о том, что «Запад может найти на Востоке средства исцеления от тех своих духовных и религиозных недугов, которые вызваны господством материализма» [2, с. 117]. В то же время он будто не рассматривает возможность «исцеления» в собственной традиции и понимает «культуру встречи» в этом аспекте как нечто самоценное, чего не наблюдается в ситуации с мигрантами.

Данные взгляды Папы входят в противоречие с учением Второго Ватиканского собора (1962–1965). Догматическая Конституция о Церкви *Lumen Gentium* (17) гласит: «Ее [Церкви] дела ведут к тому, чтобы все доброе, посеянное в сердцах и умах людей, в обрядах и культурах наро-

дов, не только не погибало, но очищалось, возвышалось и достигало совершенства...» [4, с. 92]. Схожее утверждение содержится в Декрете о миссионерской деятельности Церкви *Ad gentes divinitus* [4, с. 364–365], где мы находим также слова о том, что единственным истинным источником того благого, что можно найти в иных культурных и религиозных традициях, является Христос. Их самоценность, таким образом, во многом аннулируется, и не может идти речи о том, чтобы какая-то иная традиция могла способствовать «исцелению» христианства.

Кроме того, возвращаясь к приведенной выше цитате о св. Франциске, не вполне понятно, что же понимает Папа под «распространением Божьей любви», если не «навязывание доктрин», в которых, то есть в Евангелии, она и заключается. Энциклика же практически не уделяет внимания евангелизации, что также является резким контрастом с линией Павла VI, Иоанна Павла II и Бенедикта XVI.

Тем не менее, в конце энциклики содержится один из ключевых ее пассажей, уже неоднократно повторявшихся Папой Франциском в иных документах и выступлениях: «Мы, христиане, просим, чтобы в тех странах, где нас меньшинство, нам была гарантирована свобода, подобно тому, как мы сами провозглашаем свободу для нехристиан там, где они являются меньшинством» [2, с. 218]. В свете усилий Святого Престола по улучшению положения христиан в ряде государств Ближнего Востока (прежде всего в ОАЭ и Саудовской Аравии) в понтификат Франциска есть еще более веские основания предположить, что именно беспокойство о судьбе христианских меньшинств в мусульманских государствах является причиной ряда смелых инициатив Франциска по активизации диалога с исламом.

Библиографические ссылки

1. Аль-Тайиб: мой брат Франциск возвращает человечеству совесть // Vatican News [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vaticannews.va/ru/world/news/2020-10/al-tajib-moj-brat-francisk-vozvrashaet-chelovechestvu-sovest.html>. – Дата доступа: 08.04.2022.
2. Франциск. Энциклика. *Fratelli tutti*. О братстве и социальной дружбе / Франциск; под общ. ред. Д. В. Мухетдинова. – Серия: «Межрелигиозный диалог». – М.: ИД «Медина», 2021. – 232 с.
3. A document on Human Fraternity for World Peace and living together // The Holy See [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.vatican.va/content/francesco/en/travels/2019/outside/documents/papa-francesco_20190204_documento-fratellanza-umana.html. – Дата доступа: 06.04.2022.
4. Документы II Ватиканского Собора / под. ред. о. Вадима Шабайкина. Пер. с лат. (А. Коваль). – М.: Паолине, 2004. – 710 с.

МЕМАРЫЯЛІЗАЦЫЯ ГІСТОРЫКА-КУЛЬТУРНАЙ СПАДЧЫНЫ ПАЎСТАННЯ 1863–1864 ГГ. НА БЕРАСЦЕЙШЧЫНЕ

В. Г. Мурашка

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;
ilovebelarus7@gmail.com;
наук. кір. – В. В. Гарбачова, канд. гіст. навук, дац.*

Дадзены артыкул ставіць сваёй мэтай разгледзець некаторыя з існуючых месцаў памяці і мемарыялаў, прысвечаных паўстанню 1863–1864 гг. на тэрыторыі Берасцейшчыны, правесці іх класіфікацыю, а таксама вывучыць стан і асаблівасці мемарыялізацыі ў адзначаным рэгіёне. Аб'ектам даследавання з'яўляюцца мемарыялы і памятныя месцы, прысвечаныя паўстанню 1863–1864 гг. Прадмет даследавання – захаванне і мемарыялізацыя гісторыка-культурнай спадчыны ў гонар падзей 1863–1864 гг. на Берасцейшчыне. Актуальнасць тэмы абумоўліваецца недастатковай яе распрацаванасцю, а таксама важнасцю інтэпрэтацыі гісторыка-культурнай спадчыны ў межах нацыянальнага дыскурса.

Ключавыя словы: мемарыялізацыя гісторыка-культурнай спадчыны; месцы памяці; паўстанне 1863–1864 гг.; Берасцейшчына.

На тэрыторыі Беларусі захавалася даволі шмат згадак аб паўстанні 1863–1864 гг. – кенатафы, магілы паўстанцаў, рэшткі іх сямейных гнёздаў, памятныя табліцы і помнікі, месцы вайсковых дзеянняў. Гэтая падзея да сёняшняга часу застаецца часткай гістарычнай памяці і аб'ектам даследавання навукоўцаў. Тым не менш, стан многіх аб'ектаў патрабуе больш шчыльнай увагі, грунтоўнага вывучэння, а таксама ўвядзення ў нацыянальны дыскурс.

Пасля пачатку паўстання Берасцейшчына стала арэнай шматлікіх баёў паміж паўстанцамі і царскімі войскамі. Найбольшыя значныя з іх адбыліся ў Пружанах, пад Мілавідамі і пад Столінам. Тут дзейнічалі мясцовыя і іншыя паўстанцкія атрады. Напрыклад, брэсцкі атрад Я. В. Ваньковіча, які разам з кобранскім атрадам Р. Траўгута зрабіў рэйд на Піншчыну і Валынь. Атрады В. Урублёўскага доўгі час дзейнічалі ў Белавежскай, Пружанскай і Ружанскай пушчах [1, с. 16]. Таму гэты беларускі рэгіён захоўвае шмат памятных месцаў, дзе ваявалі, жылі, працавалі і дзейнічалі паўстанцы. Акрамя таго маюцца і мемарыялы, прысвечаныя падзеям 1863–1864 гг. Яны даволі разнастайныя і маюць пэўныя асаблівасці ў параўнанні з іншымі тэрыторыямі Беларусі, закранутымі паўстаннем.

Можна правесці класіфікацыю помнікаў, прысвечаных паўстанню 1863–1864 гг.: памятныя месцы (месцы, якія наведвалі кіраўнікі паўстання; месцы працы паўстанцаў; месцы навучання паўстанцаў;

месцы смерці паўстанцаў; месцы, дзе паўстанцы адбывалі пакаранні; месцы пражывання паўстанцаў; месцы рязмяшчэння паўстанцкіх арганізацый; месцы пахавання); мемарыяльныя камяні; мемарыяльныя калоны; капліцы; помнікі.

Прыкладам месца, якое наведвалі кіраўнікі паўстання, можа служыць капліца-ўсыпальніца рода Ажэшкаў у Закозелі Драгічынскага раёна, якая мае дачыненне да паўстання. Менавіта тут Ажэшка хавала раненага Рамуальда Траўгута ад рускіх жаўнераў [2].

Паўстанцы таксама не абмінулі і галоўную славетасць Брэста – Брэсцкую крэпасць. Дадзенае кропка з’яўляецца комплекснай, бо ў межах Брэсцкай крэпасці калісьці працавалі, навучаліся і нават паміралі паўстанцы.

У першую чаргу крэпасць звязана з асобай Юзафа Каліноўскага. Гэта не сваяк Катуся, але ж даволі блізкі да яго чалавек. З восені 1860 да траўня 1863 г. Юзаф Каліноўскі служыў у Брэсцкай крэпасці вайсковым інжынерам і быў адным з яе будаўнікоў. Ён пабудаваў адзін з парыхавых склепаў, пакуль яшчэ невядома, на Кобрынскім ці на Цярэспальскім умацаванні. Да 1863 г. малады афіцэр служыў інжынерам-капітанам у Брэсцкай крэпасці.

У траўні Ю.Каліноўскі дэмабілізаваўся з рускага войска па стане здароўя. Ён вяртаецца ў Вільню, дзе працуе настаўнікам географіі. Падчас працы ён падтрымлівае сувязь з кіраўнікамі паўстання і ўваходзіць у склад Нацыянальнага ўрада паўстання. Як былога вайскоўца ў чэрвені 1863 г. яго назначаюць на пасаду кіраўніка секцыі Выканаўчага аддзела Літвы. Пасля паўстання Юзаф Каліноўскі 13 сакавіка 1864 г. быў арыштаваны. А ў чэрвені 1864 г. яму абвясцілі прысуд: свяротнае пакаранне праз расстрэл. Але дзякуючы намаганням родных прысуд змянілі на ссылку. Каліноўскага пазбавілі шляхецкіх правоў і матэрыяльных дабротаў, і саслалі ва Усоллі. У 1872 г. Юзаф быў вызвалены і скіраваўся ў Вільню, але жыць яму там не дазволілі. У красавіку 1874 г. Юзаф Каліноўскі прыязжае ў Варшаву. А ўжо 15 ліпеня 1877 г. Юзаф Каліноўскі прыбывае ў дом айцоў кармэлітаў у Грацы (Аўстрыя), дзе ўступіў у Ордэн кармэлітаў босых і прыняў манаскае імя – брат Рафал. Служыў настояцелем у в. Чэрна каля Кракава, а пасля і ў Вадавіцах. Айцец Рафал з’яўляўся аўтарам успамінаў пра паўстанне 1863–1864 гг. Папа Ян Павел II кананізаваў яго 17 лістапада 1991 г. у Рыме [3].

Але, на вялікі жаль, ні горад, ні крэпасць не памятае, што калісьці там працаваў герой паўстання і чалавек, які вядомы ўсім каталіцкім вернікам свету, як апекун афіцэраў і вайскоўцаў, заступнік у цяжкіх

У перабудаваным будынку былога бернардынскага кляштару змяшчаўся Берасцейскі кадэцкі корпус. Гэта была закрытая навучальная

ўстанова для дзяцей дваран, штаб- і обер-афіцэраў ва узросце 9–12 гадоў. У сувязі з пачаткам Крымскай вайны і абвешчэннем ваеннага становішча ў Брэсцкай крэпасці корпус у 1854 г. быў пераведзены ў Маскву, а ў 1860 г. у Вільню, дзе быў скасаваны з сувязі з рэформай ваенна-навучальных устаноў [4].

Шмат хто з выхаванцаў корпуса пазней сталі кіраўнікамі і ўдзельнікамі паўстання ў 1863–1864 гг. Сярод навучэнцаў кадэцкага корпуса быў і Зыгмунд Падлеўскі. Сын удзельніка паўстання 1830 г. Уладзіслава Падлеўскага. Падлеўскі становіцца начальнікам Плоцкай губерніі Польшчы. У адной з бітваў Падлеўскі трапіў у палон і быў растрэляны [4].

У нашыя часы былы кадэцкі корпус уяўляе самой толькі руіны і пра ніякія узгадкі пра паўстанне размовы ісці не можа, але ж яго можна лічыць адным з памятных месцаў звязаных з паўстаннем, дзе выходзіліся будучыя паўстанцы і гартаваўся іх дух.

Акрамя таго, вядома, што прыкладна пяць паўстанцаў былі пакараны смерцю на тэрыторыі Брэсцкай крэпасці. Дакладнага месца мы не ведаем, але вядомы асобы, якія знайшлі свой апошні спакой на тых землях.

Сярод іх Станіслаў Адамовіч. Паходзіў Адамовіч з сям’і збяднелайга шляхціча Люцынскага павета Віцебскай губерні, які не здолеў пацвердзіць свае правы і быў залічаны да сялян. Адамовіч забралі ў жаўнеры, але ён неаднаразова спрабаваў збегчы – беспаспяхова. Пашанцавала яму толькі ў 1863 г., падчас маршу яго палка пяхоты паміх Варшавай і Гродна. Ён далучыўся да паўстанцаў, браў удзел у нападзе на пінскі паштовы экіпаж, спаленні моста праз раку Ясельду, у захопе Пружанаў і забойстве двух салдат. Пасля разгрому атрада, у які ўваходзіў Адамовіч, паўстанца схавалі і прысудзілі 11 гадоў катаргі. Але Мураўёў уласнаручна замяніў прысуд на расстрэл [5, с.56].

На тэрыторыі Брэсцкай крэпасці раней знаходзілася турма, у былым кляштары брыгатак. Кляштар быў перабудаваны для патрэб ваеннага ведамства. Пасля паўстання 1863–1864 гг. брыгатакі казармы спачатку пераабсталёўваюцца на ваенна-выпраўленчую, а крыху пазней – у перасыльную вязніцу ці турму [4]. Паводле царскай статыстыкі з восень 1863 г. прыз крэпасць прайшло каля 100 паўстанцаў.

Брэсцкая крэпасць – памятная месца, якое мае ў сабе даволі шмат узгадак пра паўстанне і паўстанцаў, але ніводная з падзеі і асоб, што звязаны з дадзеным месцам не мемарыялізаваны і не маюць узгадак.

Больш таго, ніхто не ведае, дзе былі пакараны смерцю тыя 5 паўстанцаў і палова месцаў памяці знаходзіцца ў занядбалым стане.

Можам узгадаць сядзібу Скірмунтаў ў маёнтку Калоднае, дзе нейкі час пражывала адна з удзельніц паўстання. Сядзіба належала Аляксандру Скірмунту і яго жонке Гартэнзіі Орде, якая была сястрой мастака Напалеона Орды. У Калодным у сям’і нарадзілася дачка Гелена Скірмунт, у будучым вядомая мастачка, разьбярка. За падтрымку паўстання 1863–1864 гг. і тайную перапіску з Р.Траўгутам Гелена была затрымана ў Рухчы, дзе жыла з сям’ей. Аказалася ў пінскім арыштанскім доме, пасля саслана ў Тамбоў, а яе муж Казімір у Кастраму.

Сядзіба была разрабавана пасля падзей 1863–1864 гг. і разбурана ў пасляваенныя часы. Да нашых часоў ад ансамбля засталіся толькі рэшткі парку, падмуркі палаца, склеп і млын [6, с.305–306].

Падводзячы вынік, можна сказаць, Берасцейшчына налічвае больш за 30 месцаў гістарычнай памяці. Па колькасці вылучаюцца памятных месцы. БыТаксама з’яўляецца новы тып месца памяці – месцы смерці паўстанцаў, якога на Гродзеншчыне мы не назіралі. Напрыклад, плошча ў Кобрыне ці Брэсцкая крэпасць, дзе былі пакараны смерцю Станіслаў Адамовіч і Багуслаў Паўловіч.

Акрамя таго Берасцейшчына мае даволі шмат пахаванняў і месцаў баёў. Рэгіён ганарыцца новым тыпам мемарыяла, якога не назіраецца на Гарадзеншчыне – мемарыяльная калонна. Такія знаходзяцца ў 2-х кропках рэгіёна: вёскі Магілёўцы і Палонск [7]. Асаблівасцю дадзеных помнікаў з’яўляецца тое, што дакладна не вядома, калі і па якой нагодзе яны ўсталёўваліся. Таксама ўвагі заслугоўвае і такі мемарыял, як капліца. Такі тып мемарыяла прысвечаны паўстанню ў краіне толькі адзін, на месцы бітвы пад Мілавідамі[7]. Разам з тым Берасцейшчына мае помнік другому боку паўстання – рускім жаўнерам, якія змагаліся пад тымі жа Мілавідамі.

Не гледзячы на намаганні энтузіястаў, мемарыялы не маюць добрай інфраструктуры, пра іх мала хто ведае, і як вынік, яны не выконваюць свае ідэалагічныя, інфарматыўныя, адукацыйныя і іншыя функцыі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Збор помнікаў гісторыі і культуры Беларусі: Брэсцкая вобласць. – М.: Беларуская савецкая энцыклапедыя імя П. Броўкі, 1984. – 367 с.
2. Як наведарць Элізу Ажэжку [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://www.tio.by/info/newspaper/11372/>. – Дата доступу: 05.04.2022.
3. Святы Рафал Каліноўскі [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://catholic.by/3/liturgy/saints/4385-svyaty-rafa>. – Дата доступу: 10.03.2022.

4. Брэсцкая крэпасць таксама можа аддаць пакараных смерцю паўстанцаў Каліноўскага [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://www.b-g.by/news/bresckaya-krepasc-taksama-moz>. – Дата доступу: 20.03.2022.
5. *Смирнов, А. Ф.* Восстание 1863 года в Литве и Белоруссии / А. Ф. Смирнов – М.: Издательство Академии Наук СССР, 1963. – 392 с.
6. *Несцярчук, Л.* Замкі, палацы, паркі Берасцейшчыны Х–XX стагоддзяў / Л. Несцярчук. – М.: БЕЛТА, 2002. – 335 с.
7. Мясыціны, звязаныя з паўстаньнем на Берасьцейшчыне [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://be.convdocs.org/docs/index-119887.html>. – Дата доступу: 24.03.2022.

КАЛЕКТЫВІЗАЦЫЯ ЗАХОДНІХ АБЛАСЦЕЙ БССР У 1944–1953 ГГ. ПА АРХІЎНЫХ МАТЭРЫЯЛАХ МАЛАДЗЕЧАНСКОЙ ВОБЛАСЦІ

А. А. Мядзведзева

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

sasha100965@gmail.com;

наук. кір. – А. Г. Кахановскі, д-р гіст. навук, праф.

Артыкул прысвечаны калгаснаму будаўніцтву ў заходніх абласцях Беларускай Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі ў 1944–1953 гг. Мэта – разгледзіць калектывізацыю ў заходніх раёнах Беларускай Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі ў 1944–1953 гг. На прыкладзе Маладзечанскай вобласці разгледжаны працэс аднаўлення сельскай гаспадаркі ў пасляваенны перыяд у заходніх абласцях Беларускай Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі, вызначаны этапы калектывізацыі ў заходніх абласцях Беларускай Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі. Трэба адзначыць, што ў выніку калектывізацыі адбыліся структурныя змены ў сельскай гаспадарцы заходніх абласцей Беларускай Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі, якія адбыліся на жыцці сялянства ў цэлым. У гістарыяграфіі пытанне калектывізацыі ў большасці выпадкаў не з'яўляецца прадметам спецыяльнага разгляду – гэты працэс разглядаецца ў больш шырокім кантэксце.

Ключавыя словы: калектывізацыя заходніх абласцей БССР; этапы калектывізацыі; кааперацыя; масавая калектывізацыя; калектывізацыя Маладзечанскай вобласці.

У 1944–1953 гг. адбыліся структурныя змены ў сельскай гаспадарцы Заходняй Беларусі – у гэты час была праведзена калектывізацыя і абсалютная большасць сялянскіх гаспадарак была аб'яднана ў складзе калгасаў і саўгасаў. Усё гэта вельмі змяніла жыццё сялянства, т.я. да гэтага часу жыхары заходніх абласцей БССР вялі аднаасобную гаспадарку, а ў выніку калектывізацыі яны былі аб'яднаны ў складзе калектывных гаспадарак. У пасляваенны перыяд калектывізацыю заходніх абласцей БССР можна падзяліць на два этапы.

Першы этап калектывізацыі (1944–1948 гг.) быў накіраваны на стварэнне перадумоў для правядзення масавай калектывізацыі. У гэты перыяд адбывалася аднаўленне гаспадаркі пасля вайны, тэхнічная і маральна-псіхалагічная падрыхтоўка заходнебеларускага грамадства да зменаў.

Быў узят курс на кааперацыю – з 1945 года заахвочвалася сялянская ініцыятыва па стварэнні рознага роду першасных формаў кааперацыі. У жніўні 1947 года бюро Маладзечанскага абкама КП(б)Б прыняла пастанову аб стварэнні сялянскіх таварыстваў узаемадапамогі і груп сумеснай апрацоўкі зямлі. Адзначалася, што раней, у перыяд веснавой сяўбы ў Маладзечанскай вобласці былі створаны 13 груп па сумеснай

апрацоўцы зямлі, у якой было аб'яднана 147 сялянскіх гаспадарак. Яны сумесна апрацавалі 142 гектара зямлі [1, с. 55–57].

На першым этапе калектывізацыі прадугледжвалася добраахвотнае ўступленне насельніцтва ў калгасы. У 1947 годзе на чэрвеньскім пленуме ЦК КП(б)Б партыйным арганізацыям у адносінах да калектывізацыі ставілася задача не задавацца шырокімі планами, строга выконваць палітыку партыі ў галіне палітыкі калектывізацыі і не дапускаць паспешлівасці ў справе стварэння калгасаў [1, с. 58].

Патрэбна адзначыць, што ў гэты перыяд калектывныя гаспадаркі адчувалі востры недахоп інвентару, насення, угнаенняў, што тармазіла аднаўленне аграрнага сектара. Нездавальняючы характар насіла арганізацыя працы, бо ў многіх калгасах адсутнічалі нормы выпрацоўкі, не складаліся вытворчыя і працоўныя планы, не былі заведзены працоўныя кніжкі, былі праблемы з налічэннем трудадзён. Напрыклад, калгасніку Скарынкевічу В. С. за 68.40 адпрацаваных дзён у 1946 годзе не выплацілі належныя грошы і хлеб [2, с. 37], а ў калгасе імя І. В. Сталіна Узбалоткага сельсавету за 1946 год вялікі працэнт працадней пайшоў на адміністрацыйна-кіраўнічы апарат, а трое калгаснікаў не выпрацавалі мінімуму працадней [3, с. 7].

Патрэбна адзначыць, што вялікая колькасць калгасаў заходніх абласцей БССР паспяхова спраўлялася з усімі сельскагаспадарчымі работамі. Паступова ішло пашырэнне пасяўных плошчаў, развівалася жывёлагадоўля. Калгаснікі своечасова, а даволі часта і датэрмінова выконвалі дзяржаўныя абвязацельствы па пастаўках сельскагаспадарчай прадукцыі. Напрыклад, у сельгасарцелі «Чырвоная зорка» Вілейскага раёна ў 1948 годзе сабралі з аднаго гектара па 18 цэнтнераў жыта і па 15 цэнтнераў пшаніцы [4, с. 144]. Увогуле Маладзечанская вобласць у кастрычніку 1948 года здала хлеба зверхплану на 195 тысяч пудоў [5]. А калгас імя Я. Купалы Радашковіцкага раёна выканаў план сева ранішніх збожжавых культур на 101,3 %, ільна на 100 % [6].

Аднак, працэс аднаўлення і стварэння калгасаў праходзіў вельмі павольна, таму ў кастрычніку 1948 года на тэрыторыі заходніх абласцей Беларусі было 715 калгасаў (4,9 % калектывізацыі). У Маладзечанскай вобласці быў створаны 61 калгас [7].

Другі этап калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР адбываўся ў 1949–1952 гг. На пачатак 1949 года ўжо былі створаны перадумовы для больш маштабнага і хуткага працэсу калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР. Таму пасля XIX з'езда КП(б)Б было прынята рашэнне праводзіць масавую калектывізацыю.

У гэты перыяд узмацнілася агітацыя сялян па стварэнні калгасаў. У 1949 годзе сталі распаўсюджвацца экскурсіі сялян-аднаасобнікаў

заходніх абласцей БССР у перадавыя гаспадаркі ўсходніх раёнаў БССР. Напрыклад, у 1949 годзе земляробы Маладзечанскай вобласці пабывалі ў калгасах «1 Мая» і «Чырвоны Маяк» Слуцага раёна [1, с. 60].

У сакавіку 1949 года прайшоў I з'езд калгаснікаў Маладзечанскай вобласці, на якім прысутнічалі прадстаўнікі 370 калгасаў, якія аб'ядноўвалі 13840 сялянскіх гаспадарак і 55 тысяч чалавек. З'езд прайшоў пад эгідай масавага руху працоўных за сацыялістычную перабудову сельскай гаспадаркі вобласці [8].

Тэмпы росту калектыўных гаспадарак у 1949–1952 гадах былі вельмі высокімі. Уступалі цэлымі вёскамі, у архівах захоўваюцца дадзеныя сялянскіх сходаў, на якіх прымалі рашэнні аб стварэнні калгасаў. Аднак, даволі часта калгас стваралі і ён заставаўся на паперы, бо не было кааперацыі і абагульнення жывёлы, прылад працы, зямель [1, с. 82].

На другім этапе калектывізацыі адбывалася ўкрупненне калгасаў. У пастанове ЦК ВКП(б) ад 30 мая 1949 года «Аб узбуйненні дробных калгасаў і задачах партыйных арганізацый у гэтай справе» было прапісана, што «дробныя калгасы не могуць эфектыўна ўкараняць новую тэхніку і тэхналогію». У выніку, больш за 2200 дробных калгасаў былі аб'яднаны ў 599 узбуйненых калгасаў [9, с. 117].

На IV пленуме ў маі–ліпені 1950 года ЦК КП(б)Б канстатавалася, што масавая калектывізацыя ў заходніх абласцях БССР пачата з вялікім спазненнем (толькі ў 1949 годзе), у практычнай рэалізацыі дапускалася шмат памылак і калектывізацыя моцна зацягнулася [11]. З дадзеным сцвярджэннем быў не згодзен першы сакратар Маладзечанскага абкама КП(б)Б І. Ф. Клімаў, які аспрэчыў наяўнасць вялікай колькасці памылак у партыйнай працы. Ён таксама ўдакладніў, што масавая калектывізацыя ў заходніх абласцях БССР пачалася ў большасці абласцей летам і восенню 1948 года, калі цэлыя вёскі беднякоў і сярднякоў масава запісваліся ў калгасы. Таксама было адзначана, ЦК КП(б)Б з вялікім спазненнем усвядоміў гэты працэс [12].

У лютым 1951 года была пастаўлена задача завяршыць калектывізацыю, палітычна і арганізацыйна-гаспадарча ўмацаваць калгасы. Была зроблена ўстаноўка – скончыць калектывізацыю за 2–3 месяцы, каб выясную сяўбу правесці калектыўна. На 1 кастрычніка 1951 года створана 4567 калектыўных гаспадарак, працэнт калектывізацыі – 89,4 %. На пачатку 1952 года ў заходніх абласцях БССР было аб'яднана ў калгасы 90,4 % сялянскіх гаспадарак.

У верасні 1952 года на XX з'ездзе КП(б)Б падвялі вынікі калектывізацыі. Было канстатавана, што калектывізацыя ў заходніх абласцях БССР завершана. [1, с. 126].

У выніку патрэбна сказаць, што правядзенне калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР прывяло да змянення сацыяльна-эканамічнай структура вёскі. Адбыўся пераход ад шматукладнай эканомікі на дадзенай тэрыторыі да аднаўкладнай. Адзінаасобная сістэма гаспадарання змянілася на кааператыўную ў выглядзе сельгасарцеляў і калгасаў. Змянілася сацыяльная структура вёскі: заможны клас сялян знік, а на іх месцы прыйшлі беднякі і сярэдніякі. Больш заможная частка сялянства была раскулачана. Была парушана ранейшая форма жыцця ў заходніх абласцях БССР і адразу ж створана новая. Калектывізацыя прывяла да зменаў у жыцці грамадства, да страты былых каштоўнасцей і да фарміравання светапогляду савецкага чалавека.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Смяховіч, М. У.* Сельская гаспадарка Беларусі ў 1943-1991 гг: этапы развіцця, дасягненні, вопыт/ М. У. Смяховіч –НАН, Інст-т гісторыі. –Мінск: Беларуская навука, 2017. – 439 с.
2. Заявление колхозника В. С. Скорынкевича правлению колхоза имени И. В. Сталина Хожевского сельсовета Молодечненского района об оплате труда, 04.03.1947// Аграрные преобразования в Молодечненской области, 1944–1953 гг.: документы / НАРБ, ЗГА г. Молодечно, Археографическая комиссия Комитета по архивам и делопроизводству при Совете Министров Республики Беларусь. – Минск: НАРБ, 2003. – 435 с.
3. Замечания и предложения заведующего Воложинским райзо Г. Л. Бараникова по отчету колхоза имени И. В. Сталина Узболотского сельсовета об основной деятельности за 1946 г., 05.03.1947// Аграрные преобразования в Молодечненской области, 1944—1953 гг.: документы / НАРБ, ЗГА в г. Молодечно, , Археографическая комиссия Комитета по архивам и делопроизводству при Совете Министров Республики Беларусь. – Минск: НАРБ, 2003. – 435 с.
4. *Полуян, И. В.* «Социально-экономические и культурные преобразования / И. В. Полуян // Назаўсёды разам: Да 60-годдзя ўз’яднання Заходняй Беларусі з БССР. – Мінск: БелЭН, 1999. – С. 109–115.
5. *Барадач, Г. А., Дамарад К. І.* Калектывізацыя сельскай гаспадаркі ў заходніх абласцях БССР/ Г. А. Барадач – Мінск: Дзярж. Выд-ва БССР, 1959. – 166 с.
6. Справки молодечненского обкома о проведении отчетно-выборных собраний в колхозах области, об итогах социалистического соревнования и о плане посева льна// НАРБ. – Ф. 4п. – О. 46. – Д. 351. – Л. 5.
7. Постановление Молодечненского обкома КП(б)Б от 03.07.1948 о полусении знамени Совета Министров БССР и ЦК КП(б)Б// Зональный государственный архив в г. Молодечно. – Ф. 237. – Оп. 4. – Д.25. – Л. 106, 107, 192.
8. Стенограмма совещания по вопросу колхозного строительства в западных областях Белоруссии от 21.10. 1948// НАРБ. – Ф. 4п. – О. 29. – Д. 623. – Л. 48–77.
9. Из доклада первого секретаря Молодечненского обкома КП(б)Б И.Ф. Климова на I съезде колхозников области, 18.03.1949 Аграрные преобразования в Молодечненской области, 1944–1953 гг.: документы / НАРБ, ЗГА г. Молодечно, Археографическая комиссия Комитета по архивам и делопроизводству при Совете Министров Республики Беларусь. – Минск: НАРБ, 2003. – 435 с.

10. О помощи западным областям в наведении порядка в землепользовании новых колхозов, 4.07.1949// НАРБ. – Ф. 4п. – О.46 – Д. 390 – Л. 247.
11. Из доклада первого секретаря ЦК КП(б)Б Н. И. Гусарова на VI пленуме ЦК КП(б)Б о решении ЦК ВКП(б) о недостатках в руководстве ЦК КП(б)Б сельским хозяйством, 31.05.1950// НАРБ – Ф. 4п.– Оп. 20. – Д. 269. – Л.26–30.
12. Из выступления первого секретаря Молодечненского обкома КП(б)Б на VI пленуме ЦК КП(б)Б, 01.06.1950// НАРБ– Ф. 4п. – Оп. 20. – Д. 269. – Л. 127–129.

ПОЛОЖЕНИЕ КАТОЛИЧЕСКОЙ ЦЕРКВИ В ИСПАНИИ В ПЕРИОД ВТОРОЙ РЕСПУБЛИКИ (1931–1936)

В. И. Настусевич

Белорусский государственный университет, г. Минск;

valeria.nastusevich@gmail.com;

науч. рук. – Д. Г. Ларионов, канд. ист. наук, доц.

Статья посвящена положению Католической Церкви в годы Второй Испанской Республики. Рассматривается антиклерикальное законодательство, принятое республиканским правительством, и реакция на него католических кругов.

Ключевые слова: Католическая Церковь; Вторая Испанская Республика; Католическое Действие; CEDA.

Католицизм в Испании на протяжении многих столетий играл существенную роль, являясь важным фактором в истории развития страны. «Быть испанцем – значит быть католиком» [1, с. 62], – вполне традиционное утверждение, характерное для первой половины XX в. Католическая Церковь не только была союзницей государственной власти, но и принимала непосредственное участие в управлении страной, влияя на ее социальную, экономическую и политическую жизнь.

Однако с провозглашением в апреле 1931 г. Второй Испанской Республики положение Церкви коренным образом изменилось, поскольку Юридический статут, принятый Временным правительством Испании, устанавливал свободу культов и вероисповедания (Ст. 3) [2, с. 117]. Рядовое духовенство приняло Республику настороженно; большинство испанских епископов с самого начала были настроены враждебно по отношению к новому государству. Вместе с тем представители Церкви надеялись на сохранение благоприятных условий действующего Конкордата 1851 г. [3, р. 152], по которому Испания являлась конфессиональным государством, а католицизм назывался «единственной религией испанской нации» [4].

Первая критика режима со стороны Церкви прозвучала от кардинала-примаса Испании П. Сегура. 1 мая 1931 г. было опубликовано пастырское послание. В нем он призывал католиков, вне зависимости от их политических убеждений, объединиться для избрания в Учредительные кортесы своих кандидатов, которые могли бы отстаивать права Церкви [5]. После публикации послания на примаса Испании и Святой Престол было оказано политическое давление со стороны республиканского правительства.

10–12 мая 1931 г. по Испании прокатилась волна поджогов и разрушений церковного имущества, в испанской культуре получившая

название «сожжение монастырей» (исп. «*quema de conventos*»). По всей стране было разрушено более ста религиозных зданий [6, р. 153]. Несмотря на это официальный Ватикан никак не отреагировал на произошедшее. Его дипломаты признали новый режим и высказали надежду на то, что возникшие проблемы будут решены без каких-либо столкновений и конфронтаций [7, р. 18, 22].

13 мая 1931 г. кардинал П. Сегура вынужденно покинул страну [8, р. 222]. Обязанности примаса были возложены на кардинала Ф. Видаль-и-Барракера, который после изгнания П. Сегуры стал одной из ключевых фигур испанской Католической Церкви, лояльно относившейся к республиканскому режиму.

Переломным моментом в отношениях Церкви с властями стало принятие 9 декабря 1931 г. Конституции Второй Испанской Республики. В ней впервые в истории объявлялось, что «Испанское государство не имеет официальной религии» (Ст. 3) [9]. Наибольший резонанс в католических кругах вызвали 26 и 27 статьи Конституции. Согласно им Конкордат 1851 г. был де-факто аннулирован в одностороннем порядке, Церковь отделялась от государства, в связи с чем был наложен запрет для нее владеть промышленными предприятиями, заниматься торговлей и преподаванием. Предполагалось принятие в течение двух лет специального закона, регулирующего сокращение государственных дотаций на нужды Церкви [9]. Также, согласно Конституции, планировался роспуск некоторых религиозных орденов, в связи с тем, что их деятельность угрожала безопасности государства. Это положение (Ст. 26) было направлено против Ордена иезуитов, поскольку помимо трех канонических обетов они давали еще один – послушание Папе Римскому, что трактовалось как подчинение другому государству [6, р. 154].

Следующим этапом противостояния правительства с Католической Церковью было принятие 2 июня 1933 г. Закона о религиозных конфессиях и конгрегациях. Он закреплял положения, постулируемые Конституцией. Одновременно новый закон запрещал религиозным орденам и конгрегациям заниматься какой-либо политической деятельностью (Ст. 23) [10].

Реакция Католической Церкви на принятие антицерковных законов представляла собой обращения локальных групп испанских кардиналов и епископов, призывающих католиков к мобилизации и борьбе против правительства «за полное восстановление прав церкви» [11, с. 88]. Вскоре на проблему обратил внимание Папа Пий XI (1922–1939). Так, в энциклике *Dilectissima Nobis* («О притеснении Церкви в Испании»), опубликованной 3 июня 1933 г., он выразил свою обеспокоенность ситуацией, осудил «антихристианский дух» испанского режима, заявил, что За-

кон о религиозных конфессиях и конгрегациях оскорбляет Церковь и призвал католиков объединиться против Республики [12, р. 291].

В связи с этим, в среде испанских католиков в 1930-е гг. выросла потребность в духовном сплочении на основе традиционализма. Католическая Церковь, стараясь приспособиться к новым условиям, стала создавать организации религиозного, социального и политического характера. Пожалуй, одной из самых важных организаций того времени было Католическое Действие (КД) (исп. Acción Católica). Его главная задача состояла в распространении христианских идей и принципов в обществе и противостояние секуляризму [13, с. 941]. Все члены КД делились по половозрастному признаку на 4 группы: мужчины, женщины, юноши и девушки. В 1931 г. количество членов испанского КД составляло около 10 тыс. человек [14, р. 4]. К 1934 г. их количество увеличилось до 273 тыс. человек. Кроме того, к середине 1930-х гг. КД принадлежала сеть школ, более 200 просветительских центров для рабочих и имелась собственная пресса [15, с. 100]. Одновременно с этим КД в Испании оказывало активную поддержку политическим партиям, созданным по конфессиональному принципу. Для лоббирования церковных интересов члены КД стремились проникнуть на высокие посты в правительстве и в другие политические институты [11, с. 89].

Кроме того, особое внимание стоит уделить Испанской конфедерации автономных правых (исп. Confederación Española de Derechas Autónomas – CEDA), которая на протяжении 1930-х гг. являлась самой влиятельной католической политической организацией. Она была создана в марте 1933 г. На учредительном конгрессе организация представляла интересы около 800 тыс. человек [15, с. 101]. Центральное ядро CEDA составило КД. Помимо его в состав вошли региональные правые католические организации и партии аграрного характера. Во время избирательной кампании 1933 г. в парламент CEDA выдвинула лозунги «защиты религии» и одновременно «защиты порядка, семьи и собственности», требуя пересмотра Конституции 1931 г. [2, с. 120]. С октября 1934 г. представители CEDA вошли в республиканское правительство. Благодаря их деятельности многие принятые антицерковные законы не вступили в полную силу.

Таким образом, годы Второй Испанской Республики были ознаменованы реформами правительства, направленными на уменьшение влияния Католической Церкви в обществе. В Испании, где Церковь имела сильные позиции в области экономики, политики и культуры, Ватикан всегда старался бороться за сохранение этих привилегий. Однако решительных действий, приведших бы к разрешению конфликта между республиканскими властями и Церковью, в данный период от Святого Престола не

последовало. Отношение испанского епископата к сложившейся ситуации было различным: последователи кардинала-примаса П. Сегуры были настроены на радикальное сопротивление, в то время как сторонники епископа Ф. Видаль-и-Барракера относились к режиму лояльно. Ключевым событием в отношениях Церкви и государства стало принятие Конституции 1931 г., закреплявшей за Испанией статус светского государства. Конституция и последующие законы определили новую модель взаимоотношений между Церковью и государством. Постепенно испанская Церковь стала формировать собственные политические организации и в политической жизни страны.

Библиографические ссылки

1. Коваль, Т. Б. Современная Испания: в лабиринте идентичностей / Т. Б. Коваль // Культурная сложность современных наций / отв. ред. В. А. Тишков, Е. И. Филиппова; Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН. – М.: Политическая энциклопедия, 2016. – С. 57–77.
2. Туньон де Лара, М. Испанская церковь и война 1936–1939 гг. / М. Туньон де Лара // Проблемы испанской истории: сб. ст. / АН СССР, Ин-т всеобщ. истории. – М.: Наука, 1971. – С. 112–137.
3. Payne, S. G. Spanish catholicism: an historical overview / S. G. Payne. – Madison, Wisc.: University of Wisconsin Press, 1984. – 263 p.
4. El Concordato de 1851 [Recurso electrónico]. – Modo de acceso: <https://books.google.es/books?id=GNYC AAAAYAAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>. Fecha de acceso: 17.03.2022.
5. La pastoral del cardenal Segura, primado de España, que se ha publicado en el Boletín del Arzobispado de Toledo 7 mayo 1931 [Recurso electrónico]. – Modo de acceso: <https://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/el-gobierno-de-la-ii-republica-detiene-y-expulsa-de/#.YkmjpehBw2x>. Fecha de acceso: 17.03.2022.
6. Sánchez-Moreno, M. Memoria, religión y democracia. Problemáticas de las relaciones entre la Santa Sede y España / M. Sánchez-Moreno // Historia Actual Online. – 2020. – Vol. 51. – P. 153–166.
7. De Guzmán, E. Hace cincuenta años: La “Quema de los Conventos” / E. de Guzmán // Tiempo de historia. – 1981. – Vol. 79. – P. 14–23.
8. Fernández García, A. La Iglesia ante el establecimiento de la II República / A. Fernández García // Cuadernos de. Historia Moderna y Contemporánea. – Madrid: Ed. Univ. Complí. – 1984. – Vol. 5. – P. 215–237.
9. Constitución española de 1931 [Recurso electrónico]. – Modo de acceso: https://es.wikisource.org/wiki/Constituci%C3%B3n_espa%C3%B1ola_de_1931. Fecha de acceso: 17.03.2022.
10. Ley de Confesiones y Congregaciones religiosas [Recurso electrónico]. – Modo de acceso: https://es.wikisource.org/wiki/Ley_de_Confesiones_y_Congregaciones_religiosas. Fecha de acceso: 17.03.2022.
11. Мэнхэттэн, А. Ватикан. Католическая церковь – оплот мировой реакции / А. Мэнхэттэн; [пер. с англ. И. Боронос и Н. Лосевой]. – М.: изд. и тип. Гос. изд. иностр. лит-ры, 1948. – 396 с.

12. Carratalá, A. Voces católicas y propaganda movilizadora ante la Ley de Confesiones y Congregaciones Religiosas / A. Carratalá // Historia y Comunicación Social. – 2014. – Vol. 19. P. 289–299.
13. Католическое Действие // Католическая энциклопедия: в 5 т. / [редакционно-издательский совет: о. Г. Церох (председатель) и др.]. – Москва: «Научная книга» Издательство францисканцев. – 2002–2013. – Т. 2: И – Л / [Аверинцев С. С. и др.]. – 2005. – С. 941–944.
14. Escartín, P. De aquella a esta Acción Católica General / P. Escartín // Acción Católica general [Recurso electrónico]. – Modo de acceso: <http://www.accioncatolicageneral.es>. – Fecha de acceso: 08.02.2021.
15. Пономарева, Л. В. Испанский католицизм XX века / Л. В. Пономарева; отв. ред. Л. Ю. Слезкин. – М.: Наука, 1989. – 284 с.

**ВИЛЕНСКИЙ ПРИВИЛЕЙ
ВЕЛИКОГО КНЯЗЯ ЛИТОВСКОГО АЛЕКСАНДРА
ОТ 6 АВГУСТА 1492 Г. КАК НАЧАЛО НОВОГО ЭТАПА В ЗАКО-
НОДАТЕЛЬНОМ ВЕЛИКОГО КНЯЖЕСТВА ЛИТОВСКОГО**

Д. В. Пясецкий

Белорусский государственный университет, г. Минск;

d. piasecki@gmail.com;

науч. рук. – А. В. Любый, канд. ист. наук, доц.

Год 1492 подарил истории большое количество знаменательных событий. 12 октября Х. Колумб открывает Америку, на Пиренейском полуострове заканчивается многовековая Реконкиста. Белорусской истории этот год подарил не в меньшей степени знаменательное событие. После смерти великого князя литовского и короля польского Казимира Ягеллончика разорвалась личная уния Великого Княжества Литовского с Королевством Польским. Великим князем литовским был избран один из сыновей Казимира Александр Ягеллончик. Хроника Быховца так описывает эти события: «По смерти же короля Казимира ляхове взяли себе королем на Коруну Польскую сына его королевича Ольбрахта, а литва взяли соби великим князем на Великое княжение Литовское брата его рожденного, другого королевича Александра» [9, с. 200]. Хроника Великого Княжества Литовского и Жемайтского следующим образом говорит об этом факте: «Того ж року Божого нарожения 1492. Александра, сына короля Казимерового, Литва на князство Литовское господаем себе взяли» [9, с. 200]. Восхождение Александра на престол Великого Княжества Литовского было обусловлено признанием этого права, прежде всего, со стороны такого органа государственной власти, как Паны-Рада. За 45 лет личной унии с Королевством Польским Паны-Рада стали высшим органом государственной власти ввиду частого и длительного отсутствия монарха в государстве. Это объясняет их возросшее влияние в Великом Княжестве Литовском, а также желание его упрочнить при новом великом князе. Так происходит ограничение власти великого князя Панами-радой. Причем приход Александра к власти был одобрен сеймом Великого Княжества Литовского, по мнению М. К. Любавского, собранным в 1492 г. [10, с. 137]

6 августа 1492 г. великий князь литовский Александр, вероятно, под давлением панов-радных, издает привилей прелатам, князьям, баронам, нобилям и мещанам Великого Княжества Литовского. Сохранился оригинал данного привилея в Archiwum Głównie Aktow Dawnych в Варшаве. Копия его присутствует в Метрике Великого Княжества Литовского, в книге 25, переписаной в конце XVI в, а именно в 1598 г. (издана

в Вильнюсе в 1998 г.) [17]. Археографическую работу над документом проделал Т. Нарбут, который поместил его в свой знаменитый труд «Zbior praw litewskich...» [18].

Особенность данного привилея для истории Беларуси очевидна: ранее они не ограничивали власть монарха так радикально, что может свидетельствовать о начале складывания сословно-представительной монархии в Великом Княжестве Литовском. Многие исследователи (Л. Голубева, А. Грицкевич) полагают, что привилей 6 августа 1492 г. был по своему характеру феодальной конституцией, которая закрепляла основы государственного и общественного устройства, господствующее положение бояр [3] [5]. «Канстытуцыйнаяй хартыей» его называет и М. В. Довнар-Запольский [7, с. 80].

Белорусский историк права А. Ф. Вишневский интерпретирует привилей 6 августа 1492 г. следующим образом: «Асаблівае значэнне для ўмацавання карпарацыйных палітычных правоў шляхты меў прывілей 1492 г. вялікага князя Аляксандра. Гэты нарматыўны прававы акт можна назваць першай агульнадзяржаўнай хартыяй шляхецкіх вольнасцей» [2, с. 24].

Данный законодательный источник следует рассматривать не отдельно, а в контексте т.н. «эпохи привилеев», которая начинается с издания великим князем литовским Ягайло привилея феодалам католического вероисповедания 20 февраля 1387 г. [2, с. 24]. Посредством издания привилеев на протяжении периода с конца XIV–XVI вв. происходил процесс изменения политического строя Великого Княжества Литовского в пользу становления сословно-представительной монархии. Привилеи издавались великокняжеской властью не только в общеземском значении, но также локально для отдельных земель или городов, а также в отношении этно-конфессиональных меньшинств, проживавших в Великом Княжестве Литовском. В этой связи следует обратить внимание на процесс изменения вступления на престол великого князя литовского. Так, следует обратить внимание на то, что великие князья литовские до Казимира Ягеллончика получали престол в трех случаях. В первом случае титул мог переходить от отца к сыну, но не всегда к старшему. Во втором случае, путем захвата власти. В третьем случае, получение данного титула от де-юре сюзерена. Однако во всех трех случаях необходимо было признание нового господаря знатью Великого Княжества Литовского.

Вообще, процесс избрания де-юре великого князя литовского прописывается в Виленско-Радомских актах 1401 г. В случае смерти Витовта король польский Владислав II Ягайло вместе с литовской стороной должны избрать нового великого князя [15, с. 34–36]. Так была создана

юридическая предпосылка для укрепления Панов-Рады и избрания Казимира и Александра Ягеллонов.

Историография по вопросам исследования земских привилеев немного отличается, вне зависимости от единого предмета исследования. Так, историки права (И. А. Юхо, А. Ф. Вишневский, Т. И. Довнар) рассматривают вопросы скорее с точки зрения идеи верховенства права и безусловности исполнения норм, изложенных в данных законодательных источниках, нереальность чего, впрочем, замечают другие исследователи Великого Княжества Литовского (А. П. Грицкевич, М. В. Довнар-Запольский, С. Б. Каун), учитывая определенную специфику феодальной эпохи в истории Беларуси.

С точки зрения формулярного анализа общеземский привилей 1492 г. состоит из инвокации, интитуляции, инскрипции, аренги, промультгации, наррации, диспозиции, корроборации, датума.

Обычно инвокация отображает фактор религиозности исторического контекста, в котором был создан источник; обращение к Богу или высшим силам. Так, инвокация в привилее 6 августа 1492 г. определена следующими словами: «У імя святой Тройцы і непадзельнага адзінства, амінь». Далее по тексту видна определённая стилистическая и смысловая схожесть данного источника с общеземским привилеем великого князя литовского Казимира 2 мая 1447 г. [14, с. 185].

Приведена следующая интитуляция: «мы, Аляксандр, з божай ласкі вялікі князь Літоўскі, Жамойцкі, а таксама земляў Русі гаспадар і спадкаемец». Инскрипция (определение адресата документа) в привилее определена следующим кругом людей: духовным прелатам, светским князьям, панам, боярам и мещанам. При этом стоит обратить внимание на то, что сохраняется такое понятие как «бояре». Далее идет нотификация (введение акта в юридическую силу, т.е. его формальная публикация).

Наррация в привилее выражена в даровании и подтверждении прав, привилегий и вольностей прелатам, князьям, баронам, нобилям и мещанам Великого Княжества Литовского как в Королевстве Польском. И с этой целью они далее по тексту прописываются. Диспозиция включает в себя 33 пункта, 12 из которых повторяют положения общеземского привилея великого князя литовского Казимира 1447 г. Корроборация выражена в наличии великокняжеской печати с соответствующим текстовым оформлением ее наличия. Датум определен словами: «Дано ў Вільні ў панядзелак у самы дзень Ператварэння Гасподня, года 1492». Преображение Господнее католики отмечают 6 августа, что и является датой издания документа. Эсхатокл завершают описание панов, присутствующих при подписании данного документа, а именно Альберт

(епископ виленский), «вельможный и высокородный» Николай Радзивиллович (воевода виленский и канцлер), Петр Мантигирдович (воевода трокский, маршалок земский), Ян Заберезинский (каштелян трокский, наместник полоцкий) Станислав Янович Кезгайло (староста жемайтский), князь Александр из Гольшан, наместник Городненский и другие многие дигнитарии, урядники и дворяне (придворные), а также Государская Рада.

Также в протоколе подчеркивается важный момент: права, которые дает или подтверждает данный документ внедряются по образцу Королевства Польского, что подчёркивает фактор перенятия институтов польского права в Великое Княжество Литовское. Польский исследователь львовской исторической школы Ф. Папе так оценил привилей великого князя литовского Александра Ягеллона: «Виленский привилей 6 августа 1492 г. продолжил движение в направлении литовского сепаратизма, обозначив четкое отделение дипломатических отношений [от Королевства Польского], также зарезервировал нижние уряды для уроженцев страны – однако недооценен его олигархический характер» [переведено нами – Д.П.] [16, с. 547].

Первая статья общеземского привилея Александра рассматривает права католического духовенства. По этому пункту подтверждались все ранее дарованные права католической церкви. Хотя, прямым текстом не говорится только о католической церкви, но следует заметить, что нет упоминания и о храмах греческого закона. При этом отмечается, что в случае смерти пастыря, либо настоятеля храма, право назначения нового должностного лица принадлежит великому князю, либо его потомкам. Стоит обратить внимание на момент, связанный со словами «абавязуемяся не іншага або не іншых прэзентаваць да іх, як тубыльца нашага вялікага княства Літоўскага, які будзе знойдзен падыходзячым». Это значит, что на религиозные должности в Великом Княжестве Литовском могли претендовать лица, которые родились в его границах, однако, далее по тексту следует оговорка, которая говорит о том, что, если такового человека нет, то великий князь имеет право поставить человека другой нации на данную должность [16, с. 547]. Можно определить, что право церковной инвеституры принадлежит великому князю литовскому. До конца неясно, распространялось ли право инвеституры на православные церкви и храмы. Можно говорить о том, что посредством подтверждения прав католического духовенства, продолжается прокатолическая политика Ягеллонов, начатая известными привилеем 20 февраля 1387 г. феодалам-католикам, а также привилеем 22 февраля 1387 г. католическому духовенству.

Привилей сообщает нам о существовавших тогда правовых санкциях. Встречаются следующие виды наказания: лишение имущества, денежные штрафы, острог и смертная казнь, которые нельзя использовать в отношении тех субъектов, кому дарован привилей [16, с. 547]. Вторая статья привилея подтверждает правовой судебный принцип, введенный привилеем 1447: право обвинителя предстать перед обвиняемым на открытом судебном заседании, что подтверждается также статьей 17 из «дарительной» части [16, с. 547]. Также заслуживает внимание момент, который в привилее Казимира гласит как «оба посполь явно стануть на суде, впадуг права христианского» [1]. Аналогичный по смыслу отрывок привилея 1492 г. гласит: «на адкрытым судзе з захаваннем каталіцкага праўнага парадку» [4, с. 220–225].

Интересный момент заключается в том, что в первых статьях упоминается о «добрах бацькаўскіх», полученных от Витовта (Александра) и Сигизмунда Кейстуовича [4, с. 220–225], но лично о Казимире упоминания нет, что, с одной стороны, подтверждает версию исследователей о том, что первая часть документа – калька с общеземского привилея 1447 г. Примечательно еще и то, что оба привилея регламентируют положение вдов, дочерей и сыновей после смерти отца и мужа.

Если говорить, о дарительной части привилея, то следует обозначить несколько важных моментов. Великий князь обязывается посылать посланцев в иностранные державы по совету Панов-Рады. В тринадцатой статье определяется перечень стран, с которыми Великое Княжество Литовское вело активные дипломатические отношения. Среди них Московия, Золотая Орда, Перекопская (Крымская) Орда, Валахия, Королевство Польское, Мазовия, Пруссия, Ливония, Псков, Великий Новгород, Тверь и Рязань [4, с. 220–224]. Это и представляет особый интерес для исследователя, т.к. на момент издания привилея 6 августа ни Золотой Орды, ни Новгорода (как государства), ни Твери нет, но на момент издания привилея 2 мая 1447 г., они существовали, однако об этом в привилее Казимира сведений нет. Выявляется проблема архаизма документа, с формальной точки зрения у нас есть наличие государственного документа, регламентирующего дипломатическую деятельность, но с технической стороны тех государств, куда бы направляли послов и делегации от ВКЛ физически не существует.

Решения, принятые совместно с Панами-Радой, великий князь не имеет право отменить, исправить или переподчинить [4, с. 220–224]. Пятнадцатая статья говорит о том, что великий князь не будет «гневацца» на панов-радных, если рассматриваемые дела их не будут устраивать [4, с. 220–224]. Дигнитарии (высшие должности), все саны, держания и уряды передаются только уроженцам Великого Княжества Литовского

и только при совещании с панами-радными, что продолжает статью общеземского привилея Казимира о назначении католического духовенства. Без доказанной вины, человека не имеют права лишить должности [4, с. 220–224] [17].

В статье 18 говорится о том, что воеводы, старосты, урядники и наместники имеют право вести дела по местным провинциальным обычаям [17]. Если наместник умирает в Виленском или Троцком поветах, то воеводы виленский и трокский должны предоставить новые кандидатуры на должность наместника великому князю соответственно. Это правило вводится и для всех других поветов [17].

Вдовы, которые владеют «спадчыннімі добрамі» после смерти мужа несут обязанность земской службы, в соответствии с размером владений [17]. Подтверждаются права, которые дал Казимир, однако то, что им было выдано «до воли господарской», теперь идет «да вырашэння і волі сваей і паноў рады нашай», но свои новые данины великий князь в праве раздавать «до воли господарской» [17].

Двадцать третья статья привилея затрагивает фискальную и финансовую стороны жизни государства. Так, пошлины, взимаемые с таможен, корчем и иного рода штрафы должны собираться в общем скарбе. Эти средства расходуются в соответствии с ухвалой Панов-Рады. Без необходимости великий князь не может брать средства из скарба и отдавать их назад, а также конфисковать их из отдельных провинций Великого Княжества Литовского [4]. О фискальной политике государства свидетельствует и статья двадцать шестая, которая описывает процесс централизованного сбора налогов и «недоимок» [4].

Великий князь один не может вести светский суд, а также передавать дела светские в суд духовный и наоборот. Также великий князь не может вести суд по духовным делам [4]. Важное внимание стоит отдать долгоиграющей формулировке: «Плябеяў, абавязваемся не адымаць у нобіляў, але ўсю набілію захоўваць у яе годнасці» [4]. Если речь о зависимых крестьянах (плебеях), то в какой-то степени эти слова можно расценивать как то, что великий князь не имеет право отбирать имущество шляхтича в лице крепостных крестьян, что согласуется со второй статьей данного привилея. Также, де-факто, это означало подчеркивание уникальности шляхты, что в XVI в. позволит набрать ее более ощутимую силу в стране [6, с. 46–48].

Тридцать вторая статья как бы подтверждает все предыдущие решения и привилеи, выданные церквям кафедральным, монастырским, соборным и парафиальным, прелатам, князьям, баронам, нобилям, боярам и мещанам Великого Княжества Литовского Жемайтского и Русского [6, с. 46–48].

Как и любой источник законодательного характера, виленский привилей 6 августа 1492 г. следует рассматривать в разрезе его особой специфики, присущей данному типу документальных источников. По нашему мнению, стоит принять во внимание, что не все нормы данного привилея могли быть реализованы в жизнь, как например, право великого князя относительно его судебной власти по параграфу 24. Хотя, документы книги 28 (1522–1552) Метрики ВКЛ содержат в себе «выроки» и судебные решения великого князя Сигизмунда Старого [11, с. 117–118].

Таким образом, в работе подчёркивается значимость виленского привилея 6 августа 1492 г. для государственно-правового и социально-экономического развития Великого Княжества Литовского. Закреплялось влияние Панов-Рады, как во внутривполитическом устройстве, так и во внешнеполитическом. Документ продолжил т.н. «эпоху привилеев», не говоря уже о том, что сама практика издания привилеев, а также латинский язык, на котором написан документ, могут свидетельствовать о проникающих в Великое Княжество Литовское тенденциях со стороны Королевства Польского, что подчёркивает процесс заимствования институтов польского права и общественной модели в государство. По нашему мнению, нельзя сказать, что данный источник законодательного характера может являться «феодальной конституцией», поскольку он не в полном объёме отражает современное ему государственно-правовое положение Великого Княжества Литовского, что подтверждается его содержанием, а лишь конкретизирует некоторые моменты государственно-го строя, семейного и религиозного права. Однако немаловажное значение относится так же и к определению термина «конституция». Возможно, вкладывая разные смыслы в расшифровку данного понятия, исследователи приходят к разным выводам.

Привилей продолжал прокатолическую политику Ягеллонов, начатую в конце XIV в., определял множественные социальные моменты, связанные с современным ему развитием Великого Княжества Литовского. Документ фактически расширил власть верхушки шляхты – магнатам, это уже можно интерпретировать как передел властных полномочий, а также создал предпосылки для дальнейшего политического укрепления шляхты в XVI в.

Библиографический ссылки

1. Акты, относящиеся к истории Западной России, собранные и изданные Археографическою комиссией Т. 1: 1340–1506. СПб., 1846. № 61. С. 73–77
2. *Вішнеўскі, А. Ф.* Гісторыя дзяржавы і права Беларусі / *А. Ф. Вішнеўскі, І. У. Вішнеўская.* – Мн.: Тетра-Снстемс, 2005. – 192 с.

3. Вялікае княства Літоўскае: Энцыклапедыя. У 2 т. Т. 2: Кадэцкі корпус – Яцкевіч / Рэдкал.: Г. П. Пашкоў (гал. рэд.) [і інш.]. – Мн.: БелЭн, 2006. – 792 с.
4. Гісторыя Беларусі ў дакументах і матэрыялах (IX–XVIII ст.) / Склад.: В. К. Шчарбакоў, К. І. Кернажыцкі, Д. І. Даўгяла. Т.1. Менск: Выдавецтва АН БССР, 1936. С. 220–225.
5. *Голубева, Л.* Привилей 1492 года / Л. Голубева // Электронная библиотека БГУ – [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/104202>. – Дата доступа: 12.07.2021.
6. *Даўматовіч К.* «Залаты век» у палітычным развіцці шляхты / К. Даўматовіч // Т. Даўгач [і інш.]. – Мінск: Беларуская навука, 2021. – С. 46–48
7. *Доўнар-Запольскі М.В.* Гісторыя Беларусі / М. В. Доўнар-Запольскі; Пер. з рус. Т. М. Бутэвіч [і інш.] – Мінск: БелЭн, 1994. – 510 с.
8. *Каун, С. Б.* Привилей 20 февраля 1387 г. как исторический источник / С. Б. Каун // Крыніцазнаўства і спецыяльныя гістарычныя дысцыпліны: навук. зб. Вып. 9 / рэдкал.: С. М. Ходзін (адк. рэд.) [і інш.]. – Мн.: БДУ, 2014. – с. 240 – 246.
9. Летапісы і хронікі Вялікага Княства Літоўскага (XV–XVII стст.) / В. А. Чамярыцкі. – Мінск : Беларуск. навука, 2015. – 479 с.
10. *Любавский М. К.* Литовско-Русский сейм / М. К. Любавский. – Москва: Университетская типография, 1901. – 1100 с.
11. Метрыка Вялікага Княства Літоўскага. Кніга 28 (1522-1552) / Падрых. да друку і навук. апарат: В. Мянжынскі [і інш.] – Менск: ATHENAEUM, 2000. – 312 с.
12. *Петраускас Р.* Правящий род и знать: к вопросу о предпосылках формирования Литовского государства / Р. Петраускас // *Studia Slavica et Balcanica Petropolitana*. – 2012. – №2. – С. 95-116
13. *Пресняков, А. Е.* Литовско-Русское государство в XIII–XVI вв. / А .Е. Пресняков. – Минск: Харвест, 2012. – 296 с.
14. *Юхо, І. А.* Гісторыя дзяржавы і права Беларусі / І. А. Юхо. – У 2ч. Ч. 1., Мн.: РІВШ БДУ, 2000. – 352 с.
15. Akta unji Polski z Litwą 1385 – 1791 / S. Kutrzeba, W. Semkowicz, Kraków: Drukarnia Uniwersytetu Jagiellońskiego, 1932. – 570 s.
16. Historia polityczna Polski. Cz 1: Wieki srednie / opr. Stanislaw Zakrewski [et al.]: Akademia Umietnosci – Krakow, 656 с.
17. Lietuvos Metrika. Knyga Nr. 25 (1387-1546): Užrašymų knyga 25 / Parengė Darius Antanavičius ir Algirdas Baliulis/. Vilnius, 1998.
18. Zbior praw litewskich od roku 1389 do roku 1529. Tudziez rozprawy sejmowe i tychze prawach od roku 1544 do roku 1563 / Wydał L. Działyński. Poznań, 1841. – 573 s.

ФАРМІРАВАННЕ «НОВАГА БЫТУ» Ё БССР У ПЕРЫЯД НЭПА (ПА МАТЭРЫЯЛАХ ГАЗЕТЫ «ЗВЯЗДА»)

Т. У. Пецюкевіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

tatstsyana98@mail.ru;

наук. кiр. – А. Ф. Паддубская, канд. гіст. навук, дац.

У артыкуле разглядаецца праблема адлюстравання мерапрыемстваў палітыкі «новага быту» ў БССР у перыяд НЭПа ў перыядычным друку на прыкладзе матэрыялаў штодзённай газеты «Звязда». Мэтай мерапрыемстваў па рэфармаванню паўсядзённага жыцця было выхаванне чалавека новага камуністычнага грамадства – «адукаванага, дзейснага і культурнага вытворцы і грамадзяніна Савецкага Саюза». Такім чынам, актуальнасць тэмы вызначаецца ўплывам паўсядзённасці на фарміраванне звычак чалавека і яго ментальнасць. Новая паўсядзённасць будавалася на барацьбе з праявамі мяшчанства, рэлігійнай абраднасцю, вызваленні жынчыны ад хатняй працы, прапагандзе калектыўных формаў жыцця. Асвятленне праблем і дасягненняў дадзенай палітыкі грунтавалася на дыхатаміі элементаў старога і новага быту як састарэлых і прагрэсіўных з’яў.

Ключавыя словы: палітыка «новага быту»; паўсядзённасць; мяшчанства; перыядычны друк.

Тэрмінам «новы быт» савецкая ўлада вызначала змены ў свядомасці, быццё, звычках рабочага, якія былі неабходны для яго станаўлення як «адукаванага, дзейснага і культурнага вытворцы і грамадзяніна Савецкага Саюза» [1, с. 4]. Палітыка «новага быту» асвятлялася на старонках штодзённай газеты «Звязда», якая з’яўлялася органам друку ЦК КП(б)Б. Значную ролю ў гэтым працэсе гралі рабкоры – пазаштатныя карэспандэнты выдання з пралетарскага асяродку. У выступленні Л. Д. Троцкага на маскоўскім з’ездзе рабочых карэспандэнтаў у 1924 г. адзначалася, што асноўная задача рабкора – «паказаць, што адбываецца на фабрыцы, у кааператыве, у школе, на вуліцы, г.з. знайсці неабходную перспектыву для аскепкаў мінулага і зародкаў будучыні» [2, с. 27].

Мерапрыемствамі ў бытавой сферы, якія атрымалі найбольшае абмеркаванне на старонках газеты, сталі: барацьба з праявамі мяшчанства, замена рэлігійнай абраднасці на чырвоную, вызваленне жанчыны ад цяжару хатняй працы, прапаганда калектыўных формаў жыцця. Большасць публікацый тычылася горада, бо вясковае насельніцтва, у сілу сваёй традыцыйнасці, было менш успрымальным у адносінах да новаўвядзенні ў такой кансерватыўнай сферы жыцця, як быт.

Праблемы і дасягненні «новага быту» часта асвятляліся ў кантэксце дыхатаміі старога і новага ладу жыцця як састарэлага і прагрэсіўнага, што яскрава бачна на прыкладзе святкавання Новага 1923-га года. Свята пралетарыята апісвалася як узорна-паказальнае: «весяліліся без танцаў, без масак, без моцных напояў – без неад’емных атрыбутаў буржуазнай веселасці». Новы год прадстаўнікоў новай буржуазіі атрымаў рэзка негатыўную характарыстыку: «Ярка гарэлі агні Дзяржтэатра. Валам валіла туды моладзь. Толькі ўжо не камсамольская, а нэпаўская... Спекулянты і падпольнікі, сахараўшчыкі і валютнікі – гладка паголеныя, раздушаныя, пад хмяльком. Жанчыны ў шаўках, вялікіх дэкальтэ, намазаныя, нафарбаваныя... маска без густа і намёка на што-небудзь... Вяселосць без думкі, мэты і ідэі». [3, с. 3].

Змешчаная вышэй цытата выкрывала праявы мяшчанства, з якімі савецкая ўлада планавала змагацца. Пад мяшчанствам разумеўся заможны лад жыцця, нагадваючы дарэвалюцыйны быт, рысамі якога лічылася накапленне рэчаў, асобныя прадметы інтэр’ера, некаторыя віды адзення і абутку. Па вызначэнні «Звязды», сродкам і мэтай існавання буржуазнай жанчыны з’яўляліся капялюшы, строі чаравікі і аборты (апошняе дазваляла захоўваць фігуру) [4, с. 3]. Мяшчанствам лічылася нават упрыгожванні: адзін рабочы пісаў, што яго жонка купіла «гэтыя самыя распраклятыя завушніцы, уваткнула іх у вушы і ходзіць павай». Пасля шматлікіх заўваг мужа, што ўсё гэта з’яўляецца праявай мяшчанства, жанчына адказала: «Што хачу, то і раблю... А калі яшчэ раз на завушніцы нападзеш – развод» [5, с. 2].

Праявамі старога быта лічыліся таксама хуліганства, п’янства, азартныя гульні. «Звязда» выкрывала выпадкі п’янства ў рэгулярных нататках «Пра п’яныя справы», якія павінны былі адыгрываць ролю «дашкі ганьбы» для аматараў выпіць. Напрыклад, у ліпені 1924 г. газета пісала пра рабочага завода «Энэргія», які ў адказ на колкае слова брата ў адрас нявесты паспрабаваў разбіць стакан аб яго галаву. А адзін з членаў прафсаюза рабкамхоза пасля шасці бутэлек піва і адной бутэлькі вішнёўкі «праізнёс грамавую прамову пра камуністаў, якія не даюць магчымасці напівацца, як у старыя часы» [6, с. 4].

У 1925 г. на старонках газеты разгарнулася дыскусія аб непрызнанні страхавым выпадкам траўмы, атрыманай ў п’яным выглядзе, а кваліфікаваць такія дні хваробы ў якасці прагулаў [7, с. 3]. Сярод мерапрыемстваў па барацьбе са злоўжываннем алкаголя прапаноўвалася абмежаваць часы гандлю водкай і яе колькасць, забараніць продаж у святочныя дні, разгарнуць шырокую кампанію па барацьбе з алкаголем па партыйнай і профсаюзнай лініях, выкрываць выпадкі п’янства ў газетах [8, с. 3].

Другой праблемай лічыліся азартныя гульні на грошы. У верасні 1923 г. п'янства сярод рабочых мінскай абойнай фабрыцы амаль знікла, але значная частка рабочых пачала хадзіць у клуб-лато [9, с. 4]. У некаторых мінскіх сталоўках рабочыя ў «коле ап'яnelых «нэпачэй» рэзаліся на більярдзе» амаль заўсёды на грошы [10, с. 4].

Прапагандавалася замена рэлігійнай абраднасці на чырвоную. У якасці прагрэсіўнай з'явы разглядалася замена царкоўных хрэсьбінаў дзіцяці на чырвоныя хрэсьбіны (акцыбрыны), набывала папулярнасць наданне нованароджаным імя ў гонар дзеячаў рэвалюцыйнага руху. Напрыклад, у кастрычніку 1923 г. рабочы завода «Варшавянка» арганізаваў для свайго сына «рабочыя хрэсьбіны» ў клубе. Хлопчык атрымаў імя Карл у гонар Карла Лібкнехта [11, с. 4].

Нараўне з барацьбой супраць нецэнзурных словаў рэкамендавалася змагацца з «бажбой» – выкарыстаннем выразаў «ей богу», «дай бог кожнаму» і г.д. Было нават прапанавана ўвесці штраф памерам 15 кап. золатам на карысць Павеатранага флоту [12, с. 4].

Важнай складаючай палітыкі «новага быта» стаў тэзіс аб вызваленні жанчыны ад цяжару хатняй працы дзеля прыцягнення яе ў працоўную і грамадскую сферы. Падкрэслівалася, што «толькі яслі, дзіцячыя садкі, грамадскае харчаванне, грамадскія пральні вызваляць абсалютна працуючых жанчын ад дробных хатніх клопатаў» [13, с. 5].

У якасці перадавой фомы жыцця прапагандаваліся камуны – супольнае пражыванне людзей, заснаванае на абагульненні маёмасці і калектыўным вядзенні гаспадаркі. Напрыклад, у 1923 г. камуну стварылі 9 выпускнікоў мінскай цэнтральнай партыйнай школы: арэндавалі кватэру, адрэмантавалі мэблю, купілі прадметы хатняга быту. На агульных сходах камунары вызначалі «смету» расходаў, на якую купляліся прадукты. Штодзённа выбіраўся дзяжурны, які адказваў за вядзенне гаспадаркі [14, с. 3]. Рух за стварэнне камун не атрымаў значнай папулярнасці ў БССР па прычынах радыкальнасці ідэі і вострага недахопу жыцця.

Палітыка «новага быта» была паступова звернута напрыканцы 1920 -х гг. Асвятленне дадзенай тэмы на старонках цэнтральнай газеты вызначала яе важнасць для ўладаў, аднак пры гэтым пастаяннай рубрыцы створана не было. Пасля 1925 г. колькасць публікацый на тэму «новага быту» ў «Звяздзе» паступова зніжаецца, што сведчыла аб страчванні актуальнасці для грамадства. Ідэі «новага быта» гучалі занадта радыкальна для большай часткі насельніцтва і не атрымалі шырокай падтрымкі. Дадзеную палітыку можна ахарактарызаваць як эксперымаент з паўсядзённасцю, які так і не быў завершаны.

На заканадаўчым ўзроўні згортванне палітыкі «новага быта» было аформлена пастановай ЦК ВКП(б) «Аб працы па перабудове быта» ад 16 мая 1930 г., якая асудзіла «левацкія» прапановы перахода да абагульнення ўсіх бакоў быта рабочых [15, с. 119]. Пад апошнім разумеўся ў першую чаргу рух за стварэнне камун з калектыўным вядзеннем гаспадаркі. Рэзалюцыя пленума ЦК ВКП(б) «Аб Маскоўскай гарадской гаспадарцы і аб развіцці гарадской гаспадаркі СССР» ад 15 чэрвеня 1931 г. падцвердзіла неабходнасць барацьбы з «усялякага рода пражэктарскімі прапановамі» [16, с. 326].

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Культура и быт// Звезда. – 1923. – 16 октября. – С. 4.
2. Троцкий, Л. Д. Вопросы быта: эпоха «Культурничества» и ее задачи / Л. Д. Троцкий. – 3-е изд. – М.: Гос. изд-во, [ок. 1923]. – 166 с.
3. Красные штрихи. Кто как веселится//Звезда. – 1923. – 9 января. – С. 3.
4. Суд над абортom. Четыре «К» // Звезда. – 1923. – 24 апреля. – С. 3.
5. Серьги (рассказ рабочего)// Звезда. – 1923. – 22 июня. – С. 2.
6. Про пьяные дела// Звезда. – 1924. – 4 июля. – С. 4.
7. На борьбу с пьянством!// Звезда. – 1925. – 17 ноября. – С. 3.
8. На борьбу с пьянством// Звезда. – 1925. – 21 ноября. – С. 3.
9. «Не вмер Данила, а болячка его задавила»// Звезда. – 1923. – 15 сентября. – С. 4.
10. Чистка рабочих карманов// Звезда. – 1923. – 8 сентября. – С. 4.
11. К новому быту. На рабочих «крестинах»// Звезда. – 1923. – 3 октября. – С. 4.
12. К новому быту! Божбу выкинуть из обихода!// Звезда. – 1923. – 30 сентября. – С. 4.
13. Еще о новом быте// Звезда. – 1923. – 17 июня. – С. 5.
14. Кусочек нового быта// Звезда. – 1923. – 30 августа. – С. 3.
15. О работе по перестройке быта: постановление ЦК ВКП(б) от 16 мая 1930 г., №146// КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК. – 1984. – Т.5. – С. 118–119;
16. О Московском городском хозяйстве и о развитии городского хозяйства СССР: резолюция Пленума ЦК ВКП(б) от 15 июня 1931 г., №165// КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК. – 1984. – Т.5. – С. 31–3326.

КАЧЕСТВО СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА: ТРАКТОВКА ПОНЯТИЯ И ТРЕБОВАНИЯ

Я. А. Поддевалина

Белорусский государственный университет, г. Минск;

poddevalina1203@outlook.com;

науч. рук. – Е. Э. Попова, ст. преп.

Процессы цифровизации выводят на первый план вопросы качества процессов, качество технологий, программных продуктов. Для построения модели оценки качества систем электронного документооборота (СЭД) на основе квалиметрического подхода необходимо дать определение понятия «качество систем электронного документооборота». Рассмотрены трактовки понятий «качество» и «качество программного обеспечения» как философские, управленческие и правовые категории. На основе трактовок данных понятий сформулировано понятие «качество систем электронного документооборота». Проведен анализ международных и государственных нормативных и методических документов в области управления документами с целью выработки требований к качеству СЭД. В результате определены предполагаемые и установленные требования к качеству СЭД. Установленные требования выделены на основе положений нормативных и методических документов, предполагаемые – путем проведения анкетирования. Указывается на отсутствие формализованных требований и на необходимость закрепления требований к СЭД в стандарте.

Ключевые слова: качество; качество ПО; качество СЭД; требования к качеству СЭД.

С развитием информационных технологий, увеличением документооборота, необходимостью повышения скорости принятия управленческих решений ежегодно все больше организаций внедряют системы электронного документооборота. Именно поэтому как со стороны разработчиков, так и пользователей СЭД повышаются требования к их качеству и безопасности применения. На текущем этапе развития появилась необходимость разработки теоретических основ оценки качества СЭД, что объясняется рядом причин (быстрое и непрерывное увеличение сложности и размеров СЭД при одновременном росте ответственности выполняемых функций, многообразие функционально идентичных СЭД и в некоторых случаях несистемная подготовка документации на создание СЭД).

Разработка методики оценки качества СЭД, с опорой на квалиметрический подход, требует формулировки понятия «качество СЭД», исходя как из трактовок понятия «качество», так и «качество программного обеспечения».

Впервые проблема качества была поднята философами (например, Аристотель, Г. Гегель), которые рассматривали качество как видовое отличие вещи, существующее в неразрывной связи от него. [1, 2].

Современные исследователи, например, В. М. Мишин [3], предлагают рассматривать качество не только как философскую, но и как социальную, техническую, управленческую категорию. С точки зрения квалиметрии его подход интересен тем, что, учитывая указанные аспекты, появляется возможность учесть разные требования к объекту оценивания качества разных категорий пользователей. Как предмет познания сходства и различия предметов по целому ряду характеристик трактует качество И. С. Тимофеев [4].

Исследователи в области менеджмента качества У. Шухарт, Дж. Джуран утверждают, что у качества есть два аспекта: первый связан с физической пригодностью к использованию объекта, второй – с удовлетворением потребителя от использования объекта [5, 6]. К. Исикава и У. Э. Деминг рассматривают качество с точки зрения удовлетворения требований потребителя [7, 8].

Рассматриваемый термин стандартизирован и в ряде технических нормативных правовых актов (ТНПА). Например, в СТБ ISO 9000–2015 качество продуктов и услуг, производимых организацией, определяется способностью удовлетворить потребителей, а также ожидаемым или непредусмотренным влиянием на другие заинтересованные стороны. Определение включает в себя не только заложенные в них функции и параметры, но и восприятие их ценности и пользы потребителем.

Все стандарты в области качества программного обеспечения (ПО) содержат соответствующую трактовку. Например, в СТБ ISO/IEC 25000-2009 качество ПО трактуется как способность программного продукта при заданных условиях удовлетворять установленным или предполагаемым потребностям. В СТБ ИСО/МЭК 9126 указано, что качество ПО – это весь объем признаков и характеристик программной продукции, который относится к ее способности удовлетворять установленным или предполагаемым потребностям. Качество ПО рассматривается как с точки зрения разработчика, так и с точки зрения пользователя.

Таким образом, с учетом характеристик СЭД как ПО, возможно трактовать качество СЭД следующим образом: это весь объем признаков и характеристик системы, который относится к ее способности удовлетворять установленным или предполагаемым потребностям специалистов в области информационного/документационного обеспечения управления. Из определения следует, что качество СЭД зависит от требований, которые предъявляют пользователи к системе (предполагаемые

потребности), а также от требований, которые установлены в нормативных и методических документах (установленные потребности).

Особенностью пользовательских требований является то, что они четко не формализованы и выражены в виде представлений и пожеланий пользователей. Одним из способов, позволяющих определить требования пользователей к СЭД, например, является анкетирование [9].

К сожалению, перечень требований к СЭД на сегодняшний день в Республике Беларусь отсутствует, как отсутствует и перечень установленных требований к качеству СЭД. Если не считать Единые технические требования к системе межведомственного электронного документооборота государственных органов, разработанные Национальным центром электронных услуг (<https://nces.by>).

Функциональные возможности СЭД могут быть выявлены с помощью анализа информации, представленной в ряде нормативных правовых актах (НПА). Так Инструкция по делопроизводству в государственных органах, иных организациях устанавливает общие требования к документированию управленческой деятельности и организации работы с документами. В статье 218 указаны допустимые форматы для документов в электронном виде. Поддержка СЭД указанных форматов может составлять требование к качеству. Требования к работе с электронными документами (ЭД): подготовка и согласование проекта ЭД; подписание, регистрация и контроль исполнения ЭД; включению ЭД в номенклатуру дел и ряд других, – устанавливает Инструкция о порядке работы с электронными документами в государственных органах, иных организациях.

Так как СЭД является специальным ПО, можно было бы разработать требования к качеству, основываясь на ТНПА, закрепляющих требования к ПО. Однако стандарты, действующие в Беларуси (например, СТБ ИСО/МЭК 9126, ГОСТ 28806-90 и т.д.), не в полной мере соответствуют современным реалиям и являются устаревшими. В СТБ ISO/IEC 25000-2009, СТБ ISO/IEC 25001-2009 (единственных стандартах из серии SQuaRE, адаптированных в Республике Беларусь) сами требования к ПО не определяются.

Возможна адаптация требований к СЭД, закрепленных в международной спецификации MoReq («Model requirements for the management of electronic records»).

В 2019 году были утверждены Методические рекомендации по выбору автоматизированных систем документационного обеспечения управления (ведомственных систем электронного документооборота) в государственных органах, иных организациях [10]. В главе 5 содержатся как функциональные, так и нефункциональные требования к СЭД (требования к созданию документов и текущей работы с ними; ведению деловых

производства; поиску документов; оперативному хранению ЭД; требования к защите информации; управлению доступом; интеграции с внешними ИС; сопряжению с техническими устройствами; надежности СЭД; стандартизации и унификации СЭД, эргономические требования к СЭД).

Таким образом, Методические рекомендации – единственный документ, содержащий непосредственно перечень требований к указанному виду систем. В НПА, действующих в Республике Беларусь, присутствуют преимущественно требования к организации работы с электронными документами. Данные требования могут быть преобразованы в требования к качеству. Пользовательские требования выявляются путем анкетирования. Однако, полученный таким образом перечень требований к СЭД не является строго фиксированным, он может изменяться как пользователем при выборе системы, так и разработчиком при разработке программного продукта. Такой подход не вносит ясности в формализации требований, поэтому оптимальным решением является закрепление требований к СЭД в стандарте.

Библиографические ссылки

1. Аристотель. Метафизика. М.: Эксмо, 2017. 448 с.
2. Гегель Г. Наука логики. М.: АСТ, 2018. 912 с.
3. Мишин В. М. Управление качеством. М: ЮНИТИДАНА, 2000. 303 с.
4. Тимофеев И. С. Методологическое значение категорий «качество» и «количество». М.: Наука, 1972. – 216 с.
5. Краткий обзор современных методов управления качеством // Ресурс, посвященный менеджменту качества. URL: <https://quality.eup.ru/MATERIALY9/vehi.htm> (дата обращения: 12.05.2022).
6. Juran J.M. Juran's Quality Handbook: The Complete Guide to Performance Excellence. McGraw-Hill Professional Pub, 2010. 1113 p.
7. Исикава К. Японские методы управления качеством. М.: Экономика, 1988. 215 с.
8. Deming W.E. Quality Productivity and Competitive Position. Massachusetts Inst Technology, 1982. 373 p.
9. Поддевалина Я. А. Определение требований различных групп пользователей к системам электронного документооборота. Научная электронная библиотека. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47083878> (дата обращения: 07.05.2022).
10. Методические рекомендации по выбору автоматизированных систем документационного обеспечения управления (ведомственных систем электронного документооборота) в государственных органах, иных организациях. Минск: БелНИИДАД, 2019. 40 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ В СССР И БССР В 1960-1980-Е ГГ., КАК ОСНОВА ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

О. А. Посредников

Белорусский государственный университет, г. Минск;

oleg.posrednikov@bk.ru;

науч. рук. – С. Н. Ходин, д-р ист. наук, проф.

Статья посвящена исследованию процессов организации системы классификации управленческих документов в СССР (отдельно в БССР) в 1960-1980-е гг. и в Республике Беларусь после обретения независимости. Ценность данной работы определяется тем, что на сегодняшний день вопросы классификации управленческих документов в БССР и Республике Беларусь полноценно не изучены. На основе выделения основных характерных черт, присущих сложившимся системам классификации управленческой документации демонстрируется преемственность между организацией системы классификации управленческих документов в СССР и БССР и в Республике Беларусь.

Ключевые слова: управленческие документы; классификация документов; унифицированные системы документации.

Научно-техническое развитие СССР, совершенствование системы управления народным хозяйством, внедрение автоматизированных систем в управленческую деятельность в 1960-х гг. привели к тому, что в последующий период 1970–1980-х гг. развернулись масштабные работы по унификации, стандартизации и классификации документов, ставших основой для разработки унифицированных систем документации (далее – УСД) и общесоюзных классификаторов технико-экономической информации (далее – ОК ТЭИ), входящих в состав Единой системы классификации и кодирования технико-экономической информации СССР (далее – ЕСКК ТЭИ СССР).

Разработка УСД и ОК ТЭИ проводилась основными центральными органами государственного управления, исходя из возложенных на них функций управления и отвечающими в стране за создание соответствующих документов, а также научными организациями и вычислительным центром при данных органах, выполняющих функции головных организаций-разработчиков. Общее руководство и координация работ по разработке и внедрению УСД и ОК ТЭИ были возложены на Государственный комитет стандартов Совета министров СССР (далее – Госстандарт СССР) и входящий в его систему Всесоюзный научно-

исследовательский институт технической информации, классификации и кодирования (ВНИИКИ) [7, с. 5, 12; 10, с. 14].

Основой для проведения работ в области классификации управленческих документов служили организационно-методические материалы, разработанные Госстандартом СССР и Всесоюзным научно-исследовательским институтом стандартизации (ВНИИС) [5, с. 65; 7, с. 16].

К концу 1980-х гг. в результате проведенных работ в СССР применялось 16 общесоюзных УСД, которые были включены в общесоюзный классификатор управленческой документации (далее – ОКУД), ставший отражением существовавшей в СССР системы классификации управленческих документов. Сложившуюся систему классификации управленческих документов в СССР характеризует:

закрепление за определенным государственным органом общего руководства по разработке и ведению ОК ТЭИ и УСД [7, с. 5, 12; 10, с. 4].

распределение между государственными органами вопросов разработки и ведения отдельных УСД (исходя из возложенных на них функций управления) [6, с. 13; 11, с. 29–38;].

На основе и в развитие разработанных общесоюзных организационно-методических материалов, головные организации по разработке и внедрению УСД и ОК ТЭИ союзных республик разрабатывали соответствующие республиканские руководящие документы (методические указания, положения, инструкции).

Государственным плановым комитетом БССР (далее – Госплан БССР) и состоящим при нем научно-исследовательским институтом автоматизированных систем планирования и управления народным хозяйством (далее – НИИАСПУ Госплана БССР) к 1984 г. были разработаны «Общие методические указания по внедрению унифицированных систем документации и общесоюзных классификаторов технико-экономической информации, используемых в автоматизированных системах управления Белорусской ССР», которые были обязательны к применению во всех министерствах (ведомствах) БССР. Были разработаны и утверждены Госпланом БССР и иные руководящие документы образовавшие организационно-методическую базу по внедрению и ведению УСД и ОК ТЭИ на уровне БССР [9; 4].

Головной организацией по внедрению и ведению УСД и ОК ТЭИ в БССР был определен НИИАСПУ Госплана БССР. Были определены и базовые организации (министерства и ведомства), ответственные за внедрение и ведение конкретных УСД. К середине 1980-х гг. в БССР из 16 общесоюзных внедрялось 13 УСД в 152 автоматизированных системах управления 34 министерств и ведомств республики [1, с. 43; 9, с. 1].

Таким образом, развернувшаяся на общесоюзном уровне деятельность по внедрению и ведению УСД и ОК ТЭИ и разработанные в ходе проводимых работ организационно-методические материалы, стали основой для внедрения и ведения УСД и ОК ТЭИ на уровне БССР.

В период обретения Республикой Беларусь независимости ознаменовалась необходимость разработки национальной Единой системы классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации (далее – ЕСКК ТЭСИ). Это проводилось в ключе трансформации и адаптации под новые реалии ЕСКК ТЭИ СССР, переработки общесоюзных УСД и ОК ТЭИ.

Основополагающим документом определившим порядок указанных работ в начальный период независимости Республики Беларусь являлась «Республиканская программа перехода Республики Беларусь на принятую в международной практике систему учета и статистики» (далее – республиканская программа), утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 27 августа 1992 г. № 523.

Общее руководство в построении ЕСКК ТЭСИ в Республике Беларусь начал осуществлять Комитет по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Республики Беларусь (далее – Белстандарт).

Согласно республиканской программе государственными органами проводились работы фактически ознаменовавшие начало построения в Республике Беларусь системы классификации управленческих документов:

- по разработке основных положений функционирования, пересмотра и организации ведения УСД;

- по разработке республиканского классификатора управленческой документации.

В целях выполнения означенных в Республиканской программе работ Белстандартом был определен перечень УСД, которые подлежали пересмотру в 1994 г. с указанием государственных органов, ответственных за их пересмотр [8].

Результатом проводимых работ стало утверждение постановлением Белстандарта от 29 сентября 1995 г. № 10 общегосударственного классификатора Республики Беларусь ОКРБ 010-95 «Унифицированные документы» в составе 13 УСД.

ОКРБ 010-95 как и советский ОКУД явился своего рода отражением системы классификации управленческих документов информации в Республике Беларусь.

Помимо ОКРБ 010-95 важным эпизодом с точки зрения построения в Республике Беларусь системы классификации управленческих доку-

ментов стала подготовка и введение в действие в 1995 г. государственного стандарта Республики Беларусь СТБ 6.10.1-95 «Унифицированные системы документации Республики Беларусь. Основные положения» [12].

В 1994 г. были разработаны и с 1 апреля 1995 г. введены в действие стандарты, составляющие организационную структуру ЕСКК ТЭСИ и устанавливающие порядок разработки и ведения классификаторов технико-экономической информации, пересмотренные и замененные новыми в 2001 г. [2; 3]

Постановлением Кабинета Министров Республики Беларусь от 4 апреля 1996 № 240 ЕСКК ТЭСИ была введена в действие с 1 июля 1996 г. Согласно указанному постановлению, Белстандарт был уполномочен обеспечивать методическое руководство работой по классификации и кодированию технико-экономической и социальной информации.

Таким образом, после обретения независимости в Республике Беларусь сложилась основанная на советской основе система классификации управленческих документов, которая представляла собой совокупность нормативных и технических нормативных правовых актов, а также деятельность государственных органов по разработке и ведению УСД, вошедших в состав общегосударственного классификатора Республики Беларусь ОКРБ 010-95 «Унифицированные документы». Данную систему также как сложившуюся в СССР и БССР характеризовало:

закрепление за определенным органом, общего руководства по разработке и ведению общегосударственных классификаторов и УСД.

распределение между рядом государственных органов (исходя из возложенных на них функций управления) вопросов разработки и ведения отдельных УСД.

Библиографические ссылки

1. Быстрова, Е. М. Основные направления внедрения унифицированных систем документации / Е. М. Быстрова, В. Б. Лесник // Особенности построения и функционирования второй очереди АСПР Госплана БССР : сборник статей / НИИ-АСПУ Госплана БССР ; редкол.: П. Г. Лютко [и др.] – Минск, 1985. – С. 43–47.
2. Единая система классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации Республики Беларусь. Основные положения: СТБ 6.01.1-2001. - Взамен СТБ 6.01.1-94 - Введ. РБ 01.07.2002. – Минск: БелГИСС, 2001. – 20 с.
3. Единая система классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации Республики Беларусь. Основные положения: СТБ 6.02.1-2001. - Взамен СТБ 6.02.1-94 - Введ. РБ 01.07.2002. – Минск: БелГИСС, 2001. – 20 с.

4. Инструкция по республиканскому контролю за внедрением унифицированных систем документации, общесоюзных и республиканских классификаторов технико-экономической информации, используемых в автоматизированных системах управления: утв. Госпланом БССР и РАСУ 01.12.1983. – Мн.: НИИАСПУ, 1984. – 8 с.
5. *Киба, Ю. И.* Организационно-методологические вопросы унификации систем документации / Ю. И. Киба, Г. Н. Полищук // Классификация и кодирование. – 1972. – Выпуск 9/10 – С. 63–65.
6. *Кокорев, В. И.* Унификация документов управления / В. И. Кокорев. – М.: Экономика, 1979. – 184 с.
7. *Лямин, Б. Н.* Унифицированные системы документации для АСУ / Б. Н. Лямин, И. П. Марков, А. А. Саков. – М.: Издательство стандартов, 1979. – 175 с.
8. Перечень унифицированных систем документации подлежащих пересмотру в 1994 г.: письмо Белстандарта, 26 ноября 1993 г., № 02-08/2282 – С. 1–2.
9. Положение о головной организации Белорусской ССР по созданию, ведению и внедрению классификаторов технико-экономической информации и унифицированных систем документации в автоматизированные системы управления Министерств и ведомств БССР: Утв. Госпланом БССР (Гос. плановый ком. Белорус. ССР) и РАСУ 01.12.1983. – Мн. : НИИАСПУ, 1984. – 6 с.
10. *Саков, А. А.* Общесоюзные классификаторы технико-экономической информации и унифицированные системы документации / А. А. Саков // Внедрение унифицированной системы организационно-распорядительной документации (УСОРД) в условиях АСУ и традиционных методов управления: Тезисы докл. и сообщ. всесоюз. совещ., Москва, 20–22 октября 1976 г. / ВНИИДАД ; редкол.: В. Н. Автократов [и др.]. – М. 1977. – С. 14–24.
11. *Сокова, А. Н.* К вопросу о документной систематике / А. Н. Сокова // Советские архивы. – 1976, – № 4. – С. 29–38.
12. Унифицированные системы документации Республики Беларусь. Основные положения: СТБ 6.10.1-95. – Введ. РБ 01.10.1995 (с отменой на территории РБ ГОСТ 6.10.1-88, ГОСТ 6.10.4-84, ГОСТ 6.10.5-87, ГОСТ 6.10.6-87). – Минск: Белстандарт: БелГИСС, 1995. – 16 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕДИЦИНСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ПОЛОЦКО–ЛЕПЕЛЬСКОЙ ПАРТИЗАНСКОЙ ЗОНЕ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

В. С. Ромашов

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
hist@bsu.by;*

науч. рук. – А. И. Маскевич, канд. ист. наук, доц.

В данной статье раскрывается организация медицинского обслуживания в Полоцко–Лепельской партизанской зоне. Анализируется положение врачей в военное время. Показана организация и структура больниц в Полоцко–Лепельской зоне, а так же медицинская помощь партизан мирному населению.

Ключевые слова: Больница; тяжелобольной; санитария; медикаменты, Партизанская зона, Великая Отечественная война, медицинское обслуживание.

В весенне–летний период 1942 г. на территории временно оккупированной войсками Вермахта Витебской области была создана Полоцко–Лепельская партизанская зона. Одним из важных аспектов организации помощи партизанам и мирному населению там являлась организация медицинского обслуживания.

В мае и сентябре 1942 г. на территории Беларуси начали действовать два важнейших центра по управлению партизанским движением – ЦШПД и БШПД. Благодаря им на территории Полоцко–Лепельской партизанской зоны в санитарных отделах сформировалась достаточно четкая структура санитарной службы. Возглавляли эти отделы М. И. Коваленок и И. А. Инсаров (в послевоенные годы они работали министрами охраны здоровья БССР). В Москве была создана база медицинского снабжения БШПД с филиалом при оперативной группе штаба на Калининском фронте» [4]. Отдел организовывал снабжение бригад медикаментами и укомплектованием отрядов медицинскими кадрами, а также руководил и эвакуацией в тыл раненых и больных партизан и гражданских лиц с последующим оказанием им специализированной медицинской помощи и их реабилитацией. Обком партии и облисполком Витебской области занимались комплектованием партизанских формирований врачами, фельдшерами и медицинскими сестрами. Эту работу возглавляла исполнявшая обязанности заведующего областным отделом здравоохранения врач М. Н. Семенова.

Лечением раненых и больных занимались многие медработники Витебска, Полоцка, Глубокого и других городов, которые вступили в партизанские отряды. Кроме них эту работу выполняли медики из числа «окруженцев», пришедшие в партизанские отряды на временно

оккупированной территории, и медики, прибывшие из советского тыла. Врачи, как правило, приносили с собой медицинские инструменты, перевязочные и другие материалы. Однако их было явно недостаточно. Поэтому во время боевых операций партизанское командование Полоцко-Лепельской зоны использовало любые возможности для захвата медикаментов у немецких солдат. Широко использовалась помощь местного населения и поставки из советского тыла, которые осуществлялись авиацией и были очень значительны [2, с. 35]. Партизанам за годы войны авиацией было доставлено более 120 т медицинских грузов.

Вопрос снабжения медикаментами и оборудованием был достаточно острым. Для его решения летом 1942 г. руководство Полоцко-Лепельской партизанской зоны добилося увеличения числа самолётов для доставки медикаментов. В снабжение партизан включилась транспортная авиация Гражданского воздушного флота, самолёты 101-го полка авиации дальнего действия и самолёты фронтовой авиации Западного, Калининского и других фронтов [2, с. 32]. В плановом порядке на аэродромы завозилось медицинское имущество, и производилась его отправка в партизанские соединения.

Каждый партизан, направляемый за линию фронта в составе спецгруппы должен, был обеспечиваться индивидуальной аптечкой с минимальным ассортиментом лекарств, для оказания первой помощи. Аптечки для лечения раненых и больных были разными по номерам и предназначались: № 1 – для санинструкторов (18 наименований), № 2 – для фельдшеров (27 наименований), № 3 – для врачей (59 наименований). Были ещё аптечки № 4 и № 5 с медицинским инструментарием. Упаковывался такой груз в парашютные мешки с соответствующей маркировкой, так как имел целевое назначение и направлялся определенному получателю. В каждый парашютный мешок или сумку вкладывалась накладная. Все это пломбировалось ещё на базе медицинского снабжения и отправлялось на аэродромы, с которых отправляли медикаменты в Полоцко-Лепельскую партизанскую зону. В качестве таких аэродромов использовались Московский, Калининский и другие аэроузлы. Но чаще всего самолёты отправлялись из Внуково, Чухилино, Монино, Зябровки, Старой Торопы, аэродромов Чкаловский и Воротынский [4].

Система медицинского обслуживания в партизанских зонах не была хаотичной. К концу 1942 г. в бригадах и отрядах сложилась четкая структура санитарного руководства: начальник санитарной службы бригады, врач отряда, фельдшер или медсестра роты, санинструктор взвода, санитары. В каждом соединении создавался подвижной партизанский госпиталь на 50–100 коек, имевший хирургическое и терапевтическое

отделения, а также изолятор для инфекционных больных. Госпиталь был размещен в глубине партизанской зоны. Его подразделения (амбулатория, аптека, лечебные отделения и изолятор) располагались в хорошо замаскированных землянках.

Партизанские врачи и медсестры оказывали медицинскую помощь не только в отрядах и бригадах, но и населению. Партизанские медики совершали плановые объезды населенных пунктов, выезжали по вызовам. Тяжелобольных, раненых из числа местного населения и остро нуждающихся в стационарном лечении нередко направляли в бригадные госпитали и лечили там наравне с партизанами. Для населения в Полоцко–Лепельской партизанской зоне были созданы специальные амбулатории, медицинские пункты. В ряде случаев при участии партизанской медсанслужбы восстанавливались сельские и поселковые больницы.

В октябре 1942 г. партизанами была открыта больница для гражданского населения в г. п. Ушачи. 10 сентября 1942 г. было принято решение исполкома Витебского областного Совета депутатов трудящихся «О медицинском обслуживании партизан и населения», также в 1942 г. по инициативе Полоцкого райкома партии в партизанской зоне были созданы для населения больницы. В приказе командования партизанской бригады имени Сталина от 21 июня 1943 г. персоналу предписывалось организовать прием населения в деревнях два раза в неделю. К 01.05.1944 г. медицинский персонал насчитывал 5 врачей, 2 зубных врача, 25 медсестер. При бригаде имени Сталина имелся госпиталь, в котором лечились все партизаны отрядов. Начиная с июля 1943 г. тяжелораненые, нуждающиеся в длительном лечении, отправлялись за линию фронта. Так за линию фронта было отправлено 54 человека. Всего за период с 25.08.1942 г. по 01.05.1944 г. через госпиталь прошло 1012 человек [1, с. 33].

Одной из самых опасных болезней в это время был сыпной тиф. Медики прилагали немало усилий для его профилактики и лечения. Для того чтобы обезопасить от заболеваний личный состав партизанской зоны и населения, медицинские работники проводили ряд профилактических мероприятий. Они держали под своим контролем источники водоснабжения, работу пищеблоков, проводили регулярный медицинский осмотр партизан. Для проведения санитарной обработки в отрядах, в бригадах, семейных лагерях строились бани и дезкамеры. Проводилась вакцинация партизан против сыпного тифа, желудочно-кишечных заболеваний. Также было привито большая часть гражданского населения Полоцко–Лепельской партизанской зоны.

Огромное внимание уделялось санитарной пропаганде, которая широко велась, как среди партизан, так и населения. Медики проводили

в Полоцко–Лепельской партизанской зоне лекции и беседы о предупреждении инфекционных болезней.

Участвовало в оказании медицинской помощи и поддержке и местное население. С этой целью в деревнях собирались продукты, все иное необходимое, сельчане принимали самое активное участие в обустройстве медучреждений. Раненым, находившихся в госпиталях, нередко получали подарки. Так, например, местными жителями было взято шефство над госпиталем бригады «За Советскую Белоруссию» Вместе с подарками для раненых в госпиталь присылались и письма.

Подводя итог, стоит сказать, что по данным санитарного отдела БШПД, удалось вернуть в строй 78,4 % раненых партизан. При этом в советский тыл были вывезены 2 617 раненых и больных партизан, а также 3986 членов их семей [1, с. 40]. Эвакуация раненых и больных партизан из немецкого тыла освобождала партизанские формирования, действовавшие в тылу немецких войск, от небоеспособных бойцов, сковывавших боевые действия партизан. Ведь одним из главных преимуществ партизан являлась их мобильность, которая уменьшалась наличием тяжелораненых бойцов. На день воссоединения партизан с Красной Армией партизанские формирования республики имели в своём составе 570 врачей и 2095 средних медицинских работников [1, с. 30]. За мужество и самоотверженность многочисленный отряд медиков-партизан был награжден орденами и медалями. Три медицинских работника–белоруса, участвовавших в партизанском движении, были награждены орденом Ленина и медалью «Золотая Звезда» Героя Советского Союза.

Библиографические ссылки

1. *Дорофеенко Н. И.* Из истории борьбы с немецко-фашистскими захватчиками на Витебщине в период Великой Отечественной войны // Сборник научных работ Витебского медицинского института. 1959. Вып. 9. С. 101–118; Захараў І. Людзі вогненнай зямлі // Беларусь//
2. *Жилянин, А. Я.* Без линии фронта / А. Я. Жилянин, И. Б. Поздняков, В. И. Лузгин.— Минск: Беларусь, 1979.
3. *Лукина Л. В.* Витебские (Суражские) ворота: пример взаимодействия партизан и армии// Віцебшчына ў гады Вялікай Айчыннай вайны: зб. навук. артыкулаў / склад. А. А. Крыварот. Мінск, 2015 С. 143
4. НАРБ. Ф. 1450. – Оп. 1. – Д. 194. – Л. 121–216. Приказы по базе медицинского снабжения в/ч 00133
5. *Семуроў, Ф.* Прарыў / Ф. Семуроў // Віцебскі рабочы. – 2005. – 7 мая. – С. 3. Успаміны аўтара пра аднайменную аперацыю: Ушацкі раён. 699
6. *Якубовский Н. А.* Помощь советского тыла партизанам: материально-техническое обеспечение. Мн., 1973. С. 183.

САЦЫЯЛЬНАЯ МАБІЛЬНАСЦЬ СЕЛЬСКАГА НАСЕЛЬНІЦТВА БССР ВА ЁМОВАХ КАЛЕКТЫВІЗАЦЫІ Ў ЗАХОДНІХ АБЛАСЦЯХ БССР (НА ПРЫКЛАДЗЕ САЦЫЯЛЬНАЙ ГРУПЫ КУЛАКОЎ)

А. Дз. Русін

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

rusin19972206@mail.ru;

наук. кір. – А. Г. Каханоўскі, д-р гіст. навук, праф.

У дадзеным артыкуле раскрываецца сацыяльная мабільнасць групы кулакоў падчас правядзення калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР. Аднясенне гаспадаркі да ліку кулацкіх прыводзіла да сацыяльнага падзення кулака, паколькі ва ўмовах будаўніцтва калгаснай сістэмы прадстаўнікі дадзенай групы лічыліся класавымі ворагамі.

Ключавыя словы: кулак; сацыяльная мабільнасць; сацыяльнае падзенне; калектывізацыя.

Сацыяльная група «кулацтва» існавала яшчэ да рэвалюцыі 1917 г. Тэрмінам «кулак» называлі ў перыяд пасля рэформы 1861 г. селяніна, які займаўся ліхварствам, продажам тавараў і выкарыстаннем наёмнай працы. Партыя большавікоў як у перыяд да 1917 г., так і пасля Кастрычніцкай рэвалюцыі 1917 г. ставілася да «кулакоў» негатыўна. В. І. Ленін размяжоўваў «серадняка» і «кулака» па выкарыстанні наёмнай працы. Менавіта «кулак» займаўся выкарыстаннем наёмнай працы. Сацыяльная група «кулацтва» не з'яўляецца спецыфічнай толькі для заходніх абласцей БССР. Пры правядзенні калектывізацыі ў канцы 1920 – пачатку 1930-ых гг. савецкая ўлада вяла актыўную барацьбу з «кулацтвам» на тэрыторыі СССР. У заходніх абласцях БССР, заходніх абласцях УССР, Эстонскай ССР, Літоўскай ССР, Латвійскай ССР, Малдаўскай ССР калектывізацыя сельскай гаспадаркі стала праводзіцца пасля заканчэння Вялікай Айчыннай вайны [2, с. 44].

Для вывучэння сацыяльнай мабільнасці «кулацтва» неабходна вывучыць крытэрыі, па якіх сялянскае гаспадарка адносілася да дадзенай катэгорыі. Каб прызнаць гаспадаркі «кулацкага» патрабавалася наяўнасць некалькіх крытэраў: выкарыстанне наёмнай працы, здача сельскагаспадарчых машын у арэнду, скупка сельскагаспадарчай прадукцыі з мэтай наступнага перапродажу, спекуляцыя ў гады нямецкай акупацыі, супрацоўніцтва з нямецка-фашысцкімі акупантамі. Крытэры былі прыняты 6 верасня 1947 г. Пастановай Савета Міністраў БССР. 3 верасня 1947 г. была пачата праца па складанні спісаў «кулацкіх» гаспадарак. Прыкладам «кулацкага гаспадаркі» выступае гаспадарка К. І. Шыдлоўскага з в. Чэхі Хохловско-

го сельсавета Маладзечанскай вобласці. У дадзеным гаспадарцы было 5 га раллі, 1 га лугі, 1, 5 га перелога, 1 карова, 2 цялят, 3 свінні, малатарня, а таксама сістэматычна ўжываўся наёмны сезонны праца [3, с. 66–68].

На практыцы аднясенне гаспадаркі да кулацкаму выклікала шмат цяжкасцяў, аб чым сведчаць дакументальныя крыніцы. У Нясвіжскім раёне Баранавіцкай вобласці за 1947 г. з разраду «кулацкага» было выключана 52,1 % гаспадарак, а ў 1948 г. – 41,3 %. Высокія лічбы выключэнняў з разраду «кулацкага» гаспадарак тлумачацца правядзеннем правак, у ходзе якіх высвятлялася рэальнае становішча спраў у сялянскіх гаспадарках [4, с. 79–88].

Існавала практыка адвольнага ўключэння сялянскіх гаспадарак у разрад «кулацкага». У Радунском раёне пры правядзенні ў 1949 г. да «кулацкага» адносілі ўсе гаспадаркі, якія не жадалі ўступаць у калгасы. Аднак падобная практыка мясцовых кіраўнікоў асуджалася вышэйшым партыйным кіраўніцтвам БССР, што дазваляла некаторым людзям, якіх несправядліва аднеслі да кулакам, даказаць сваю правату.

Складанасці з аднясеннем да разраду «кулацкага» гаспадарак былі ва ўсіх рэгіёнах заходніх абласцей БССР. У Ганцавіцкім раёне ў 1949 г. было 38 падобных гаспадарак, але пасля праверкі на момант 15 кастрычніка 1949 г. 10 гаспадарак былі выключаны з разраду «кулацкага». Згодна з дакладной запіскі ад чэрвеня 1950 г. ў Ганцавіцкім раёне было несправядліва аднесена да «кулацкага» 52 гаспадаркі, у Пінскім – 44, у Столінскім – 44 [2, с. 33–37].

Аднак назіраецца і зваротная тэндэнцыя. Кіраўнік Главзаготсортзерно па Вілейскім раёне М. І. Мацюшонак сфабрыкаваў даведку аб тым, што сялянскае гаспадарка Шупенька не з'яўляецца «кулацкага», а значыць павінна абкладацца меншым падаткам.

Вертыкальная мабільнасць сацыяльнай групы «кулакi» ў заходніх абласцях БССР пры правядзенні калектывізацыі часцяком мела сыходны характар. Сацыяльная група «кулацтва», згодна са Статутам аб сельхозартелі не магла ўступаць у калгасы. Немагчымым, з юрыдычнага пункту гледжання, было ўступленне ў арцель асоб, якіх пазбавілі выбарчых правоў. Узмацненне барацьбы з «кулакамі» на працягу 1947–1948 гг. прывяло да павелічэння падатковага абкладання «кулацкіх» гаспадарак. У выпадку нявыплаты падаткаў датычныя да гэтага асобы падвяргаліся суду. Адным з відаў пакарання было пазбаўленне выбарчага права.

Найбольш распаўсюджаным сярод «кулакоў» было сацыяльнае падзенне па прычыне крымінальнага пераследу. Згодна з дакументальным крыніцам, «кулакi» асуджаліся па артыкулах 93,94 КК БССР у ад 1928 г.

Артыкул 93 ставілася да катэгорыі Б «Іншыя злачынствы супраць парадку дзяржаўнага кіравання» і ўжывалася за дзеянні, звязаныя з неплацяжом падаткаў і збораў.

Пры пакаранні «кулакоў» ўжывалася 34 артыкул КК БССР, якой прадугледжвалася поўнае або частковае паражэнне ў правах. Пад поўным паразай у правах мелася на ўвазе: права абіраць і быць абраным дэпутатам, права займаць выбарныя пасады, права на ганаровыя званні, пазбаўленне бацькоўскіх правоў, права на пенсіі, якія выдаюцца ў парадку сацыяльнага страхавання і дзяржаўнага забеспячэння, і на дапамогу па беспрацоўі, якое выдаецца ў парадку сацыяльнага страхавання. У некаторых выпадках існавала частковае паражэнне ў правах, пры якім чалавек пазбаўляўся аднаго або некалькіх правоў, але не ўсіх адначасова. У якасці прыкладу выступае судовы прысуд М. П. Бохану, асуджанаму па артыкуле 93 на 8 гадоў пазбаўлення волі і паразы ў правах на 3 гады за нявыплату падаткаў [3, с. 144–155].

Нягледзячы на тое, што фармальна было немагчыма прымаць у калгасы «кулакоў», да 1949 г. такія выпадкі мелі месца ў заходніх абласцях БССР. Па інфармацыі Смаргонскага райкама КП(б)Б ад лістапада 1948 г. «кулакi» С. А. Богдан, М. В. Страшынскі былі прынятыя ў калгасы, нягледзячы на іх прыналежнасць да кулацка-заможнай часткі. У некаторых выпадках назіралася адначасовая прыналежнасць да калгасам і да «кулакоў». Спробы ўступлення «кулакоў» у калгасы можна разглядаць як адну з жыццёвых стратэгий выжывання, ва ўмовах новай палітыкі савецкай улады [2, с. 56–57].

Найбольш радыкальным рашэннем «кулацкага» пытання было перасяленне сем'яў «кулакоў». Высяленне «кулацкага» сем'яў ажыццяўлялася яшчэ ў 1949 г. Па падлікам даследчыка В. І. Навіцкага за другое паўгоддзе 1949 г. у Сібір ці Казахскую ССР было выселена каля 3400 «кулацкіх» сям'яў. Мэтанакіравана «кулацкі» пытанне вырашалася на ўзроўні Савета Міністраў БССР у верасні 1951 г. Згодна з планам, прадугледжвалася выселіць на тэрыторыю Паўднёва-Казахстанскай вобласці 1375 «кулацкіх» сем'яў агульным лікам у 6064 чалавек. 7 красавіка 1952 г. гэтым пытанні Савет Міністраў БССР выдаў Пастанову Савета Міністраў БССР ад 7 красавіка 1952 г., якое давала канкрэтную інструкцыю, як дзейнічаць мясцовым уладам у дачыненні да «кулакоў». Для высялення складаліся спісы «кулацкага» сем'яў, якія вялі варожую антыкалгасную дзейнасць. Калі ж кіраўнік «кулацкай» сям'і ўжо адбываў пакаранне, то пасля адбыцця ён накіроўваўся на спецпасяленне па месцы пражывання яго сям'і. Аднак у Пастанове быў пункт 5, згодна з якім не павінны былі высяляцца «кулацкія» сям'і, у якіх члены ўдзельнічалі ў Вялікай Айчыннай вайне, мелі дзяржаўныя ўзнагароды, былі актыўнымі ўдзельнікамі партызанскага руху. Такім чынам,

Пастанова Савета Міністраў БССР ад 7 красавіка 1952 г. вызначыў парадак і механізм высялення «кулакоў» і іх сем'яў, а таксама ўстанавіла тыя выпадкі, калі высяленне іх было немагчыма. Магчымасць застацца на старым месцы жыхарства давалася ў сілу ўзросту і прыстасаванні да працы, а таксама ўлічваліся асаблівыя заслугі перад савецкай уладай. Усяго ж, перасяленню падвяргалася 56 % «кулацкага» гаспадарак у Мінскай вобласці, 56 % у Брэсцкай, 88 % у Гродзенскай, 70 % у Маладзечанскай. Агульны паказчык па заходніх абласцях БССР склаў каля 70 %. Падчас высялення 1952 г. на тэрыторыю Паўднёва-Казахстанскай вобласці выпраўляліся сыны «кулакоў», якія маглі працаваць у калгасах [1, с. 232–244].

Падрабязнае разгляд працэсаў рэабілітацыі «кулакоў» і членаў іх сем'яў, якія пачаліся пасля смерці І. В. Сталіна 5 сакавіка 1953 г. дае падставу казаць аб тым, што працэс аднаўлення ў правах праходзіў павольнымі тэмпамі, з правядзеннем індывідуальнай праверкі па кожнаму хадайніцтве. З колькасці фактычна выселеных у 1952 г. 1303 сем'яў «кулакоў» на момант 1956 г. хадайніцтва на вяртанне з адмысловых паселішчаў падавала 489 сем'яў або 37 % ад агульнай колькасці выселеных. У выніку разгляду задаволена ў 1956 г. былі хадайніцтвы 164 сем'яў з лікам членаў у 367 чалавек, а 325-ці спецпоселенцам было адмоўлена [1, с. 232–245].

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Аграрные преобразования в Молодечненской области 1944–1953 гг. Документы / сост. Н. А. Бондаренко [и др.]. – Минск: НАРБ, 2003. – 438 с
2. Барадач, Г. А. Калектывізацыя сельскай гаспадаркі ў заходніх абласцях Беларускай ССР / Г.А. Барадач, К.І. Дамарад. – Мінск: Дзярж. выд-ва БССР «рэдакцыя сацыяльна-эканамічнай літаратуры», 1959. – 165 с.
3. Белозорович, В. А. Западнобелорусская деревня в 1939–1953 годах: Монография / В. А. Белозорович. – Гродно: ГрГУ, 2004. – 148 с.
4. Белязо, А. П. Беларуская вёска ў пасляваенныя гады (1945–1950 гг.) / А. П. Белязо. – Мінск: Выд-ва БДУ, 1974. – 176 с.
5. Доклад «Об усилении борьбы органов прокуратуры с нарушителями устава сельскохозяйственных артелей и расхитителями колхозной собственности» // Национальный архив Республики Беларусь (НАРБ). – Фонд 4п. – Оп. 95. – Дело 24. – Л. 15–24
6. Польша – Беларусь (1921-1953 гг.): сб. докумен. и мат. / Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т истории, Департамент по архивам и делопроизводству М-ва юстиции Респ. Беларусь; сост. А.Н. Вабищевич [и др.]. – 2-е изд. – Минск: Беларуская навука, 2013. – 423 с.
7. Рассвет над Неманом: Воспоминания актив. участников колхоз. стр-ва в Гродн. обл. / Ин-т истории партии при ЦК КПБ, Фил. Ин-та марксизма-ленинизма при ЦК КПСС Гродн. Обл. Компартии Белоруссии; редкол.: В.П. Верхось [и др.]. – Минск. Беларусь. – 1982. – 221 с.

ПОЛИТИКА ПО СОХРАНЕНИЮ ПАМЯТИ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Я. С. Саковец

Белорусский государственный университет, Минск;

Yanich25_02@mail.ru;

науч. рук. – А. И. Маскевич, канд. ист. наук, доц.

В статье рассматриваются политические решения в Республике Беларусь, направленные на сохранение исторической памяти белорусского народа о событиях и последствиях Великой Отечественной войны, проблема передачи памяти о Великой Отечественной войне между поколениями и уровня эффективности политики по сохранению исторической преемственности белорусского народа по сохранению памяти о Великой Отечественной войне в Республике Беларусь. Целью статьи является определение уровня сохранения исторической памяти о Великой Отечественной войне у белорусского народа в Республике Беларусь. Результаты исследования показали, что историческая память белорусского народа о Великой Отечественной войне имеет обоснованный и логический характер, а политика по сохранению памяти о Великой Отечественной войне в Беларуси позволила избежать идеологических столкновений и в сознании белорусов эта война остается именно Великой Отечественной. В дальнейшем, результаты исследования могут быть использованы в социологических и прогностических исследованиях, связанных с темой сохранения памяти белорусского народа о Великой Отечественной войне.

Ключевые слова: Великая Отечественная война; историческая память; государственная политика Беларуси; патриотическое воспитание; общественная жизнь белорусов

Несмотря на то, что последние выстрелы Отечественной войны прогремели более чем 70 лет назад, белорусский народ продолжает чтить память о тех уже далеких трагических событиях, так как на этой земле продолжают жить наследники людей, для которых война была не просто абстрактным параграфом в школьном учебнике, а незабываемой частью судьбы.

Кроме того, по данным на 1 апреля 2019 года в Беларуси проживали 6250 ветеранов Великой Отечественной войны. В силу возраста и состояния здоровья эти люди не могут принимать активного участия в общественной жизни и выступают скорее символическими фигурами для формирования политики памяти. С уходом этого поколения, носителей живой памяти, коммуникативная память о войне окончательно перейдет в форму культурной памяти [1, с. 5]. Однако пока они есть среди нас, поколениям, не знавшим войны, следует воспользоваться возможностью приобретения именно коммуникативной памяти из уст ветеранов, поскольку для формирования устойчивой исторической памяти необходим

живой пример очевидцев тех событий. Так, многие поколения еще долго будут открывать неизвестные или малоизвестные страницы Великой Отечественной войны, восхищаясь и преклоняясь перед мужеством воинов, партизан и подпольщиков, создавать летопись их великого подвига, равного которому не знала история [2, с. 7]. При этом поддержку формированию исторической памяти белорусов о Отечественной войне оказывают как отдельные семьи страны, так и общество с государством в целом.

В ходе исследования были изучены законодательные акты Республики Беларусь, связанные с тематикой Великой Отечественной войны; изменения в Уголовном кодексе и Конституции РБ; государственные патриотические проекты и социальные опросы, свидетельствующие о эффективности политических решений Республики Беларусь в области сохранения памяти о Великой Отечественной войне.

В частности, были рассмотрены положения закона «О геноциде белорусского народа», по которым публичное отрицание факта истребления белорусского народа в годы Великой Отечественной войны подлежит уголовной ответственности, а также принятый в 2021 г. закон о «О недопущении реабилитации нацизма». По законодательству РБ также не допускается осквернение мемориалов и памятников участникам Великой Отечественной войны, расположенных на территории республики [1, с. 5]. Нарушение этого положения, влечет за собой ответственность по статье 346 Уголовного кодекса Республики Беларусь об надругательстве над историко-культурными ценностями и памятниками защитникам Отечества. По этой статье предусмотрены такие виды наказаний, как штраф, арест, ограничение свободы на срок до трех лет или лишение свободы на тот же срок [3, с. 16].

С точки зрения актуальности сохранения исторической памяти о Великой Отечественной войне для белорусского народа, особенно показательными выступают результаты народного референдума 2022 года и социологические исследования, которые проводились Институтом социологии Национальной Академии наук Беларуси. По результатам исследований, более 69 процентов респондентов считают, что Великая Отечественная война и победа в ней являются наиболее значимым событием новейшей истории в сознании населения Беларуси [4, с. 26]. Тем не менее, в Республике Беларусь продолжают разрабатываться государственные проекты по увеличению учебных часов, связанных с темой Великой Отечественной войны в школах, а также по созданию и введению спецкурса «Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)» в высших учебных заведениях.

Культурная и общественная жизнь белорусского народа также указывает на успешное проведение государственной политики Республики Беларусь в области сохранения памяти о Великой Отечественной войне. Таким образом, на средства государственного бюджета на территории Беларуси в XXI веке были созданы скульптуры «Беларусь Партизанская» в Минске, располагающийся недалеко от станции метро «Могилевская» (5 мая 2005 г.), памятник пограничникам в Гродно 2004-го года, памятники Марату Казею, Маршалу Жукову, а также установленный во дворе школы №69 г. Минска памятник Константину Заслонову, памятник детям-жертвам Великой Отечественной войны на месте концлагеря «Красный берег», созданный Л. М. Левиным и скульптором А. М. Финским [5, с. 145]. В 2000-ом году была установлена бронзовая скульптурная композиция «Последний путь», расположенная вдоль ступенек, ведущих к центру мемориала «Яма», который посвящен событиям Холокоста. Также на киностудии «Беларусьфильм» в 2000 г. вышел кинофильм «В августе 44-го...» режиссера М. Н. Пташука, а в 2019 г. режиссер А. А. Мелеховец выпустил свой дебютный полнометражный художественный фильм «Народные мстители», по одноименному рассказу Василя Быкова [6, с. 24]. Более того, государством финансируются такие мероприятия, связанные с темой памяти о Великой Отечественной войне, как республиканская патриотическая акция «Беларусь помнит», которое длится с 9 мая до 3 июля, ежегодное проведение торжественного концерта и салюта в честь памяти о Великой Отечественной войны 9 мая и 3 июля, а также велопробег, который включает в себя возложение цветов к мемориалам, связанным с ВОВ.

В результате, политика памяти о Великой Отечественной войне в Беларуси позволила избежать стране «войн памяти» и, несмотря на дискуссии, ведущиеся в исторической науке по сложнейшим аспектам истории Второй мировой войны, в сознании белорусов эта война остается именно Великой Отечественной, но, тем не менее, необходимо продолжать повествовать молодому поколению о тех военных годах и их последствиях, поскольку от успешности дальнейшего развития исторической преемственности зависит не только культурный облик белорусской нации, но и безопасность судеб нескольких поколений людей от потерь и разрухи глобальных войн [1, с. 6].

Библиографические ссылки

1. *Аленькова Ю. В.* Великая Отечественная война в исторической памяти белорусов: Научная статья – Могилев: МГУ им. А. А. Кулешова, 2020. – 6 с.
2. *Литвин А. М., Безлепкин Я. П., Воронкова И. Ю.* Вклад белорусского народа в Победу в Великой Отечественной войне – Минск: Издательский дом «Белорусская наука», 2015. – 163 с.

3. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь от 9 ноября 2010 г. № 575. – Минск: Гос. погранич. ком. Республики Беларусь, 2010. – 6–17 с.
4. *Денисова Н. Ф.* Историческая память белорусов: Социологический анализ – Минск: Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі, 2018. – 32 с.
5. *Козак К. И., Рупп И. А., Щая-Зуброва И. А.* Трагедия и мужество партизанского края 1941-1945 гг.: живые свидетельства Беларуси – Минск: Р. М. Цимберов, 2022. – 172 с.
6. Говорит Минск – Минск: Издательство Комитета по радиовещанию и телевидению при Совете Министров БССР 1958-1960, сборник номеров 1–

ДЗЯЎЧЫНА Ў САЦЫЯЛЬНАЙ СТРУКТУРЫ ЗАХОДНЕПАЛЕСКАЙ ТРАДЫЦЫЙНАЙ ВЁСКІ

А. А. Селях

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;
oxana.gugnuk@gmail.com;
наук. кір. – Т. А. Навагродскі, д-р. гіст. навук, праф.*

У артыкуле разглядаецца становішча заходнепалескай дзяўчыны ў сацыяльнай структуры традыцыйнай вёскі. Падкрэсліваецца карэляцыя дзявочага статусу з нормамі сацыяльнай арганізацыі сельскага соцыўма. Разглядаецца роля грамады ў пытаннях выхавання і сацыялізацыі дзяўчат. Аналізуецца ўплыў трансфармацыі сацыякультурнага ландшафта на змены ў сістэме сацыяльнай субардынацыі.

Ключавыя словы: сельскія дзяўчаты; сацыяльная структура вёскі; сацыяльнае становішча; заходнепалеская вёска; традыцыйная культура; трансфармацыя.

Адной са значных праблем сацыяльнай гісторыі беларусаў у розныя перыяды развіцця грамадства з’яўляецца мадэль і формы грамадскіх дачыненняў. Актуальным застаецца вывучэнне пытання пра сацыяльны парадак у грамадстве, стасункі і становішча палоў. Каб мець уяўленне аб асаблівасцях статусу дзяўчыны ў традыцыйным і мадэрным беларускім грамадстве, трэба разгледзець сацыяльную арганізацыю заходнепалескай вёскі ў дынаміцы яе зменаў.

Як вядома, іерархія традыцыйнай вёскі, размеркаванне функцый і абавязкаў у ёй вызначаліся прыкметамі полу і ўзросту. Кожная полаўзроставая група мела свае правы і абавязкі, дакладна вызначаныя эканамічныя і сацыяльныя функцыі, этыкетныя нормы. Сацыяльны парадак рэгуляваўся сельскай грамадой. Грамада, як форма сацыяльнай арганізацыі жыхароў вёскі, ўяўляла сабой малы сацыяльны арганізм, які забяспечваў стабільнасць і парадак у жыццядзейнасці вясцоўцаў [1, с. 200]. Ва ўзаемадзеянне з грамадой дзяўчына ўступала не адразу. Найбольш шчыльныя адносіны з грамадой складваліся на этапе дзявоцтва, які заканчваўся разам з ўступленнем у шлюб. На гэтым этапе адбывалася не проста інтэграцыя дзяўчат ў моладзевую супольнасць, але і ў сельскі соцыум. Дзяўчаты пачынаюць актыўна ўдзельнічаць у культурна-абрадавым жыцці вёскі.

Дачыненні дзяўчыны з соцыўмам, таксама як і сямейныя, былі строга іерархічныя. Старэйшыя, вопытныя чальцы грамады займалі найбольш аўтарытэтныя пазіцыі ў грамадстве. Яны складалі калектыўную ацэнку, уплывовую на статус дзяўчыны. Жыццё дзяўчат, іх якасці, паводзіны – справа ўсіх, не толькі іх. Дзяўчына ў традыцыйным грамадстве – заложніца свайго біялагічнага полу, сваёй натуральнай прыроднай

фізіялогіі. Жаночая фізіялогія – сфера, якая падвяргалася найбольшай стэрэатыпізацыі і маніпуляцыям [2].

Характарызуючы становішча дзяўчыны ў сельскім соцыўме, трэба адзначыць яе несуб’ектнасць. Першачаргова, гэта было звязана з гендэрнай няроўнасцю ў традыцыйным грамадстве. Да замужжа дзяўчына была аб’ектам рознага кшталту маніпуляцый: яе сватаюць, апяваюць, бласлаўляюць, вячаюць і г. д. Да таго ж, усе гэтыя рытуальныя практыкі, як вядома, праводзіліся на вачах сваякоў, грамады, што яшчэ раз падкрэслівае вяршэнства калектыўнага над індывідуальным.

Такім чынам, для традыцыйнага грамадства былі ўласцівы суб’ект-аб’ектныя зносіны паміж моладдзю (да якой прыналежалі дзяўчаты) і сельскім соцыўмам. Грамада выступала ў якасці галоўнага кіруючага і кантралюючага «органа» у жыцці сялян. Становішча дзяўчыны ў такіх абставінах можна ахарактарызаваць як строга падпарадкаванае.

Уяўленне аб парадку прадугледжвала строгае захаванне нарматыўнай культуры, звычайнага права, рытуалу і народнага этыкету. Знешні выгляд дзяўчат, паводзіны з хлопцамі, са старэйшымі кантраляваліся звонку. Асуджаліся дашлюбныя палавыя сувязі, публічная праява сімпатый. Ўчынкі, манеры, якія ігнаравалі нейкую з прынятых нормаў, лічыліся амаральнымі, і, што найбольш значна, дэструктыўнымі [3].

Пільная ўвага менавіта да моладзевай суполкі была абумоўлена наступным: менавіта моладзь з’яўлялася ключавым звяном у грамадстве, праз якое ажыццяўлялася спадкаемства і ўзнаўленне традыцый, што забяспечвала стабільнае развіццё соцыўма. Механізм выжывання сельскай абшчыны засноўваўся на міжпакаленнай перадачы традыцый. Любыя дэстабілізуючыя элементы разбуралі грамаду як супольнасць, уносячы хаос, канфліктнасць, псіхалагічнае напружанне ў жыцці людзей, таму абшчына праз метады ціску і кантролю ў дачыненні да моладзі, клапацілася, каб у вёсцы захоўваўся парадак.

Пакрыў існуючага ладу жыцця быў непасбежным. Сацыяльныя, культурныя, эканамічныя пераўтварэнні, якія ажыццяўляліся ва ўз’яднанай БССР, аказвалі безумоўны ўплыў на нормы ўладкавання сельскага грамадства. Разам з арганізацыяй сацыяльнай інфраструктуры, якая прадуглежвала стварэнне новых форм рэалізацыі культурна-побывавых патрэб, адміністрацыйнага апарату, сельская грамада страчвала свае пазіцыі і аўтарытэт у вачах моладзі. У гістарычна непрацяглы перыяд 1950-я–1960-я гг. (уплыў вайны, саветызацыя) пачаў трансфармавацца былы сацыяльны парадак, адбыліся змены ў сацыяльнай структуры вёскі. Стварэнне калгасаў падрывала «замкнёнасць» вёсак, іх наладжаную самаарганізацыю.

Значны ўплыў на зрушэнне традыцыйнасці нанесла ўрбанізацыя. Новы лад жыцця, які канструяваўся на базе «ўрбанізаванай» культуры, аслабляў сацыяльныя сувязі паміж пакаленнямі. Узрасла роля моладзі, якая выступала правадніком новых «свежых» тэндэнцый. 1960-я–1970-я гг. сталі часам міграцыі сельскай моладзі ў гарады [4, с. 41]. Гарадское насельніцтва – гэта не вясковая грамада, дзе кожны ведаў адзін аднаго і дзе існавалі нефармальныя, аднак уплывовыя маральна-этычныя нормы паводзін і пэўны характар узаемаадносін. У горадзе кожны адказваў сам за сябе, тут не было тых строгіх кантралюючых абмежаванняў грамады, якая сачыла за дзейнасцю кожнага са сваіх членаў.

У 70-х гг. XX ст. дашлюбны перыяд жыцця быў заўважна дэмакратызаваны, на што значны ўплыў аказалі змены ў міжпакаленніх сувязях. Адбывалася паслабленне забаронаў у дачыненні да сацыяльнага статусу нявесты, бацькоўскай сям’і, яе месца нараджэння, матэрыяльнага становішча [4, с. 41]. Распачалося актыўнае перайманне дзяўчатамі ўзораў гарадской культуры. Гараджанкі, іх манеры і стыль ўспрымаліся як эталонныя. 1970-я–1980-я гг. сталі часам, каі мяняліся жыццёвыя прыярытэты сялянскіх: важным становіцца не толькі замужжа і нараджэнне дзяцей, але і атрыманне адукацыі [5, с. 179]. У дзяўчат з’явілася магчымасць для самарэалізацыі па-за роднай вёскай, па-за бацькоўскай гаспадаркай.

Неабходна зазначыць, што нягледзячы на імклівае тэмпаў канструявання «савецкага», традыцыйнае даволі працяглае час захоўвалася ў свядомасці і побыце вяскоўцаў. Значная частка дзявочай суполкі не мігравала, заставалася «на месцы» і па былой схеме пераймала комплекс ведаў, навыкаў, каштоўнасцяў, якія ўзнаўляла ў сваіх сем’ях. У больш аддаленых ад гарадоў мясцовасцях дзяўчаты працягвалі захоўваць фонд культурных практык сваіх бабуль і матуль. Традыцыя ў тых вёсках, дзе заставаліся і шанаваліся яе носьбіты, пахіснулася, але не знікла цалкам. У выпадках, дзе міжпакаленнія сувязі заставаліся трывалымі, грамада і грамадскае, па-ранейшаму захоўвалалі аўтарытэтнасць, а дзяўчына падпарадкаваны статус.

Такім чынам, становішча дзяўчыны залежала ад сацыяльнай структуры вёскі. Традыцыйнае грамадства ўяўляла сабой недынамічную сістэму, змены ў якой адбываліся вельмі марудна. Аснову сацыяльнай структуры заходнепалескай вёскі складала сельская грамада, стабільнае існаванне якой забяспечвалася арыентацыяй на паўтор некалі заведзенага ўкладу жыцця, звычаяў, традыцый, а таксама прыхільнасцю да існуючых узораў паводзін. Менавіта гэты сацыяльны інстытут выконваў функцыі выхавання маладога пакалення, захавання і перадачы

восьмі. Грамада лічылася значным сацыяльным асяроддзем, якое фарміравала культуру сацыялізацыі індывіда і яго калектыўную свядомасць. Становішча дзяўчыны ў традыцыйнай вёсцы было строга падпарадкаванае. Адсутнасць адукацыйных і прафесійных амбіцый, непазбежнасць перспектывы жыцця ў межах роднай вёскі, перайманне існуючага ладу жыцця рабілі яе падуладнай калектыўнаму.

У саветызаваным з часам вясковым асяроддзі, у якое моладзь паступова ўкараняла элементы мадэрнасці, пачаў стварацца новы сацыяльны парадак, культурныя практыкі, іншая сістэма субардынацыі. Стварэнне і захаванне сацыякультурнага ландшафту перастала быць прэрагатавай былых эліт (старэйшых жыхароў, бабуль, дзядуль). Кожны чалец грамады быў адначасова карыстальнікам, спажывцом і актэрам. У такім грамадстве дзяўчына набывала суб'ектнасць. З'яўленне магчымасці навучацца, набываць прафесійныя навыкі, магчымасць атрымання эканамічнай незалежнасці стваралі ўмовы для фарміравання індывіда з асабістымі поглядамі, прымальнымі для яго формамі самапраявы.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Шаталава, В. «Замкнёныя ў вёсцы»: сацыяльная і жыццёвая прастора беларускіх сялян XIX–XX стст. / В. Шаталава // Acta Albaruthenica. Tom 12 / Katedra Białorutenistyki Uniwersytetu Warszawskiego. – Warszawa, 2012. – С. 199–209.
2. Гугнюк, А. А. Жаночая фізіялогія ў традыцыйных уяўленнях беларусаў (на прыкладзе заходнепалескай вёскі) / А. А. Гугнюк // Беларусь у гістарычнай рэтраспектыве XIX–XXI стагоддзяў: этнакультурныя і нацыянальна-дзяржаўныя працэсы : матэрыялы Рэспубліканскай навуковай канферэнцыі (Гомель, 14 кастрычніка 2021 г.) / рэдкалегія : А. Р. Яшчанка (гал. рэд.) [і інш.] ; М-ва адукацыі Рэспублікі Беларусь, Гомельскі дзярж. ун-т імя Ф. Скарыны. – Гомель : ГДУ імя Ф. Скарыны, 2021. – С. 64–68.
3. Грымич, М. В. До питання про статус жінки в традиційному українському суспільстві / М. В. Грымич [Электронны рэсурс]. Рэжым доступу: <http://ethnic.history.univ.kiev.ua/data/2000/7/articles/3.pdf>. – Дата доступу: 14.05.2022.
4. Калачева, И. И. Семья и брак в БССР в 70–80-х гг. XX в. / И. И. Калачёва // Вышэйшая школа: навукова-метадычны і публіцыстычны часопіс / заснавальнікі: Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь, Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт. – 2016. – № 6. – С. 40–45.
5. Лавриновская, И. В. Особенности добрачной и семейной жизни сельской женщины в Белорусском Полесье в советский период / И. В. Лавриновская // Матэрыялы міжнароднай навуковай канферэнцыі да 150-годдзя А. К. Сержпутоўскага, 19–20 чэрвеня 2014 г., Мінск / [укладальнікі: А. Г. Алфёрава, С. У. Грунтоў, Ю. С. Пракоф'ева]. – Мінск, 2014. – С. 177–183.

КРАМЯНЁВЫ ІНВЕНТАР ПОМНІКАЎ ЖАЛЕЗНАГА ВЕКУ НА ТЭРЫТОРЫІ БЕЛАРУСІ: ПРАБЛЕМЫ І ПЕРСПЕКТЫВЫ ВЫВУЧЭННЯ

М. П. Семіжон

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

maksimsemizhon@gmail.com;

наук. кір. – А. У. Вайтовіч, канд. гіст. навук, дац.

Артыкул прысвечаны праблеме вывучэння крамянёвых артэфактаў, знойдзеных на помніках жалезнага веку на тэрыторыі Беларусі. Паказана, што знаходкі дагэтуль не становіліся аб'ектам мэтанакіраванага даследавання. На падставе аналізу бібліяграфіі вызначана, што навукоўцамі былі выяўлены ўсе асноўныя катэгорыі крамянёвага інвентару. Сцвярджаецца, што прысутнасць крамянёвых артэфактаў у калекцыях можа быць абумоўлена шэрагам фактараў: механічная дамешка знаходак; паўторнае выкарыстанне насельніцтвам жалезнага веку вырабаў папярэдніх эпох; крэмеапрацоўчая дзейнасць супольнасцяў жалезнага веку. Акрэслены перспектывы вывучэння крамянёвага інвентару помнікаў, накіраваныя як на актывізацыю палявых даследаванняў, так і на дэталёвае вывучэнне наяўных калекцый з улікам новых метадаў.

Ключавыя словы: крамянёвыя артэфакты; крэмеапрацоўка; археалагічныя культуры; жалезны век; Беларусь.

Беларускія даследчыкі неаднаразова адзначалі наяўнасць крамянёвых вырабаў на помніках жалезнага веку. Такія артэфакты выяўлены на паселішчах і ў пахаваннях мілаградскай культуры (селішча Ліскі Рэчыцкага раёна Гомельскай вобласці, гарадзішча Ястрабка V Лоеўскага раёна Гомельскай вобласці, курганны могільнік у Гарошкаве Рэчыцкага раёна Гомельскай вобласці і інш.) [4, с. 119, 122, 123]. Знаходкі крамянёвых вырабаў фіксаваліся на помніках зарубінецкай культуры (у могільніках Велемічы I і Велемічы II Столінскага раёна Брэсцкай вобласці, селішча Рубель Давыд-Гарадоскага раёна Брэсцкай вобласці і інш.) [3, с. 28, 38, 48]. Крамянёвыя артэфакты былі атрыманы на гарадзішчах культуры ранняй штрыхаванай керамікі (Гарані Смаргонскага раёна Гродзенскай вобласці, Мікольцы Смалявіцкага раёна Мінскай вобласці і інш.), днепра-дзвінскай культуры (Замошша Полацкага раёна Віцебскай вобласці) [6, с. 41; 2, с. 15; 8, с. 51].

На помніках жалезнага веку выяўлены розныя катэгорыі крамянёвых знаходак. Зарэгістраваны неапрацаваныя канкрэцы і галькі [4, с. 118]. Сустракаюцца нуклеусы і жаўвакі, якія нясуць на сабе сляды аббіўкі, накіраванай на падрыхтоўку ўдарнай пляцоўкі, а таксама прадукты дэбітажу: крамянёвыя адшчэпы, пласціны, лускавінкі [4, с. 123]. Вядомыя вырабы з другаснай апрацоўкай: крамянёвыя нажы, сякеры,

рэтушоры, серпападобныя прылады, крэсівы і інш. [4, с. 123; 6, с. 38; 3, с. 38]. Узоры крамянёвай сыравіны сабраныя на помніках мілаградскай культуры і культуры ранняй штрыхаванай керамікі [4, с. 118; 5, с. 160]. Іншыя катэгорыі артэфактаў вылучаны ў матэрыялах шырокага кола культур разглядаемага часу.

Дагэтуль крамянёвыя артэфакты, знойдзеныя на помніках жалезнага веку, амаль не становіліся аб'ектам мэтанакіраванага вывучэння спецыялістаў. Як правіла, даследчыкі проста канстатавалі факт прысутнасці вырабаў з крэменю альбо абмяжоўваліся выключна публікацыйнай матэрыялаў ілюстрацыйнага характару [3, с. 28]. У пераважнай большасці прац адсутнічае дэталёвае апісанне калекцый [1, с. 28; 2, с. 15; 8, с. 51, 99]. Толькі ў адзінкавых выпадках увага навукоўцаў скіроўвалася на культурна-храналагічную атрыбуцыю знаходак [4, с. 80, 103-125; 5, с. 167; 6, с. 39, 41]. У айчыннай літаратуры практычна не ўздымалася пытанне аб ролі крэменю ў жыцці насельніцтва тэрыторыі Беларусі ў эпоху жалезнага веку. Найбольшы ўнёсак у распрацоўку праблематыкі «позняй» крэмнеапрацоўкі зрабіў М. І. Лашанкоў [4; 5], аднак яго прафесійныя інтарэсы ахопліваюць галоўным чынам праблематыку мілаградскай культуры.

Нягледзячы на недастатковую ступень распрацаванасці праблемы, можна сцвярджаць, што прысутнасць крамянёвых вырабаў на помніках жалезнага веку з'яўляецца вынікам трох розных сітуацый. Па-першае, частка артэфактаў уяўляе сабой механічную дамешку матэрыялаў папярэдніх эпох. Такая інтэрпрэтацыя прапанаваная для знаходак з Любенскага гарадзішча на ўскрайку Гомеля, тэрыторыя якога была заселеная ўжо ў эпоху неаліту і бронзы [4, с. 119; 5, с. 167]. Па-другое, у шэрагу выпадкаў даследчыкі разглядаюць атрыманыя знаходкі як больш старажытныя вырабы, якія былі знойдзеныя і паўторна выкарыстаныя насельніцтвам жалезнага веку. Напрыклад, на помніку Ліскі была знойдзена крамянёвая сякера, якую М. І. Лашанкоў звязаў з эпохай бронзы. У кантэксце другаснага выкарыстання артэфактаў даследчык разглядаў і крамянёвыя наканечнікі стрэлаў і долатападобныя прылады, якія сустракаюцца на помніках мілаградскай культуры [4, с. 117]. Па-трэцяе, асобныя артэфакты, на думку навукоўцаў, былі выраблены менавіта прадстаўнікамі археалагічных культур разглядаемага часу. Так, М. І. Лашанкоў лічыў, што носьбіты мілаградскай культуры пры апрацоўцы скур аддавалі перавагу менавіта крамянёвым скрабкам, таму што гэтыя прылады, у адрозненне ад жалезных вырабаў, дазваляюць пазбегнуць механічных пашкоджанняў арганічнага матэрыяла [4, с. 123].

Варта ўлічваць, што культурна-храналагічная атрыбуцыя артэфактаў ускладняецца практычна поўнай адсутнасцю ў наяўных калекцыях так званых «кіруючых тыпаў» – прадметаў, якія можна было б упэўнена звязваць з канкрэтнымі археалагічнымі культурамі [4, с. 123].

Такім чынам, на сучасным этапе развіцця беларускай навукі праблема ідэнтыфікацыі і інтэрпрэтацыі крамянёвых вырабаў, знойдзеных на помніках жалезнага веку, знаходзіцца на пачатковай ступені распрацоўкі. Надзёнай задачай з’яўляецца правядзенне палявых даследаванняў і пашырэнне крыніцавай базы, а таксама дэталёвае вывучэнне ўжо назапашаных калекцый з улікам новых аналітычных метадаў. Перспектыўнымі даследчыцкімі накірункамі застаюцца тыпалагічны, тэхналагічны і функцыянальны аналізы знаходак. Асобай увагі заслугоўваюць задачы культурна-храналагічнай інтэрпрэтацыі вырабаў і вылучэння артэфактаў, якія знаходзіліся ва ўжытку супольнасцяў жалезнага веку. Атрыманыя вынікі дазваляць удакладніць сённяшнія ўяўленні аб ролі крэмнапрацоўкі ў жыцці першабытнага насельніцтва тэрыторыі Беларусі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Егорейченко А. А.* Культуры штрихованной керамики. Минск: БГУ, 2006.
2. *Звяруга Я. Г.* Беларускае Павілле у жалезным веку і раннім сярэднявекі / Матэрыялы па археалогіі Беларусі, Вып. 10. – Мінск : ДНУ «Інстытут гісторыі НАН Беларусі», 2005.
3. *Кухаренко Ю. В.* Памятники железного века на территории Полесья. Москва: Академия наук СССР, 1961.
4. *Лошенков М. И.* Городища Милоградской культуры на территории Беларуси. Минск: МФЦП, 2011.
5. *Лошенков М. И.* Поселение культуры штрихованной керамики на юге Беларуси // *Lietuvos Archeologija*. 2001. Т. 21, С. 159–170.
6. *Медведев А. М.* Верхнее Понеманье в железном веке и раннем средневековье. Минск: Беларуская навука, 2011.
7. *Митрофанов А. Г.* Железный век средней Белоруссии (VII-VI вв до н.э. – VIII в н.э.). Минск: Наука и техника, 1978.
8. *Шадыро В. И.* Ранний железный век северной Белоруссии. Минск: Наука и техника, 1985.

ЧЕРНАЯ ЧУМА В ЕВРОПЕ В 1347–1353-Х ГГ.: РАСПРОСТРАНЕНИЕ, ИТОГИ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Я. Д. Сидорович

Белорусский государственный университет, г. Минск;

his.sidoroviYA@bsu.by;

науч. рук. – Н. В. Кошелева, канд. ист. наук, доц.

В середине XIV в. над Европой разразилась чудовищная гроза, общая численность жертв которой в процентном соотношении не сравнится даже с Первой и Второй мировыми войнами вместе взятыми. Никогда раньше человечество не переживало настолько сокрушительного удара – Черная Смерть прошла волной не только по Европе, но и практически по всем регионам Евразии, от Китая и Монголии, до арабского мира, Северной Африки, отдаленных регионов Скандинавии и Руси. В статье на основе средневековых хроник проводится анализ распространения чумы в Западной Европе. Черная Смерть рассматривается в контексте других бедствий, постигших государства Европы в рассматриваемый период. Автор приходит к выводу, что именно Черная Чума стала основным фактором, определившим дальнейший переход к следующей исторической эпохе – периоду Нового времени.

Ключевые слова: Черная Чума; Черная Смерть; Великий Голод, флагелланы.

С поздней осени 1347 г. в Лувр и Тауэр начали приходить известия о некоем моровом поветрии на юге – в королевстве Сицилийском, Генуе, на Корсике, Мальте и в Сардинии. Основываясь на хрониках, можно утверждать, что ни один из конфликтующих королей не воспринял угрозу всерьез – новости распространялись медленно, а вскоре известия из Средиземноморского региона и вовсе перестали приходить, поскольку их некому стало отправлять.

Неслыханный, запредельный кошмар, начавший распространяться по Средиземноморью с 1347 г., аналогов не имел, а в свете религиозного и мифологического менталитета человека Средневековья выглядел не более и не менее, чем самым настоящим концом света. Фантастическая вирулентность штамма чумы, чудовищная скорость распространения эпидемии, невероятная скоротечность болезни и запредельная смертность до сих пор потрясают воображение – что уж говорить о наших предках, не способных ни сопротивляться эпидемии средствами медицины, ни осознать истинные масштабы происходящего!

Однако следует помнить о том, что Черная Смерть оказалась лишь наиболее масштабным из кризисов 14 в. – пожалуй, самой скверной эпохи европейской истории. Вся первая половина столетия – беспрестанная цепочка сплошных несчастий, однозначно предрекающих Судный день. Про Великий Голод 1315–1317 гг. говорить можно достаточно коротко и ясно. В 1342 г. произошло несчастье в том плане, что обилие снега зи-

мой и беспрестанные дожди летом, поля Франции опустошены оказались сильным наводнением, в Германии затоплено оказалось много городов. С 1345 г. по всей Европе начался период «особенной сырости», продолжавшийся еще несколько лет, постоянные неурожаи, нашествия саранчи аж до Голштинии и Дании. Сокращаются посевные площади, в Германии и Шотландии погибает винодельческая отрасль.

Как известно, беда одна не приходит, а каждый новый катаклизм тянет за собой другой – после долгих веков благополучия, экономического процветания, стабильного роста населения и продовольственного изобилия всего за несколько десятилетий Европу посетили три всадника Апокалипсиса из четырех: Война, Голод и Смерть: стремительно менялся климат, неурожаи следовали один за другим, началась Столетняя война, благодаря ей рухнула и финансовая система. А зимой с 1347 на 1348 гг. прибыл и четвертый – во всей своей мощи и необратимости...

Предположительно, началось все за десять лет до описываемых событий, в 1338 г., в районе озера Иссык-Куль – по данным исследователей, именно оттуда Черная Смерть начала долгую дорогу на Запад. За восемь лет она опустошила Центральную Азию, поразила Золотую Орду, разделилась на два смертоносных ручья, южный и западный, проникла через Кавказ на Средний Восток и в Византию, а также в район Крыма, где к тому времени имелось несколько генуэзских факторий – в частности, крепость Кафа, находящаяся в современной Феодосии. Из порта Кафа на кораблях Генуи весной 1347 г. Черная Смерть попадает в Константинополь, незамедлительно вызвав огромную смертность – умер даже наследник трона, сын императора Андроник, заболевший на рассвете и скончавшийся к полудню. Общее число потерь подданных Византии в ходе эпидемии – более трети, Константинополь вымер почти наполовину.

Согласно сообщениям хроник, в Генуе эпидемия началась 31 декабря 1347 г. По современным подсчетам, в городе умерло от 80 до 90 тыс. человек. Чума выкашивала жителей Сардинии, Корсики, Мальты, Эльбы, Майорки. В январе следующего года эпидемия началась в Венеции и убила 2/3 ее жителей. В это же время она распространилась и по Франции. Так, в Авиньоне, который тогда был резиденцией Папы Римского, как утверждают хроники, умерло 80 % жителей. Не хватало земли, чтобы вырыть могилы всем, и Папа Климент VI вынужден был освятить реку, куда трупы умерших сваливали с телег. Среди прочих, жертвой авиньонской чумы стала Лаура – возлюбленная и муза Франческо Петрарки [2, с. 126].

Папа и курия закрылись во дворце, а сам Климент VI все время сидел между двумя жаровнями, в которых постоянно поддерживался огонь.

Считалось, что жар убивает возбудителя болезни и очищает воздух. Папа также не расставался с «волшебным» изумрудом, вставленным в перстень.

В итальянскую Тоскану чуму тоже занесли генуэзцы на кораблях. От портов эпидемия распространялась в глубь континента. Первым городом стала Пиза, потом Пистойя. Надо сказать, что городские власти не сидели просто так в ожидании гибели. Срочно был организован совет по надзору за общественным здоровьем по образцу венецианского. Трупы было приказано хоронить в наглухо заколоченных гробах, могилы копать не менее полуметра глубиной. Чтобы не сеять панику, запрещалось заупокойные службы, похоронные одежды и колокольный звон. Однако все эти распоряжения не касались рыцарей, докторов права, судей и докторов медицины. Так что всё оказалось зря. Далее пострадали Перуджия, Сиена, Орвието. По замечаниям современников, в Орвието смертность составила до 90 %.

Флорентийский банкир, политик и историк Джованни Виллани (умерший от чумы в 1348 г.) оставил нам такую запись: «...Для Флоренции и всего христианского мира потери от разорения Барди и Перуцци были еще тяжелее, чем от всех войн прошлого. Все, кто имел деньги во Флоренции, их лишились, а за пределами республики повсеместно воцарились голод и страх» [3, с. 40].

Но в чем же причина столь невероятной смертности и заразности Черной Смерти? Отсутствие гигиены? Это лишь один из малозначимых факторов – бани и ванны в те времена были широко распространены, особенно в монастырях. Можно предположить, что быстрое распространение заболевания было связано с большой скученностью в городах. Дело в том, что в 1348 г. европейцы столкнулись с весьма необычным течением чумы – болезнь лишь в незначительном числе случаев принимала бубонную форму, когда возбудитель *Yersinia pestis* концентрируется в пораженных лимфоузлах. Более распространялась септическая форма (возбудитель сразу проникал в кровь), разносился по всему организму, включая легкие, а после начала чумной пневмонии болезнь моментально передавалась воздушно-капельным путем, подобно гриппу. Заболевший легочной формой умирал быстро, от двух-трех часов до полутора суток, успевая за это время заразить всех окружающих – особенно ярко это проявлялось в городах, монастырских общежитиях-дормиториях, на рынках. Пока продолжался весьма краткий инкубационный период, человек мог выйти из дома к булочнику или к мясному, сходить в церковь, где находились десятки прихожан и монахов, заглянуть к своему юристу или родственникам. Практически все они оказывались обречены – чум-

ная пневмония гарантировала скорую, но далеко не самую легкую смерть практически каждому.

В Англии чума чаще проявлялась в легочной форме, с кровохарканием и кровавой рвотой, причем больной, как правило, умирал в течение двух суток. То же самое отмечают норвежские хроники, русские летописцы говорят о черных пятнах на коже и легочных кровотечениях.

Во Франции чума проявлялась в обеих формах – в первый период своего распространения (два месяца) в основном в легочной форме, больной умирал на третьи сутки, во второй – в бубонной, причем время жизни увеличивалось до пяти дней. Средневековые врачи использовали в своей практике лекарства на растительной или животной основе, а также хирургические инструменты, и они прекрасно понимали, что против чумы это не поможет. Попытки лечения все же предпринимались. Кто-то вскрывал чумные бубоны и прижигал их. Чуму, понимаемую как отравление, пытались лечить существующими на тот момент противоядиями, к бубонам прикладывали высушенные шкурки жаб и ящериц, способных, по распространенному в те времена убеждению, вытягивать из крови яд, с той же целью употребляли драгоценные камни, в частности, размолотый в порошок изумруд.

Наиболее здравым представлялось поддерживать силы больного хорошим питанием и укрепляющими средствами и ждать, чтобы сам организм поборол болезнь. Но случаи выздоровления во время эпидемии Черной смерти были единичными и почти все пришлось на конец эпидемии. В этих условиях сеньоры или города оплачивали услуги специальных «чумных докторов», в обязанности которых входило оставаться в городе до конца эпидемии и лечить тех, кто стал ее жертвой. Считается, что первых чумных докторов нанял папа Климент VI, после чего эта практика стала применяться по всей Европе. Для защиты от «миазмов» чумные доктора носили ставшую позднее знаменитой клювастую маску.

Одним из следствий эпидемии было усиление фанатичной религиозности. Одни призывали к погромам еврейского населения, которое обвинялось в «насылании заразы». Другие, так называемые бичующиеся (флагелланты), проводили публичные покаяния в форме паломничества и процессий полуобнаженных бичующих друг друга людей. Буллы Климента VI решительно осуждали обе практики и обязывали духовенство брать евреев под защиту. Однако не везде это распоряжение выполнялось.

Самый первый подсчет числа жертв эпидемии был проведен по указанию папы Климента VI в 1352 г. и показал число в 23, 84 млн человек – 31 % европейского населения. Современные исследователи называют разные цифры в зависимости от своей методики подсчетов. Кто-то гово-

рит про 30 или 50 %, причем, высокий уровень смертности был свойственен прежде всего городам, а не сельской местности.

Таким образом, Черную Смерть вполне можно считать разграничительной линией между «классическим» Средневековьем и ранним Новым Временем, поскольку это заболевание содействовало грандиозному перевороту во всех областях жизни, и в первую очередь трансформации экономики региона. Демографический провал и недостаток рабочей силы вызвал повышение ценности труда наёмных рабочих и крестьянства, внеся кардинальные изменения в ранее закрытые цеха. В дальнейшем, это обусловило ломку существующих экономических отношений.

Библиографические ссылки

1. *Фавье Ж.* Столетняя война. СПб.: Евразия, 2009.
2. *Бодров А.* История эпидемий. От черной чумы до COVID-19. М.: Центрополиграф, 2020.
3. *Джованни В.* Новая хроника, или История Флоренции. М.: Наука, 1997.
4. *Ле Гофф Ж., Трюон Н.* История тела в Средние века. М.: Текст, 2008.
5. Полное собрание русских летописей. Т. 10. VIII. Летописный сборник, именуемый Патриаршею или Никоновскою летописью. / Под ред. А. Ф. Бычкова. СПб., 1885.
6. *Супотницкий М. В., Супотницкая Н. С.* Очерк V. «Черная смерть» – второе пришествие чумы в Европу (1346–1351) // Очерки истории чумы: В 2-х кн. Кн. I: Чума добактериологического периода. М.: Вузовская книга, 2006.

РЕПРЕССИВНАЯ ПОЛИТИКА ССЫЛОК ЦАРСКОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В ОТНОШЕНИИ УЧАСТНИКОВ ВОССТАНИЯ 1863–64 ГОДОВ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛАРУСИ

Н. А. Степанов

Белорусский государственный университет, г. Минск;

nickolay_step@mail.ru;

науч. рук. – А. В. Бурачонок, канд. ист. наук, доц.

Рассматривается репрессивная политика ссылок, применявшаяся царским правительством в отношении восставших во время событий 1863–64 гг. на территории белорусских губерний. Показаны и проанализированы законодательное и судебное оформление репрессивной политики в Российской империи по отношению к повстанцам, проанализированы особенности социально-сословной структуры сосланного населения и географического охвата ссылки.

Ключевые слова: восстание 1863–64 гг.; репрессии; высылка; законодательство; судопроизводство; социально-сословная структура; Сибирь.

Репрессивная политика царского правительства после восстания 1863–64 гг. была весьма разнообразной, однако наиболее важное место в ней занимают ссылки повстанцев. Это был во многом уникальный как с точки законодательства, судопроизводства, так и масштабов административной работы на тот момент времени для Российской империи прецедент, серьезно повлиявший на дальнейшую судьбу десятков тысяч сосланных людей, территорий с которых высылали и в которые высылали. Важность и многогранность этого процесса делает его рассмотрение необходимым при изучении восстания 1863–64 гг., одновременно, требует анализа самых разных аспектов, которые может включить репрессивная политика.

Таким образом, статье будут рассмотрены вопросы законодательного оформления процессов высылки, организации судебно-следственных процессов над ссыльными повстанцами, структуры и количества высланного населения, географического охвата высылки.

Говоря о репрессивных мерах императорского правительства по отношению к повстанцам, важно отметить, что в зависимости от принадлежности к определенной социальной группе, религии, в зависимости от решения суда и различных дополнительных факторов, повстанцы делились на отдельные категории, каждая из которых получала свой вид наказания за участие в восстании 1863–1864 гг.

На основании указа от 11 мая 1863 г. причастные к восстанию были разделены на пять категорий. К первой и второй отнесены лица, признанные действительными или возможными инициаторами восстания,

к–третьей и четвертой – рядовые участники и сочувствующие повстанцам, к пятой – все те, кто добровольно сложил оружие [5, с. 15]. Для первых двух групп предусматривались ссылка на каторжные работы и поселение. Меры наказания для остальных трех категорий определялись их сословной принадлежностью [5, с. 15].

Комплекс репрессивных мероприятий российского правительства в отношении участников восстания 1863–1864 гг. проводился на основе действующего законодательства и специально разработанной нормативно-правовой базы в условиях введения военного положения на территории белорусско-литовских губерний.

Организация процесса судебного-следственного производства по наказанию участников восстания завершилась к августу 1863 г. Органами управления и правового регулирования судебным производством стали специальные следственные комиссии, военно-уездные начальники, военно-судебные комиссии и полевые аудиториаты, сформированные из числа военных и гражданских чиновников Российской империи. В обязанности судебного-следственного аппарата входило рассмотрение собранных в ходе следствия доказательств, определение степени виновности подозреваемых, формирование предварительных и вынесение окончательных приговоров участникам восстания 1863–1864 гг. [5, с. 15].

Среди мероприятий, проводимых правительством Российской империи для подавления восстания 1863–1864 гг. в Беларуси, первоначально преобладали взыскания, штрафы, надзор полиции по месту жительства, тюремное заключение, наложение секвестра и конфискация движимой и недвижимой собственности [5, с. 16]. Однако массовые аресты и возрастание числа пленных повстанцев привели к корректировке системы наказаний, в результате чего одной из основных форм стала ссылка бывших повстанцев и политически неблагонадежных лиц из мест их постоянного жительства в Сибирь [5, с. 16].

Для белорусско-литовских губерний широкое распространение получает и специальная мера – административная ссылка, когда без суда высылались тысячи жителей, не принимавших деятельного участия в восстании, а их имения изымались государством [5, с. 16].

Численность сосланных повстанцев из белорусско-литовских губерний на территорию Сибири определена в количестве 20 тыс. человек, что составило около половины от всех сосланных участников восстания 1863–1864 гг. с территорий бывшей Речи Посполитой. Состав ссыльных представлен всеми основными сословиями (дворяне, духовенство, мещане, крестьяне) при явном преобладании лиц привилегированных сословий, в частности, самой разнообразной шляхты.

Говоря подробнее о структуре и численности сосланного населения, необходимо разделить его по двум важнейшим факторам: сословной принадлежности и конфессии.

Около 2/3 сосланного населения представляли из себя выходцев из шляхты, в большей степени, мелкопоместной или обедневшей. Важно отметить, что это число включает в себя «разобранную» шляхту, которая, тем не менее, в восстании сохранила дворянскую культуру, традиции и самосознание, считая себя шляхтой. В итоге, на 1 репрессированного дворянина, с учетом названных выше особенностей, оставались 43 нерепрессированных дворянина мужского пола [1, с. 107].

Крестьяне, наиболее крупное по численности сословие, составили чуть более 22 % репрессированного населения, репрессии коснулись менее, чем каждого тысячного крестьянина, мещане – немногим менее 6 %, с показателем 1 репрессированный на 758 человек [1, с. 107].

Отдельно нужно отметить духовенство. В его среде сосланных было большое число, но в массе своей в среде католического духовенства. Как итог, при доле в 3,35 % от высланных повстанцев, католическое духовенство понесло наибольший урон, получив 1 репрессированного всего на 16 священников [1, с. 107].

В итоге анализа структуры эмигрировавшего населения, следует сделать следующие выводы. Важнейший вывод – анализ количества и структуры сосланного населения показывает, что репрессии затронули все слои населения. Но наиболее существенно они коснулись дворянства и католического духовенства.

Говоря о географическом охвате ссылки, следует отметить, что наибольшее число высланных в Сибирь людей пришлось на наиболее католическую (фактор религии важен) Ковенскую губернию, но следует помнить, что большинство ее населения не относится к современной территории Беларуси, т.к. ее поветы в массе своей были литовскими. Однако, Ковенская губерния дала в целом более 37 % всех репрессированных [1, с. 108].

Далее идут Гродненская (19 %), Виленская (18,6 %), с отрывом – Минская (13,1 %), с еще большей разницей Могилевская (6,3 %) и Витебская (5,7 %) [1, с. 109–111]. Следует отметить, что даже в рамках разделения губерний по доле в числе репрессированных, эти доли могли существенно отличаться даже в отдельных уездах в зависимости от того, с какой интенсивностью в каждом конкретном уезде шли боевые действия. И чем они были активнее, тем выше доля репрессированных, а наиболее активными были западные, «литовские» губернии.

Также, кратко следует отметить особенности половозрастного состава ссыльных повстанцев. Возрастной диапазон ссыльных составляет от

16 до 80 лет, молодые люди и лица старше лет образуют примерно одинаковую долю, основная часть ссыльных – холостые мужчины.

Отметим и территорию, на которую прибывали сосланные повстанцы – Сибирь. Западная Сибирь в этом аспекте была «заселена» ссыльными повстанцами сильнее Восточной. Основными территориями, которые приняли ссыльных стали земли с центрами в городах Тобольск, Казань, Пермь, Красноярск, Томск и Иркутск [4, с. 20].

Подытоживая, следует сказать, что репрессивная политика царского правительства в отношении восстания 1863–64 гг. стала важнейшим комплексом мероприятий по «умиротворению» бунтующего края. Она включила в себя целый ряд законодательных и организационных мер, начавших воплощаться в жизнь уже в 1863 г. Одной из наиболее распространенных мер наказания стали различные ссылки и высылки: административные и в Сибирь, затронувшие десятки тысяч людей.

Сосланные повстанцы представляли из себя широкий круг самых разных людей с преобладанием мелкопоместной и безземельной шляхты, католического духовенства.

Направления высылки в Сибирь также были самыми различными, но в первую очередь местом отбытия наказания стала ее западная часть.

Библиографические ссылки

1. *Зайцев, В. М.* Социально-сословный состав участников восстания 1863 г. (Опыт статистического анализа). Москва: 1973.
2. Полное собрание законов Российской Империи. Собрание Второе: в 55 т. Т. 38. Отделение 1. 1863. Санкт-Петербург: 1866.
3. *Самбук, С. М.* Политика царизма в Белоруссии во второй половине XIX века. Минск: Наука и техника, 1980.
4. *Серак, Е. В.* Порядок и условия ссылки участников восстания 1863–1864 гг. в Беларуси // Беларускі гістарычны часопіс. 2009. – № 12. – С. 19–22.
5. *Серак, Е. В.* Ссылка в Сибирь уроженцев Беларуси после восстания 1863–1864 гг.: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата исторических наук: 07.00.02. Минск: Белорусский государственный университет, 2016.
6. *Серак, Е. В.* Ссылка в Сибирь уроженцев Беларуси после восстания 1863–1864 гг. Минск: Белорусский государственный университет, 2016.

УКЛАД ОРДЭНА БАЗЫЛЬЯН У РАЗВІЦЦЁ КУЛЬТУРЫ ВЯЛІКАГА КНЯСТВА ЛІТОЎСКАГА Ў XVII СТ.

М. А. Сямёнаў

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

semionov.pankevich@yandex.by;

наук. кір. – Т. А. Наваградскі, д-р гіст. навук, праф.

Работа прысвечана дзейнасці ордэна базыльян у Вялікім Княстве Літоўскім у XVII ст. Разглядаюцца намаганні базыльян па развіцці культуры на першых этапах сваёй гісторыі. Вызначаны цэнтры базыльянскага кнігадрукавання і культавага дойлідства. У рабоце ўзняты пытанні аб мове і тэматыцы выданняў Віленскай базыльянскай друкарні, яе матэрыяльным становішчы ў розныя перыяды дзейнасці; адзначаны першыя базыльянскія храмы на тэрыторыі Беларусі, іх фундатары і архітэктары, мастацкія асаблівасці цэркваў пры базыльянскіх манастырах.

Галоўная мэта работы – вызначыць месца ордэна базыльян у культурнай прасторы ВКЛ у вызначаны перыяд, яго ролю ў развіцці асветы і мастацтва. Дзейнасць базыльян разглядаецца ў агульным кантэксце палітычных працэсаў, якія адбываліся на тэрыторыі Беларусі, адзначаецца негатыўны ўплыў ваенных канфліктаў на развіццё культуры.

Ключавыя словы: ордэн базыльян; базыльянскія друкарні; базыльянскія цэрквы; Вялікае Княства Літоўскае; уніяцкая царква; кнігадрукаванне; культавае дойлідства.

XVII ст. у культуры Вялікага Княства Літоўскага (далей – ВКЛ) прынята лічыць эпохай Контррэфармацыі. У гэты час адбывалася інтэграцыя мясцовай культуры ў культурнае асяроддзе новай дзяржавы – Рэчы Паспалітай. У 1617 г. у ВКЛ быў створаны новы манаскі ордэн – базыльяне. Яго заснаваў кіеўскі ўніяцкі мітрапаліт Іосіф Руцкі. Разгледзім два важныя накірункі дзейнасці базыльян у XVII ст. – кнігадрукаванне і храмабудаўніцтва, і паспрабуем вызначыць іх асноўныя вынікі.

Вільня ў пачатку XVII ст. была галоўным цэнтрам новай царквы, і менавіта тут узнікла першая ўніяцкая манаская абшчына. Уніяцкі манастыр Найсвяцейшай Тройцы з пачатку свайго існавання (1609 г.) валодаў буйным маёнткам. Матэрыяльная незалежнасць дазволіла манахам распачаць выдавецкую дзейнасць. Першыя кнігі, якія мелі адзнаку «Друкарня айцоў базыльян» выйшлі ў 1628 г. Гэта былі «Катэхізіс» на царкоўнаславянскай мове і «Historia albo powieść zgodliwa...» на польскай мове, напісаная базыльянінам, святаром Феадосіем Баравіком. Віленская друкарня, якая атрымала якасны варштат сямейства Мамонічаў, дзейнічала даволі актыўна. З 1628 па 1640 гг. тут выйшла дзесяць кніг. У адно з найбольш плённых дзесяцігоддзяў (1641–1650 гг.) друкарня выдала 22 кнігі [1, с. 58–59].

Сярод іх былі пахавальныя казанні, напісаныя манахамі або сведкімі людзьмі на лацінскай або польскай мове. У гэты час былі выдадзены казанні П. Павіньскага (1641 г.), Я. Павіньскага (1643 г.), дамініканца Р. Тышкевіча (1643 г.), бернардынцаў Ф. Алендзкага (1649 г.) і А. Вітуньскага (1649 г.), базыльяніна А. Дубовіча (1642–1651 гг.) [1, с. 89]. Базыльяне выдалі няшмат твораў рэлігійнай палемікі, хаця самі былі аўтарамі пэўных тэкстаў. Палемічныя творы Іпація Пацея, Іосіфа Руцкага, Лявона Крэўзы-Ржэвускага і Антонія Сялявы друкаваліся ў пачатку XVII ст. у віленскіх друкарнях Лявона Мамоніча і ордэна езуітаў. Больш познія выданні Віленскай друкарні, такія як «Jedność święta» (1632 г.) і «Zwierciadło albo zasłona naprzeciw Perspektywie Kassyana Sakowicza» (1645 г.) згубілі характар чыста рэлігійнай палемікі і пераўтварыліся ў палітычна-рэлігійныя творы. Калі палемічная літаратура першай паловы XVII ст. друкавалася на царкоўнаславянскай і польскай мовах, то другой паловы – амаль выключна на польскай мове [1, с. 91].

У 1651–1660 гг., нягледзячы на падзеі вайны Рэчы Паспалітай з Рускім царствам (1654–1667 гг.), захоп Вільні царскімі войскамі і разбурэнне друкарскага станка (1655 г.), базыльянам удалося выдаць яшчэ 12 кніг. Аднак ужо ў 1660-я гады друкарня пачала прыходзіць у заняпад. У 1670-я гг. спробы вывесці друкарню з крызісу прадпрыняў суперыёр ордэна Я. Малахоўскі. Ён часткова абнавіў друкарскае абсталяванне і загадаў базыльянам выдаць «Статут» на царкоўнаславянскай мове. Аднак гэта мерапрыемства не дало вынікаў і выклікала далейшыя цяжкасці, таму што манастыр апынуўся ў значных даўгах, на пакрыццё якіх базыльянам прыйшлося прадаць фальварак і царкоўнае срэбра. У выніку збяднення манастыра ў 1660–1690 гг. Віленская друкарня выдала толькі 11 кніг [1, с. 59]. У другой палове XVII ст. віленскія базыльяне выдалі работу доктара тэалогіі Пахомія Агілевіча «Esrphonemata liturgiey greskiey». Аўтар высвятляў розніцу ў каталіцкіх і ўніяцкіх літургічных абрадах, а таксама прыводзіў спосабы набожнага і карыснага слухання святой імшы абодвух абрадаў. Кніга была надрукавана на польскай і старабеларускай мове, але беларускі варыянт быў напісаны літарамі лацінскага алфавіту [1, с. 99].

Каля 1690 г. крызісным становішчам Віленскай друкарні скарысталіся базыльяне з Супрасля, якія па загадзе мітрапаліта Кіпрыяна Жахоўскага перавезлі частку яе абсталявання. Віленскія базыльяне звярталіся ад гэтай дыяцэзіі да генеральнай капітулы ў Жыровічах (1694 г.), аднак гэта не змяніла становішча ў справе вяртання адабранага друкарскага абсталявання. У канцы XVII ст.

з Віленскай друкарні выйшла толькі дзве кнігі: «Літургікон» (1692 г., выдадзены кірыліцай) і твор Ю. Флёры «О początku y dziejach narodu rzymskiego» (1700 г., на польскай мове). Наступіў амаль 70-гадовы перапынак у працы Віленскай базыльянскай друкарні [1, с. 59–60].

Кожны манастыр павінен мець свой храм або капліцу, таму лагічна, што ўзнікненне новых базыльянскіх манастыроў павінна было суправаджацца будаўніцтвам новых культавых пабудоў – помнікаў сакральных архітэктуры.

У першай палове XVII ст. складваецца тып ранніх уніяцкіх храмаў. Гэта трохнефавая крыжова-купальная базіліка з даданнем двухвежавага барочнага фасаду. Такая канцэпцыя ўвасабляецца ў Свята-Успенскім саборы базыльянскага манастыра ў Жыровічах (1613–1650 гг.). Новая царква была пабудавана ў 1630–1650 гг., пасля атрымання значных фондушаў. Падчас вайны Рэчы Паспалітай з Рускім царствам у 1655 г. манастыр быў спалены казацкімі атрадамі. Да 1667 г. базыльяне аднавілі храм. Да перабудовы ў пачатку XIX ст. тып гэтай царквы можна вызначыць, як «шасціслуповая крыжова-купальная базіліка з двухвежавым галоўным фасадам і ступеньчатай алтарнай апсідай» [2, с. 214; 3, с. 29; 4, с. 119–120].

У 1635 г. протаархімандрыт ордэна базыльян І. Руцкі дазволіў мінскаму базыльянскаму брацтву пабудаваць новую мураваную царкву Святога Духа замест старой драўлянай, якая да гэтага часу прыйшла ў заняпад. Будаўніцтва царквы скончылася да канца 1640-х гадоў, бо ўжо ў 1651 г. кіеўскі ўніяцкі мітрапаліт Антоній Сялява жадаў быць пахаваным у гэтай царкве. Нягледзячы на тое, што ў гэты час дамінуючым стылем у архітэктуры хрысціянскіх храмаў у ВКЛ было барока, царква Святога Духа стала ўнікальным і гарманічным аб'яднаннем больш даўніх стыляў – рэнесансу і готыкі. У пачатковым выглядзе царква Святога Духа была аднанефавым храмам, які меў пяцігранную алтарную апсідку і бязвежавы галоўны фасад [2, с. 213–214; 5, с. 608]. Трэба адзначыць, што Свята-Успенскі сабор у Жыровічах і царква Святога Духа ў Мінску былі арыентаваны алтаром на ўсход, чым працягвалі праваслаўную традыцыю [2, с. 216].

У 1648 г. пачалася казацка-сялянская вайна, а ў 1654 г. доўгая трынаццацігадовая вайна Рускага царства з Рэччу Паспалітай. Тэрыторыя ВКЛ і сучаснай Беларусі, у прыватнасці, пераўтварылася ў арэну баявых дзеянняў. У гэты час культавае дойлідства фактычна спынілася і перажывала глыбокі крызіс, які працягваўся да пачатку 1670-х гадоў [4, с. 121].

Адным з першых базыльянскіх храмаў пасляваеннага перыяду можна лічыць мураваную саборную царкву ў Быцені. Яна была пабудавана ў 1673 г., работамі кіраваў настояцель манастыра Іосіф Пяткевіч [6, с. 189; 7, с. 142]. Каля 1674 г. былі пабудаваны двухпавярховы мураваны базыльянскі манастыр і капліца ў Кобрыне [4, с. 121]. У 1675 г. быў заснаваны базыльянскі манастыр у Ружанах пры драўлянай Петрапаўлаўскай царкве (узведзена як праваслаўная не пазней за 1568 г., пасля Брэсцкай уніі перададзена ўніятам) [2, с. 364]. У 1682 г. у Віцебску была пабудавана новая драўляная ўніяцкая царква, грошы на якую вылучыў гарадскі падкаморый Адам Францішак Кісель. Пры ёй жа быў узведзены драўляны базыльянскі манастыр [6, с. 184].

У гэты перыяд пачынаецца гісторыя базыльянскага манастыра ў Барунах. Крыж на месцы будучага храма быў усталяваны Мікалем Песлякам у 1691 г. [8, с. 230]. Ён атрымаў цудатворны абраз Маці Божай Барунскай ад свайго сваяка Іасафата Бражыца, настояцеля Сафійскага базыльянскага манастыра ў Полацку [8, с. 227]. Першая ўніяцкая царква ў Барунах была закладзена М. Песлякам у 1692 г. У тым жа годзе быў заснаваны базыльянскі манастыр [6, с. 196].

Архітэктурны аналіз паказвае, што стылявое развіццё ўніяцкага дойлідства ў XVII ст. мала адрознівалася ад праваслаўнага. Клерыкальная семантыка ўніяцкай царквы праяўлялася праз сродкі архітэктуры ў стылі барока: выкарыстоўвалася тэктанічная будова крыжова-купальнай базілікі, дамінавала аднаапсіднасць храмаў, гатычныя элементы замяняліся сістэмай ордэра [2, с. 216].

Такім чынам, ужо на першых этапах сваёй гісторыі ордэн базыльян разгарнуў актыўную дзейнасць у галіне культуры. Была закладзена першая друкарня ў Вільні, якая выдавала рэлігійную літаратуру на старабеларускай, царкоўнаславянскай, польскай і лацінскай мовах. Былі пабудаваны новыя храмы пры базыльянскіх манастырах у Жыровічах, Мінску, Быцені, Кобрыне, Віцебску, Барунах. Можна прыйсці да высновы, што базыльяне зрабілі значны ўклад у развіццё асветы і мастацтва ВКЛ у XVII ст.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Pidlypczak-Majerowicz M.* Bazylianie w Koronie i na Litwie: szkoły i książki w działalności zakonu. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1986.
2. Архітэктура Беларусі: нарысы эвалюцыі ва ўсходнеславянскім і еўрапейскім кантэксце: у 4 т. Т. 2. XV–сяр. XVIII ст. Мінск: Беларуская навука, 2006.
3. Гісторыя беларускага мастацтва: у 6 т. Т. 2: Другая палова XVI ст. – канец XVIII ст. Мінск: Навука і тэхніка, 1988.
4. *Марозава, С. В.* Уніяцкая царква ў этнакультурным развіцці Беларусі (1596-1839 гады). Гродна: ГрДУ.

5. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь. Мінск: БЕЛТА, 2009.
6. *Габрусь Т. В.* Мураваныя харалы: сакральная архітэктура беларускага барока. Мінск: Ураджай, 2001.
7. Страчаная спадчына. Мінск: Беларусь, 2003.
8. *Дамброўскі Л.* Маці Божая Барунская – Суцяшальніца засмучаных. Гродна: Гродзенская дыяцэзія Рымска-каталіцкага Касцёла ў Рэспубліцы Беларусь, 2009.

«АНТАПОДОСИС» ЛИУТПРАНДА КРЕМОНСКОГО КАК ИСТОРИЧЕСКИЙ ИСТОЧНИК

Д. К. Трояновская

Белорусский государственный университет, г. Минск;

wildchild60s@yandex.by;

науч. рук. – И. О. Евтухов, д-р. ист. наук, проф.

В данной статье рассматривается «Антаподосис» Лиутпранда Кремонского как исторический источник. Автор ставит перед собой цель описать текст «Антаподосиса» и выявить его характерные черты. Среди таких черт автор статьи выделяет вольную датировку событий, субъективность хрониста, изобилие бытовых деталей, живой язык произведения, активное цитирование античной литературы и большое количество стихотворных отступлений и размышлений. Автор обращает внимание на то, что Лиутпранд рассматривает историю как часть божественного замысла, поэтому ему подконтрольны люди и происходящие события. Автор приходит к выводам, что несмотря на субъективность Лиутпранда Кремонского, источник содержит в себе значимые исторические факты, которое, в ряде случаев, даже уникальные и неизвестные другим хронистам.

Ключевые слова: Лиутпранд Кремонский; Антаподосис; исторический источник; история Италии; история средних веков.

Лиутпранд Кремонский – средневековый итальянский дипломат, историк, политический деятель, посол и епископ итальянского города Кремоны. Жил и работал при дворе итальянского короля Беренгара II, а позже при дворе германского короля и императора Священной Римской империи Оттона Великого. Также совершил несколько дипломатических миссий в Византию. Также известен как наиболее субъективного средневекового историка, который ставит в центр повествования свою личность [1, с. 138].

Прежде всего известен как автор трех произведений: «Антаподосис», «Посольство в Константинополь к императору Никифору Фоке» и «Деяние Оттона». Его работы представляют собой важные источники для историографии X века. Особенно они являются ценными источниками для культурной и повседневной истории Западной Европы и Византии, а также для описания отношений между данными регионами.

«Антаподосис», или в переводе с греческого «Воздаяние», – это произведение, состоящее из 6 книг. К его написанию Лиутпранда подтолкнула просьба испанского епископа Эльвиры Рецемундома, который, будучи послом Кордовского халифата, в 956 г. находился при дворе короля Оттона I.

Сохранились рукописи, представленные тремя разными редакциями. Рукописи представлены территориям Нижней Австрии, Баварии и Лотарингии [3, с. 10].

Книга I и II посвящены истории Византии и Италии, касаются истории западных франков, II книга кончается смертью Беренгара I в 924 году. В III книге объясняется, почему труд называется «Антаподосис»: данная книга несет в себе «воздаяние» Беренгару II и его жене Вилле, которые навредили автору. Таким образом, жанр данного труда – мемуарная литература. Также в этой книге, пользуясь сообщениями других людей, продолжает развивать тему истории Бургундии, Италии и Византии. В IV книге произведения повествуется о германских королях Генрихе и Оттоне, а также о самой стране. V книга посвящена истории царствования короля Италии Гуго Арльского, а также несколько глав затрагивает Византию. VI книга сочинения рассказывает о путешествии автора в Константинополь, однако труд не была закончен.

Лиутпранд достаточно волен в датировках событий. «Антаподосис» отличается неоднородностью: текст, кроме описания событий, наполнен новеллами, анекдотами, разного рода размышлениями и стихотворными отступлениями [5, с. 56]. Язык произведения живой: в нём смешаны пафос, ирония, сарказм. Вместе с этим Лиутпранд активно показывает свои познания в области античной литературы: он цитирует Овидия, Снеку, Цицерона, Плиния, Вергилия и др. Вероятно, зная немного древнегреческий, Лиутпранд цитирует «Государство» Платона, «Галла» Лукиана и Ипполита «Писание об Антихристе» [3, с. 8].

Для исторического сочинения «Антаподосис» односторонне и субъективен. Например, являясь ярким патриотом Лиутпранд ненавидит всех чужаков, кто вторгся в Италию [5, с. 56]. Однако с этим наблюдается избыток бытовых деталей, присущих современникам Лиутпранда. Это дает широкое представление о нравах тогдашних жителей Италии.

Субъективизм Лиутпранда достигает своего апогея в предисловии к третьей книге [8, с. 114]. Цель его произведения состоит в разоблачении Беренгара II: «Труд сей имеет своим назначением отметить, показать и прокричать [на весь мир] о деяниях того Беренгара, который не правит ныне, но тиранствует в Италии, а также жены его Виллы, достойной имени 2-й Иезавели за безмерность ее злодеяний и Ламии – за ненасытную страсть к грабежам. Ведь столько стрел лжи, столько разорительных утеснений и нечестивого рвения выказали они безо всякой на то причины против меня, моего дома, рода и семьи, что ни языком сказать, ни пером описать невозможно. Так пусть же послужат им эти страницы антаподосисом, то есть воздаянием, когда за свои страдания открою я нынешним и будущим поколениям их τὴν ἀσέβειαν, асевичан, то

есть их нечестие. Пусть будет он также антаподосисом святейшим и счастливым мужам, оказавшим мне различные благодеяния» [6, с. 57].

С точки зрения Лиутпранда, исторический процесс в ключевых моментах был создан Богом [4, с. 114]. Под божественным контролем находятся не только события, но и люди. Одним из таких выступает король Арнульфа [4, с. 115]. Испив из чаши вина, король на три дня засыпает мертвым сном, что послужило отступлению армии во время итальянского похода. В этом Лиутпранд видит божественную кару: «Ведь пока успех всюду сопутствовал его власти, он все приписывал своей доблести, не оказывая должного почета всемогущему Богу» [6, с. 29].

Таким образом, Лиутпранд Кремонский рассматривает историю как часть божественного плана, где события и люди относительно подконтрольны высшему существу.

Также Лиутпранд сообщает информацию уникального характера. В «Антаподосисе» имеется рассказ о событии 941 г., связанного с Византией: нашествие киевского флота князя Игоря на Константинополь. Описание события строится на рассказах и воспоминаниях очевидцев, сделанных через год после самой битвы. Свидетельство Лиутпранда дополняет события похода 941 г., уже известного в «Повести временных лет». Однако Лиутпранд сообщает не только о возвращении остатков русского флота, но и единственный упоминает о захвате и казни плененных: «О возвращении остатков русского флота восвояси после атаки его греческим огнем знают и византийские источники (вслед за ними также «Повесть временных лет»), но о захвате и казни русских пленных сообщает только Лиудпранд» [2, с. 36].

Таким образом, сочинение Лиутпранда Кремонского несет в себе значимые исторические факты. В ряде случаев эти факты являются уникальными, т.е. неизвестны другим хронистам, а в ряде случаев дополняют и подтверждают другие исторические произведения.

Библиографические ссылки

1. *Вайнштейн О. Л.* Западноевропейская средневековая историография. – Л.: Ленинградское отделение издательства «Наука», 1964. – 484 с.
2. Древняя Русь в свете зарубежных источников: Хрестоматия / Под ред. Т. Н. Джаксон, И. Г. Коноваловой и А. В. Подосинова. Том IV: Западные европейские источники. Сост., пер. и коммент. А. В. Назаренко. – М.: Русский Фонд Содействия Образованию и Науке, 2010. — 512 с.
3. *Дьяконов, И. В.* Введение / И. В. Дьяконов // Антаподосис. Книга об Оттоне. Отчёт о посольстве в Константинополь / Пер. с лат. и комм. И. В. Дьяконова. – М.: «SPSL», «Русская панорама», 2006. – С. 6–12.
4. *Евтухов, И. О.* Историки и хронисты западноевропейского средневековья / И. О. Евтухов // Западно-европейская культура: Античность и средневековье: По-

- собие для студентов ист. фак. / И.О. Евтухов, М. С. Корзун, К. А. Ревяко и др. – Мн.: БГУ, 2001. – С. 109–121.
5. *Кузнецова Т. И.* Лиутпранд Кремонский/ Т. И. Кузнецова// Памятники средневековой литературы. М.: «Наука», 1972 – С. 55–57.
 6. *Лиутпранд Кремонский.* Антаподосис / Лиутпранд Кремонский // Антаподосис. Книга об Оттоне. Отчёт о посольстве в Константинополь/ Пер. с лат. и комм. И. В. Дьяконова. – М.: «SPSL», «Русская панорама», 2006. – С. 15–110.

АРХИВ РОДА САПЕГ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ИСТОРИОГРАФИИ

Л. В. Чередин

Белорусский государственный университет, г. Минск;

his.cheredin@bsu.by;

науч. рук. – Т. Д. Гернович., канд. ист. наук, доц.

Магнатские архивы представляют собой уникальный вид документальных собраний. В связи с тем, что магнаты занимали в Великом княжестве Литовском важные государственные должности и являлись высшими сановниками, их родовые архивы содержат не только документы по истории семьи и рода, но и по самого государства. В то же время, в отличие от архивов государственных учреждений, они представляют большой интерес для исследователей повседневной истории и культуры. Одним из наиболее значимых магнатских родов в истории Великого княжества Литовского и Речи Посполитой были Сапег. С момента начала изучения архива Сапег польскими, российскими, белорусскими, украинскими, литовскими исследователями было создано внушительное количество научных трудов. Однако, до настоящего времени обобщающее исследование по историографии проблемы не было подготовлено.

Ключевые слова: историография, магнатские архивы; архивы Сапег; этапы развития; школы изучения.

Проведя изучение историографии данной тематики, можно выделить пять этапов ее становления и разделить как хронологически, так и территориально.

Первый этап (XVIII–1831) – «Юридическо-панегирический».

Архивы сохраняют главенство правовой функции в своей основе, а большинство работ представляют собой заказы владельцев архивов панегирической направленности. Научные исследования об архиве носят описательный характер и представляют собой произведения, лишённые критического анализа и прославляющие исключительность владельцев.

Так, в этот период были подготовлены: А. А. Миштольда «Historia Illustrissimae Domus Sapiehanae» [26]; К. Когновицкого «Życia Sapiehow...» [23], И. Ж. Онацевича «Отрывок из путевых записок Профессора Веленского Университета, Игнатия Онацевича...» [5].

Второй этап (1831–1866) – «Утраты связи с фондообразователем».

Архивы конфискуются российскими властями, что влечет за собой утрату правовой функции. Конфискованные архивы начинают осматриваться представителями российских властей. Обработывая материалы архива, русские чиновники подготовили 3 фолианта документов, состав которых обозначил приоритеты складывающейся российской школы изучения данного вопроса. Наибольший приоритет был отдан материа-

лам, связанным с историей Российского государства и православной церкви.

Наиболее ценными источниками этого периода стали переписки и заметки русских исследователей ответственных за обработку и «перепроверку» архива. В частности: Н. Г. Устрялова, И. Ж. Онацевича, А. П. Владимирова, И. П. Корнилова, П. А. Гильтебрандта, В. А. Порфирьевича и М. О. Кояловича. [8, с. 81–101]

Третий этап (1866–1914) – «Оформления российской и польской концепции истории архива Сапег».

Архивы вновь попадают в поле зрения общественности, но представляя собой исключительно историческую ценность. За время второго этапа общий научный уровень значительно вырос, что повлекло за собой внедрений научных методов в работе исследователей, а также закреплению значимости архивов в восприятии научного сообщества. На этом фоне российская и польская школы вступают в конфликт, а разница в подходах между ними увеличивается.

Так, в этот период были подготовлены исследования Ю. Лоского «Genealogia portretowa Sapiechów w kościele parafialnym świętej Anny w Kodniu» [16]; трехтомная «Sapiehowie: materiały historyczno-genealogiczne i majątkowe» [20]; Ф. Радзишевского «Wiadomość historyczno-statystyczna o znakomitszych bibliotekach i archiwach publicznych i prywatnych...» [19]; Г. К. Хрущевича «Посад Кодень и его исторические достопримечательности» [10]; К. Й. Туровского «Żywot Lwa Sapiehy» [22]; С. Л. Пташицкого «Переписка литовского канцлера Льва Ивановича Сапег» [5]; А. Прохаски «Archiwum domu Sapiechów» [12].

Четвертый этап (1918–1991) – «Оформления проблемы магнатских архивов».

Основными характеристиками этого периода стала постепенная централизация магнатских архивов в государственных хранилищах и постановка теоретических вопросов, связанных с этим: организации хранения, учета, обработки и публикации документов – также разработка терминологических аспектов. Тема истории архивов Сапег начинает отходить на второй план. Разница в российской и польской школах значительно увеличивается в связи Октябрьской революцией и влиянием марксистско-ленинской идеологии на советскую науку. [2, с. 230–234]

К второй половине XX века тема архива Сапег полностью теряет свою самостоятельность, становясь интегрированной подтемой вопроса «магнатских архивов».

Пятый этап (1991 – настоящее время) – «оформления современных польской, белорусской, украинской, литовской и российской концепции архива Сапег».

Данный период характеризуется политическими изменениями, связанными с распадом СССР, а также отходом от марксистско-ленинской идеологии. С появлением национальных государств появились и полноценные национальные школы. Наибольшее влияние получила концепция отличительных особенностей формирования и состава документов «магнатских архивов», сформулированная в рамках польской школы исследования. Российская научная традиция в большей своей части продолжает исследование в историческом, источниковедческом и археографическом направлении. В последние годы активно формируются белорусская, украинская и литовская научные школы. В таких условиях тема архивов Сапег, наконец вернула себе внимание исследователей.

Выделяя основные черты постсоветского периода, можно указать на атомизацию исследователей, в условиях закрепления авторитета научного сообщества. Налаживание международных связей и упрощение доступа к информации позволило исследователям частично выйти за рамки школы своей страны и углубиться в исследования в разных направлениях.

В этот период были подготовлены исследования: В. И. Ульяновского «Русское дело в Северо-Западном крае» через призму історії магнатських архівів Сапег та Радзивіллів у ХІХ ст.» [8] и «Архівна Сапегіана ХІХ ст.: конфіскації, відкриття, використання» [9]; Г. Я. Галенчанка «Архівы Сапегаў» [1]; А. Н. Латушкина «Родавыя архівы буйных землеўладальнікаў дасавецкага перыяду і іх месца ў архіўнай спадчыне Беларусі: тэарэтычныя аспекты» [3] и «Прыватныя архівы землеўладальнікаў Рэчы Паспалітай: агляд польскай гістарыяграфіі» [2]; сборник «Сапегі: асобы, кар'еры, маёнткі» [7]; Д. Антанавічуса и А. Балюлиса «Kazimiero Lepno Sapiegos archyvo inventorine knyga (1647/1648 m.)» [11]; А. Рахуба «Archiwum Sapiechów ich losy i stan obecny» [18]; П. Чернышевского «Papiery Sapiechów z Działu X Archiwum Warszawskiego Radziwiłłów XVI–XIX w...» [13]; А. Зёбер «Sapiehas estate document from the end of the 17th century as a source of the family's economic and political history» [23]; К. Сыта «Archiwa magnackie w XVIII wieku. Studium kultury kancelaryjno archiwalnej» [21]; А. Филипчак-Коцур «Informacje o sejmach i sejmikach w korespondencji Sapiechów w Centralnym Państwowym Historycznym Archiwum w Kijowie» [14]; коллективная монография «Русский Архив гетмана Яна Сапеги 1608–1611 годов: опыт реконструкции и источниковедческого анализа» [6].

Таким образом, проблема архива Сапег продолжает развиваться, делая создание обобщающих работ, способных обеспечить новых исследователей актуальной информацией о проблеме, важной задачей. Дальнейшее развитие этой темы должно быть направлено на обработку менее значимых и новейших исследований по теме архивов Сапег.

Библиографические ссылки

1. *Галенчанка, Г. Я.* Архівы Сапегаў // Вялікае княства Літоўскае: энцыклапедыя. – Мн., 2007. – Т. I. – С. 244–246.
2. *Латушкін, А. М.* Prywatnyя архівы землеўладальнікаў Рэчы Паспалітай: агляд польскай гістарыяграфіі / А. М. Латушкін // Российские и славянские исследования: науч. сб. Вып. 7 / редкол.: А. П. Сальков, О. А. Яновский (отв. редакторы) [и др.]. – Минск: БГУ, 2012. С. 229–240.
3. *Латушкін, А. М.* Радавыя архівы буйных землеўладальнікаў дасавецкага перыяду і іх месца ў архіўнай спадчыне Беларусі: тэарэтычныя аспекты / А. М. Латушкін // Беларускі археаграфічны штогоднік / гал. рэд. Э. М. Савіцкі [і інш.]. – Вып. 14. – 2013 г. – С. 195–204.
4. *Онацевич, И.* Отрывок из путевых записок Профессора Веленского Университета, Игнатия Онацевича, во время проезда его через одну часть Гродненской Губернии, в июль и август 1822 года. / И. Онацевич // Северный архив. № 24. 1822. С. 474–485.
5. *Пташицкий, С. Л.* Переписка литовского канцлера Льва Ивановича Сапеги / С. Л. Пташицкий // Журнал Министерства народного просвещения. Ч. 275. 1893. С. 194–223.
6. Русский Архив гетмана Яна Сапеги 1608–1611 годов: опыт реконструкции и источниковедческого анализа / И. О. Тюменцев [и др.]; под общ. ред. О. В. Иншакова. – Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2005. – 340 с.
7. Сапегі: асобы, кар'еры, маёнткі / А. А. Скеп'ян [і інш.]; пад агуль. рэд. А. А. Скеп'ян. – Мінск: А. М. Янушкевіч, 2018. – 317 с.
8. *Ульяновський, В. І.* «Русское дело в Северо-Западном крае» через призму історії магнатських архівів Сапег та Радзивіллів у ХІХ ст. / В. І. Ульяновський. – Київ: НАН України, Ін-т укр. археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського, 1998. – 104 с.
9. *Ульяновський, В. І.* Архівна Сапегіана ХІХ ст.: конфіскати, відкриття, використання // Беларусіка – Albaruthenica. Кн. 21. Гісторыя, культуралогія, мастацтвазнаўства: Матэрыялы ІІ Міжнар. кангрэса беларусістаў «Беларуская культура ў дыялогу цывілізацый» (Мінск, 21–25 мая, 4–7 снеж. 2000 г.) / Рэдкал.: В. Скалабан (гал. рэд.) і інш. Мн., 2001. С. 93–124.
10. *Хрущевич, Г. К.* Посад Кодень и его исторические достопримечательности / Г. К. Хрущевич // Памятники русской старины в Западных губерниях Вып. 7. 1885 – С. 241–258.
11. *Antanavicius, D.* Kazimiero Lepno Sapiegos archyvo inventorine knyga (1647/1648 m.) / D. Antanavicius, A. Baliulis. – Vilnius : LII leidykla, 2014. – 348 s.
12. *Archiwum domu Sapiehów* wydane staraniem rodziny. T. 1. Listy z lat 1575–1606 / oprac. dr. A. Prochaska. – Lwów : Druk. Zakładu narodowego im. Ossolińskich pod zarządkiem Juliusza Birkenmaiera, 1892. – XXV, 577 s.

13. Czerniszewski, P. Papiery Sapiehów z Działu X Archiwum Warszawskiego Radziwiłłów XVI–XIX w. w zbiorach Archiwum Głównego Akt Dawnych – historia zbioru, zawartość, metoda porządkowania / P. Czerniszewski // *Archiwista Polski*. R. 13. 1999. s. 66–70.
14. Filipczak-Kocur A., Informacje o sejmach i sejmikach w korespondencji Sapiehów w Centralnym Państwowym Historycznym Archiwum w Kijowie, [w:] *Studia z Dziejów Państwa i Prawa Polskiego*, tom 9, część 1, Matuszewski J. (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2006, s. 239–249.
15. Kognowicki, K. Życia Sapiehow y listy od monarchow, książąt y rożnych panujących do tychże pisane: w 3 t. / K. Kognowicki. – 1790–1792. T. 1 – Wilno: Druk. J. K. Mości przy Akademii, 1790. – 393 s. T. 2 – Warszawa: Druk. Nadwor. J. K. Mci, i P. K. E. Naro, 1791. – 320 s. T. 3 – Warszawa: Druk. Nadwor. J. K. Mci, i P. K. E. Naro, 1792. – 360 s.
16. Łoski, J. Genealogia portretowa Sapiehów w kościele parafialnym świętej Anny w Kodniu / J. Łoski. – Warszawa, 1856. – 15 s.
17. Misztolt, A. A. Historia Illustrissimae Domus Sapiehanae / A.A. Misztolt. – Wilno, 1724. – 490 s.
18. Rachuba, A. Archiwa Sapiehów - ich losy i stan obecny / A. Rachuba // *Miscellanea Historico-Archivistica*. T. 9. 1998. s. 101–108.
19. Radziszewski, F. Wiadomość historyczno-statystyczna / F. Radziszewski. – Kraków: drukarnia L. Aticzyca, 1875. – 124 s.
20. Sapiehowie: materiały historyczno-genealogiczne i majątkowe: w 3 t. – Petersburg, 1890–1894. T. 1. – 1890. – XVI, 456 s., 2 l. port. T. 2. – 1891. – X, 456 s., 1 l. port. T. 3. – 1894. – XII, 561 s., 3 l. port.
21. Syta, K. Archiwa magnackie w XVIII wieku. Studium kultury kancelaryjno archiwalnej / K. Syta. Toruń, 2010. 312 s.
22. Turowski, K. J. Żywot Lwa Sapiehy / K.J. Turowski. – Sanok: K. Pollak, 1855. – 285 s.
23. Ziober, A. Sapiehas estate document from the end of the 17th century as a source of the family's economic and political history / A. Ziober // *Open Political Science*. Vol. 1. 2018. s. 164–169.

ПЕРФОРМАТИВНОЕ ИСКУССТВО КАК ФЕНОМЕН ПОЗДНЕСОВЕТСКОГО ОБЩЕСТВА

В. Д. Шалькевич

Белорусский государственный университет, г. Минск;

viktoriashalkevich@gmail.com;

науч. рук. – В. В. Репин, канд. ист. наук, доц.

Статья посвящена истории перформативного искусства в СССР, как социального и художественного феномена периода позднего социализма. К первым перформативным практикам можно отнести эпатажные выступления футуристов в начале XX в. В условиях политической либерализации в период «оттепели» в ответ на явление соцреализма единственным художественным методом возникает феномен неофициального искусства. Именно деятельность неофициальных художников послужила основой для возникновения первых инсталляций, которые, в свою очередь, эволюционировали в современный перформанс. Существовало несколько художественных группировок, практиковавших перформанс, каждая из которых имела свой индивидуальный язык и концепцию, игнорировавшую правила официального художественного языка. Таким образом, показано самостоятельное развитие перформанса и его состоятельность как явления советского искусства.

Ключевые слова: перформанс; неофициальное искусство; СССР; цензура в искусстве; нонконформизм.

Перформанс – неизобразительное, художественное процессуальное искусство, относящееся к акционизму. Сегодня перформанс является одной из самых распространенных практик современного искусства, в том числе и на постсоветском пространстве. Анализ культурных кодов неофициального искусства СССР, а также рассмотрение идеологических рамок, в которых на тот момент находилось официальное искусство, дает возможность понять не только истоки современного постсоветского перформанса, но и его специфические особенности, отличия от современного перформанса на Западе.

Перформанс уходит корнями в радикальность футуристических и дадаистских практик начала XX века в Европе. Дадаизм был важным источником вдохновения из-за его поэтических действий, которые решительно разрушали связи с художественной традицией. Представители русского футуризма так же могут быть идентифицированы как часть процесса запуска искусства перформанса.

Однако после событий октября 1917 года художники, драматурги и актеры предпочли работать с возможностями пропагандистской машины молодого государства, что позволило им делать актуальными, доступными для понимания новый политический курс и новый стиль жизни, диктуемый революцией.

Так, в 20-е гг. художественных организаций существовало уже много десятков, но длилось это недолго. В 1934 г. на Первом всесоюзном съезде советских писателей, прошедшем в Москве, секретарь ЦК ВКП (б) Андрей Жданов выступил с первым, решающим, докладом о соцреализме, в котором изложил официальные, подлежащие исполнению правила культурной политики [1, с. 58].

Установка на соцреализм по принципу один союз – один творческий метод длилась практически до конца 1950-х гг. и только на волне хрущевской оттепели можно было ощутить первые приметы перемен. Например, в 1956 г., состоялась первая выставка Пабло Пикассо в Москве, а в 1959 г. на Американской выставке были показаны работы главных звезд абстрактной живописи: Джексона Поллока, Марка Ротко и др. [3] Тем не менее период относительной свободы продлился недолго. Ее конец был довольно ярким и случился в декабре 1962 года, на выставке в Манеже, где Хрущев подверг резкой критике работы советских авангардистов. Теперь для тех, кто пишет абстракцию, увлекается сюрреализмом или пытается работать с техникой ассамбляжа, полностью закрываются любые перспективы профессионального развития и дорога в «официальное искусство». Теперь эти художники не могут открыто показывать свои работы, не могут ими торговать, не могут обсуждать их публично в прессе.

Ярким примером взаимодействия власти и неофициального искусства является выставка, прошедшая в сентябре 1974 года. В этот день художники из Москвы и Ленинграда собрались на пустыре на окраине Москвы, в Беляево, и развесили на рейках свои картины, которые не могли быть выставлены ни в одной из советских галерей. Ни порнографии, ни политических карикатур там не было: это были произведения, недопустимые, с точки зрения советских цензурных инстанций, именно по эстетическим соображениям. Власти о выставке знали заранее и пресекли мероприятие с участием сотрудников внутренних дел и бульдозеров.

«Бульдозерная выставка» вызвала сильный резонанс в западной прессе, вызвав корректировку позиции советских властей. Через две недели после этого события художникам-нонконформистам было предложено провести выставку под открытым небом – в парке «Измайлово», на следующий год – еще одну, в павильоне «Пчеловодство» на ВДНХ, при этом она была организована без всякого участия каких-либо официальных культурных инстанций [4].

Переходный момент – это начало 1970-х годов, когда одним из самых значимых явлений в практике московского художественного подполья становится введенный Ильей Кабаковым модус просмотра его альбомов. Размышления Кабакова над форматом графики и художественного повествования вообще, над связью слова и образа преломились в жанре альбома. Вве-

дение такого повествовательного момента, где слово и изображение являют свой смысл с помощью действия отчетливо виден у поэта Андрея Монастырского: он начинает создавать серию «Элементарная поэзия», где постепенно отказывается от слов в пользу образов. Это почти ребусы, которые можно прочитывать и как тексты, и рассматривать как произведения визуального искусства [6].

Здесь необходимо обратить внимание на причину того, почему говоря о перформансе уделяется столько внимания визуальному искусству. Это связано с тем, что понятие «новое» мыслилось преимущественно как сфера изобразительного творчества. Переход к процессуальному искусству шел через инсталляцию, которая стала ведущим видом творчества в искусстве 70-80-х гг. Происходило это из-за того, что перформанс не мог полноценно существовать в среде, где изобразительное еще не исчерпало себя [2].

Еще одно направление андеграундного искусства СССР – соц-арт. Это направление можно назвать советским вариантом поп-арта. Только если поп-арт был реакцией художников на перепроизводство товаров, услуг, рекламы и общество потребления в целом, то соц-арт – реакция на перепроизводство идеологии, лозунгов, плакатов в жизни советских граждан. Данное направление было явной иронией в адрес советской власти. Основными представителями этого направления были художники Виталий Комар и Александр Меламид. Они также устраивали акции и перформансы, самым провокационным из них было приготовление котлет из перемолотой газеты «Правда» [3].

Важнейшими представителями авангардного мира является группа «Митьки». Творчество «Митьков» охватывает сатирическую поэзию и прозу, поп-музыку, кино и концептуальный перформанс. Именно «Митьки» открыли ту форму политического поливалентного искусства, которая легла в основу современного российского протестного активизма. В середине 1980-х годов наивный стиль митьковской живописи, резко порывавшей с натуралистическими принципами советского искусства, воспринимался как провокация [5, с. 14].

Наконец, группа художников, которая оказались своего рода феноменом, единственной группой, чья деятельность была полностью посвящена перформансу – «Коллективные действия». Все остальные группы и тандемы, совмещали перформантивные акты с изобразительной деятельностью. «Коллективные действия» заложили основы минималистического перформанса. За 13 лет существования (1976–1989) ими было выполнено более 60 перформансов [2].

Таким образом, в 1970-е и 1980-е годы на поддержку музеев, художественных салонов, журналов по и прессы могли рассчитывать лишь официально признанные деятели культуры, а потому художники, работавшие в

условиях постоянного надзора, встречались друг с другом дома. В рамках деятельности квартирной галереи ARTART устраивались перформансы и выставки, они сопровождались постоянными дискуссиями о сущности искусства, а также обсуждениями наиболее действенных способов обходить налагаемые на него ограничения. Советский андеграунд состоял из нескольких творческих группировок, находящихся в постоянном развитии [1, с. 285].

Таким образом, перформанс в СССР проделал долгий путь от первых футуристических практик до становления особого стиля, занявшего свою нишу среди представителей перформативного искусства в мире. В противовес появившемуся в 1934 г. соцреализму рождается советское неофициальное искусство, которое вытесняется из публичной художественной жизни по соображениям политической и идеологической цензуры. Кроме того, на формирование особенностей советского андеграунда повлиял факт того, что в СССР априори были иные предпосылки: отсутствие публичных институтов [6].

Таким образом, можно сказать, что перформанс как явление советского искусства состоялся. Он не столько перенял западные формы, сколько развил собственные принципы формообразования. Перформанс, который, появился в советском искусстве вне зависимости от западного опыта, оказался той областью, где как никогда ярко проявилась возможность интерпретационного творчества. Перформанс не имел единой формы выражения, не вписывался в рамки определенных приемов, программности формы и материала. Главные его особенности – разнообразие и дистанцирование от каких-либо норм.

Библиографические ссылки

1. *Голдберг Р.* Искусство перформанса. От футуризма до наших дней / Р. Голдберг. – М: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2020. – 320 с.
2. *Гниренко Ю.* Перформанс как явление современного отечественного искусства / Ю. Гниренко // Искусство России [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.gif.ru/texts/txt-gnirenko-diplom/city_266/fah_348/#15
3. *Ельшевская Г.* Концептуализм и соц-арт / Г. Ельшевская // Arzamas [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://arzamas.academy/materials/1206>
4. *Кукулин И.* Застой, диссидентство, андеграунд и третья волна эмиграции / И. Кукулин // Arzamas [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://arzamas.academy/materials/1481>
5. *Михайлович А.* «Митьки» и искусство постмодернистского протеста в России / Александр Михайлович; пер. с английского Н. Ставрогиной. – М: Новое литературное обозрение, 2021. – 352 с.: ил. (Серия «Очерки визуальности»)
6. *Серкова Н.* «Критический перформанс у нас отсутствовал»: Саша Обухова о неофициальном искусстве СССР и московском концептуализме / Н. Серкова // Теории и практики [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <https://theoryandpractice.ru/posts/9952-kriticheskij-performans>

ОФИЦИАЛЬНЫЕ СТРАНИЦЫ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ АРХИВНЫМ ДЕЛОМ БЕЛАРУСИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В. Д. Шатило

Белорусский государственный университет, г. Минск;

Ieraiera151215@gmail.com;

науч. рук. – З. В. Антонович, канд. ист. наук, доц.

В статье рассматриваются основные подходы к ведению страниц (групп, аккаунтов) в социальных сетях органами управления архивным делом Беларуси, России, Украины, США, Великобритании, Германии и Франции. Автором выявлена специфика использования указанными органами социальных медиа, а также обоснована эффективность использования интегрированных платформ в виде интернет-порталов, а также их сетевых сегментах.

Ключевые слова: социальная сеть; органы управления архивным делом; архивы Беларуси; Росархив; Государственная архивная служба Украины; национальный архив США; национальный архив Великобритании; национальный архив Франции; федеральный архив Германии.

Виртуализация информационного пространства призвана обеспечить безбарьерный доступ к информации и услугам государственных органов (учреждений), эффективную обратную связь с пользователями, возможность их участия в создании актуального и востребованного контента, что позволяет использовать социальные сети как эффективное средство в популяризации архивов и привлечении новых пользователей [1]. В данном контексте интерес представляет компаративный анализ ведения официальных страниц органов управления архивным делом Беларуси, России, Украины, Польши, Литвы, США, Великобритании, Германии и Франции.

Органом управления архивным делом в Беларуси является Министерство юстиции Республики Беларусь. Профильным информационным ресурсом данного ведомства, а точнее его структурного подразделения – Департамента по архивам и делопроизводству Министерства юстиции Республики Беларусь – является информационный ресурс «Архивы Беларуси». Следить за актуальной новостной информацией о деятельности государственных архивных учреждений Республики Беларусь можно в рамках официальных групп в социальных сетях. В основном – это Facebook – 809 подписчиков на момент просмотра. На странице соблюден единый стиль оформления и аналогичная с базовым веб-сайтом организационная структура. Присутствует аватар (фото профиля), имеется обложка, указана необходимая контактная информация и режим работы. Вместе с тем, обозначен перечень оказываемых услуг и ссылка на офи-

циальный сайт органа управления архивным делом и иные профильные учреждения Беларуси. Следует отметить, что вышеперечисленное характерно для всех рассматриваемых стран.

Типичной формой представления органа управления архивным делом Беларуси и ряда зарубежных стран в социальных сетях является публичная страница, с преобладанием новостного материала при фактическом обновлении в рамках временного режима функционирования соответствующего учреждения. Последние публикации посвящены документальному проекту «Архивисты – победители», приуроченному к Дню Победы, а также новости о проведении мероприятий в рамках акции «Архивы – школе» [3].

Федеральное архивное агентство Российской Федерации в глобальной сети представлено официальным отраслевым порталом «Архивы России». Агентство имеет представление в таких социальных сетях и на видеохостингах, как ВКонтакте – 6223 подписчиков и Youtube – 256 подписчиков. Последние публикации в социальных сетях информируют о федеральном архивном проекте «Преступления нацистов и их пособников против мирного населения СССР в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.» [4].

В настоящее время виртуальное пространство Государственной архивной службы Украины имеет соответствующую переадресацию на ее представительство в социальных сетях, и, прежде всего, на Facebook – 6300 подписчиков и Youtube – 1270 подписчиков. Последние публикации посвящены рубрике «Вопрос-ответ», в которой представлены ответы на наиболее часто задаваемые вопросы от пользователей, например: «Яка періодичність проведення планової перевірки наявності та стану документів в архіві?» (Какова периодичность проведения плановой проверки наличия и состояния документов в архиве?) и др. [6].

В Интернет-пространстве Национальный архив США представлен страницами на портале NARA и социальных сетях, таких как: Twitter – 241000 подписчиков; Instagram – 122000 подписчиков; Facebook – 251000 подписчиков; YouTube – 263000 подписчиков. Большинство последних публикаций приглашают пользователей к различным онлайн-обсуждениям, таким как: «History of presidential campaigns in America» (История президентских кампаний в Америке); «John Kennedy in the presidency» (Джо Кеннеди в президентстве) и др. Национальный архив США прикладывает немало усилий в освоении социальных сетей, которые стали высокоэффективным инструментом осуществления профильной деятельности. Для этого задействуется, разработанная технология захвата изображений Flickr, которая позволяет пользователям архивных учреждений США расширить свои возможности в плане реализации

системы обратной связи. Так, посетитель Интернет-ресурса на его сегменте Flickr Commons вправе делиться своими знаниями, идеями и опытом, добавив теги, заметки и комментарии к различного рода медиа файлам. Также в интересах обмена дополнительной информацией об архивной деятельности с общественностью NARA ведет tumblelogs, или микроблоги, размещенные на Tumblr, поощряя тем самым политику комментирования [2].

Представительство Национального архива Великобритании в социальных сетях и видеохостингах представлено следующим образом: Twitter – 169900 подписчиков; Facebook – 107000 подписчиков; Instagram – 16700 подписчиков; YouTube – 8020 подписчиков. Последние публикации повествуют о процессе создания инсталляции «Reencoding the archive» (Перекодирование архива), в которой освещаются такие вопросы как защита цифровых записей, расширение доступа к законодательству и сохранение документов в мире, где цифровые и физические документы переплетаются все больше. Национальный архив Великобритании также представлен в сети Flickr – 7500 подписчиков [8].

Федеральный архив Германии в виртуальном пространстве представлен собственным Интернет-ресурсом. До недавнего времени веб-портал Бундесархива не был представлен в социальных сетях. Теперь его сателлитные информационные ресурсы расположены в глобальной сети в ключевых социальных медиа: Twitter – 5475 подписчиков; Instagram – 1654. Последние публикации в социальных сетях посвящены акции Ассоциации архивов, в рамках которой каждый день на протяжении месяца публикуется информация о работе архива, хранилищах, сотрудниках, разрабатываемых проектах, виртуальных выставках и др. [7].

Национальный архив Франции эффективно организовал навигационную систему, что позволяет осуществить переход на соответствующие страницы наиболее популярных социальных медиа: Twitter – 39500 подписчиков; Instagram – 6232 подписчиков; Facebook – 25502 подписчиков; YouTube – 1530 подписчиков. Последние публикации посвящены так называемому «Черному кодексу», принятому в 1685 году во Франции для регламентации правового положения рабов во французских колониях. Национальный архив Франции также имеет представительство в сети Dailymotion – 84 подписчика [5].

Таким образом, виртуальные ресурсы обозначенных органов управления архивным делом представлены на информационных интегрированных платформах в виде интернет-порталов, а также их сетевых сегментах – наиболее распространенных социальных сетях – Facebook, Twitter и крупнейшем видеохостинге Youtube. Кроме того, у Националь-

ного архива США есть представительство в таких социальных медиа как Tumblr, Blogs и Flickr.

Анализ функционирования страниц позволяет утверждать, что наиболее рациональным является подход, при котором интерфейс ресурса представлен публичной страницей, выдержанной в едином стиле с соответствующим аватаром, обложкой и другими визуальными элементами, определяющими узнаваемость. Преобладает новостной контент с элементами таргетированной рекламы, используется преимущественно собственный фонд оцифрованных документальных материалов и мультимедийных ресурсов. При этом отмечается присутствие не только исключительно новостного администрирования (Франция), но и комбинированного подхода посредством деятельности модераторов новостей и чата (США и Великобритания), что позволяет организовать коммуникации с пользователями ретроспективной информации и эффективно популяризировать как исторические знания и источники, так и учреждения, их хранящие и органы управления ими.

Библиографические ссылки

1. *Тазиева, М. М.* Анализ конституционно-правовых основ права граждан на доступ к информации о деятельности органов государственной власти в США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://humanitieslaw.ncfu.ru/jour/article/view/350] – Дата доступа: 23.05.2022.
2. О Национальном архиве Соединенных Штатов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.archives.gov/publications/general-] – Дата доступа: 18.04.2021.
3. О сайте (информационный ресурс «Архивы Беларуси») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://archives.gov.by/home/about] – Дата доступа: 11.03.2022.
4. О Федеральном архивном агентстве (Росархиве) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://archives.gov.ru/about.shtml] – Дата доступа: 11.03.2020.
5. Национальный архив Франции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.archives-nationales.culture.gouv.fr/] – Дата доступа: 11.03.2022.
6. Державна архівна служба України [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://archives.gov.ua/en/] – Дата доступа: 11.03.2022.
7. Bundesarchivgesetz // Bundesarchiv [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.bundesarchiv.de/DE/Navigation/Meta/Uebereins/Rechtsgrundlagen/Bundesarchivgesetz/bundesarchivgesetz.html] – Дата доступа: 15.03.2021.
8. The National Archives UK [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://naar.ru/articles/the-national-archives-uk-] – Дата доступа: 28.03.2022.

GENERAL ASPECTS AND DIFFERENCES BETWEEN THE POLICY OF THE HOLOCAUST IN EASTERN AND WESTERN AREAS OF BELARUS DURING THE WWII

D. A. Golubev

Belarusian State University, Minsk;

dzm.holubeu@gmail.com;

supervisor – K. Kozak, PhD of History, Associate Professor,

N. Vaschinskaya

During the occupation in World War II, the territory of Belarus was divided into unequal administrative-territorial units, which necessitates the study of the Holocaust in different parts of Belarus. The purpose of the article is to identify the characteristic features of the Holocaust in Belarus. A comparison of the Holocaust in Western and Eastern Belarus is given. Considerable attention is paid to the actions of the Nazi authorities in relation to the ghetto. The article clarifies the features of the Holocaust on the territory of the rear zone of the army group «Center» and the «General Commissariat Belarus». The issue of the actions of the Jewish Councils continues to be debatable.

Key words: Holocaust; ghetto; judenrat; inmates; Schutzmannschaft.

The policy of the Holocaust on the territory of Belarus was carried out by the Nazi authorities during the occupation of the territory of Belarus in 1941–1944 during the Second World War. On the territory of Belarus, its characteristic features are: the high speed of its implementation, the participation of different state structures in the implementation of the Holocaust policy, differences in the implementation of the Holocaust policy in various administrative-territorial units. The purpose of the report is to describe the main differences in the policy of the Holocaust between the territories of Western and Eastern Belarus.

The differences are revealed already at the very beginning of the war: Jews in Western Belarus had fewer opportunities to evacuate than Jews in Eastern Belarus. This is caused both by the rapid advance of the German army and the relative remoteness of Eastern Belarus from the front line. Thus, it is known that some Jews managed to escape from Mazyr due to the late occupation of the city, and some Jews also managed to evacuate from Polotsk.

The ghettos that the Nazi authorities created to concentrate the Jewish population in one place existed for various periods of time. Thus, ghettos in Western Belarus have existed longer than ghettos in Eastern Belarus. This was due to the subordination of the ghetto to the civil administration, which used the efforts of the ghetto prisoners to help the front. A typical example of this is the ghetto in Baranovichi, where about 12 thousand Jews lived at the beginning of the war. The ghetto in Baranovichi was created in mid-December 1941, and finally liquidated in the fall of 1943. Ghetto prisoners

were forced to work at the Nazi military base, Luftwaffe base, railway, airport, carpentry factory. Also, some prisoners worked for the SD («SicherheitsDienst» – «Reichsführer SS Security Service») in shoe repair shops, watches, worked as tailors, in a medical warehouse [1, pp. 1166–1168].

The longer existence of the ghetto in Western Belarus made it possible for the prisoners to organize a system of resistance to the Nazis. In addition to the ghetto in Baranovichi, the resistance was organized in the Nesvizh ghetto. In July 1942, an uprising took place in the ghetto, as a result of which the ghetto was destroyed, and 32 Jews managed to escape and join the partisans.

In the east of Belarus, most of the ghettos were liquidated in 1941. For example, in Orsha, where more than 7 thousand Jews lived at the beginning of the occupation, the ghetto was liquidated at the end of November 1941. Ghetto prisoners were not sent to forced labor. They were forced to pay a fine of 150 thousand rubles and were practically not fed. A similar situation occurred in Vitebsk: the ghetto, in which there were at least 10 thousand prisoners, was liquidated in early October 1941.

Another difference can be found in the second «wave of destruction» of the ghetto in Belarus. It unfolded in 1942–1943 mainly on the territory of Western Belarus, since most of the ghettos on the territory of Eastern Belarus had been liquidated by that time. So, during this «wave of destruction» in Western Belarus, the main role was played by the formations of Nazi accomplices «Schutzmannschaft», who were personally subordinate to Himmler. The American historian Martin Dean, using the example of the Slonim ghetto, notes that these formations were more proactive and, thanks to this, there were more victims during the second «wave of destruction» than during the first. On the territory of Eastern Belarus, either regular units of the German army or specially created Einsatzgruppen («extermination groups») were used to destroy the ghetto [2, p. 162].

Jewish councils were supposed to perform the following functions: registration of the Jewish population (for subsequent extermination), resettlement and resettlement in the ghetto, distribution of food (this function was more relevant for the ghetto in Western Belarus), collection of levies, organization of forced labor, gathering people before extermination, as well as functions on their own initiative, which most often included the organization of workshops and hospitals. In total, the organization of workshops and hospitals was included. The activities of the Jewish councils («judenrats») had differences in the west and east of Belarus. In the east, the Judenrats were short-term. The military administration had no goal to create a stable ghetto system that would work for the front. The rear zone of Army Group Center was engaged only in squeezing resources out of the ghetto as quickly as possible, since this took away the forces that could be used on the battlefield. This gave rise to fre-

quent changes in the leadership of the ghetto. They were destroyed even for minor offenses against the German administration. In the west of Belarus, in the «General District "Belorussia"», the Judenrats had to organize a ghetto as a long-term system. Consequently, this led to the emergence of a more extensive structure of Jewish councils (in particular, this was reflected in the presence of a special order service in the West, which in the eastern part of Belarus existed only in large ghettos), as well as to a longer period of activity of their compositions. The differences were also expressed in the existence of specialized «craft» ghettos on the territory of the rear of the German army. In such «craft» ghettos, mostly people by profession worked. If people did not have a profession, then they were either taken to work in Germany, or forced to engage in «aimless and humiliating work» [3, p. 191].

Thus, we can distinguish the following differences in the conduct of the Holocaust on the territory of Western and Central Belarus. The policy of the Holocaust in Eastern Belarus is characterized by transience, extensive use of regular units of the German army and the short existence of the ghetto, which determines the narrow range of responsibilities of the Jewish council, which headed the ghetto, as well as the subordination of the territory to military administration. The Holocaust on the territory of Western Belarus is characterized by a longer period of existence of the ghetto, a more extensive structure of Jewish councils, the use of forced labor of ghetto prisoners in favor of the German army, as well as the use of units of Nazi accomplices to eliminate the ghetto.

References

1. Encyclopedia of camps and ghettos, 1933–1945. volume II, Part A Ghettos in German-Occupied Eastern Europe (Martin Dean (Volume Editor)) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ushmm.org/research/publications/encyclopedia-camps-ghettos/download>. – Дата доступа: 01.05.2022.
2. Collaboration in the Holocaust: Crimes of the local police in Belorussia and Ukraine, 1941–1944 / Martin Dean. – New York: St/Martin's Press, 2000. – xx, 241 p.
3. Винница, Г. Р. Холокост на оккупированной территории Восточной Беларуси в 1941–1944 годах : монография / Г. Р. Винница. – Минск: Ковчег, 2014. – 449 с.
4. Смиловицкий, Л. Л. Катастрофа евреев в Белоруссии, 1941–1944 гг.: монография / Л. Л. Смиловицкий. – Тель-Авив, 2000. – 433 с.

THE SHCHORSY ESTATE OF THE KHREPTOVICH FAMILY AS A PLACE TO PRESERVE THE HISTORICAL MEMORY OF THE BELARUSIAN PEOPLE

M. V. Kalasouskaya

*Belarusian State University, Minsk;
kolosovskaya.marina.20.06@mail.ru;*

supervisor – A. Verameichyk, Candidate of Science (History), Associate Professor

A. Voskresenskaya, Candidate of Pedagogical Sciences

The article reveals the importance of preserving the historical and cultural heritage of the Shchorsy estate of the Khreptovich family. The author provides evidence that this estate was one of the most advanced on the territory of Belarus at the end of the XVIII – second half of the XIX centuries. Special attention is paid to the famous Shchorsy library and the fate of the book collection. As a result, the author comes to the conclusion that the manor in Shchorsy is a unique monument of the palace and park culture of the XIX century. It is of indisputable importance for the preservation of the historical past of the Belarusian people and is promising for restoration. The article is recommended for students, researchers, as well as for anyone interested in the history of manor complexes on the territory of Belarus.

Key words: book collection; historical and cultural heritage; innovative methods of management; palace and park culture, manor.

The problem of preserving the historical heritage of Belarus remains as relevant as it used to be. Special attention in this area should be paid to landowners' estates of the 19th century, which at the moment are either being demolished due to lack of funding and underestimation of their cultural significance, or continue to exist, gradually collapsing. One of them, the manor house in Shchorsy, has repeatedly become the subject of consideration and study by researchers. Significant work was carried out by the cultural and educational foundation Shchorsy and Khreptovich, created in 2017. As a result of the 2017-2019 summer holidays, the territory of the complex has been landscaped. Despite this, to date, it has not been possible to revive the estate.

The purpose of this article is to identify the historical significance of the Shchorsy estate of the Khreptovich family for its subsequent restoration.

First of all, the Shchorsy estate is associated with Joachim Litavor Khreptovich, not the first owner of the estate, but perhaps the most famous representative of this genus. One of the organizers of the Educational Commission, Minister of Foreign Affairs, and in 1793 – Chancellor of the Grand Duchy of Lithuania, author of numerous articles and works on economics and philosophy. However, the estate in Shchorsy was known not only because of the high status of its owner [Appendix A].

The estate was first mentioned in 1265 in connection with the foundation of the Lavrishevsky Monastery by Prince Voishelk, located not far from the estate (at present Novogrudok district of Grodno region). There is also information about Shchorsy in the Lithuanian Metric under 1471 [7, p. 228]. In the 1770s Joachim Litavor Hreptovich founded the castle and park ensemble designed by the Italian architect Giuseppe de Sacco [10, p. 110]. The estate became famous thanks to the economic activity of J. Khreptovich, who, instead of a corvee, led a chinch for the use of a land allotment, and of the many duties he left only sharvarki, podvodnaya and storozhovschina, introduced crop rotation for the first time. The yield of grain crops in the Shchorsy estate was very high, animal husbandry was successfully developing, some of the products were sent abroad (e.g., to Königsberg). It was here that one of the first windmills in Belarus was built [5, p. 241].

J. Khreptovich handed over the management of the estate to his sons, Counts Adam and Irenei [1, p. 106]. The Khreptoviches received a gold medal for good thoroughbred cattle at the agricultural exhibition in Minsk in 1883. In addition, 223 des. potatoes «Saxon onion» were already grown on the estate, the tubers were purchased in Germany [4, p. 144]. The high level of production organization on the Shchorsy farm was known far beyond the borders of Belarus, due to the book *Description of the Shchorsy farm by Count Khreptovich* published in 1879 in St. Petersburg.

Thus, the Shchorsy estate, which belonged to the Khreptovich family, stood out against the background of traditional landlords' farms with improved methods of land cultivation and exemplary farming. New methods of farming were used in the possession: the replacement of the traditional three-field farming system with a new, multi-field, growing potatoes in fields, not vegetable gardens, as before, the use of new agricultural tools and machines. High-quality farming was demonstrated through high indicators, including at agricultural exhibitions.

Another reason for the popularity of Shchorsy was a library that contained the most valuable foreign and domestic manuscripts and books. What are the peculiar features of this book collection?

The library was completed starting from the late 18th century. It consisted of Western European and Polish editions of the 15th–18th centuries. The ancestral collection of the Khreptoviches, archival documents, old printed and handwritten books became the main sources of replenishment of the collection [3, p. 73]. The library had more than 10,000 volumes of books and manuscripts, as well as incunabula, paleotypes, rare editions [6, p. 13]. Joachim Khreptovich had the opportunity not only to purchase books, but also to copy valuable documents from various archives [8, p. 88].

High positions, profitable economy allowed J. Khreptovich to replenish his collection by buying old printed publications covering not only the Polish-Lithuanian Commonwealth, but also the whole of Europe. For example, the libraries of Cardinal Giuseppe Imperiali in Rome. According to the will of 1737, after the death of Imperiali, his library was to be used as a public library, and its books were not subject to sale. But gradually the collection was bought out by private collectors, and Joachim Khreptovich turned out to be the most active of them.

Books from the library of Yu. Zalesky were acquired in the following way. The Russian authorities arrested Yu. Zalesky, after which the librarian's assistant began selling books. Later, the library was taken to St. Petersburg. On the way, books were sold to everyone. It is still unknown how J. Khreptovich managed to buy a lot of books during the transportation of the confiscated library from Warsaw via Grodno to St. Petersburg. The library was widely known. For example, it was visited by the historian I. Onatsevich, A. Mickiewicz, V. Syrokomla (he estimated only the Polish part of the collection at 10,000 volumes) [12, p. 30]. I. Lelevel also mentions Khreptovich's book collection in the work *Picturesque Russia*.

After J. Khreptovich's death, the Library was intended for the University in Vilna, according to the will drawn up by him before his death. However, Khreptovich's sons, Adam and Irinej, decided to dispose of the library differently. They offered the university to buy the book collection. But the management of the educational institution, not having sufficient funds, refused, and the library remained in Shchorsy. The subsequent owners, brothers Konstantin and Mikhail Khreptovich-Butenev invited the Russian scientist S. Ptashitsky at the end of the 19th century. He put in order and systematized Khreptovich's collection [2].

Currently, part of the collection has survived and is kept in Kiev. Unfortunately, all attempts to transport it to Belarus were not successful. The library itself is a concentration of wisdom and experience passed down from generation to generation, and is part of the spiritual wealth. Khreptovich's Library is a vivid example of the problem of the cultural heritage of the Belarusian people outside Belarus [9, p. 59].

Thus, the history of the Shchorsy library begins with the 18th century. Its creator, Joachim Litavor Khreptovich, thanks to his high position, the availability of opportunities to visit foreign countries and considerable funds, was able to replenish the collection with valuable rare publications, making the library unique and in demand for a wide range of readers. J. Khreptovich's sons significantly expanded the collection, and therefore it became even more in demand.

Why are we thinking about Shchorsy again today? In April 2021, the National Library of the Republic of Belarus opened the exhibition Khreptovich's Library Collection – on the Way Back. The fact is that during the First World War, the estate was occupied by German soldiers, among whom was Julius Herman. He collected the scattered books and sent them home, bequeathed to return them to their homeland. For a long time, his relatives did not know who to send them to, but in 2019, his grandson found the website of the Shchorsy and Khreptoviches Foundation. As a result, 3 books and correspondence of Mikhail Khreptovich with his wife Elena Nesselrode, the daughter of the Minister of Foreign Affairs, returned to their homeland. Now they are stored in the National Library of Belarus.

Thus, the manor in Shchorsy is an exemplary monument of the palace and park culture of the XIX century, standing out among the rest with innovative methods of farming, the presence of a valuable library collection, as well as a place of concentration of the intelligentsia. The estate is promising for restoration, and it has great tourist potential. Its restoration is of undoubted importance for the preservation of the historical past of the Belarusian people.

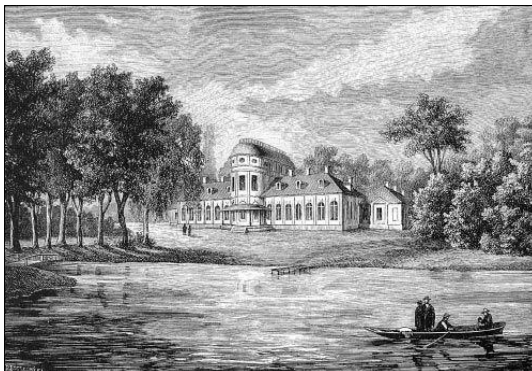
References

1. *Аляксееў, Л. В.* Гродна і помнікі Панямоння / Л. В. Аляксееў. – Мн.: Беларуская навука, 1996. – 191 с.
2. Библиотека Хрептовичей [Электронный ресурс] / Национальная библиотека Беларуси. – Минск: Национальная библиотека Беларуси, 2009. – 1 электронный оптический диск (DVD-ROM).
3. *Климчук, А. Н.* Библиотека Хрептовичей – памятник культурного наследия // Книга як грамадская з'ява і аснова духоўнасці: зб. навук. арт.; рэдкал.: М. А. Мажэйка [і інш.]. – Мінск: БДУКМ, 2012. – С. 73–76.
4. Обзор Минской губернии за 1901 год. – Минск: Минский губернский статистический комитет, 1902. – 47 с.
5. Памяць: гісторыка-дакументальная хроніка Навагрудскага раёна / навук. рэд.: М.П. Касцюк [і інш.]. – Мінск: Беларусь, 1996. – 559 с.
6. *Пташицкий, С. Л.* Щорсовская библиотека графа Литавора Хрептовича. Короткие сведения о собрании рукописей / С. Л. Пташицкий. – Мн.: Печатня А. И. Снегиревой, 1899 г. – 31 с.
7. Страчаная спадчына / Т. В. Габрусь, А. М. Кулагін, Ю. У. Чантурыя, М. А. Ткачоў; уклад. Т. В. Габрусь. – Мінск: Беларусь, 2003. – 350 с.
8. *Трусаў, І. Г.* Да гісторыі бібліятэк Гарадзеншчыны ў XII–XIX ст. / І. Г. Трусаў // Свіцязь. Гістарычна-культурны часопіс Гарадзеншчыны. – 1994. – №3. – С. 85–90.
9. *Трусаў, І. Г.* Кніжная калекцыя з Шчорсаў / І. Г. Трусаў. – Гарадзенскія запісы (Старонкі гісторыі і культуры). Выпуск 1. – Гародня, 1993. – С. 58–60.
10. *Федорук, А. Т.* Старинные усадьбы Гродненщины. – Минск: Издательство «Беларусь», 2020. – 351 с.
11. Щорсы и Хрептовичи: история поместья // Усадьба Хрептовичей в Щорсах [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа:

<https://www.chreptowicz.org/pomeste.html?q=pomeste.html> — Дата доступа:
06.02.2022.

12. *Syrokomla, W.I.* Monografia rz. Niemna odjecz zrodel do Kowna / W.I. Syrokomla. — Wilno, 1861. —340 s.

Appendix A



The palace in Shchorsy. Engraving of Napoleon Horde. The second half of the XIX century. Source: [11].

TRANSFORMATION OF THE IMAGE OF SOVIET–BRITISH RELATIONS IN THE PUBLICATIONS OF THE BRITISH ALLY WEEKLY (1942–1950)

S. A. Metla

*Belarusian State University, Minsk;
semyon.metla@gmail.com;*

*supervisor – V. Menkouski, Doctor of Sciences (History), Professor;
A. Voskresenskaya, Candidate of Pedagogical Sciences*

The article reveals the essence of the transformation of the image of Soviet-British relations in the publications of the weekly «British Ally in 1942-1950» and indicates the role of the transformation of the image of the ally and then how this image changed. Based on a study of the publications of «British Ally», the article shows the transformation of the image of Soviet–British relations during the period of 1942 to 1950. As a result, the author concludes that the weekly «British Ally» can be used in the study of other foreign publications in Russian during the period of the World War II. The article is recommended for students, researchers and all interested persons in the history of Soviet-British relations and newspapers study.

Key words: transformation of the image; Soviet-British relations; British ally; weekly.

Great Britain has always had a reputation as a stable and progressively developing major power with a classical type of parliamentarism, therefore it was the object of close attention of Russian publicists of the XVIII–XIX centuries and a kind of reference point for state transformations in Russia.

In Russian studies by N. Yerofeyev, V. Shestakov, S. Kotov, S. Kozlov [5, 16, 9, 6] based on the memoirs of representatives of the Russian intelligentsia N. M. Karamzin, A. I. Herzen, V. S. Pecherin, A. S. Khomyakov, I. A. Goncharov, M. I. Mikhailov, etc. according to the smallest details, a complex and amazing image of Great Britain of the XVIII–XIX centuries with a very specific and unique character was assembled into a single whole. In the works of historians V. Popov, L. Pozdeyeva, V. Kulish, I. Undasynov [13, 12, 10, 15] the foreign policy of the British government during the Second World War is comprehensively analysed. Their point of view is supported by many scientists engaged in the study and analysis of the relationship between the USSR and Great Britain.

However, the approaches of Russian researchers do not always give an objective assessment of the events that took place, because they do not coincide, and sometimes conflict with the assessments of British historians and political figures such as D. Garnett, V. Elvi, G. Feis, A. Calder [19, 21, 20, 18].

Among foreign authors of historical research, the opinion prevails that hurdle in relations between the Soviet Union and Great Britain lies in the level of distrust and aggressiveness of the policy of the USSR leadership, the

formation of the «enemy image» among the Soviet people by propaganda methods.

In historical science, the study of any «image», its transformation, is relatively new. The problems of studying the classical image of the state or people are dealt with by researchers in the field of the scientific discipline imagology. Imagology (from Lat. Imago – image, view) is a scientific discipline about the laws of creation, functioning and interpretation of images of «other», «alien», foreign objects for the perceiver. Historical imagology studies the images and stereotypes of perception of the surrounding world that existed in the past [22]. One of the definitions of the concept of «image» gives E. Egorova-Gantman in the study «*The concept of image and stereotype in international relations*». «An image is a representation formed in human consciousness about an object that only approximately corresponds to the real one due to the subjective perception of reality through different channels of human communication with the world» [4, p. 23–24].

One of such channels is the mass media and, first, periodicals, including the weekly «*British Ally*». Using the example of the weekly publication of the Ministry of Information of the United Kingdom «*British Ally*», it is necessary to identify the transformation of the image of Soviet–British relations during its publication from 1942 to 1950.

It is important to take into consideration that the weekly «*British Ally*» was practically not censored by the Soviet authorities, these facts can be considered quite reliable [1, p. 75–76].

Soviet–British relations, in addition to the contradictions that existed in history, were burdened with deep political and ideological ones, which gave them constant inconsistency and instability. The questions of post-war relations between Great Britain and the Soviet Union are particularly poorly studied in modern national and foreign historiography.

In the dissertation research of M. Lavrentieva, the works of E. Kotelenets, in part, the research of E. Kokkonen on the analysis of publications of the weekly «*British Ally*», it is concluded that the main, promising purpose of the publication was the information struggle of two social systems and foreign policy propaganda, where the magazine was a tool for achieving the propaganda goals of Great Britain in the USSR [11, 8, 7].

The opposite point of view is expressed by M. Koltsov in his dissertation study «*Great Britain in the information policy of the Soviet leadership (1945–1951)*». The author, based on the analysis of the media, concludes that the decisive role of Soviet propaganda in the formation of a stable «enemy image» in the face of Western states among the citizens of the Soviet Union.

During the Second World War, with the formation of the anti-Hitler coalition, there was an understanding that the peoples of the allied states have ex-

tremely scarce information about each other. Due to the constant ideological confrontation, the Soviet press was limited to publishing information about anti-government demonstrations, the successes of the proletarian movement, strikes and rallies, etc. In turn, the British governments, fearing the spread of communist ideas in the country, restricted the British in getting information about the Soviet Union.

With the beginning of the Great Patriotic War, a wave of interest and sympathy for the peoples of the USSR who entered into a deadly battle with Nazi Germany is rising in British society. In 1941, the information department of the Embassy of the Soviet Union, with the permission of the British government, began publishing a daily newspaper and a weekly in English, Soviet war news, to inform British citizens about the situation on the Soviet-German front. The British Ministry of Information, through Ambassador A. Kerr, proposes to start publishing a weekly newspaper in Russian in the Soviet Union. Realizing the importance of such cooperation, Stalin personally ordered to urgently consider and work out the proposal of the British allies. On August 16, 1942, the first issue of the weekly «*British Ally*» was published.

British Minister of Information B. Bracken [2, p. 2] defined the main tasks of the weekly «*British Ally*», which consist in giving the peoples of the Soviet Union relevant information every week about the British military efforts, the multilateral activities of the Royal Navy, Air Force and Land Army, the work of British industry, agriculture, the life and everyday life of ordinary Englishmen, various cultural phenomena, achievements science, art, etc.

The weekly «*British Ally*», as a government mouthpiece, systematically, from 1942 to 1950, published excerpts from speeches of prominent politicians, public figures, and publicists, posted materials in accordance with the established thematic plan.

The transformation of the image of Soviet-British relations can be divided into three main periods:

1942–1944 – the period before the opening of the Second Front.

1944–1945 – the period before the end of the defeat of Nazi Germany.

1945–1950 – the period of the beginning of the Cold War.

The proposed periodization is based not only on event chronology, but also taking into consideration global problems in the foreign policy of Great Britain and the Soviet Union.

The first period is characterized by the greatest friendliness and openness. The publications are imbued with the sincere desire of the British to help the Soviet Union, admiration for the courage and steadfastness of the defenders of Stalingrad and besieged Leningrad.

«I, John Brigge, am the oldest worker of our tank factory. I'm eighty years old. I thought about retiring, but now I can't rest. Now we need to beat Hitler» [3, p. 3]. So did his factory mates and thousands of Britons.

In the second period, the long-awaited opening of the Second Front smoothed out some contradictions between the allied powers. «*British Ally*» in its publications tries to convincingly show the world community and the Soviet people the resolute desire of the Allied forces to complete the defeat of Nazi Germany and its allies. The main topic of publications of this period is characterized by the successes of the Allied forces in Northern France, the carpet bombing of industrial centres in Germany, the active actions of the Royal Navy in all regions of the world Ocean.

In April – May 1945, articles, essays, and reports appeared in almost every issue of the «*British Ally*», calling for bringing all criminals to justice by the International Court of Justice. Great Britain saw the USSR not only as an ally in military operations, but also counted on its assistance in creating an international court that would consider cases of war crimes.

At the third stage, the weekly becomes an instrument of psychological struggle for the minds and consciousness of Soviet citizens in the Cold War. The weekly's publications are changing their focus. The front page publishes materials aimed at preventing the strengthening of Soviet influence in Europe. Notes of protest by the British government against the actions of the Soviet Union, materials on achievements in improving the armament of the army, aviation and navy begin to appear. Successes in the field of restoring industry, agriculture, and improving the standard of living of the population are actively promoted.

The study concludes with an analysis of the reasons for the decision of the leadership of the Soviet Union to terminate the activities of the weekly «*British Ally*» in the USSR. The methodology proposed in the study for evaluating a foreign publication by means of describing a historical event and studying its consecration in the publications of the weekly «*British Ally*» can be used in the study of other foreign publications in Russian during the Second World War.

One of the leading Russian historians in the field of Soviet–British relations, academician V. Trukhanovsky, says: «Our country's relations with Britain are characterized by an amazing phenomenon. Over the past two centuries, Russia and Britain have gone through three great wars when they were in terrible danger, and it was about the survival of states and peoples. In these three epochal trials, both powers united in a close alliance against a common enemy, rallied other countries around themselves in powerful coalitions and as a result secured three of the greatest victories in world history. But as soon as these victories were won, the allied relations collapsed and were replaced

by an acute confrontation» [15]. Therefore, he urges when assessing relations between the UK and Russia to remember more about the good, about what brought them closer. Moreover, in the socio-political and cultural life of both countries there was a tendency towards rapprochement, mutual understanding, and even mutual sympathy [15].

In my opinion, this can be considered as the main conclusion.

References

1. *Alekseev, V. V.* It is impossible to imagine / V. V. Alekseev // Military-historical journal. – 2020. – No. 12. – p. 75, 76.
2. *Bracken, B.* To readers / B. Bracken // British ally. – 1942. – No. 1. p.1
3. *British Ally* / Ministry of Information. Great Britain. – M. : [B. I.], 1942. – No. 11. p.3
4. *Egorova-Gantman, E.* The concept of image and stereotype in international relations / E. Egorova-Gantman, K. Pleshakov // MEiMO. - 1998. - No. 12. - pp. 23-24.
5. *Yerofeyev, N. A.* Foggy Albion: England and the British through the eyes of the Russians 1825-1853/ N.A. Yerofeyev // Problems of British History. M., 1982. – 320 p.
6. *Kozlov, S.A.* «Russian people about the British in the XIX – early XX century» / S. A. Kozlov // Novy chronograph (NH). M., 2015.
7. *Kokkonen E. I.* «The British Ally»: the formation of public opinion about the crimes of the Nazis and Soviet victims (1942–1945) Scientific notes of Novgorod State University. 2018. № 1(13).
8. *Kotelenets, E. A., Lavrentieva, M. Y.* The weekly «British Ally» is a tool of the USSR information company during the Second World War. Bulletin of the RUDN. Series: Literary Studies. Journalism. – 2019. – №3.
9. *Kotov, S. A.* The English political system at the turn of the XIX-XX centuries. in the coverage of Russian liberal-bourgeois journalism / S. A. Kotov // Problems of British History. Moscow, 1980.
10. *Kulish, V. M.* The revealed secret. The prehistory of the second front in Europe / V. M. Kulish // M. 1965.
11. *Lavrentieva, M. Y.* Candidate's thesis "Features of technologies and methods of information and psychological wars of the USSR with Great Britain and the USA in the period 1939-1953". RUDN. 2020;
12. *Pozdeyeva, L. V.* Anglo-American relations during the Second World War 1941–1945 / L. V. Pozdeyeva // M. 1969.
13. *Popov, V. I.* Diplomatic relations between the USSR and England. / V. I. Popov // M. 1965.
14. *Trukhanovsky, V. G.* From the editor // Britain and Russia. – M.: Institute of General History of the Russian Academy of Sciences, 1997.
15. *Undasynov, I. N.* Roosevelt, Churchill and the Second Front. / I. N. Undasynov // M. 1965.
16. *Shestakov, V. P.* English national character and its perception in Russia / V. P. Shestakov // Russia and the West: dialogue or clash of cultures. Moscow, 2000.
17. The evolution of the «enemy image» in the British press 1944–1945: from propaganda stereotypes to specific criminals. Scientific notes of the Novgorod State University. 2018. № 4(16).
18. *Calder, A.* The Peoples War. Britan 1939–1945 / A. Calder. – London, 1969.

19. *Garnett, D.* The Secret History of PWE: the Political Warfare Executive 1939–1945. London: St Ermins Press, 2002. W. Mc. Elwee. Britains Locust Years. L. 1962.
20. *Feis, H.* Churchill, Roosevelt, Stalin. The War, their Waged and the Peace they Sought / H. Feis. – Princeton, 1957.
21. *Eden, A.* The reckoning: the memoirs of Antony Eden, Earl of Avon / A. Eden. – Boston: Houghton Mifflin Co, 1965. – 716 p.
22. Wikipedia [Electronic resource]. – Access mode: https://ru.wikipedia.org/wiki/Имагология#Историческая_имагология Access date: 15.04.2022.

THE ORTHODOX CHURCH IN WESTERN BELARUS (1919–1939)

A. A. Tseliak

Belarusian State University, Minsk;

kyminzira@mail.ru;

supervisor – E. Poddybskaya, PhD of History, Associate Professor,

O. Tesevich, Senior Lecturer

The article deals with the situation of the Orthodox Church on the territory of Western Belarus in the interwar period. The study examines in detail the legal position of the Orthodox Church and the regulation of relations between the Polish authorities and representatives of the clergy. The promulgation of autocephaly of the Polish Orthodox Church and the dynamics of its functioning are also paid attention to. The author concludes that the rights of the Orthodox Church on the territory of Western Belarus in 1921–1939 were very limited, which was a part of the Polish state ideological work among the population of Western Belarus.

Key words: Orthodoxy; Western Belarus; Polish Orthodox Church; autocephaly; polonisation policy.

After the outbreak of World War I, church life in the Belarusian lands, which had become the arena of military operations, was paralyzed. Immediately after the establishment of Soviet power in 1917 the clergy and diocesan institutions were subjected to persecution and expropriation. The most valuable property (bishops' houses, seminaries, theological schools and some monasteries) was taken from the Church. The Polish authorities in 1919–1921 sought outwardly to limit the lawless and violent takeovers of churches.

On October 12, 1919 the decree of the General Commissioner on the transfer of the Orthodox churches, formerly Catholic and Uniate ones, to the Catholic Church was issued. The transfer was to take place solely according to the decision of the district officer, and people guilty of unauthorized takeovers of sanctuaries were subject to a monetary penalty or a month's arrest [3].

In practice, the decisions were made by the headmen or city commissioners under the pressure of Catholics. The transfer of 497 Orthodox churches was stipulated by the same decree. After the Treaty of Riga had been signed and the Belarusian lands had been separated into parts about 3 million of the Orthodox population became part of the Polish Republic.

According to the Treaty, on the basis of equality of nationalities Poland granted the Russians, Ukrainians and Belarusians settled in Poland all rights ensuring the development of culture, language and religious practices. The rights and opportunities for the development of national minorities were defined in *the Constitution of 17 March 1921*. According to articles 110–116, all citizens of Poland without distinction of religion, nationality, skin color, or language, were proclaimed to exercise religious practices, have full protection

and equality of civil and political rights. However, Article 114 said that Catholicism stood first among the equals and had the right to govern by its own regulations.

The Polish government and the more so the conservative Catholic circles were in no way going to fulfill either the terms of the Treaty of Riga or those of their constitution concerning the ethno-confessional relations. The process of Polonization and Okatolization was not suspended. The government could not allow the existence of groups of citizens in the state who felt even an invisible spiritual unity with their eastern neighbours. The primary goal was to give the Orthodox Church the status of an autocephalous church, with a view to further subordinate to its political agenda. Temporary Regulations on Government's attitude towards the Orthodox Church in Poland, issued by the Ministry of Confessions in January 1922, gave the administrative authorities a complete right of disposal of the Church. The main point of the document was to preserve the synodal and consistory governance of the Church, that is, to prevent the synodal principle in the Church, which had developed in Soviet Russia and in fact saved the Russian Orthodox Church [3].

According to the Polish Constitutions of 1921 and 1935, the Roman Catholic denomination was not a state religion, and the citizens' right to practice any religion was recognized.

After the conclusion of the Treaty of Riga, three dioceses were established: Vilna, Grodno and Polesie dioceses. As a result of the Soviet–Polish war a new border between the BSSR and the Polish State had been established by the end of 1920: the former Grodno and Vilensk provinces were on the territory of Poland and Lithuania, a considerable part of Polotsk and Minsk provinces were within the borders of Poland and Latvia. In October 1920, with the blessing of His Holiness Patriarch Tikhon, Pinsk–Novogrudskaya diocese was established for the areas of Western Belarus that ceded to Poland. Bishop Panteleimon (Roznovsky), former Vicar of Polotsk Eparchy, was assigned to this diocese. He arrived in Novogrudok, where the diocesan administration was located, in August 1921. Under the pressure of the civil authorities, the Episcopate of the Orthodox Church in Poland took the path of breaking its canonical ties with Moscow Patriarchate. In January 1922, Bishop Panteleimon, for his loyalty to St. Patriarch Tikhon, was removed from the administration of the diocese. The idea of autocephaly was not supported by the Orthodox hierarchs [2].

The conditions for the complete subordination of the Orthodox clergy to the political leadership were created. The hierarchs and clergy who disagreed with the measures being taken were suspended from their jobs, arrested, and exiled to the central regions. Many of them were forced to leave the country.

For example, the abbot of Zhirovichy Holy Assumption Monastery, Archimandrite Tikhon (Sharapov) was arrested and exiled to Germany in 1924.

On November 13, 1924, the patriarch of Constantinople gave his blessing for the autocephaly of the Polish Church, and a corresponding tomos was issued in the following year. The autocephaly of the Polish Church was recognized by all Orthodox Churches except the Russian Church. Soon all the bishops' pulpits were occupied by people willing to cooperate with the authorities.

In April 1925 the Synod of the Orthodox Church in Poland proclaimed officially the Polish Church autocephalous within the Constantinople Patriarchate. All parishes, monasteries, theological educational institutions, and diocesan centers within the Polish state borders were in the bosom of the newly proclaimed Orthodox Autocephalous Church in Poland.

The legal position of the Orthodox Church was not regulated by state laws. The only legal document was the Provisional Rules on the Relations of the Government with the Orthodox Church in Poland, signed by the Minister of Religion and Public Education on January 30, 1922. On November 18, 1938 the president of the Polish Republic signed the Internal Statute of the Holy Polish Autocephalous Orthodox Church, which completely subordinated the Orthodox Church to the state [2].

According to the Polish historian E. Mironowicz, there were 2 projects of integration of the Belarusian lands by 1935. The representatives of the nationalist camp proposed to transform the local population into the Poles. The representatives of the PPS had a sanationist view on the solution of the Belarusian issue. Let them remain the Belarusians for the time being, and the policy of the Polish government must arouse sympathy to Poland.

In June 1935, the Ministry of Internal Affairs of Poland began to consider new drafts of national policies, which were proposed by the Bureau of National Policy of the Ministry of Internal Affairs. Regarding the religious question, there was a discussion of what is better - union or orthodoxy [1].

By 1935, Uniatism was strengthening its position on the kresy. And the internal structure of the Orthodox Church contributed to the expansion of Russian, and more precisely, national influence on the population. Therefore it was decided to take advantage of the weak self-consciousness of the Orthodox Belarusians, and polonize the Polish Church through the education of their priests. These projects violated the Constitution of Poland, but it was not done openly. The question about education of officials who would implement this policy even was raised. They would be aware of their violation the Constitution, but would do so for a higher purpose.

The materials of the Ministry of Religion and Public Education and its Fifth Department of Religions are kept in the Archives of New Acts in War-

saw (Archiwum Akt Nowych w Warszawie). Collection of reports on the state of the Orthodox parishes, control of the activities of consistories and diocesan offices, relations with Moscow and Constantinople Patriarchies, subsidy to the Orthodox parishes, Orthodox seminaries and their dormitories, the University of Warsaw (students and teaching staff) were within the competence of this ministry. In accordance with the above mentioned range of issues, it can be noted that the Polish leadership had complete control over the activities of the Orthodox Church, both spiritual and administrative and bureaucratic.

Under the influence of the state, the Orthodox Church began to pursue the polonization policy. In the mid-30s they began to conduct services in Polish. On March 7, 1935 the Commission on the Orthodox Faith was established, it was subordinated to the Committee on National Affairs. It developed special «Theses», which are considered as a program for the subsequent polonization.

The first services in Polish took place on November 11, 1935, in the cathedral in Bialystok and in the Garrison Church in Grodno. On September 17, 1936, the Extraordinary Assembly of the Synod of Bishops approved translations of liturgical texts into Polish and authorized divine services in Polish. The Chief of the Army Orthodox Spirituality issued a circular with orders to conduct services and preach sermons in the army in the Polish language [3].

On September 1, 1939, Hitler's Germany attacked Poland – World War II began. German divisions marched up fast the Polish state and reached Western Belarus and Western Ukraine by mid-September. On September 17, 1939, when the Polish army was defeated and almost all ancestral Polish territories were occupied by German troops, the Red Army crossed the border. Within the borders of the BSSR there were three dioceses (Vilna, Grodno and Polesie dioceses) which had previously been part of the Autocephalous Orthodox Church in Poland where about 800 churches and 5 monasteries operated. By the decision of His Eminence Metropolitan Sergius (Stragorodsky) of October 17, 1939 Archbishop Panteleimon (Roznovsky) was entrusted with the administration of the reunited territories. The archpastor was bestowed the title «Pinsk-Novogrudski», the right to wear a diamond cross on his cloak, and the title of Exarch of Moscow Patriarchate for the dioceses of the western regions of Belarus and Ukraine. Archbishop Panteleimon sent out messages to the bishops of the dioceses under his jurisdiction, in which he prohibited to mentioning the name of Metropolitan Dionysius (Valedynsky) of Warsaw and All Poland during services and suggested sending declarations recognizing the canonical authority of Metropolitan Sergius. Only Bishop Simon (Ivanovsky) of Ostrog sent a declaration. In response to Bishop Panteleimon's actions, Archbishop Alexander (Inozemtsev) of Pinsk and Polessky and Bishop Alexii (Hromadski) of Volyn and Kremenetsky established an arbitrary Synod,

which had the task to manage church parishes within Western Ukraine and Belarus. Neither Patriarchal Locum Tenens Sergius nor his Exarch, Archbishop Panteleimon, recognized the actions of the Synod [1].

In Western Belarus, the Soviet authorities did not use mass repression against the clergy or to the closure of churches, as they did in the East. However, they nationalized church property, prohibited teaching the Law of God in schools, and closed book publishing. An anti-religious campaign was launched in the official mass media. Although the Belarusian Orthodox communities existed in Poland, they could exist only with permission and under control of the Polish authorities. And the activity of the Orthodox Church as a national spiritual institution in Western Belarus was restricted by the Polish government through strict control of all branches of the Church and polonization.

References:

1. *Силова, С. В.* К вопросу о положении Православной церкви в Западной Беларуси (1921–1939 гг.) / С. В. Силова // Шлях да ўзаємнасці = Droga ku wzajemności : матэрыялы XX міжнар. навук. канф., Гродна, 23–24 кастр. 2014 г. / Уपाўнаважаны па справах рэлігій і нацыянальнасцей Савета Міністраў Рэспублікі Беларусь, Установа адукацыі «Гродзенскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы» ; рэд. кал: Я. Панькоў [і інш.]. – Мінск: БудМедыяПраект, 2015. – С. 323–326.
2. *Чайчиц, Т. В.* Положение православной церкви в Западной Беларуси в 1920-е годы / Т. В. Чайчиц, // Государства Центральной и Восточной Европы в исторической перспективе: сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции, Пинск, 20–21 декабря 2019 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К. К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2019. – Вып. 4. – С. 240–243.
3. *Янушевич, И.* Взаимоотношения государства и православной церкви в Беларуси: периодизация и содержание (1917–2003 годы) [Электронный ресурс] / И. Янушевич // Веснік Магілёўскага дзяржаўнага ўніверсітэта. – 2005. – № 3. – С. 26–31. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/7634> – Дата доступа: 28.04.2022.

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

НАЦЫЯНАЛЬНАЕ МІНУЛАЕ Ў АПОВЕСЦІ ЯНКІ БРЫЛЯ «ЗОЛАК, УБАЧАНЫ ЗДАЛЁК»

Я. А. Аляксеенка

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

Alexeenko_1999@mail.ru;

наук. кір. – Г. М. Бутырчык, канд. філал. навук, дац.

У аповесці Янкi Брыля «Золак, убачаны здалёк» ваенныя канфлікты ХХ ст. (Першая сусветная вайна, Грамадзянская вайна, сутыкненне з Польшчай) знаходзяць імпліцтнае адлюстраванне праз паказ іх уплыву на лёсы дзяцей і жанчын, апавяданні ўдзельнікаў, дэталі пейзажу, пакінутыя рэчы і сведчанні. Пісьменнік звяртаецца да польскай праблемы, аб'ядноўваючы яе з галоўнымі тэмамі беларускай літаратуры мінулага стагоддзя – ваеннай і вясковай, і раскрывае асаблівасці жыцця на тэрыторыі Заходняй Беларусі ў міжваенны перыяд, зыходзячы з уласнага вопыту, што абумоўлівае наяўнасць элементаў аўтабіяграфізму ў творы. Жыхары вёскі Аўсянікі становяцца носбітамі нацыянальнага характару. На прыкладзе ўспамінаў апавядальніка (Ігара Міхайлавіча) пра дзяцінства і юнацтва Юрыка (наратар дыстанцуецца ад сябе ў мінулым) аўтар раскрывае ўмовы фарміравання светапогляду цэлага пакалення беларусаў, а таксама спецыфіку станаўлення нацыянальнай ідэнтычнасці.

Ключавыя словы: нацыягенез; антываенны пафас; Заходняя Беларусь; вясковая проза; аўтабіяграфізм.

Янка Брыль (*Іван Антонавіч Брыль*, 1917–2006) з'яўляецца адным з самых вядомых і самабытных беларускіх празаікаў другой паловы ХХ ст. Яго творчасць, з аднаго боку, універсальная па сваёй сутнасці, таму што трансліруе агульначалавечыя і гуманістычныя каштоўнасці. З іншага боку, яна мае глыбінную нацыянальную аснову: Я. Брыль імкнецца раскрыць асаблівасці беларускага народнага характару, адлюстраваць перыпетыі пошуку нацыянальнай ідэнтычнасці на фоне супярэчлівых і трагічных паваротаў гістарычнага працэсу, якія характарызуюць мінулае стагоддзе. Важным фактарам, які паўплываў на фарміраванне светапогляду пісьменніка, становіцца жыццё ў адной з вёсак на тэрыторыі Заходняй Беларусі ў міжваенны перыяд. Дзіцячыя і юнацкія гады будучага аўтара праходзяць у беларуска-польскіх рэаліях. Творчасці Я. Брыля уласцівы аўтабіяграфізм: многія падзеі з жыцця пазней пераасэнсоўваюцца аўтарам у мастацкай форме і ператвараюцца ў скразныя матывы. Адным з прыкладаў можна лічыць польскую тэму, якая ўздымаецца ў аповесці «Золак, убачаны здалёк». У творы жыццё ў Заходняй

Беларусі раскрываецца аўтарам у кантэксце фундаментальных для беларускай літаратуры XX ст. ваеннай і вясковай тэм.

Аповесць адкрываецца лірычным апісаннем, якое нагадвае класічную пастараль: рака, узлессе, буслянка, новая хата, дзеці – ідылічная, мірная карціна па-за межамі часу і прасторы (хаця бусел, сімвал Беларусі, выконвае сугестыўную функцыю), у якой рэалізуецца міфалагема Раю. Я. Брыль уводзіць апавядальніка-сучасніка Ігара Міхайлавіча. Мужчына з дыстанцыі пражытых гадоў звяртаецца да асэнсавання мінулага, успамінаючы сваё дзяцінства і юнацкія гады ў вёсцы Аўсянікі, якая знаходзілася на мяжы СССР і Польшчы, былой прыфрантавой зоне на лініі Гіндэнбурга. Пры гэтым Юрык, дзіцячае ўвасабленне наратора, і сталага апавядальніка нельга атаясамліваць: яны сімвалізуюць два часавыя пласты і дзве ступені, што вызначаюць спецыфіку кампазіцыйнай арганізацыі аповесці, для якой характэрна выкарыстанне праспекцыі і рэтраспекцыі. Больш за тое, было б памылкай атаясамліваць аўтара і апавядальніка, паколькі, нягледзячы на наяўнасць аўтабіяграфічных паралеляў, апошні належыць мастацкаму свету, створанаму Я. Брылём. У аповесці «Золак, убачаны здалёк» прысутнасць вайны носіць імпліцытны характар. Характэрна, што адгалоскі вайны ў творы падаюцца праз прызму ўспрымання дзяцей, для якіх яна з’яўляецца абстрактным паняццем, запазычаным з апавяданняў дарослых: «...у разуменні і адчуванні мамы і Рамана і ўсіх дарослых людзей, той расейска-нямецкі фронт, тая вайна – была зусім нядаўна. Бо на немцах яна не закончылася: пасля іх была «свабода», потым белапалыкі, тады бальшавікі, зноў палякі, якія і ўсталяваліся ў нашых мясцінах са сваімі панскімі парадкамі, якія пасля “свабоды” былі працоўным людзям вельмі не да душы. А мне і Людзе, да якой я прыехаў, усё такое было і недаступна, і цікава толькі па-нашаму, для гульні» [2]. Менавіта такой паслядоўнасцю незразумелых канцэптаў бачыць хлопчык падзеі Першай сусветнай вайны, Кастрычніцкай рэвалюцыі, Грамадзянскай вайны, сляды якіх атачаюць героя ў паўсядзённым жыцці. У многіх дамах, якія былі пакінутыя падчас эвакуацыі, захоўваюцца кнігі, часопісы, улёткі, зброя і надпісы на сценах ад неведомых байцоў. Малыя нярэдка аказваюцца ахвярамі выбухаў снарадаў, якія схаваныя ў зямлі прыфрантавой зоны і яшчэ доўга будуць азмрочваць мірнае існаванне жыхароў. Жывымі ўвасабленнямі вайны становяцца самі дзеці: у вёсцы адкрыта абмяркоўваюць адносіны дзяўчат і жанчын з салдатамі розных войскаў, якія праходзілі праз Аўсянікі. Сяброўку героя Тоню называюць Латышкай. Валодзю Казака і Толю Немца,

«іншых», «байструкоў», увесь час высмейваюць, зневажаюць і сутыкаюць адзін з адным, не дазваляючы былой варожасці застацца ў мінулым. Сумныя і лёсы жанчын, на плечы якіх кладзецца цяжар адказнасці за дзяцей і гаспадарку. Многіх вайна зрабіла ўдовамі, а некаторыя сталі ахвярамі гвалту, і гэты траўматычны вопыт наклаў адбітак на ўсё іх астатняе жыццё. Сімвалічнай падаецца фігура Салаўя, некалі перспектыўнага падлетка, ахвяры абставінаў, якога жахі вайны звялі з розуму ў першай жа атацы.

Як можна заўважыць, вобраз беларускай вёскі, створаны Я. Брылем у аповесці, далёкі ад ідэалістычнай карціны быцця. Письменнік адмаўляецца ад рамантызацыі вясковай рэчаіснасці, характэрнай для нацыянальнай літаратуры першай паловы стагоддзя. Аднак разам з трагічнымі дэталямі ў творы прысутнічаюць гумар і самаіронія, якія дапамагаюць героям пераадолець траўматычны вопыт і прымірыцца з неідэальнай рэчаіснасцю. Яшчэ адным сродкам жывання траўмы становіцца акт гаварэння. Вяскоўцы пастаянна вяртаюцца ва ўспамінах да падзей нядаўніх гадоў, перадаючы іх малодшаму пакаленню, каб нашчадкі не дапусцілі іх паўтарэння і захоўвалі памяць пра гісторыю сваёй зямлі. На жаль, апавядальнік, гледзячы ў мінулае з пазіцыі чалавека 70-х гадоў ХХ стагоддзя, ведае, што пазбегнуць Другой сусветнай вайны не ўдалося. Паказальны эпізод, працывагуманістычнымі і антываенным пафасам, у якім дзядзька Юрыка распавядае аб першым перамер'і з немцамі пасля трох гадоў вайны і сустрэчы з *Іным* тварам да твару: «Людзі – як людзі. Каб начальства не гнала – і ён не пайшоў бы. А то ж і абдурваюць нашага брата...» [2]. У Аўсяніках фармуецца так званы ваенны фальклор, прадстаўлены песнямі, прыпеўкамі, анекдотамі, часцяком жорсткімі і грубымі.

Разам з рэцэпцыяй нядаўніх ваенных і рэвалюцыйных падзей разгортваецца барацьба беларускага насельніцтва за захаванне нацыянальнай ідэнтычнасці ва ўмовах падзелу этнічнай тэрыторыі на дзве супрацьстаялыя часткі. Пасля падпісання Брэст-Літоўскага мірнай дамовы тэрытарыяльныя канфлікты не былі вычарпаныя. Польскае кіраўніцтва імкнулася да аднаўлення Рэчы Паспалітай, расейскі бок, у сваю чаргу, спрабаваў вярнуць страчаныя беларускія і ўкраінскія землі, каб правесці саветызацыю ўсходнеславянскага насельніцтва. У выніку беларуская тэрыторыя была рассечаная штучнай мяжой, што не магло не адбіцца на працэсах фарміравання нацыянальнай ідэнтычнасці. Важна адзначыць, што адной з умоў Рыжскага дагавора было абавязковае прадстаўленне этнічным меншасцям культурнай і рэлігійнай свабоды. Аднак на практыцы дзеючая ўлада праводзіла палітыку каланізацыі і паланізацыі былых зя-

мель Расійскай імперыі. У гэтай сітуацыі інструментам прапаганды і прыгнёту становіцца сістэма адукацыі, што знаходзіць адлюстраванне ў аповесці Я. Брыля «Золак, убачаны здалёк». Будучы фактычным грамадзянінам Польшчы, пісьменнік скончыў польскую сямігадовую школу, таму ў раманах, аповесцях і апавяданнях стварае яркія вобразы настаўнікаў-палякаў і раскрывае асаблівасці адукацыйнай палітыкі ў міжваенны перыяд. Агульнавядома, што ў рамках выкаранення беларускай культуры з мэтай выхавання новага пакалення на аснове польскай ідэалогіі ў перыяд з пачатку 1920-х па канец 1930-х гадоў на тэрыторыі Заходняй Беларусі паступова скарачаецца колькасць беларускамоўных школ і настаўнікаў. Пры гэтым інстытут беларускай школы так і не быў створаны на той момант у сілу расійскага ўплыву. Нацыянальная меншасць успрымаецца як група людзей, якія не маюць ні народнай свядомасці, ні дзяржаўных традыцый. У сітуацыі поліэтнічнасці і палітычнага ціску перад беларусамі стаіць выбар паміж поўнай асіміляцыяй з польскім насельніцтвам і захаваннем нацыянальных каранёў. Для многіх жыхароў «усходніх ускраін», як і для Юрыка, чытанне рускай літаратуры, выкарыстанне рускай мовы і вызнанне праваслаўнай рэлігіі становяцца спосабам процідзеяння прыгнятальнікам і супрацьпастаўлення сябе польскаму насельніцтву. Адсутнасць адзінай дзяржаўнасці і раздробленасць этнасу прыводзяць да замацавання паняцця «тутэйшыя» як формы выказвання ідэнтычнасці. Пры гэтым аўтар голасам нарацара кажа аб важнай ролі кантактаў з *Іншымі*, з польскім і рускім бакамі, у фарміраванні гуманістычнага светапогляду і нацыянальнай ідэнтычнасці. Нягледзячы на відавочныя адрозненні, можна вылучыць шэраг універсальных, агульначалавечых каштоўнасцяў, адзіных для ўсіх развітых культур.

Такім чынам, у аповесці Я. Брыля «Золак, убачаны здалёк» ваенныя канфлікты XX ст. (Першая сусветная вайна, Грамадзянская вайна, сутыкненне з Польшчай) знаходзяць імпліцытнае адлюстраванне праз паказ іх уплыву на лёсы дзяцей і жанчын, апавяданні ўдзельнікаў, дэталі пейзажу, пакінутыя рэчы і сведчанні. Пісьменнік звяртаецца да польскай праблемы, аб'ядноўваючы яе з галоўнымі тэмамі беларускай літаратуры мінулага стагоддзя – ваеннай і вясковай, і раскрывае асаблівасці жыцця на тэрыторыі Заходняй Беларусі ў міжваенны перыяд, зыходзячы з уласнага вопыту, што абумоўлівае наяўнасць элементаў аўтабіяграфізму ў творы. Жыхары вёскі Аўсянікі становяцца носьбітамі нацыянальнага характару. На прыкладзе ўспамінаў апавядальніка пра дзяцінства і юнацтва Юрыка (наратар дыстанцуецца ад сябе ў мінулым) аўтар раскрывае ўмовы фарміравання светапогляду

цэлага пакалення беларусаў, а таксама спецыфіку станаўлення нацыянальнай ідэнтычнасці.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Альштынюк А.* Праблема аўтабіяграфізму ў творчасці Я. Брыля. Białystok: Uniwersytet w Białymstoku, 2017.
2. *Брыль Я.* Золак, убачаны здалёк. URL: https://knihi.com/Janka_Bryl/Zolak_ubacany_zdalok.html (дата звароту: 04. 05. 2022).

«ИНДИЙСКИЙ ЦИКЛ» МАРГЕРИТ ДЮРАС КАК ПОСТМЕДИАЛЬНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

Д. В. Бабков

Белорусский государственный университет, г. Минск;

urlatormunte@gmail.com;

науч. рук. – Е. А. Борисеева, канд. филол. наук, доц.

Доклад посвящен рассмотрению «индийского цикла» Маргерит Дюрас через призму постмедиаальных исследований. Дается краткий обзор понятий «постмедиаальное состояние» и «медиум-специфичность», рассматривается медиаальная структура цикла. Вводится понятие «гибридный текст» в качестве зонтичного термина для описания литературно-кинематографической практики писательницы. Делается вывод об общих стратегиях деконструкции медиум-специфичности: стирание жанровых признаков, разработка киногеничного стиля письма, разведение аудиального и визуального образов в кинематографе.

Ключевые слова: постмедиаальность; медиум-специфичность; «индийский цикл»; гибридность; киногеничный стиль.

Маргерит Дюрас, французская писательница и режиссерка, считается одной из самых влиятельных фигур французской литературы второй половины XX в. Несмотря на успех некоторых ее произведений и яркую публичную жизнь, несмотря на большое количество интервью и автокомментариев, творчество авторки остается на маргиналии литературного процесса. Чем меньше радикальные литературные опыты М. Дюрас поддаются классификации, тем больший интерес они представляют не только для литературоведов, но и для философов, психоаналитиков, исследователей медиа и т. п. Причиной такого интереса представляется тот факт, что творческая карьера писательницы не ограничивается одной литературой: полем для экспериментов авторка избирает также кинематограф, не менее радикальный и имеющий мало общего с конвенциональным кинематографом. Безусловно, такая манера съемки не могла не повлиять на манеру письма, и наоборот; подобная ситуация творчества, находящегося в постоянных колебаниях между двумя различными художественными средами, иначе говоря – двумя эстетическими медиумами, позволяет рассмотреть его через призму т. н. «постмедиаального состояния».

«Постмедиаальное состояние» было теоретизировано в конце 1990-х гг. как имманентное состояние послевоенного искусства. Постмедиаальная теория основана на критике понятия «медиум-специфичности», определяемого как совокупность черт, в первую очередь формальных, которые присущи каждому отдельно взятому медиуму (живописи, скульптуре, кинематографу, литературе, т. д.), которые определяют его

и отграничивают от других. К. Гринберг, американский критик и самый известный апологет медиум-специфичности, считал, что каждый медиум должен концентрироваться только на тех формальных и технических особенностях, которые отличают его от других медиумов, тем самым устремляясь к полной автономности и формальной «чистоте».

Начиная с 1960-х гг. повсеместное распространение интермедийных практик с одной стороны и постструктурализма с другой поставили под сомнение саму возможность существования «чистого искусства» после модернизма. Отвергая редукционистскую концепцию К. Гринберга, американская исследовательница Р. Краусс предлагает собственную формулу «дифференциальной специфичности»: «специфичность медиумов, в том числе и модернистских, следует понимать как дифференциальную, самоотличную – то есть как наслоение конвенций, никогда не разрешающихся без остатка в физичности основы» [1, с. 80]. Согласно авторской теории, медиум необходимо рассматривать как многослойную, вечно подвижную, децентрализованную систему; такая система искусственна, а не задана. Определяющие ее свойства не заложены изначально внутри физической основы, но наоборот, являются исторически конструируемыми категориями. Такое понимание медиума неизбежно приводит к тезису о том, что в рамках произведения искусства «ни один медиум больше не является господствующим; вместо этого все различные медиумы влияют и определяют друг друга» [5]. Таким образом, произведение искусства в эпоху постмедийности представляет собой сложный гибрид, результат слияния различных по природе медиумов в единое целое.

Подобные теоретические установки резонируют с литературно-кинематографической практикой М. Дюрас с середины 1960-х гг. Исследователи творчества писательницы, в частности Ю. Маричик, определяют этот самый противоречивый период ее творческого пути как «гибридный» (1969–1981) [2, с. 23]. Главным итогом этого этапа стал масштабный «индийский цикл» («le cycle indien»), который включает в себя восемь произведений, пять текстов и три кинофильма, генетически связанных друг с другом и образующих сложное интертекстуальное пространство. Во-первых, с точки зрения содержания, все произведения цикла объединены общим повествованием, общим хронотопом (С. Тала, Калькутта), общими персонажами (Анн-Мари Стреттер, Лол В. Штайн, нищенка, вице-консул), общими мотивами (море, пляж).

Во-вторых, с точки зрения формы, структура цикла разнородна, но при этом парадоксально целостна. В 1964 г. М. Дюрас пишет роман «Восхищение Лол В. Штайн», ставший для нее поворотной точкой в выработке собственной, оригинальной манеры письма, в которой,

впрочем, еще усматриваются черты «нового романа». Два года спустя М. Дюрас публикует роман «Вице-консул», сюжетно связанный с предыдущим, а в 1971 г. – текст «Любовь» (жанровое определение отсутствует). С 1973 г. писательница начинает снимать фильмы по мотивам одноименных текстов, в которых рассказ ведется о тех же персонажах: «Женщина с Ганга» (1974) и «India Song» (1975), а также отдельный фильм «Ее венецианское имя в пустынной Калькутте» (1976). Через сложные стратегии пересоздания и адаптации одна и та же история переписывается, перерассказывается посредством разных медиумов.

Впрочем, выражение «по мотивам», так же как «адаптация», не совсем верно, и сама автор утверждала, что никогда не занималась адаптацией своих произведений. Здесь необходимо обозначить ключевую установку для понимания поэтики М. Дюрас – принципиальное неразличение текста и фильма, литературы и кинематографа; по заявлению писательницы, «письмо включает в себя все, в том числе и кино» [4, с. 45]. Парадоксальные отношения между словом и изображением в ткани текста устанавливаются благодаря визуальным стилистическим техникам и указаниям технического характера, что позволило бы свести текст к киносценарию, однако его поэтичность, ритм, фрагментарность, риторические и стилистические приемы – элементы невизуального – не позволяют этого сделать. Так, в своих литературных опытах «индийского цикла» писательница вырабатывает совершенно особый «киногеничный» («*cinégénique*») стиль письма, который позволяет ей беспрепятственно ретранслировать текст в фильм.

В таком случае, как описать природу этих текстов? Несмотря на разнообразие конкретных формулировок, исследователи творчества М. Дюрас предлагают использовать зонтичный термин «гибридность»: гибридными называют те тексты писательницы, которые включают в себя элементы различных практик и чья жанровая специфика не может быть определена в терминах традиционного литературоведения. В случае с «индийским циклом» свойство гибридности становится ключевым для описания медиальной природы произведений. Благодаря выработке киногеничного стиля, потенция кинематографа оказывается изначально заложенной в ткани текста; разъединить их, вычленив один конкретный медиум и приписать ему главенствующую роль значило бы уничтожить произведение. Стало быть, тексты М. Дюрас «индийского цикла» становятся не чем иным, как постмедиальными объектами, чья медиальная специфика не может заключаться ни в чем, кроме как в отсутствии таковой. Этот тезис подтверждается и нарочитым отказом писательницы от жанрового определения своих текстов; по выражению Ю. Маричик, «единственной возможной характеристикой становится

белизна, пробел, «пустота», следующие за названием текста, полное отсутствие указания на жанр» [2, с. 18].

В то время как текст становится фильмом, фильм в свою очередь становится текстом. В предисловии к тексту-фильму «Женщине с Ганга» М. Дюрас разграничивает «фильм изображения» («le film de l'image») и «фильм Голосов» («le film des Voix»), имея в виду два закадровых женских голоса, которые обмениваются репликами на протяжении всей картины: «Теперь оба фильма полностью автономны, связаны исключительно, но неумолимо, материальным совпадением: они оба записаны на одну пленку и просматриваются в одно время» [3, с. 1431]. В еще одном фильме «индийского цикла», «India Song», герои на экране ничего не говорят, аудиальное пространство же полностью заполняют закадровые голоса; важно, что это не голоса видимых персонажей, они никак не коррелируют с визуальным рядом, оказываются внеположны ему. Так, в фильмах «индийского цикла» М. Дюрас не просто подвергает сомнению, но прямо опровергает представление о визуальном ряде как о необходимой технической основе кинематографа. Вместо этого на первый план выходят голос, речь, текст; внимание зрителя должно быть сконцентрировано на произносимом (равно как и на непроизносимом – паузах, пробелах, пустотах); в конце концов, фильм должен быть не просмотрен, а прослушан.

Таким образом, постмедиаальная оптика позволяет рассмотреть «индийский цикл» М. Дюрас как постмедиаальный эксперимент, направленный на переоценку взаимоотношений между литературой и кинематографом. Результатом этого эксперимента стало, с одной стороны, создание серии «гибридных текстов» – уникальной практики, заключающейся в конвергенции литературы и кинематографа, стирании жанровых признаков, разрушении конвенциональных стратегий письма и установка на письмо киногоеничное, а с другой стороны – создание столь же гибридных фильмов, в которых визуальное уступает место аудиальному.

Библиографические ссылки

1. Краусс Р. «Путешествие по Северному морю»: искусство в эпоху постмедиаальности. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2017.
2. Маричик Ю. А. «Море черных чернил»: «Текст театр фильм»: к проблеме гибридности в творчестве Маргерит Дюрас. Москва : РГГУ, 2012.
3. Duras M. La Femme du Gange // Œuvres complètes : en 4 vol. Paris : Gallimard, 2011. Vol. 2. P. 1427–1508.
4. Marguerite Duras à Montréal / textes réunis et présentés par S. Lamy et A. Roy. Montréal : Éditions Spirale, 1981.
5. Weibel P. Post-media condition. URL: <https://www.metamute.org/editorial/lab/post-media-condition> (date of access: 17.05.2022).

АНТРАПАНИМІКОН КАЗАК С. ДАВІДОВІЧА: СТРУКТУРНА-СЕМАНТЫЧНЫ АСПЕКТ

А. В. Бірукова

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;
anastasiya-biryukova-01@mail.ru;
наук. кір. – С. М. Якуба, канд. пед. навук, дац.*

Даклад прысвечаны актуальнай у сучаснай беларускай лінгвістыцы праблеме – даследаванню анамастычнай прасторы літаратурнага твора, у прыватнасці аўтарскай казкі. Навуковая навізна заключаецца ў тым, што ўпершыню ў беларускім мовазнаўстве аб'ектам спецыяльнага вывучэння стаў антрапанімон казак С. Давідовіча. Мэта работы – ахарактарызаваць паэтонімы ў казках С. Давідовіча ў структурна-семантычным аспекце і паказаць асаблівасці ўжывання антрапонімаў рознай словаўтваральнай будовы ў тэксце. У выніку даследавання вызначаны структурныя групы паэтонімаў, прааналізаваны асноўныя структурныя тыпы антрапонімаў у казках пісьменніка, абгрунтавана залежнасць архітэктонікі тэксту казкі ад структуры антрапанімічных адзінак і значэння словаўтваральных сродкаў, што ўдзельнічаюць у іх ўтварэнні.

Ключавыя словы: літаратурная казка; анамастычная прастора; паэтонім; антрапонім; антрапанімон; структурна-семантычная характарыстыка.

Анамастычная прастора казак С. Давідовіча складаецца з 393 уласных назваў і падстаўлена рознымі тыпамі паэтонімаў: антрапонімамі, заонімамі, тапонімамі, назвамі міфалагічных персанажаў, фантастычных істот і інш. Антрапонімы з'яўляюцца самай шматлікай групай паэтонімаў у казках С. Давідовіча. Найменні гэтай групы прадстаўлены 130 адзінкамі (33,1 % ад агульнай колькасці онімаў) і складаюць антрапанімон казак аўтара. Сцвярджаючы думку пра пашыранасць антрапонімаў у літаратурным творы, І. М. Петрачкова падкрэслівае: «Асноўнымі і найбольш частотнымі онімамі ў любым літаратурным творы з'яўляюцца антрапонімы, паколькі змест мастацкага тэксту валодае абсалютнай антрапацэнтрычнасцю» [1, с. 19].

Паводле структуры онімы падзяляюцца на *простыя* (прадстаўлены аднакампанентнай мадэллю, у якую ўваходзяць аднаасноўныя найменні), *складаныя* (словы-кампазіты, а таксама абрэвіятуры) і *састаўныя* (пададзены двума і больш самастойнымі кампанентамі). Разам з тым, як адзначае В. Г. Гарбачова, згаданыя структурныя тыпы паэтонімаў маюць прыватныя мадэлі наймення, кожную з якіх мэтазгодна разглядаць асобна [2].

Даследаванне антрапонімаў у казках С. Давідовіча ў структурна-семантычным аспекце дае падставы сцвярджаць думку пра разнастайнасць структурных тыпаў паэтонімаў. Самай шматлікай па

колькасці паэтонімаў з’яўляецца **група аднакампанентных назваў, у склад якіх уваходзяць рэальныя ўласныя імёны** (84 адзінкі), таму што яны называюць герояў зразумелым для дзяцей спосабам, не выклікаючы адчування непраўдападобнасці таго, пра што апавядаецца. Аднакампанентныя паэтонімы гэтай групы прадстаўлены як афіцыйнымі (*Адам, Алег, Вадзім, Ева, Надзея, Стэфанія* і інш.), так і неафіцыйнымі (*Алежка, Вадзік, Валодзечка, Васілінка, Ганначка, Стэфачка* і інш.) варыянтнымі формамі імён, што паходзяць з розных моў. Найбольшай прадуктыўнасцю пры ўтварэнні антрапанімічных назваў гэтай групы вызначаецца суфікс *-к-* (*Алежка, Аленка, Васілька, Віцька, Васілінка, Міколачка* і інш.), які, на думку М. В. Бірылы, у антрапаніміі надае імёнам эмацыянальна-ацэначную форму [3, с. 175].

У словаўтварэнні паэтонімаў згаданай групы таксама ўдзельнічаюць суфіксы *-ык-* (*Алежык, Сцяпанчык*), *-ік-* (*Вадзік, Віталік, Ігнацік, Стасік, Юрасік*), *-юк-* (*Паўлюк*), *-ок-* (*Змітрок, Паўлючок*), *-ш-* (*Мааша*), *-сь-* (*Ясь*), *-ась-* (*Міхась*). Часцей за ўсё неафіцыйныя варыянтныя формы імён выкарыстоўваюцца для наймення дзяцей і падлеткаў, а таксама з мэтай перадачы асаблівага стаўлення аўтара або персанажаў казкі да таго ці іншага героя. Ужыванне неафіцыйных варыянтаў імён дазваляе меркаваць, што яны ўтрымліваюць у сабе шырокі дыяпазон эмацыянальна-экспрэсійных ацэнак. Паводле В. І. Фаняковай, словы, што выражаць суб’ектыўную ацэнку, не відазмяняюць свайго рэальнага значэння, але ўтрымліваюць важную эмацыянальную інфармацыю, якая часам бывае больш значнай, чым рацыянальная [4, с. 16].

Наступная па колькасці адзінак структурная група паэтонімаў – **аднакампанентныя назвы, у склад якіх уваходзяць нерэальныя ўласныя імёны** (17 онімаў). Такія паэтонімы вызначаюцца разнастайнай словаўтваральнай структурай, што дазваляе аднесці іх да розных тыпаў.

Да першага тыпу адносяцца ўласныя імёны, якія ўтварыліся ад апелятываў лексіка-семантычным спосабам (яны суадносяцца з апелятывамі, што ўжо існуюць у мове): *Багацей, Паэт, Гаспадар, Гаспадыня, Чарнушка, Чараўніца*. Аналіз фактычнага матэрыялу дазваляе сцвярджаць, што С. Давідовіч, выкарыстоўваючы імёны, якія непасрэдна суадносяцца з назвамі, што характарызуюць людзей паводле розных прымет (дзеясці, сацыяльнага становішча, знешнасці), у даступнай форме знаёміць маленькіх чытачоў з персанажамі сваіх казак.

У склад другога тыпу ўваходзяць імёны, утвораныя аўтарам па мадэлях сучаснай беларускай мовы. Антрапонімы *Хлыст* і *Хват* утварыліся пры дапамозе нульсуфіксальнага спосабу словаўтварэння: *Хлыст* – ад дзеяслова *хлыстаць* (рус. прастамоўн. *хлыстаць* → *Хлыст*),

а *Хват* – ад дзеяслова *хватаць* (разм. *хватаць* → *Хват*). Ужываючы гэтыя імёны, аўтар удала стварае асацыятыўныя сувязі з дзеясловамі, якімі матываваны згаданыя онімы і якія падказваюць маленькім чытачам рысы характараў персанажаў казкі. Антрапонімы, утвораныя па мадэлях сучаснай беларускай мовы, у казках аўтара выразна сведчаць пра семантыку названага імя. Так, напрыклад, паэтонім *Вялікадзівос*, што называе галоўнага чараўніка з казкі «Лявон і мабільны тэлефон», утвораны шляхам асноваскладання (*вялік-ія* + *а* + *дзівос-ы* → *Вялікадзівос*), а імя *Святлянка*, якое аўтар дае дзяўчынцы са светлымі валасамі з казкі «Пярсцёнак», – з дапамогай суфіксальнага спосабу словаўтварэння (*Святлян-а* + *-к-* → *Святлянка*). Онімы з выразнай словаўтваральнай структурай робяць успрыманне казачнага тэксту для дзяцей не толькі больш лёгкай і зразумелай, але і больш вобразнай.

Трэці тып антрапонімаў ілюструюць імёны *Клырст* і *Кісатс*, утвораныя паводле аказіянальнай аўтарскай мадэлі. Гэтыя імёны С. Давідовіч даў хлопчыку і дзяўчынцы з іншай планеты. Аўтар так тлумачыць утварэнне оніма *Кісатс*: – *Кісатс, дык мы з табой цёзкі! – Якія ж мы цёзкі? Я – Кісатс, ты – Стасік. – А ты прачытай сваё імя наадварот! Альбо маё прачытай наадварот!* [5, с. 250]. Пісьменнік ужывае ў казках не характэрныя для беларускай антрапанімікі найменні з мэтай адлюстравання іншапланетнай моўнай сістэмы, яе анамастыкі.

Трэцяй па колькасці адзінак з’яўляецца група **двухкампанентных найменняў, утвораных па формуле «імя + прозвішча»** (10 паэтонімаў: *Адам Міцкевіч*, *Пётр Клімук*, *Сяргей Ясенін*, *Шэрлак Холмс* і інш.). Большасць антрапонімаў, што адносяцца да гэтага структурнага тыпу, – інтэртэкстуальныя онімы, якія С. Давідовічам перанёс у свае творы з розных дыскурсаў з мэтай рэалізацыі аўтарскай задумкі. Так, напрыклад, прэцэдэнтнае імя *Максім Багдановіч* сустракаецца ў казцы «Хто самы прыгожы?»: – *А між тым, васілёк – адна з самых любімых кветчак славутага Максіма Багдановіча* [5, с. 66]. Падкрэсліваючы, што для героя казкі звычайны васілёк, у якім адлюстроўваецца часцінка беларускага неба, прыгажэйшы за любую іншую кветку, аўтар для доказнасці сваёй думкі ўжывае антрапонім *Максім Багдановіч*, апеллюючы да класіка беларускай літаратуры, у вершах якога васілёк з’яўляецца сімвалам радзімы, вобразнай асновай многіх твораў паэта.

З шэрагу двухкампанентных найменняў, утвораных па формуле «імя + прозвішча» вылучаецца адзінка *Вадзік Стукалаў*, таму што, па-першае, не з’яўляецца прэцэдэнтнай, а па-другое, уласнае імя з гэтай формулы стаіць у квалітатыўнай форме і ўказвае на персанажа-дзіця. Прозвішча *Стукалаў* С. Давідовіч выбірае або стварае невыпадкова. У сучаснай беларускай мове сапраўды існуе такое прозвішча: яно

ўтворана ад мянушкі *Стукала* і мае значэнне «той, хто стукае» [6, с. 395]. Аднак аўтар, узяўшы за аснову рускі размоўны дзеяслоў *стучать* з неадабральнай канатацыяй дакладваць, даносіць, робіць гэта прозвішча гаваркім: *Стукалаў* – «той, хто выдае людзей, паклёпнічае на іх».

Сярод структурных тыпаў антрапанімікону казак С. Давідовіча былі вылучаны: аднакампанентныя назвы, што складаюцца з мянушкі (*Рабінзон*), прозвішча (*Абыякавіч*), псеўданіма (*Сыракомля*); двухкампанентныя найменні, утвораныя па формуле «тытул + імя» (*Хаджа Насрэдзін*), «імя + імя па бацьку» (*Аліна Паўлаўна*), «імя + прыдатак» (*Вадзік-гадзік*), «імя + мянушка» (*Ілья Мурамец*), па псеўданімнай формуле «імя + прозвішча» (*Янка Купала*) і інш.

Аналіз структурна-семантычных асаблівасцей антрапанімікону казак С. Давідовіча дазваляе сцвярджаць, што паэтонімы ў творах пісьменніка прадстаўлены простымі (*Адам, Багацей, Кісатс, Паленаў, Рабінзон* і інш.), складанымі (*Вадзік-гадзік, Каваль-Вярнідуб*) і састаўнымі онімамі (*Аліна Паўлаўна, Ілья Мурамец, Пётр Клімук* і інш.). Пералічаныя структурныя тыпы анамастычных адзінак маюць прыватныя формулы наймення, вызначаюцца семантычнымі асаблівасцямі, адметнасцю паходжання і словаўтварэння.

Такім чынам, паэтычны антрапанімікон, прадстаўлены разнастайнымі мадэлямі наймення, адыгрывае важную ролю ў архітэктоніцы казачнага тэксту: утрымлівае экспрэсіўна-ацэначную семантыку, выступае ў якасці сродку характарызацыі персанажаў твораў, дапамагае рэалізаваць мастацкую задуму аўтара, адлюстроўвае яго светабачанне.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Петрачкова И. М.* Значимость имени собственного в художественном тексте : на материале соврем. рус. прозы : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.02. Гомель, 2002.
2. *Горбачева О. Г.* Ономастическое пространство русских народных и авторских сказок : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Брянск, 2008.
3. *Бірыла М. В.* Беларуская антрапанімія : 2. Прозвішчы, утвораныя ад апелятыўнай лексікі. Мінск : Навука і тэхніка, 1969.
4. *Фонякова О. И.* Имя собственное в художественном тексте : учебное пособие. Ленинград : ЛГУ, 1990.
5. *Давідовіч С. Ф.* Збор твораў у 5 т. Мінск : Беларускі рэспубліканскі літаратурны фонд, 2017. Т. 5 : Казкі. Прыгоды.
6. *Бірыла М. В.* Беларуская антрапанімія : 3. Структура ўласных мужчынскіх імён. Мінск : Навука і тэхніка, 1982.

ФРАЗЕАЛАГІЗМЫ З КАЛАРОНІМАМІ БЕЛЫ, ЧОРНЫ, ШЭРЫ Ў БЕЛАРУСКАЙ МОВЕ: ЭТНАЛІНГВІСТЫЧНЫ АСПЕКТ

А. Д. Баравая

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

alesya.borovaya.02@bk.ru;

наук. кiр. – А. Л. Садоўская, канд. фiлал. навук, дац.

Даклад прысвечаны актуальнай у сучаснай беларускай лінгвістыцы праблеме – даследаванню фразеалагічных адзінак з кампанентам-каларонімам у этналінгвістычным аспекце. Мэтай даследавання з’яўляецца вывучэнне фразеалагічнай колерасемантыкі ў катэгорыях мовы і культуры. Прадмет даследавання – асаблівасці функцыянавання і нацыянальна-культурныя канатацыі лексем *белы, чорны, шэры* ў складзе беларускіх фразеалагічных адзінак. У дакладзе прасочана прадуктыўнасць выкарыстання і нацыянальна-культурная сімволіка каларонімаў *белы, шэры* і *чорны* ў складзе літаратурнай і дыялектнай фразеалогіі беларускай мовы, вылучаны станіўчыя і адмоўныя канатацыі лексем колераабазначэння ў фразеалагічным кантэксце. Праведзенае даследаванне стане ўзорам і стымулам для далейшых распрацовак студэнтаў фiлалагічных спецыяльнасцей па праблеме «роля асобных прадметна-тэматычных груп лексікі ва ўтварэнні і функцыянаванні фразеалагізмаў».

Ключавыя словы: фразеалагізм; этналінгвістычны аналіз; колераабазначэнне; каларатыўны кампанент; колер; каларонім; канатацыя.

Сімволіка колеру мае даволі глыбокія гістарычныя карані. Прыроду колераабазначэння імкнуліся вывучаць яшчэ старажытнагрэчаскія філосафы. У нашы дні колер з’яўляецца аб’ектам даследавання розных галін навуковага пазнання (фізіка, оптыка, біялогія, мастацтвазнаўства, псіхалогія і інш.), у пералік якіх можна ўключыць і фiлалогію. У апошнія дзесяцігоддзі назіраецца рост цікавасці лінгвістаў да праблем колераабазначэння, што прывяло ў выніку да выдзялення ў сучасным мовазнаўстве лексічнай каларыстыкі як асобнага кірунку.

Адзначым, што семантыка-кагнітыўны патэнцыял каларонімаў як моўных і культурных адзінак яскрава рэалізуецца ў складзе фразеалагізмаў, чым і абумоўлена актуальнасць праведзенага намі этналінгвістычнага аналізу каларыстычнай фразеалогіі з кампанентамі *белы, чорны, шэры*. Крыніцай фактычнага матэрыялу даследавання сталі «Фразеалагічны слоўнік беларускай мовы» І. Я. Лепешава ў двух тамах (1993), том «Выслоўі» з серыі «Беларуская народная творчасць» (1979), «Слоўнік беларускіх народных параўнанняў» пад. рэд. Т. В. Валодзінай (2011), зборнікі ўстойлівых словазлучэнняў «І сячэ і паліць», «І коціцца і валіцца», «Слова за слова» Г. Ф. Юрчанкі (1972, 1974, 1977), слоўнік

«Народнае мудраслоўе» Г. Ф. Юрчанкі (2002) і «Фразеалагічны слоўнік гаворак Гродзеншчыны» М. А. Даніловіча (2020).

Т. У. Грыгор'ева ў артыкуле «Метафарычная апазіцыя *белы – чорны* і яе роля ў моўнай інтэрпрэтацыі рэчаіснасці» сцвярджае, што «ў аксіялагічным спасціжэнні свету асобую ролю выконвае метафарычнае выкарыстанне супрацьлеглых паняццяў, якія складаюць бінарную апазіцыю ў мове» [1, с. 84]. Белы і чорны – устойлівая апазіцыя, якая даволі часта выкарыстоўваецца літаратарамі, журналістамі, аўтарамі работ разнастайных напрамкаў і тэматыкі. Т. У. Грыгор'ева адзначае, што «абодва кампаненты [белы і чорны] валодаюць багатым ацэначным патэнцыялам» [1, с. 86], а значыць, могуць ужывацца як ў прамым, так і ў пераносным значэннях, што спрыяе пашырэнню выкарыстання названых каларонімаў у розных кантэкстах са стылістычнымі мэтамі.

Белы з'яўляецца «адным з найбольш пашыраных колераў у традыцыйнай культуры беларусаў» [2, с. 45]. Упершыню прыметнік *белы* сустракаецца яшчэ ў агульнаўсходнеславянскіх помніках, прычым функцыянуе там як «адзін з самых шырокаўжывальных прыметнікаў, <...> мае неабмежаваную спалучальнасць, семантыку, што выходзіць за межы колераабзначэння» [3, с. 31].

«Тлумачальны слоўнік беларускай мовы» зафіксаваў наступныя значэнні слова *белы*: «які мае колер снегу, малака», «сівы, з моцна пасівелымі валасамі», «збляднелы», «дагледжаны, чыста памыты», «які мае светлы колер», «светлы, ясны», «які мае белы колер скуры» [4, с. 364].

Белы колер – адзін з найбольш прадуктыўных кампанентаў у складзе каларатыўнай фразеалогіі. Сярод прааналізаваных намі фразелагізмаў частотнасцю ўжывання вылучаюцца ўстойлівыя адзінкі са словазлучэннем *белы свет*. Так, напрыклад, у значэнні «не ведаць спакою, пакутаваць» выкарыстоўваецца фразеалагізм *не бачыць белага свету*. Такое ж словазлучэнне пакладзена ў аснову фразеалагізма *выводзіць на (у) белы свет* з семантыкай «даводзіць што-небудзь да ведама публікі; выкрываць». Цікава, што ў шэрагу названых выразаў кампанент *белы* з'яўляецца пераменным і вар'іруецца з кампанентам *божы*: *выводзіць у белы (божы) свет, свету белага (божага) не відаць*. У выніку лексічнага вар'іравання кампаненты ў складзе фразеалагізмаў могуць узаемазамяняцца, а значыць, успрымаюцца як блізкія ў сэнсавых адносінах або аб'ядноўваюцца па розных асацыятыўных прыметах, што ўказвае на бяспрэчна пазітыўнае ўспрыманне белага колеру беларусамі.

У традыцыйнай культуры белы колер суадносіцца з чысцінёй, прыгажосцю, здароўем, а значыць, мае станоўчую асацыятыўнасць, што

адлюстравана і ў фразеалогіі. Так, у выразе *рабіць белае чорным* «падаваць што-небудзь у іншым выглядзе, беспадстаўна перайначваць» каларонім *белы* проціпастаўлены *чорнаму* менавіта па прынцыпе апазіцыі «станоўчае / адмоўнае». Падобны прыём выкарыстоўваецца і ў фразеалагізме *няхай карова чорная, абы малако белае* са значэннем «згода звяртаць увагу не на знешні выгляд, а на сутнасць».

Нягледзячы на пераважна пазітыўнае ўспрыманне белага колеру, фразеалагізмы з гэтым каларонімам маюць і адмоўныя канатацыі. Да прыкладу, устойлівае словазлучэнне *да белага калення* мае семантыку «да поўнага адчаю, да поўнай страты самавалодання», а падобны да яго па будове выраз *да белага гарачкі* ўжываецца са значэннем «да крайняга раздражнення, да вялікай злосці, раз'юшанасці, лютасці».

У шэрагу фразеалагізмаў каларонім *белы* набывае значэнне «асаблівы, незвычайны», напрыклад: *белая варона* «чалавек, рэзка не падобны на іншых людзей сваімі паводзінамі або знешнім выглядам, не такі, як усе» і *белая костка* «чалавек знатнага (часцей дваранскага) паходжання».

Шэры, паводле «Тлумачальнага слоўніка беларускай мовы», – «колер, які атрымліваецца пры змяшэнні чорнага і белага; колер попелу» [4, с. 364]. Своеасаблівае «перыферыйнае» становішча калароніма *шэры* падкрэсліваецца такім фразеалагізмам, як *шэрая гадзіна* «час, калі пачынае цямнець, на стыку дня і ночы».

І. А. Швед называе шэры «адным з сімвалічна нагружаных у беларускай традыцыйнай культуры» [5, с. 93]. Аднак, у адрозненне аб белага, шэры значна радзей выкарыстоўваецца ў якасці кампанента-калароніма ў фразеалагізмах. Канатацыя калароніма *шэры* ў большасці выпадкаў нейтральна-адмоўная або адмоўная. Так, у фразеалагізме *ні шэра ні бела* са значэннем нічога пэўнага, канкрэтнага' шэры колер ставіцца ў процівагу беламу як нешта адмоўнае, другараднае, замяняючы сабой у дадзеным кантэксце каларонім *чорны*, параўн.: *ні бела ні чорна*. Значэнне крайніх палюсоў адной з'явы прыметнік *шэры* набывае ў складзе выразу *мышэй ловаць і белыя, і шэрыя кошкі*.

Чорны – «колер, які ў сакральнай традыцыі ўваходзіў у класічную колеравую трыяду “белы – чырвоны – чорны”, супрацьпастаўляецца беламу і чырвонаму па прынцыпе бінарных апазіцый» [2, с. 553]. У беларускай культуры гэты колер прынята суадносіць з негатыўнымі з'явамі, што пацвярджаецца ў тым ліку шэрагам пераносных значэнняў прыметніка *чорны*, зафіксаваных у слоўніках.

Слова *чорны*, паводле «Тлумачальнага слоўніка беларускай мовы», мае значэнні: «які мае колер сажы, вугалю», «цёмны, больш цёмны ў параўнанні з чым-небудзь больш светлым», «брудны, запэцканы», «не апрацаваны, чарнавы», «нізкі, каварны, подлы», «дрэнны, адмоўны», «цяжкі, змрочны, беспрасветны», «паводле міфалагічных уяўленняў: вядзьмарскі, чарадзейскі, звязаны з нячыстай сілай» [4, с. 316]. Можна адзначыць, што кожнае з гэтых значэнняў у большай ці меншай ступені адлюстравалася і ў фразеалагізмах беларускай мовы.

Такія выразы, як *чорны дзень* «цяжкі, змрочны час для каго-небудзь», як *чорны вол* – «крайняе напружанне сіл», *глядзець праз чорныя акуляры* – «не заўважаючы нічога добрага ў кім-небудзь, чым-небудзь, чарніць, ганьбаваць каго-небудзь, што-небудзь», *ласкавенькім язычок, ды чорныя зубкі* – «пра чалавека, добрага на словах, але двудушнага, зламыснага», даволі выразна падцвярджаюць негатыўную канатацыю калароніма *чорны*.

Цікава, што каларыстычны кампанент *чорны* ўтварае найбольшую ў працэнтных суадносінах колькасць кампаратыўных фразеалагічных адзінак, у складзе якіх, як адзначае А. Л. Садоўская, эталонамі чорнага выступаюць разнастайныя аб'екты і артэфакты знешняга свету [6].

Так, ва ўстойлівых параўнаннях *чорны* колер суадносіцца з пэўнымі рэчывамі (*чорны як смоль, чорны як сажы, чорны як вугаль*); адпаведнымі прадметамі чорнага колеру (*чорны як галавешка, чорны як комін, чорны як засланка*); прадстаўнікамі жывёльнага свету (*чорны як вуж, чорны як смоўж, чорны як крук, чорны як грак*); часткай сутак і парой года (*чорны як ноч, чорны як асенняя ноч*); людзьмі паводле іх нацыянальнай прыналежнасці, прафесійнай дзейнасці і пад. (*чорны як цыган, чорны як арап, чорны як камінар, чорны як катляр*).

Такім чынам, каларонімы *белы, шэры, чорны* атрымалі даволі шырокую семантычна-сімвалічную рэалізацыю, увасобіўшыся ў фразеалагічных адзінках як літаратурнай, так і дыялектнай беларускай мовы. Дзякуючы моўнаму ўвасабленню колераў, утварыўся немалы пласт фразеалагізмаў, які ўвабраў у сябе шматлікія значэнні і канатацыі лексем-каларонімаў.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Григорьева Т. В. Метафорическая оппозиция *белый – черный* и ее роль в языковой интерпретации действительности // Вестн. Волг. гос ун-та. Серия 2, Языкознание. Волгоград, 2014. Вып. 3 (19). С. 84–90.
2. Беларуская міфалогія : Энцыклапед. слоўн. / рэдкал.: С. Санько, Т. Валодзіна, У. Васілевіч [і інш.]. Мінск : Беларусь, 2004.

3. *Абрагімовіч М. Я.* Белы : 3 гісторыі слоў // Роднае слова. 2007. № 1. С. 30–31.
4. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы : у 5 т. / пад агул. рэд. К. К. Атраховіча. Мінск : БелСЭ, 1977–1984.
5. *Швед І. А.* Семантыка шэрага колеру ў беларускай традыцыйнай культуры // Фалькларыстычныя даследаванні : Кантэкст. Тыпалогія. Сувязі : зб. арт. / рэдкал.: В. В. Прыемка, Т. А. Марозава. Мінск, 2012. Вып. 9. С. 93–103.
6. *Садоўская А. Л.* Каларатыўныя кампаратыўныя словазлучэнні ў беларускай мове // Мир языков : ракурс и перспектива : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26 апреля 2018 г. / БГУ ; редкол.: Н. Н. Нижнева (отв. ред.). Минск, 2018. С. 232–237.

КОНТИНУАНТЫ ГРЕЧЕСКИХ И ЛАТИНСКИХ ЛЕКСЕМ В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ ПОЛИТИКИ И ПРАВА: ТИПЫ МЕЖЪЯЗЫКОВЫХ СЕМАНТИЧЕСКИХ РАЗЛИЧИЙ

М. А. Воробей

Белорусский государственный университет, г. Минск;

nadozhe@tut.by;

науч. рук. – Н. Б. Мечковская, д-р филол. наук, проф.

На материале 50 современных английских и 50 русских терминов политики и права, являющихся континуантами древнегреческих или латинских лексем, выявлены, во-первых, основные виды семантических различий между древним словом и его континуантами в названных современных языках; во-вторых, виды различий между английскими и русскими терминами, которые восходят к общему античному первоисточнику. Все рассмотренные английские и русские континуанты античных лексем представляют собой до некоторой степени межъязыковые паронимы, однако сила семантических расхождений между ними разная. Показано, что семантические значительные различия встречаются редко; в большинстве пар континуантов они невелики.

Ключевые слова: термины политики; термины права; грецизмы; латинизмы; лексические континуанты; лексические заимствования; интернационализмы.

Как известно, новые европейские языки во многом обязаны богатству своего лексикона классическим языкам – греческому и латинскому. При исследовании терминов с античными основами лингвистика зачастую не может выявить действительные пути и время прихода в язык нового слова. В связи с этим был введён термин **континуант**. «Морфемные и семантические дериваты, соотносимые с иноязычным словом, допустимо рассматривать как **континуанты** этимологически исходного слова, отмеченного в письменности языка-первоисточника, безотносительно к языку-посреднику (или к 2–3 языкам-посредникам). Понятие «континуант», преодолевая условности синхронного деривационного анализа, расширяет задачи этимологии заимствований по сравнению с младограмматической традицией сводить этимологию заимствованного слова к указанию на язык, из которого слово непосредственно пришло в исследуемый язык» [1, с. 317].

Задача представленного исследования состояла в выявлении семантических различий между английским и русскими континуантами.

Был проведён анализ 50 английских континуантов из сферы политики и права, а также их аналогов в русском языке. В результате исследования также были выявлены факторы, влиявшие на историческое развитие рассмотренных терминов.

Пары английских и соответствующих им русских континуантов были распределены по группам в соответствии со степенью их семантической дивергенции.

1. Факты максимальной семантической дивергенции английских и русских континуантов греческих и /или латинских лексем.

К данной группе принадлежат пары континуантов в русском и английском, которые, несмотря на то, что происходят из одного античного источника, имеют настолько различные значения, что их сложно назвать аналогами: *government* – *губернаторство*, *justice* – *юстиция*. Особенности континуантов данной группы на примере пары *justice* – *юстиция*.

Англ. *justice* и рус. *юстиция* восходят к лат. *iūstitia*, образованному путем субстантивации от латинского *iūstus* «правильно; верно»; *Iūstitia* означала «праведность; справедливость; законность» (ДвЛат, с. 568). По данным (Harper), англ. *justice* известно с начала XII в.; оно было заимствовано через ст.-франц. *justice*, что означало «правосудие, законные права, юрисдикция». Д. Харпер определяет исторически первое значение данного английского термина как «осуществление власти в отстаивании права путем назначения награды или наказания; качества личности, такие как честность и справедливость; приверженность принципам и отстаивание истины». Интересно также то, что в период с XV по XVIII в. это слово в Англии значило также «праведная месть», отражая обычай платить за обиду кровной платой. Рус. *юстиция* пришло непосредственно из немецкого (Фасмер).

Сегодня в английском языке по данным MED лексема *justice* имеет следующие значения: «1. Treatment of people that is fair and morally right; 2. The legal process of judging and punishing people; [‘Юридический процесс осуждения и наказания людей’] 3. A judge in a law court, especially in the US [‘Судья в суде, в особенности в США’]». Рус. *юстиция* в (Кузн.) дано в следующих двух значениях: «1. Правосудие, судопроизводство. 2. Совокупность государственных органов, занимающихся судопроизводством, система судебных учреждений. *Министерство юстиции*» (Кузн.). В русском языке переводным соответствием первого значения английского термина является лексема *справедливость*.

2. Средняя степень семантической дивергенции английских и русских континуантов: различия континуантов достаточно определены и могут быть охарактеризованы в терминах лингвистической семантики.

К словам данной группы принадлежат следующие пары континуантов:

Administration – *администрация*, *certificate* – *сертификат*, *civilization* – *цивилизация*, *militarism* – *милитаризм*, *party* – *партия*, *poli-*

tics – политика, *protocol* – протокол, *strategy* – стратегия, *tactics* – тактика, *tribunal* – трибунал.

Особенности континуантов данной группы будут показаны на примере анализа пары.

Англ. *strategy* и рус. *стратегия* восходят к латинскому существительному *stratēgos*. В греческом языке слово *stratēgos* «лидер» (Harper) было сложным (двукорневым): соединение основ *stratus* «множество; армия» и *agos* «возглавлять». Далее, с помощью морфемной деривации от него образовалось слово *stratēgiā* – «командование генерала». Согласно данным Харпера, во французский, а затем в английский язык оно перешло, практически не изменяя значения – в XVIII веке в английском *strategy* означало «искусство командования генералом армии». В русском языке термин *стратегия* появился либо с помощью заимствования от франц. *stratégie*, либо от нем. *Strategie* (Фасмер). Таким образом, цепочка заимствования выглядит: греч. *stratēgiā* → франц. *stratégie* или нем. *Strategie* → рус. *стратегия* (Фасмер).

Сегодня в английском языке термин *strategy* используется в следующих значениях: «1. A plan or method for achieving something, especially over a long period of time [«План или метод достижения чего-либо, особенно в течение длительного периода времени»]; 2. The skill of planning how to achieve something, especially in war or business [«Умение планировать, как чего-то достичь, особенно на войне или в бизнесе»]» (MED). В русском языке для лексемы *стратегия* даются следующие значения: «1. Высшая область военного искусства – ведение крупных военных операций и войны в целом. 2. Искусство руководства общественной, политической борьбой с целью достижения практических результатов. 3. Искусство планирования какой-л. деятельности (экономической, научной и т. п.) на длительную перспективу. *С. научного поиска* (Кузн.)».

Как видно из дефиниций, русская лексема в основном используется в сфере политики. В случае английской лексемы, на первом месте стоит широкое и генерализированное значение.

3. Пары английских и русских континуантов, семантические различия между которыми представляются незначительными.

К данной группе принадлежат такие пары континуантов, как:

Advocacy – адвокат (адвокатура), *aggression* – агрессия, *ambassador* – амбасадор, *amnesty* – амнистия, *anarchy* – анархия, *aristocracy* – аристократия, *autocracy* – автократия, *autonomy* – автономия, *codex* – кодекс, *colony* – колония, *delegate* – делегат, *demagoguery* – демагогия, и так далее.

К данной группе принадлежат большинство рассмотренных в работе континуантов. Семантические различия считались незначительными

в том случае, если при сравнении определений терминов в толковых словарях русского и английского языков различия между этими определениями сводились к подбору слов для формулировки описания того же явления. Например, в паре *monopoly* – *монополия* в толковых словарях даются определения: «Complete control over something by one organization or person' (MED) – «Исключительное право государства, организации, фирмы и т. п. на производство, продажу чего-либо или на деятельность в какой-либо сфере общественной жизни» (Кузн.).

Анализ пар континуантов показал, что между английскими и русскими континуантами данной тематической области сложно обнаружить кардинальные различия. Около восьмидесяти процентов рассмотренных пар терминов принадлежали к третьей группе. Отличия континуантов со средней степенью дивергенции затрагивали дополнительные значения одного континуанта из пары или различия в том, какое из значений стояло на первом месте. Максимальная семантическая дивергенция в исследованных парах континуантов была вызвана тем, что для развития каждого термина из пары были использованы разные значения многозначной античной лексемы.

Библиографические ссылки

1. Harpers Dictionary of Classical Literature and Antiquities. 1898. URL: <https://www.lib.uchicago.edu/efts/PERSEUS/Reference/harpers.html> (дата обращения: 27.05.2022).
2. Macmillan English Dictionary. Oxford: Macmillan Education, 2002. URL: <https://www.macmillandictionary.com/> (дата обращения: 17.05.2022).
3. Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь. Около 50 000 слов. Москва: Русский язык, 1976.
4. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. Санкт-Петербург : Норинт, 1998.
5. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка / пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева. 2-е изд. Т. I–IV. Москва : Прогресс, 1986–1987.
6. Мечковская Н. Б. Заимствования в первой тысяче самых частых белорусских, словенских и русских слов: опыт интерпретации количественных и содержательных различий // Slavistična revija [Ljubljana]. 2020. № 3. S. 311–334.

СООТНОШЕНИЕ ГЛАГОЛЬНЫХ ФОРМ В ТЕКСТАХ РУССКОЙ ДУХОВНОЙ ПРОЗЫ ПЕРВОЙ ТРЕТИ XIX ВЕКА

Д. С. Воробьева

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vorobyova1810@gmail.com;

науч. рук. – О. В. Зуева, канд. филол. наук, доц.

Цель исследования – выявление черт церковно-религиозного стиля русского литературного языка первой трети XIX в. на уровне глагольного употребления. Объект исследования – глагольные лексемы в автобиографических и эпистолярных духовных текстах названного периода. Анализ соотношения глагольных форм в выбранных произведениях позволяет выявить глубинные, сущностные характеристики исследуемого стиля. Актуальность исследования связана с обращением к вопросам функциональной грамматики на диахроническом материале. В работе впервые проводится количественный анализ соотношения глагольных форм в сочинениях духовной прозы первой трети XIX в.; результаты сопоставляются с лексико-грамматическими характеристиками современного церковно-религиозного стиля. Полученные данные позволяют сделать выводы относительно эволюции церковно-религиозного стиля. Результаты исследования могут быть включены в практику преподавания курсов «История русского литературного языка», «Стилистика русского языка».

Ключевые слова: русский язык; церковно-религиозный стиль; духовная проза; глагол; время; наклонение; архаичные формы.

Теория современного церковно-религиозного стиля разработана по объективным причинам не настолько детально, как теории других функциональных стилей, однако его лексические и грамматические черты уже определены лингвистами. Что касается глагольного употребления, то в этом аспекте наибольшее сходство у церковно-религиозного стиля обнаруживается с публицистическим стилем. Это связано с одной из главных функций обоих стилей – воздействующей (тексты, как правило, нацелены на убеждение адресата в истинности христианского видения мира и необходимости соблюдения божьих заповедей); в текстах часто употребляются формы повелительного наклонения глагола. При этом «долженствующе-предписывающий характер изложения в форме категорического императива Ц.-р. с. не свойственен» [1, с. 614]. Характерной чертой стиля является «частое употребление глаголов в настоящем времени, поскольку религия говорит о «вечных истинах» [2, с. 193]. Также часто употребляются глаголы в инфинитиве, причастия и деепричастия, пассивные конструкции, что отвечает книжному характеру стиля. Наиболее специфическая особенность церковно-религиозного стиля – использование архаичных морфологических форм.

Применимы ли те же характеристики к церковно-религиозному стилю первой трети XIX в.? Количественный анализ глагольного употребления в текстах духовной прозы названного периода позволяет ответить на этот вопрос и сделать обобщения относительно эволюции стиля. Для анализа нами были выбраны следующие источники: «Житие и страдания отца и монаха Авеля» (составлено предположительно им самим в 1820-х гг. XIX в.), «Автобиография архимандрита Фотия» (написана в 1830–1833 гг.); эти тексты опубликованы в журнале «Русская старина» за 1875, 1894, 1895 гг.

Подсчет форм был произведен на наиболее информативных начальных фрагментах произведений (включающих в себя не менее ста глагольных словоупотреблений). Чтение текстов не выявило «переключений» грамматических кодов, что позволило нам экстраполировать результаты анализа фрагментов на тексты в полном объеме.

Наиболее распространенными глагольными формами в Житии и страдании отца и монаха Авеля являются современные формы прошедшего времени с суффиксом -л-. В процентном соотношении ко всем другим имеющимся глагольным формам – 33 %. Второе место по распространенности занимает аорист – 15 %. Небольшая доля принадлежит имперфекту – 2 %. Еще меньший процент форм перфекта (1%). В целом, формы прошедшего времени составляют в количественном отношении половину из всего многообразия глагольных форм, что закономерно происходит из самой природы жанра. Духовная автобиография, как и любой другой вид мемуарной прозы, нацелена, прежде всего, на описание событий прошлого. Преобладание аориста над другими грамматическими архаизмами, вероятно, связано с тем, что аорист, как наиболее распространенная форма прошедшего времени в древнерусских летописях и житиях, глубоко укоренен в сознании автора – продолжателя средневековой книжной традиции.

Формы настоящего времени встречаются в тексте крайне редко (1 %). Будущее время представлено в значительно большем объеме (9 %). Такое соотношение объяснимо мировоззренческими установками автора: события жизни главного героя, соотносящегося с житийным образом святого, рассматриваются *sub specie aeternitatis*: *дух его обновится, и душа его изобразится яко Ангел и яко Архангел*.

В житии часто встречаются контексты, передающие коммуникацию между земным и небесным мирами, которая осуществляется в форме молитвы, направленной к Господу (*Господи помилуй и не введи меня во искушение выше силы моея*), или в форме обращения высших сил к святому: *буди ты новый Адам, и древни отец Дадамей, и напиши яже видел еси: и скажи яже слышал еси*. Отсюда – распространенность форм по-

велятельного наклонения – 9 % с соотношением императива и оптатива 2 : 1. Формы сослагательного наклонения встречаются в тексте лишь несколько раз.

Книжному характеру стиля повествования соответствует достаточно высокая частотность причастий (9 %) и деепричастий (9 %). Примечательно то, что доля страдательных причастий значительно (в восемь раз) превышает долю действительных. Частое использование страдательного залога (*так о ему велено действом (той силы), сосуд, который на то уготован еще издревле*) соотносится с тенденцией к употреблению пассивных конструкций в текстах современного церковно-религиозного стиля. Следует упомянуть о том, что абсолютное большинство имеющих в тексте страдательных причастий – это формы совершенного вида (*написано, отправлен, уготован, велено, исполнен*). Их частая повторяемость усиливает ощущение торжественной строгости повествования. Подобные формы – стативы – широко использовались в духовных автобиографиях XVIII–XIX веков для описания событий, имеющих духовный смысл. Значительна доля инфинитивов (14 %) в тексте, однако примеров их употребления в императивной семантике не обнаружено.

Как и в «Житии...», в автобиографии Фотия большую часть глагольных форм составляют формы прошедшего времени. При этом архаичные формы представлены аористом (в единичных случаях – перфектом) и занимают незначительную долю (3 %) в соотношении с современными формами прошедшего времени (43 %).

В гораздо большем объеме по сравнению с житием представлены формы настоящего времени (8 %). В основном их употребление связано с передачей прямых и косвенных вопросов персонажей: *Кто раждает-ся и может прямо смотреть в солнце очами? Слышав же тогда тетка Мария плюнула на сии слова хульные жены сея, дерзкая и рекла: что ты суесловишь?* Особого внимания заслуживает тот факт, что в тексте встречаются примеры так называемого настоящего исторического, используемого автором для актуализации событий прошлого: *и плач бысть обций великий в дому по умершем, и никто ее не видит нигде.*

В приблизительно одинаковом количестве представлены формы будущего времени и формы повелятельного наклонения (5 %).

Еще раз подчеркнем архаичность императивных и оптативных форм, используемых при описании трагических или патетических моментов (*буди после меня утешение отцу твоему во временном житии, да осенит меня сила Вышняго на всякое дело благое*). Интересным представляется пример составной формы будущего времени: *сей младенец имеет вскоре умерети* (явный пример архаизации: подобные формы употреблялись до XVI в.).

Значительную долю от всех глагольных форм в тексте составляют деепричастия (8 %). Наибольший процент после форм прошедшего времени принадлежит причастиям (9 % составляют действительные причастия и 8 % – страдательные). Следует упомянуть о наличии переходных от устаревшего причастия к деепричастию форм, что также является примером намеренной архаизации (*хотела тако висяще помощь сделать, родился от утробы матери младенец, изшед из нея*). Еще одна яркая отличительная черта рассматриваемого текста – широкое использование субстантивированных причастий (*под видом крайня печали по умершем, поминовение сродникам всем в том же доме и знаемым*).

11 % от всех имеющихся глагольных форм составляют инфинитивы.

Церковно-религиозный стиль русского языка, отраженный в духовной прозе первой трети XIX в., характеризуется многообразием всех возможных форм глагола. В проанализированных текстах представлены глагольные формы всех времен и наклонений. Как и в художественном повествовании, возможна транспозиция временных форм глагола. Наиболее яркими чертами стиля в целом являются частотность императивов и оптативов, особое положение форм будущего времени, широкое использование причастий (главным образом страдательных) и деепричастий.

Грамматические архаизмы встречаются в каждой из разновидностей форм глагола. Нет какой-либо определенной категории, представленной только устаревшими формами или только современными формами. Иными словами, современные и архаичные для того периода формы сосуществуют. Особенно важно подчеркнуть такие качества церковно-религиозного стиля «пушкинской эпохи», как книжность и патетичность, сближающие его понятием «высокий штиль» (актуальным в тот период бурного становления национального литературного языка для «архаистов», приверженцев «церковно-книжной» традиции). Для современного церковно-религиозного стиля названные качества характерны в гораздо меньшей степени.

Библиографические ссылки

1. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожин. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Флинта ; Наука, 2006.
2. Стаценко А. С., Холодионова С. И. Языковые особенности религиозного стиля // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2018. № 8–1. С. 190–194.
3. Житие и страдание отца и монаха Авеля // Русская старина: ежемесячное историческое издание. Санкт-Петербург, 1886. С. 416–435.
4. Автобиография Юрьевского архимандрита Фотия // Русская старина: ежемесячное историческое издание. Санкт-Петербург, 1894. С. 127–142.

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ИНФИНИТИВА В РАССКАЗЕ И. А. БУНИНА «ГОСПОДИН ИЗ САН- ФРАНЦИСКО»

Гун Синьи

Белорусский государственный университет, г. Минск;

gongyi666999666@gmail.com;

науч. рук. – М. В. Свиридович, канд. филол. наук, доц.

На материале рассказа И. А. Бунина исследована специфика синтаксического функционирования независимого и зависимого инфинитива в художественном тексте. Сделан вывод о преимущественном употреблении инфинитива в пределах предикативного центра. Выявлено преобладание в синтаксическом поведении инфинитива функций компонента сказуемого в двусоставном предложении и единого главного члена односоставного предложения как структурно-семантических компонентов предложения, имеющих аналитическую структуру.

Ключевые слова: инфинитив; зависимый инфинитив; независимый инфинитив; синтаксические функции; член предложения.

Семантическая специфика русского инфинитива как «глагольного номинатива» [1, с. 321] определяет его широкий функциональный спектр в структуре предложения. Если в продуктивной речевой деятельности для иностранных обучающихся представляет трудность употребление видов инфинитива, то трудности в рецептивных видах речевой деятельности обусловлены многофункциональностью инфинитива как конструктивного элемента предложения.

С целью установления синтаксико-функциональных свойств инфинитива в художественном произведении предпринят анализ инфинитивных контекстов в количестве 81 единицы, полученных методом сплошной выборки.

По синтаксической роли в структуре предложения противопоставлены два вида инфинитива – свободный и зависимый.

1. Независимый инфинитив

1.1. В рассказе свободный инфинитив отмечен в функции подлежащего в двусоставном предложении (1 контекст): *На верху горы, на площадке фуникулёра, уже опять стояла толпа тех, на обязанности которых лежало достойно принять господина из Сан-Франциско* [2].

1.2. Односоставное отрицательное инфинитивное предложение (1) со сказуемым – разговорным фразеологизмом: *Про сырость же и вонь гнилой рыбой от пенящегося у набережной моря и говорить нечего*. Некоторыми учеными инфинитив в подобных конструкциях определяется как примыкающий к предикативному отрицательному местоимению [3].

1.3. Инфинитив в функции главного члена придаточного предложения со значением цели совмещает значения стимула и потенциального результата

обозначаемого в главной части события (4): <...> *семья из Сан-Франциско решила отправиться <...> на Капри, с тем, чтобы <...> поселиться в Сорренто*. Существует мнение, что «инфинитив в составе придаточных цели и условия зависимый (подчинен союзу)» [3].

2. Зависимый инфинитив

2.1. Инфинитив, примыкающий к существительному, хотя и выражает некоторые элементы восполняющих отношений, выступает прежде всего в роли определения – потому что всякое зависимое от существительного слово имеет характер его атрибута (1): *Люди, к которым принадлежал он, имели обычай начинать наслаждение жизнью с поездки в Европу, в Индию, в Египет*.

2.2. Примыкающий к глаголу инфинитив может выполнять функции главного и второстепенных членов предложения.

2.2.1. Инфинитив в конструкции «предикативная форма глагола + инфинитив» – часть составного глагольного сказуемого (33), а также главного члена односоставного предложения (1).

2.2.1.1. Сущность составного глагольного сказуемого состоит в подобии глаголу, который разделит свое значение – основное и вспомогательное – между двумя словоформами. У составного глагольного сказуемого вспомогательный компонент выражает общее грамматическое значение сказуемого и дополняет лексическое значение частными значениями – фазисным и модальным. Фазисные глаголы, к которым примыкает инфинитив, в сказуемых обозначают начало/продолжение/конец действия: *Небо стало бледнеть; С полудня неизменно серело и начинал сеять дождь; Но тут он уже и головой перестал мотать*. Модальные глаголы, присоединяющие инфинитив, обозначают отношение субъекта к действию (возможность, желание, волеизъявление, мыслительную деятельность): *Положил и он поступить так же; В декабре и январе он надеялся наслаждаться солнцем Южной Италии <...>; карнавал он думал провести в Ницце, в Монте-Карло <...>; начало марта он хотел посвятить Флоренции, к страстям господним приехать в Рим; Люди и до сих пор еще больше всего дивятся и ни за что не хотят верить смерти; Лоренцо <...> теперь мог спокойно стоять хоть до вечера; Хозяин с вежливым достоинством осадил ее: если мадам не нравятся порядки отеля, он не смеет ее задерживать*.

2.2.1.2. Инфинитив в составе синтаксически неразложимого сочетания в функции главного члена неопределённо-личного предложения (1): *Не будь в читальне немца, быстро и ловко сумели бы в гостинице замять это ужасное происшествие*.

2.2.1.3. При полнозначном глаголе, имеющем семантику движения, инфинитив выступает в роли обстоятельства и обозначает цель (3): <...> *многие со*

всего света съезжаются смотреть на остатки того каменного дома, где жил он на одном из самых крутых подъемов острова.

2.2.1.4. Инфинитив в роли дополнения бывает исключительно объектным и примыкает к полнозначному глаголу в составе словосочетания с изъяснительно-восполняющим значением. Инфинитив-дополнение обозначает действие, которое выступает в роли объекта, на который направлено другое действие (1): *Ему и его дамам торопливо помогли выйти.*

2.2.2. Инфинитив примыкает к безличным глаголам (15), выступая как компонент единого главного члена безличного предложения: <...> *Уже не первый год приходилось им бормотать это и ссылаться на то, что всюду происходит что-то ужасное;* <...> *Сразу стало на душе легче, ярче засияла кают-компания, захотелось есть, пить, курить, двигаться.*

2.3. В конструкции «краткое страдательное причастие +инфинитив»:

2.3.1. В безличном предложении инфинитив выступает в качестве компонента главного члена (2): <...> *полиции уже дано знать <...>.*

2.3.2. В двусоставном предложении инфинитив, примыкающий к краткому страдательному причастию, выполняет функцию обстоятельства цели (1): <...> *только один командир знал, что эта пара нанята Ллойдом играть в любовь за хорошие деньги <...>.*

2.4. Инфинитив примыкает к причастию, выполняя в составе причастного оборота функцию определения (1): *Успокоенные тем, что мертвого старика из Сан-Франциско, тоже собиравшегося ехать с ними, <...> уже отправили в Неаполь, путешественники спали крепким сном <...>.*

2.5. Инфинитив примыкает к деепричастию и является компонентом деепричастного оборота, выполняющего функцию обстоятельства (4): *Хозяин метался от одного гостя к другому, пытаясь задержать бегущих и успокоить их поспешными заверениями <...>.*

2.6. Аналитическая форма будущего времени выполняет функцию простого глагольного сказуемого. Внешне напоминая составное глагольное сказуемое, форма будущего сложного, в отличие от этой конструкции, относится целиком к сфере морфологии. Примеры простого глагольного сказуемого – в придаточных изъяснительных (3): *А через минуту в дверь комнаты господина из Сан-Франциско легонько стукнул француз-метрдотель, явившийся, чтобы узнать, будут ли господа приезжие обедать <...>.*

2.7. Примыкая к краткому прилагательному, инфинитив является:

2.7.1. Частью составного глагольного сказуемого, которое становится трехкомпонентным (3): <...> *к подъездам гостиниц уже вели маленьких мышистых осликов под красными седлами, на которые опять должны были <...> взгромоздиться молодые и старые американцы и американки, немцы и немки и за которыми опять должны были бежать <...> нищие каприйские*

старухи с палками в жилистых руках <...>; <...> Массивы <...> гор, <...> красоте которых бессильно выразить человеческое слово.

2.7.2. Частью составного неглагольного сказуемого в придаточном изъяснительном предложении (2): *Хозяин <...> твердо заявил, что тело должно быть вывезено сегодня же на рассвете <...>.*

2.8. Инфинитив, примыкающий к слову категории состояния – часть главного члена безличного предложения (4): *... перегородки из такого ящика можно вынуть...; Миссис <...> робко сказала, что теперь надо перенести покойного в его комнату.*

2.9. Инфинитив используется в структуре вводной единицы, формально соотносящейся с безличным предложением и выполняющей оценочно-характеризующую функцию (1): *Эта Кармелла <...> пляшет, должно быть, необыкновенно, подумал он.*

Сопоставление полученных количественных данных позволяет сделать вывод о том, что в художественном тексте инфинитив используется преимущественно в пределах предикативного центра (84 % выборки). Преобладающая синтаксическая функция инфинитива – выступать в составе сказуемого (41 контекст: 36 примеров составного глагольного сказуемого, 2 составных неглагольных сказуемых, 3 простых глагольных сказуемых в изъяснительных придаточных предложениях), а также в составе главного члена в безличных предложениях (21 инфинитив), инфинитивных и неопределенно-личном. Зависимый инфинитив выступает также в функциях обстоятельства (8 контекстов), в единичных случаях отмечен в функциях объектного дополнения при глаголе, определения при отглагольном существительном и в составе причастного оборота. В синтаксическом функционировании независимого инфинитива реализованы позиции предикативного центра инфинитивного предложения, а также придаточных частей целевых предложений. В функции подлежащего независимый инфинитив используется в рассказе в одном предложении – эта функция не свойственна инфинитиву в повествовательном и описательном типах речи.

Библиографические ссылки

1. Голуб И. Б. Стилистика русского языка. Москва: Айрис-пресс, 2010.
2. Бунин И. А. Собрание сочинений // Lib.ru/Классика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://az.lib.ru/b/bunin_i_a/. – Дата доступа: 09.05.2022.
3. Падучева Е. В. Инфинитив // Русская корпусная грамматика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rusgram.ru/Инфинитив>. – Дата доступа: 09.05.2022.

СЛОВАРНЫЙ СОСТАВ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Д. Д. Данилова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

dariyadanilova666@mail.ru;

науч. рук. – В. Ф. Толстоухова, канд. пед. наук, доц.

В докладе описываются результаты анализа англоязычных публицистических текстов, освещающих политические и экономические вопросы общественной жизни. В зависимости от тематики текстов можно было наблюдать различный лексический состав. Для политических статей характерно наличие эвфемизмов как средства политкорректности и завуалированного воздействия на мнение читателей. В экономических текстах содержится большое количество терминов, которые были проанализированы с точки зрения структурного состава, и выделены однокомпонентные и многокомпонентные термины. При переводе выделенного корпуса терминов использовался ряд переводческих трансформаций.

Ключевые слова: публицистический стиль; английский язык; политкорректность; политкорректная лексика; термин; банковско-финансовые термины.

Публицистика занимает особое место среди литературных жанров. В публицистических текстах освещаются разного рода проблемы, находящиеся под пристальным вниманием общества. Среди них есть те, например, которые касаются политики, экономики, философии, права, социологии. Авторы текстов данного жанра ставят перед собой цель сообщить о событиях, фактах, процессах, а также повлиять на общественное мнение или точку зрения современных политических институтов. Все статьи газет, журналов и других СМИ, отражающие общественно-политическую деятельность, написаны публицистическим стилем. Его также используют при написании политической литературы для массового читателя и сценариев документального кино. Общим экстралингвистическим признаком этого стиля является выполнение им в единстве двух функций – информационно-содержательной и функции воздействия.

Публицистический стиль имеет свои языковые особенности, которые отражаются прежде всего в избирательности лексических средств. К таковым относятся, например, лексические единицы, способные привлечь внимание читателя и повлиять на его мнение. Авторы статей стараются выражать мысли образно, эмоционально, строить повествование логично («Игроки уснули во время игры! Болельщики в бешенстве!»). В таких текстах можно заметить тропы и фигуры речи. Еще одна характерная особенность публицистических текстов – структурированность. Тексты содержат рубрики, разделы, подразделы, в которых различные темы раскрываются так, чтобы читатель мог правильно следовать за ходом

мысли автора. Часто для подчеркивания значимости содержания тексты набраны разными шрифтами, различным размером шрифта.

Ярким проявлением функции воздействия в публицистических текстах, освещающих актуальные вопросы общественно-политической жизни, является политкорректная лексика, так называемые эвфемизмы – смягчающие описательные обороты. Термин «политическая корректность» («political correctness») появился в США в 1970-х гг. Политкорректность рассматривается как важнейший социокультурный феномен. Чаще всего он трактуется как поведенческий и языковой феномен, цель которого избегать дискриминирующие слова, употребляемые по отношению к разным социальным группам. Политкорректность – это тенденция, проявляющаяся в стремлении найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинства индивидуума привычной языковой бестактностью и/или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т. п.

Политкорректная лексика охватывает широкий круг понятий: расовая и этническая политкорректность, гендерная, политкорректная лексика, затрагивающая социальный статус людей, возраст, физические параметры, а также несовершенства внешнего вида. Например, при упоминании о расовой или этнической принадлежности, слово *Nigger* будет заменено эвфемизмом *Afro-american*. К теме расовой дискриминации в США относятся очень серьезно и не допускают оплошностей.

Следующая по популярности использования эвфемизмов группа – гендерная политкорректность. Здесь особое внимание уделяют роду существительных в разных контекстах. Например, в предложении *The teacher likes their students* нужно использовать именно местоимение *their*, не указывая на род преподавателя. Такие манипуляции с грамматической категорией рода слова возникли в результате распространения влияния феминизма.

Также эвфемизмами заменяются слова, обозначающие малопrestiжные профессии: *janitor* (дворник) – *environmental hygienist* (специалист по гигиене окружающей среды); диагнозы болезней людей с ограниченными возможностями *deaf* заменяется на *hearing impaired*; меняются обращения к людям в возрасте *old* – *mature adult*, (человек старшего поколения); а также названия несовершенств внешнего вида, не *bald*, а *hair disadvantaged* (страдающий недостатком волос).

Для целей описываемого в данном докладе исследования кроме политических были выбраны статьи и экономического характера. Их анализ показал, что кроме эмотивной и политкорректной лексики в них содержится большое количество специальных слов, которые можно отнести

к разряду терминов. Понятие «термин» происходит от латинского *terminus* (граница, предел). Это слово или словосочетание, которое обозначает понятие специальной области знания или деятельности. Наиболее известные работы в области терминологии принадлежат А. А. Реформатскому, М. М. Глушко, В. В. Виноградову. По мнению многих лингвистов, основоположником отечественного терминоведения является А. А. Реформатский. Его исследования, проведенные в 1950–60-х гг., до сих пор остаются значимыми. По определению А. А. Реформатского, термины – это «слова специальные, ограниченные своим особым назначением; слова, стремящиеся быть однозначными, как точное выражение понятий и называние вещей» [1, с. 64]. Совокупность терминов определенной отрасли производства, деятельности, знания, образующая особый сектор лексики, наиболее доступный сознательному регулированию и упорядочиванию, А. А. Реформатский считает терминологией [там же].

Среди экономических тем нас больше всего интересовала банковско-финансовая. Анализ статей, освещающих данную тематику, позволил выделить нам большое количество банковско-финансовых терминов, содержащихся в публицистических статьях. Полученный корпус терминов показал, что по структурному составу они однокомпонентные и многокомпонентные. К однокомпонентным терминам будем относить термины, состоящие только из одной лексической единицы. К многокомпонентным – термины, в состав которых входят несколько лексических единиц.

Нам удалось установить основные словообразовательные модели банковско-финансовых многокомпонентных терминов. Наиболее частыми моделями, характерными для банковско-финансовых терминов является $N + N + (N)$ либо $A + N + (N)$, $V + N$, где N – сущ., A – прил., V – гл.

- Модель $N + N$

interest rate – процентный доход;

margin analysis – анализ маржи;

interest expense – расходы (банка) на выплату процентов; проценты уплаченные.

- Модель $N + N + N$

interest rate risk – процентный риск (связан с потерями от изменений процентных ставках);

interest rate swap – процентный своп;

base interest rate – базовая процентная ставка.

- Модель $A + N + (N)$

convertible bond – облигация, которая может конвертироваться в другой тип ценных бумаг;

balancing subsidy – балансовая субсидия;

long-term liabilities (balance sheet, liability account) – долгосрочные обязательства (балансовый отчет, пассивный счет).

- Модель $V + N + (N)$

clear checks – осуществлять клиринг чеков;

certify financial statements – заверять финансовые отчеты;

cleaning the data (survey) – корректировка данных (устранение ошибок форматирования и ввода) (опрос).

- Кроме вышеуказанных моделей выявлены аббревиатуры:

MIS (management information system) – ИСУ (Информационная Система Управления);

ROSCA (Rotating Savings and Credit Association) – Ротационная сберегательно-кредитная ассоциация.

Помимо словообразовательного анализа нами был выполнен перевод банковско-финансовой терминологии. Основные приемы, к которым нам пришлось прибегнуть, были следующие:

1. Описательный перевод. Такой прием позволял нам раскрыть значение термина, если дословный перевод передавал значение термина не полностью или совсем не передавал. Например: *closely-held company* – компания, владельцами которой является ограниченное количество лиц, живущих в одном штате в период выпуска акций.

2. Калькирование, или дословный перевод – это перевод английского слова или выражения путем точной передачи его средствами русского языка. Например: *classification of problem loans* – классификация проблемных ссуд.

3. Транскрибирование – передача произношения английского слова русскими буквами. Например: *check* – чек, *a marge* – маржа.

4. Транслитерация – передача буквами русского письма букв английского письма, независимо от произношения английского слова. Например: *aval (эйвл)* – аваль, *confiscation* – конфискация.

5. Добавление – это способ перевода посредством добавления дополнительных слов. Например: *cost center* – калькуляционное подразделение банка, *corporate guaranty* – гарантия, предоставляемая юридическим лицом, корпорацией.

Библиографические ссылки

1. Реформатский А. А. Вопросы терминологии. Москва: Аспект, 2005.
2. Русско-английский глоссарий микрофинансовых терминов URL: <https://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Glossary-Russian-to-English-Aug-2008.pdf> (дата обращения: 27.05.2022).

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ВОЙНЫ РЕБЕНКОМ-НАРРАТОРОМ В РОМАНЕ А. КУРУМЫ «АЛЛАХ НЕ ОБЯЗАН»

С. В. Дасько

Белорусский государственный университет, г. Минск;

sndhk88@gmail.com;

науч. рук. – Е. А. Борисеева, канд. фил. наук, доц.

В докладе показано, что выбор в качестве фокусирующей призмы ребенка-нарратора позволяет Ахмаду Куруме по-новому посмотреть на проблему межплеменных войн, охвативших государства Западной Африки после обретения независимости. Через речь главного героя прослеживаются особенности самого героя и события, презентуемые в романе с точки зрения ребенка. Главный герой романа Бирахима представляется как мальчик, не готовый к войне, что отражается в форме повествования. Непричастность Бирахимы как нарратора позволяет сделать акцент на алогичности происходящего и способствует абсолютизации абсурда. Будучи эмоционально отстраненным, Бирахима изображает войну, где дети-солдаты идут убивать под действием наркотиков и не уступают в своей жестокости взрослым. Установлено, что немаловажную роль играет мифологическое мышление, которое приводит к использованию эвфемизмов для тех явлений, которые Бирахима не способен осознать в силу своего возраста.

Ключевые слова: ребенок-нарратор; нарратив; непричастный нарратор; постколониальный дискурс; категория Другого.

Одной из ключевых тем романа «Аллах не обязан» является тема гражданских войн в Либерии и Сьерра-Леоне. Трагическая реальность преломляется через призму восприятия Бирахимы – мальчика лет 10–12, который, отправившись из Кот-д’Ивуара в Либрию на поиски тети, попадает в эпицентр военных действий и становится ребенком-солдатом.

То, что, будучи еще совсем ребенком, Бирахима попадает на войну, где он принимает активное участие, влияет на способ подачи информации и взгляд на происходящее. Очень многое Бирахима не объясняет, он, выполняя функцию непричастного нарратора, описывает увиденное, обрамляя все это фразой «C’est la guerre tribale qui voulait ça» («Так полагается, когда идет межплеменная война») [1].

Для его риторики свойственна своеобразная циничность, обусловленная невозможностью осмыслить опыт чужой смерти или насилия. Говоря о смерти Сары, девочки, которая бежала вместе с другими детьми-солдатами после смерти полковника Папы Доброго на территорию, подвластную ОЛД (Объединенное либерийское движение), внимание мальчика с факта смерти переключается на неизвестные слова, которые он хочет объяснить, а также на комментарии, где Бирахима рассуждает

о том, как Сара станет пищей для различных животных, причем не просто пищей, а «роскошным пиром».

Благодаря такому приему удастся достигнуть абсолютизации абсурда. Мы видим ребенка, не подготовленного к войне не только на физическом уровне, но и на эмоциональном. При этом эмоции у Бирахимы не отсутствуют, об этом свидетельствуют его исконно африканские эмоциональные выражения «Gnamokodé!» («Ньякомодэ!») и др., но внимание направлено на то, что ему понятно, акцент сделан не на смерти как утрате, а на смерти как некоем зрелище, в данном случае, пире для насекомых.

Несмотря на это, Бирахима очень часто использует слово «innocents» («невинные») в отношении жертв войны, подчеркивая, что страданиям были подвергнуты ни в чем не повинные люди. Так, представляя себя, Бирахима пишет: «Et moi j'ai tué beaucoup d'innocents au Liberia et en Sierra Leone...» [1, p. 10] («А я убил много ни в чем не повинных людей в Либерии и в Сьерра-Леоне...» [2] [Здесь и далее перевод Н. Кулиш]). Здесь мы видим Бирахиму, который все понимает. Хотя он и не может осмыслить смерть на эмоциональном уровне, он осознает, что на войне погибают невинные, и признает, что сам убивал невинных.

Межплеменные войны в Африке отличались тем, что, помимо разницы в происхождении, существовала разница языка, исповедуемой религии, это провоцировало конфликты на новых уровнях. Языковой вопрос касался не только использования языка метрополии, но и языков разных племен.

Так, Бирахима говорит: «Le gyo est la langue des nègres noirs indigène africains de là-bas, du patelin. Les Malinkés les appellent les bushmen, des sauvages, des anthropophages... Parce qu'ils ne parlent pas malinké comme nous et ne sont pas musulmans comme nous» [1, p. 59] («Гио язык местных чернокожих африканских туземцев. Малинке называют этих людей бушменами, дикарями, людоедами... Потому что они не говорят на языке малинке, потому что они не мусульмане, как мы» [2]). Здесь мы видим, как дифференциальными признаками являются не только язык, но и вера. Снова возникает проблема угнетенных и угнетателей, и теперь Бирахима обвиняет Малинке в расизме по отношению к другому племени – племени Гио.

Происходит столкновение с очередным Другим, который подчеркивает свою инаковость. Их, безусловно, объединяет общий Другой – представитель колониальных держав, однако внутри своего универсума существует эта оппозиция, где есть «Я», а есть тот «Другой», в отражении которого можно определить себя.

Особое внимание в романе уделяется проблеме использования детей-солдат – достаточно распространенному явлению для Либерии и Сьерра-Леоне времен гражданских войн. Дети-солдаты имели больше преимуществ, чем взрослые солдаты, так как они получали зарплату, еду и жилье. Зарплату многие тратили на гашиш, чтобы, по рассказам Бирахимы, стать как те самые «взрослые» солдаты.

То, как наркотики влияли на сознание детей, находит свое отражение в тексте. Так, Сара, в состоянии безумия от того, что она только «курила и жевала», выпустила всю обойму в Сорвиголову, с которым их связывали любовные взаимоотношения. Сорвиголова в порыве гнева выстрелил ей в ответ по ногам.

Еще одна девочка-солдат, которая, как все дети-солдаты, злоупотребляла гашишем, «хотела выстрелить в воздух, но она была совсем обкуренная и прошила малышей автоматной очередью» [2] («Elle a voulu tirer en l'air mais, comme elle était dans les vapeurs, elle les a bien mitraillés avec son kalachnikov» [1, p. 93]). Мы видим, как у детей под влиянием наркотиков меняется сознание, они больше не в состоянии давать отчет своим действиям, поэтому могут убивать других людей случайно, думая, что стреляют в воздух.

В этих отрывках снова на первый план выходит отчужденность нарратора, его непричастность. Это еще более актуализирует проблему детской зависимости. Бирахима в происходящем не видит ничего необычного, однако для читателя открывается ужасающая картина войны: дети, находящиеся под воздействием психотропных веществ, убивают других без всякого сожаления и не уступают в своей жестокости взрослым.

Бирахима, что, впрочем, свойственно ему на протяжении всего рассказа, отделяет себя от общей массы. Он говорит, что маленькие солдаты были зависимы от наркотиков, однако сам Бирахима не тратил все свои деньги на гашиш, как делали другие, а откладывал. Здесь Бирахима выделяется в символическом плане. Он откладывал, так как хотел привезти что-нибудь тете, когда они наконец встретятся. Бирахиму держало воспоминание, у него была цель, в то время как другие дети уже потеряли свои ориентиры.

Стиль Бирахимы отличают контрасты: он может выражаться очень просто, а может – порой возвышенно и литературно. Так, Бирахима заключает: «C'est la guerre civile qui veut ça. Les animaux traitent mieux les blessés que les hommes» [1, p. 94] («Так всегда бывает во время межплеменной войны. Звери относятся к раненым лучше, чем люди» [2]). Такая антитеза, основанная на противопоставлении животных людям, которые здесь изображены хуже, привносит пафос и отличает предыдущие фрагменты текста, с их наивностью и простотой, от данного, где ребенок-

нарратор как будто на время теряет свою детскую идентичность и начинает говорить хоть и достаточно клишированными, однако «взрослыми» фразами.

В тексте отражены особенности мировосприятия Бирахимы, для которого характерны мифологическое мышление и, как следствие, различные эвфемизмы. Бирахима, выражаясь простыми терминами, рассказывает про «сеансы расколдовывания». «Расколдовыванию» подвергались как мужчины, так и женщины. В попытке объяснить, в чем заключались «сеансы расколдовывания» для женщин, Бирахима толкует это со своей детской точки зрения, преподнося информацию так, как он это себе представляет: «On disait que pendant ces séances le colonel Papa le bon se mettait nu et les femmes aussi. Walahé!» [1, p. 70] («Говорили, будто во время этих сеансов полковник Папа был совсем голый, и женщины тоже. Валахе!» [2]).

Таким образом, изображая события войны через непричастность и отстраненность ребенка-нарратора, автору удается достигнуть абсолютизации абсурда, сделать акцент на алогичности того, что происходит на войне. Формируется своя концепция ребенка на войне – вовлеченного как актора, но дистанцированного как фокусирующей призмы. Именно обращение к фигуре ребенка позволяет обнажить глубоко античеловечный характер войны, где помимо жестокости и насилия встает вопрос о выявлении собственной идентичности и соотнесении себя с Другим, что вписывается в систему главных вопросов постколониального дискурса.

Библиографические ссылки

1. Курума А. Аллах не обязан // Иностранная литература – Журнальный зал. URL: <https://magazines.gorky.media/inostran/2002/8/allah-ne-obyazan.html> (дата обращения: 07.12.2021).
2. Kourouma A. Allah n'est pas obligé. Paris : Éditions du Seuil, 2002.

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА АББРЕВИАТУР В НЕМЕЦКОМ МОЛОДЕЖНОМ СЛЕНГЕ

Е. Е. Ермакович

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ermakovichee29@gmail.com;

науч. рук. – С. С. Котовская, канд. филол. наук, доц.

В докладе производится анализ способов перевода аббревиатур в немецком молодежном сленге на основе классификации аббревиатур в немецком языке и выявляются их специфика перевода. Объектом исследования являются аббревиатуры немецкого молодежного сленга. Цель исследования – выявление особенностей перевода аббревиатур немецкого молодежного сленга. Рассматриваются различные способы перевода отобранных аббревиатур в зависимости от их вида; разбираются случаи, где могут возникнуть трудности. Результаты исследования будут полезны филологам, исследующим аббревиатуры, переводчикам, а также студентам, собирающимся обучаться в немецко- или англоязычных странах.

Ключевые слова: аббревиатура; перевод; молодежный сленг; немецкий язык; русский язык.

Одним из принципов организации и существования языка является принцип экономии. Ярким примером языковой экономии является аббревиация.

В немецком языке аббревиатуры делятся на:

лексические аббревиатуры:

- акронимы (Akronyme),
- инициальные аббревиатуры (Initialwörter),
- звуковые аббревиатуры (Lautabkürzungen),
- слоговые аббревиатуры (Silbenkürzungen),
- контрактуры (Kontrakturen): апокопы (Kopfwörter), афerezисы (Schwanzwörter), синкопы (Klammerwörter),
- смешанные сокращения (gemischte Abkürzungen);
- графические сокращения (grafische Abkürzungen) [1].*

Выделяют следующие способы перевода как английских, так и немецких аббревиатур: передача сокращения эквивалентным русским сокращением; заимствование сокращения; транслитерация; транскрипция; описательный перевод сокращения; создание нового русского сокращения [2].

Материалом анализа послужили 140 лексических единиц, отобранных из социальных сетей (Instagram [3], TikTok [4]), а также из электронного словаря netzwelt.de [5]. Анализируемый материал рассматривался с точки зрения способов перевода аббревиатур и следующих за этим изменений (трансформации, изменение формы, вида аббревиатур, нарушение

прагматических функций). В данной работе мы избежали создания новых русских сокращений ввиду недостатка оснований для этого.

Для поиска подходящих эквивалентных аббревиатур был использован русский онлайн-словарь сокращений [6], а также справочно-информационный портал грамота.ру [7].

Первым этапом анализа стало рассмотрение способов перевода всех аббревиатур. Здесь наблюдается явное доминирование заимствования сокращения (71,4 %), на втором месте по частоте использования – передача сокращения эквивалентным русским сокращением (20 %), транслитерация использовалась в 6,4 % случаев, а самыми редко используемыми стали транскрипция (1,4 %) и описательный перевод (1,4 %).

Далее были рассмотрено соотношение между английскими и немецкими аббревиатурами, которое сдвигается в сторону первых. Из 140 отобранных аббревиатур 79 (56,4 %) являются английскими и 54 (38,6 %) – немецкими. Остальные 7 сокращений (5 %) следует отнести к особой группе интернациональных слов, которые совпадают в немецком, английском и русском не только в их полной форме, но и в виде сокращений (например, *Admin (Administrator) – админ (администратор), Bot (Roboter) – бот (робот)*). Такие интернационализмы используются молодежью для большего понимания и преодоления языкового барьера.

Частотность способов перевода среди английских аббревиатур оказалась следующей: заимствование сокращения – 73,4 %, передача сокращения эквивалентным русским сокращением – 15,2 %, транслитерация – 10,1 %, транскрипция – 2,5 %, описательный перевод отсутствует. Здесь также прослеживается тенденция к заимствованию сокращений, связанная с отсутствием как эквивалента, так и необходимости в транслитерации или создании нового русского сокращения. В выборке встретилось только 2 слова, переведенные путем транскрибирования: *DJ – диджей* и *Hi – хай* (формы этих слов уже устоялись в русском языке и активно используются).

Анализ способов перевода немецких аббревиатур показал, что: 75,9 % из них – заимствование сокращения, 20,4 % – передача сокращения эквивалентным русским сокращением, 3,7 % – описательный перевод; транслитерация и транскрипция не использовались. Процентное соотношение также сдвигается в сторону заимствования сокращений. Это связано прежде всего с тем, что немецким языком среди русскоговорящих владеет меньшее количество людей (аббревиатура заимствуется, а ее расшифровка на русском языке приводится в скобках), а также с тем, что соответствующие лексические единицы в русском языке не испытывают потребности в сокращении (например, нем. *Du. – Dusche* и рус. *душ*).

Что касается слоговых аббревиатур (20,5 % от количества лексических), то все они заимствуются в целевой язык, поскольку не имеют эквивалентных соответствий.

Способы перевода акронимов (23,1 % от количества лексических) распределились следующим образом: заимствование сокращения – 44,4 %, передача сокращения эквивалентным русским сокращением – 11,1 %, транслитерация – 22,2 %, транскрипция – 22,2 %, описательный перевод не использовался. В отличие от других видов аббревиатур, здесь процент транслитерации выше, связано это с тем, что транслитерируемые слова активно используются в русском языке именно в такой форме.

В экспериментальной выборке было выделено 3 инициальные аббревиатуры, соответственно способы их перевода (заимствование сокращения, передача сокращения эквивалентным русским сокращением и транслитерация) распределились в равной степени, по 33,3 %.

Такой вид аббревиатур, как контрактуры (48,7 % от количества лексических), переводить намного легче в связи с их общеупотребительностью. В нашей выборке присутствует только одна аббревиатура, относящаяся к синкопам – Mc's (McDonald's). Она была переведена эквивалентным сокращением «Мак (МакДональдс)», при этом из апокопы в немецком языке она перешла в синкопу в русском языке. Что касается афerezисов, то в экспериментальном материале присутствует лишь 2 такие аббревиатуры, одна из которых – интернациональная (Bot – бот), подвергшаяся транслитерации, другая аббревиатура – Kau – переведена соответствующим эквивалентом, в результате чего изменился вид аббревиатуры (афerezис – синкопа).

Отдельно стоит рассмотреть распределение способов перевода среди апокоп. В отличие от других видов аббревиатур, здесь доминирующим способом перевода является передача сокращения эквивалентным русским сокращением – 68,75 %. 25 % составили заимствования сокращений, 6,25 % – транслитерация.

Среди графических аббревиатур можно отдельно выделить группу графических цифровых сокращений (например, *4u – for you*, *143 – I love you*) (16,8 % от количества графических аббревиатур). В 100 % случаев их перевода был использован способ заимствования аббревиатур в целевой язык с целью сохранения их идентичности, их цифрового выражения.

Способы перевода среди остальных графических аббревиатур распределились следующим образом: заимствование сокращения – 76,2 %, передача сокращения эквивалентным русским сокращением – 17,9 %,

транслитерация – 4,8 %, описательный перевод – 2,4 %, транскрипция не использовалась.

Как показало исследование, самым распространенным способом перевода аббревиатур немецкого молодежного сленга стало заимствование сокращения, на втором месте оказалась передача сокращения эквивалентным русским сокращением. Значительно реже использовались транслитерация, транскрипция и описательный перевод. Также стоит отметить, что при переводе графических аббревиатур чаще применялось заимствование сокращения, а при переводе лексических – передача эквивалентным сокращением, что тесно связано со сферой их употребления.

Библиографические ссылки

1. *Ольшанский И. Г., Гусева А. Е.* Лексикология: Современный немецкий язык = Lexikologie: Die deutsche Gegenwartssprache : учебник для студ. лингв. фак. высш. учеб. заведений. Москва : Издательский центр «Академия», 2008.
2. *Паршин А.* Теория и практика перевода : учебник. URL: http://www.xliby.ru/jazykoznanie/teorija_i_praktika_perevoda/p1.php#metkadoc9 (дата обращения: 30.05.2022).
3. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/> (date of access: 20.04.2022).
4. TikTok. URL: <https://www.tiktok.com/> (date of access: 20.04.2022).
5. Netzwelt: Abkürzungen und ihre Bedeutungen. URL: <https://www.netzwelt.de/abkuerzung/index.html> (date of access: 20.03.2022).
6. Словарь сокращений. URL: <https://словарь-сокращений.рф> (дата обращения: 30.05.2022).
7. Грамота.ру : справочно-информационный порта. URL: www.gramota.ru (дата обращения: 06.05.2022).

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МОДАЛЬНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

А. Н. Зданович

Белорусский государственный университет, г. Минск;

sasha.zdanovich@inbox.ru;

науч. рук. – М. С. Гutowская, канд. филол. наук, доц.

В докладе рассматриваются теоретические вопросы исследования модальности в англоязычном публицистическом дискурсе: специфика русско- и англоязычной лингвистических традиций исследования модальности, роль субъективной модальности в текстах публицистического стиля, способы выражения субъективной модальности в газетно-публицистическом дискурсе на разных уровнях языка. Основой для исследования послужила концепция, предложенная В. В. Виноградовым, ввиду ее универсального характера и широкой распространенности в лингвистике. Актуальность избранной темы обусловлена тем, что первостепенной задачей публицистического текста является оказание воздействия на аудиторию, что совпадает с одним из фундаментальных свойств модальности, состоящим в выражении отношения говорящего к содержанию его высказывания и целевой установки речи. В связи с этим целесообразным представляется решение уделить особое внимание субъективной модальности.

Ключевые слова: модальность; английский язык; публицистический стиль; виды модальности; роль модальности; дискурс.

Являясь языковой универсалией, наряду с такими категориями высказывания, как предикативность и темпоральность, модальность представляет собой неотъемлемую часть любого естественного языка, а также его частных реализаций в устной и письменной речи носителей.

На протяжении XIX–XX вв. модальность многократно становилась темой всесторонних лингвистических исследований, и она по сей день привлекает учёных-языковедов. Тем не менее, несмотря на множество содержательных работ, посвящённых модальности, эта языковая категория сохраняет статус дискуссионной с момента первой попытки определения ее концепции в контексте лингвистики.

Ввиду полифонии точек зрения на модальность в научном мире, особую ценность приобретают теоретические исследования, структурирующие и обобщающие безусловно богатый опыт предшествующих работ, а также предлагающих обзор современной лингвистической ситуации, сложившейся вокруг вопроса модальности.

Как правило, объектами таких исследований становятся тексты различной стилистической принадлежности, заключающие материал для определения особенностей функционирования в них той или иной модальности.

Предпринимаемое исследование дополняет ряд аналогичных работ, рассматривающих стилистический аспект модальности, выделяясь направленностью на изучение публицистического дискурса.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что первостепенной задачей публицистического текста является оказание воздействия на аудиторию, что совпадает с одним из фундаментальных свойств модальности, состоящим в выражении отношения говорящего к содержанию его высказывания и целевой установки речи. В связи с этим целесообразным представляется решение уделить особое внимание субъективной модальности.

Оценивая уже образовавшееся к середине XX в. множество неоднородных взглядов на языковую модальность и предвосхищая возможные технические проблемы ее дальнейшего описания, затрудняющие общий научный процесс, В. В. Виноградов в 1950 г. первым среди русских лингвистов предпринял попытку обобщения и систематизации накопившейся массы мнений. В статье «О категории модальности и модальных словах в русском языке» он рассматривает двустороннюю зависимость между синтаксической структурой предложения и заложенной в нем модальностью, в связи с чем, подчеркивает необходимость унификации определения модальности как важного шага на пути к решению круга проблем русского синтаксиса.

Общелингвистический масштаб проблемы модальности впоследствии поспособствовал экстраполяции [его коллегами-соотечественниками] идей, изложенных в труде В. В. Виноградова, на различные индоевропейские языки, в частности английский. Таким образом, В. В. Виноградов стал основоположником так называемого широкого подхода к определению модальности в лингвистике, который предполагает дихотомию субъективной и объективной модальностей, выражающих отношение говорящего к сообщаемому и сообщаемого к действительности соответственно [1, с. 55].

Ему противопоставлен узкий подход, приверженцы которого выделяют виды модальности в соответствии с наклонениями языка [2, с. 382].

Основой для данного исследования послужила концепция, предложенная В. В. Виноградовым, ввиду ее универсального характера и более широкой распространенности в лингвистике: ее поддержали в своих трудах ученики В. В. Виноградова Г. А. Золотова, Е. Н. Клобуков, Т. П. Ломтев [2, с. 382], а также многие другие исследователи, например М. С. Гурычева, Н. Ю. Шведова, М. Докулил, А. Б. Шапиро, Ю. С. Маслов, В. А. Ицкович [3, с. 147], чьи взгляды, несмотря на различия, в конечном итоге сводятся к разграничению модальности на объективную и субъективную.

Заметим, что такая классификация вполне справедлива как для русского, так и для английского языка. Для того чтобы в полном объеме постичь специфику модальности английского языка и корректно спроецировать на нее аккумулированные ранее знания, обратимся к лингвистическим изысканиям Ф. Р. Палмера, представленным в труде «Наклонение и модальность» (в ориг. «Mood and modality») [4]. Примечательно, что модальность в работе Ф. Р. Палмера исследуется в компаративном ключе на материалах русского, английского и других индоевропейских языков, что позволяет сформировать наиболее полное представление о концепции языковой модальности в зарубежной трактовке.

Типология Ф. Р. Палмера представлена сложной системой, в рамках которой последовательной классификации и описанию подверглись порядка 16 видов модальности, обозначенных в английском языке. Каждый из них выражает различные типы индивидуально ориентированных семантических отношений, откуда следует, что все они примыкают к зоне субъективной модальности. В свою очередь, положенная в основу работы концепция ирреального наклонения, определяющая пропозицию как реальную или гипотетическую, примерно соответствует объективной модальности.

Таким образом, несмотря на то что две лингвистические традиции в процессе дифференциации модальных значений оперируют разной терминологией, они преимущественно сопоставимы, что подтверждает приписываемый модальности статус языковой универсалии.

Если принять во внимание функциональный аспект языковой модальности и публицистического стиля, то станет очевидна тесная связь между этими двумя понятиями. В этой перспективе источники СМИ представляют особый интерес, поскольку транслируемая через их посредничество информация подвергается интерпретации и зачастую приобретает манипулятивный характер. Основными задачами СМИ являются мгновенная реакция на значимые изменения в окружающем мире и формирование у целевой аудитории определенного видения произошедших событий. Последнее не представляется возможным без категории модальности, в особенности без её субъективной стороны, которая отвечает за создание концепции авторства в публицистическом тексте. Так, выражая отношение говорящего к порождаемому высказыванию, субъективная модальность превращается в главный инструмент экспликации коммуникативных намерений автора и выполняет текстообразующую функцию.

В публицистическом тексте авторская интенция реализуется на разных уровнях и может быть выражена как различными морфологическими и синтаксическими средствами, так и лексически.

Таким образом, публицистический дискурс выступает в качестве оптимальной языковой среды для реализации субъективной модальности, многопланово раскрывая ее антропоцентрический потенциал и в полной мере демонстрируя её индивидуально-ориентированную природу.

Библиографические ссылки

1. *Виноградов В. В.* О категории модальности и модальных словах в русском языке // Исследования по русской грамматике: избранные труды. / Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова РАН; редкол. : М. П. Алексеев [и др.]. Москва, 1975. С. 53–87.
2. *Коновалов К. А.* Проблема определения понятия модальности в лингвистике // Евразийский научный журнал. Филологические науки. 2016. №5. С. 380–383.
3. *Золотова Г. А.* Очерк функционального синтаксиса русского языка. Москва: Наука, 1973.
4. *Palmer F. R.* Mood and Modality / F. R. Palmer; under the gen. ed. of S. R. Anderson [et al.]. 2nd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2001.

МОЎНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ ЧЭШСКОЙ ІНТЭРНЭТ-КАМУНІКАЦЫІ

М. У. Кекелева

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

marina.kekeleva@mail.ru;

наук. кір. – Н. В. Івашына, канд. філал. навук, дац.

Даклад прысвечаны актуальнай праблеме – высвятленню асаблівасцей камунікацыі ў сацыяльных сетках. Аб’ект даследавання – лексічныя і граматычныя моўныя сродкі ў чэшскіх сацыяльных сетках; прадмет – чэшскія каментары і пасты, узятыя з сацыяльных сетак YouTube і Instagram. Мэтай даследавання з’яўляецца выяўленне спецыфікі моўных асаблівасцей чэшскай інтэрнэт-камунікацыі на прыкладзе сацыяльных сетак YouTube і Instagram. Неабходнасць звярнуць увагу на спецыфіку інтэрнэт-камунікацыі шмат у чым абумоўлена навізнай і імклівым развіццём інтэрнэт-зносін, а таксама сацыяльных сетак. У цяперашні час чэшская інтэрнэт-камунікацыя ўжо ў значнай ступені вывучана, аднак да гэтага часу адсутнічае цэласнае падрабязнае даследаванне моўных асаблівасцей камунікацыі ў чэшскіх сацыяльных сетках. Навізна даследавання заключаецца ў тым, што моўныя асаблівасці чэшскай інтэрнэт-камунікацыі дагэтуль не з’яўляліся прадметам навуковага даследавання ў беларускім мовазнаўстве, між тым менавіта сацыяльныя сеткі зараз займаюць вядучае месца сярод іншых форм зносін у інтэрнэце.

Ключавыя словы: інтэрнэт-камунікацыя; сацыяльныя сеткі; англіцызмы; абрэвіятуры; слэнг; пісьмовая гутарковая мова.

Актыўнае развіццё інтэрнэта паўплывала на ўсе сферы жыцця грамадства, у тым ліку на камунікацыю ў розных галінах жыццядзейнасці чалавека, таму ўзніклі новыя механізмы перадачы інфармацыі і зараджэнні новых форм моўнага ўзаемадзеяння.

Інтэрнэт як новае камунікатыўнае асяроддзе і сфера рэалізацыі мовы прынёс новыя спосабы зносін, стэрэатыпы маўленчых паводзін і формы існавання мовы [1, с. 146]. С. Н. Міхайлаў указвае на складанае і прадуктыўнае ўзаемадзеянне вуснай і пісьмовай мовы і змене іх рыс, што сфарміравала новы від пісьмовай гутарковай мовы [2, с. 9].

Асобы ў віртуальнай прасторы могуць мець зносіны адзін з адным толькі з дапамогай пісьмовых тэкстаў, якія ствараюцца ў працэсе рэальнага часу і моцна схільныя да ўплыву спантаннай гутарковай мовы. Мова становіцца не толькі сродкам зносін, але і сродкам стварэння віртуальнай рэальнасці [3, с. 63–67].

Да моўных асаблівасцей інтэрнэт-камунікацыі адносяцца ужыванне англіцызмаў, слэнгу, абрэвіатур, эматыконаў, выклічнікаў, скарачэнне слоў і выразаў, спрашчэнне сінтаксічных і граматычных структур.

Анлайн-камунікацыя мае характэрныя рысы абодвух спосабаў моўнай рэалізацыі – як пісьмовай, так і вуснай.

Для пісьмовай камунікацыі ў чэшскіх сацыяльных сетках характэрны перанос элементаў вымаўлення ў пісьмовы выгляд, таму, адпаведна, пераносяцца элементы штодзённай гутарковай чэшскай мовы.

Калі карыстальнікі спрабуюць перанесці элементы вымаўлення ў пісьмовы выгляд, часцей за ўсё адбываюцца наступныя з'явы:

напісанне *-ej-* замест літаратурнага чэшскага *-ý-*: *bejt, jinej, každý*;

з'яўленне канчаткаў *-í(-ý)* замест *-é*: *starý domy, hezký nehty*;

з'яўленне пратэзы *v* замест літаратурнага *o*: *voko, vopice, voheň*;

напісанне *-í-* замест літаратурнага чэшскага *-é-*: *polívka, mň, líp*;

t, d, k апускаюцца ў пачатку слова перад іншым зычным або паміж двума зычнымі: *dyby, dyž, kosní, prázny*;

знікае *j* перад зычным у пачатку слова: *si, sem, sme, eště*.

У сказе ці ў словазлучэнні карыстальнік мог не расставіць ніводнага дыякрытычнага знака: *dobřej stativ, jsi visela na kruhu ze ano?*.

У граматычным складніку мовы адбываюцца змены з канчаткамі і часцінамі мовы. Для назоўнікаў можна вылучыць наступныя асаблівасці:

у розных часцінах мовы ў штодзённай гутарковай мове ў творным склоне ставіцца канчатак *-ma*: *dobrotama, zábavnejma, nima, dvěma*;

у адушаўлёных мужчынскіх імёнах у штодзённай гутарковай мове клічны склон выкарыстоўваецца без адпаведнага канчатка: *pane Martin*.

Прыметнікі маюць наступныя асаблівасці:

у множным ліку не адрозніваецца род: *hluchý chlapy, nový ceděčka*;

няма змякчэння гукаў у аснове слова: *německý turisti*.

Наступная сітуацыя характэрна для дзеясловаў:

ва ўмоўным ладзе ўжываюцца формы штодзённай гутарковай чэшскай мовы *bysme, kdybysme, abysme*;

у функцыі дапаможнага дзеяслова знікае *j*: *nejlepší si na světě*;

апускаецца дапаможны дзеяслоў у першай асобе мінулага часу: *Já to chtěl!, já o tom psala*;

у мінулым часе адпадае канцавое *-l*: *Zvlad jsi to, gratuluju!*;

адпадае галосная ў канчатку трэцяй асобы множнага ліку ў дзеясловаў цяперашняга часу: *proč to nechťj řešit?, koho to zajímaj*;

адпадае галосная ў канчатку другой асобы множнага ліку ў дзеясловаў цяперашняга часу: *ale milujem to, nechcem o tom mluvit*.

Таксама былі заўважаны словы, утвораныя з дапамогай універбізацыі. Напрыклад, такія слэнгавыя словы, як *socka (sociální síť), základka (základní škola), tykačka (domluva na tykání), mixák (mixážní pult)*.

Сустракаюцца скарачаныя словы, якія ўзніклі шляхам пропуску часткі слова і часта зменай суфікса: *dovča (dovolená), gramec (gramofon), narozky (narozeniny), foťák (fotoaparát)*. Шмат скарачаных слоў узнікла

спосабам дэрывацыі і абрэвіацыі: *komp* (ад *computer*), *mekáč* (ад *McDonald's*), *mob* (ад *mobil*), *fitko* (ад *fitness centrum*).

Англійская мова – гэта мова, з якой чэшская мова шмат запазычвае. Англійскія словы «найбольш часта, лёгка і хутка запазычваюцца ў прафесійныя, паўпрафесійныя і жаргонныя вобласці» [4, с. 132].

Першы тып англіцызмаў – гэта англіцызмы, якія захоўваюць першапачатковае напісанне. Да іх не дадаюцца ніякія канчаткі: *fake* (*Ty vago, zas fake profil*, чэш. 'falešný'); *vibe* (чэш. 'atmosféra'); *cute* (*Vypadá cute*; чэш. 'roztomilý'); *fit* (*Do pár hodin by měla být zase fit!*, чэш. 'fyzicky zdatný, v dobré kondici'); *ready* (*bud'te ready*; чэш. 'připravený'); *pretty* (*pretty!*, чэш. 'pěkný, hezký').

Іншая група англіцызмаў – гэта тыя, якія пішуцца з адыходам ад англійскага правапісу або ўключаюцца ў чэшскую сістэму скланення і спражэння. Іх уключэнне ў чэшскія сказы не гвалтоўнае і натуральнае. Большасць гэтых англіцызмаў ўжо адаптаваныя да чэшскай мовы: *smajl* (*Heej smajl :D*, ад англ. *smile* – чэш. 'usmívat se, úsměv'); *track* (*Podle mě má Renne daleko lepší tracky*, чэш. 'píseň'), *storyčky* (*dělám storyčky*, ад англ. *stories* – чэш. 'příběh'), *lifhack* (*lifhacky od 5 minut crafts*, чэш. 'zlepšovák'), *hejt* (*nesnaším ten hejt*, чэш. 'vyjádření nenálosti k někomu').

Некаторыя англіцызмы сустракаюцца ў двух варыянтах: *like* і *lajk*; *merch* і *merč*; *crash* і *craš*. Англійскае слова *ok* мае варыянты *okej* і *oukej*.

Сустракаюцца сказы на англійскай мове: *I have no words, Shock!!!*. А таксама сказы адразу на чэшскай і англійскай мовах: *Vanoční vibe*.

У сацыяльных сетках таксама назіраецца тэндэнцыя выкарыстання абрэвіатур. Сустракаліся такія абрэвіатуры, як *LOL* (пачатковыя літары выразаў *laughing out loud/lot of laugh*) і *ROFL* (*rolling on the floor laughing*), якія выкарыстоўваліся як рэакцыя на смешны факт. Таксама сустракалася абрэвіатура *BTW* (*by the way*), што ў перакладзе азначае 'дарэчы': *btw kvůli copánkům mě v Egyptě často oslovují "Shakira":D*. Выкарыстоўвалася абрэвіатура *OMG* (*Oh my God!*) для выражэння здзіўлення, страху, непрыязнасці: *Omggggggg! Kdy vyjde videoooooo*. З вульгарызмаў сустрачалася абрэвіатура *WTF* (*what the fuck*), яна адпавядае чэшскаму «*co to sakra je?*».

Часта сустракаецца абрэвіатура з англійскай мовы *IG* і *YT* – гэта скарочаныя назвы сацыяльных сетак *Instagram* і *YouTube* (*filtry na IG*).

Чэшскія словы ўтвараюць тып абрэвіатур, сутнасць якіх заключаецца ў выдаленні галосных: *jj* (ад арыгінала *jo jo*), *jn* (*jo no*), *nn* (*ne ne*), *tj* (*to jo*), *tjn* (*to jo no*), *njn* (*no jo no*), *nz* (*není zač*), *tlv* (*ty vole*), *psm* (*prosím*).

Чэшскія сацыяльныя сеткі маюць свае сінтаксічныя асаблівасці. Аўтары каментароў часцей за ўсё выкарыстоўваюць простыя сказы. Карыстальнікі часта пры напісанні сказаў не расстаўляюць знакі прыпынку (*Nevím proč ale hrozně mi to připomíná charlidamelio*). Таксама

назіраецца такая тэндэнцыя, як напісанне каментароў з маленькай пачатковай літары (*si bomba cim dal tim vic*). Сустрэкаліся выразы *teda, prostě, jakoby, vlastně, jako* і выклічнікі *jéé, fuj, mňam, haha: hahahahaha, moc dobry film!!!*. Парушаецца парадак слоў у сказе (*si o tom nevěděl?!).*

У якасці замены невербальных сігналаў і сродку ліквідацыі рознага роду непаразуменняў у сацыяльных сетках часта выкарыстоўваліся наступныя эматыконы: :), :D, :)), :-), :-D, >3.

Такім чынам, пры перадачы вуснай формы мовы ў пісьмовы выгляд у чэшскіх сацыяльных сетках адбываюцца фанетычныя змены, якія звязаны з перадачай штодзённай гутарковай чэшскай мовы: напісанне характэрных для яе канчаткаў; з'яўленне пратэзы *v*; спрашчэнне напісання груп зычных, рэдкае ўжыванне дыякрытычных знакаў.

Выяўляюцца і характэрныя граматычныя з'явы: спрашчаецца выкарыстанне канчаткаў; апускаецца дапаможны дзеяслоў у мінулым часе; не выкарыстоўваецца літаратурная форма ў прошлым часе і ўмоўным ладзе. Варта адзначыць напісанне каментароў з маленькай літары, парушэнне парадку слоў у сказе, ігнараванне знакаў прыпынку.

Сярод лексічных асаблівасцей мовы чэшскіх сацыяльных сетак можна вылучыць наступныя: слэнг, англіцызмы, абрэвіятуры, стварэнне слоў з дапамогай універбізацыі, ужыванне эматыконаў і выклічнікаў.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Правкина С. Н., Григоренко С. Н. Гипертекст как проявление текста в Интернете // Вестник Адыгейского государственного университета. Майкоп, 2009. Вып. 4. С. 146–149.
2. Михайлов С. Н. Компьютерная коммуникативная среда как фактор оптимизации процесса обучения РКИ: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Санкт-Петербург, 2006.
3. Виноградова Т. Ю. Специфика общения в Интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. Казань, 2004. Вып. 11. С.63–67.
4. Bozděchová I. Vliv angličtiny na češtinu // Český jazyk na přelomu tisíciletí / Academia ; рэдкал. : F. Daneš a kol. Praha, 1997. С. 271–279.
5. Ngo-Le M. Kapesní slovník slangu sociálních sítí. Kaplice : Gymnázium, SOŠE a SOU, 2016.

ОТРАЖЕНИЕ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ТВОРЧЕСКОГО МЕТОДА ГЭ ЛЯНА НА ПРИМЕРЕ РАССКАЗА «阿霞» («А-СЯ»)

Я. А. Комлева

Белорусский государственный университет, г. Минск;

iona.meyder@gmail.com;

науч. рук. – В. В. Жуковец, канд. филол. наук, ст. преп.

В докладе рассматриваются лексико-стилистические особенности прозы китайского писателя Гэ Ляна на примере рассказа «阿霞» («А-ся»), который является одним из наиболее репрезентативных произведений начального этапа творчества прозаика. Показана реализация стилистических средств китайского языка, представлены примеры и частотность использования тех или иных изобразительно-выразительных приемов, встречающихся в рассказе. Результаты исследования могут быть использованы при изучении творчества Гэ Ляна в ракурсе как лингвистических, так и литературоведческих дисциплин.

Ключевые слова: Гэ Лян; стилистика китайского языка; китайская современная литература; китайский язык.

Гэ Лян (葛亮, 1978 г. р.) является одним из наиболее перспективных современных китайских писателей. Автор, начиная с двухтысячных годов вступает на литературную арену КНР с короткими прозаическими рассказами, эссеистикой и очерками о культуре родной страны. Писатель становился лауреатом многих премий (2017年, «第十七届百花文学奖» (2017 г., «17-я литературная премия ста цветов»); 2013年, 亚洲周刊2012年全球华文十大小说 (2013 г., Asiaweek: 10 лучших китайских романов в мире за 2012 г.) и др.) в области литературы за свой уникальный стиль изложения и наполненные реализмом повествования.

Следует отметить, что произведения автора («安的故事» («История Анны»), «π», «琴瑟» («Цинь и Сэ») и др.) характеризуются понятным, но в то же время стилистически насыщенным авторским языком. В рассказе «А-ся», написанном на начальном этапе творчества в 2008 году, Гэ Лян для образной «наполненности» предложений использует множество изобразительных и выразительных средств (при анализе мы опирались на учебное пособие В. И. Горелова [1]).

1. Редупликации («重叠»). С целью усиления качеств прилагательных и наречий в различных вариациях используется прием редупликации

1) Редупликация односложных слов по принципу АА (13 лексических единиц): «狠狠地» («свирепо, безжалостно»), «直直地» («прямо, чест-

но»), «定定地» («обязательно»), «慢慢地» («медленно»), «默默的» («молча»), «深深地» («глубоко») и т. д.;

2) Редупликация двусложных слов по принципу *ABV* (4 лексических единицы): «明晃晃的» («ослепительно яркий»), «恶狠狠地» («злобный»), «空荡荡的» («пустой»), «醉醺醺地» («подвыпивший»);

3) Редупликация двусложных слов по принципу *AABV* (15 лексических единиц): «敦敦实实的» («чистейший»), «松松垮垮的» («расслабленный»), «别别扭扭的» («упрямый») и т. д.

2. Повтор («重复»). В данном произведении Гэ Лян использует повтор глаголов (1) для того, чтобы отметить продолжительность действия, и повтор целых слов или фраз (2) для передачи манеры речи персонажей:

1) «看着看着, 镜子里多了一张面孔, 对着镜中的我嘻嘻地笑着» [2, с. 77].

«Продолжая смотреть в зеркало, я заметил еще одно улыбающееся моему отражению лицо».

2) «姚伯伯问起这女儿能做什么, 他也是反反复复地说, 什么都能做, 什么都能做» [2, с. 85].

«Дядя Яо спрашивал: “Что дочка делать может?” А он, повторяя, отвечал: “Все может делать, все может”».

3. Тавтология («重言式»). В новелле «А-ся» автор использует данный прием в трех случаях:

1) С целью акцентирования какого-либо важного факта:

«头发是刚理过的, 也许是在很便宜的理发店里理的, 理得参差, 却的确是刚刚理过» [2, с. 89].

«Волосы были только подстрижены, возможно, подстрижены в очень дешевой парикмахерской, подстрижены неровно, однако подстрижены недавно».

2) Для того, чтобы подчеркнуть удивление персонажа:

«我也明白, 杨经理之前说到阿霞“缺根筋”, 也并非仅是象征性的, 而是有所指. 我也明白, 她让我不要告诉家里, 无关自己…» [2, с. 87].

«Я также осознал, что сказанное до этого управляющей Ян “у Аси не хватает извилин” было не в переносном, а в прямом смысле. Я понял, что тогда она просила не рассказывать семье о случившемся, совсем не из-за меня…».

3) Подчеркнуть престижность учебного заведения:

«说N大是全国重点啊. 他们这回实习, 要在N大听一个月的课. 然后又说, 他们学校, 明年会有几个到N大进修的名额, 他在班上的名次是很靠前的, 估计是没有问题» [2, с. 99].

«Он сказал, что **университет N** является национальным престижным заведением. И в этот раз им нужно пройти месячный курс в **университете N** для прохождения стажировки. Затем он добавил, что в следующем году его учебное заведение предоставит несколько мест для прохождения повышения квалификации в **университете N**, и в списке студентов он в числе первых, и по рейтингу у него нет никаких вопросов».

4. Чэньюй («成语»). Данный рассказ содержит в себе большое количество фразеологизмов, которые придают произведению наибольшую степень той самой выразительности и простоты (89 лексических единиц): «寸土寸金» («земля на вес золота»), «正儿八经» («серьезный»), «忆苦思甜» («вспоминать о тяготах прошлого»), «温情脉脉» («полный нежности») и др. Например:

«曾经自诩为她的追求者的四川师傅小李, 也**偃旗息鼓**, 和她有了**相敬如宾**的样子» [2, с. 92].

«Некогда претендовавший стать ее кавалером, сычуанский мастер Сяо Ли так же, как говорится, **свернул свои знамена и перестал бить в барабаны** и начал относиться к ней **достаточно уважительно**».

Дважды в данном произведении встречаются суюй («俗语»): «睁只眼闭只眼» («один глаз открыт, а другой – закрыт»; обр. «смотреть сквозь пальцы на что-либо; спустить на тормозах»); «道不同不相为谋» («людям с разными интересами и стремлениями невозможно сотрудничать»).

5. «Двойное отрицание» («双重否定»). Единожды в новелле отмечено использование данного приема с целью усилить утверждение, сделать фразу эмоционально окрашенной:

«你舍得了, 我也就没什么不忍心的» [2, с. 79].

«Если ты так изволишь, то и мне **не к чему жалеть его**».

6. Сравнение («比喻»). В произведении используются сравнения трех видов: 1) «очевидные» («明喻» – 10 предложений); 2) «скрытые» («隐喻» – 3 предложения) и 3) «опосредованные» («借喻» – 1 предложение).

«我一时间语塞, **仿佛**又是秀才遇到兵了» [2, с. 83].

«Я тут же запнулся, **будто** суюй, повстречавший воина».

«以后大家对阿霞都很留心, 她不知不觉**成了**大家心中的**块垒**» [2, с. 87].

«После этого все были достаточно внимательны по отношению к Асе, которая, незаметно для самой себя, **стала тяжким грузом, возникшим в сердце у каждого**».

3) «可时间长了, 心尖上打了一个中国结, 竟然真的就解不开» [2, с. 79].

«Однако китайским узелком, который никак нельзя было разорвать, было обвязано его сердце».

7. Метонимия («借代»). Стоит отметить употребления предложения с метонимией, в котором конкретное понятие заменяет абстрактное:

«当时是踌躇满志的, 要在中国的餐饮界烧上一把火, 准备把麦当劳和肯德基烧个片甲不留的» [2, с. 79].

«В то время он был очень горд собой: собирался зажечь факел (стать первопроходцем) в китайском общепите, готовился нанести сокрушительный удар по Макдональдсу и KFC».

В новелле можно встретить *топонимы, прецедентные имена и слова-реалии*:

1) Реальные топонимы (2): «雨花台» (Юйхуатай), «南京» (Нанкин).

2) Прецедентные имена (5): 孟尝君 (Мэнчанцзюнь); 宋丹丹(Сунь Дандань); 高秀敏 (Гао Сюминь) и др.

3) Слова-реалии (8): «小笼包» («сяолунбао»); «中山装» («суньятсеновка»); «光面» («гуаньмен»); «油饼» («йоубин») и др.

Необходимо отметить использование *диалектных слов* (в основном из восточных и южных диалектов – 11 единиц): «铁心» (вост. диал. «решительно»); «单车» (южн. диал. «велосипед»); «发痴» (южн. диал. «сойти с ума») и др.

Таким образом, в рассказе Гэ Ляна «А-ся» выявлено большинство репрезентативных изобразительно-выразительных средств китайского языка. В произведении можно отметить следующие наиболее часто используемые лексико-семантические приемы: редупликация имен прилагательных и наречий, сравнения, разнообразные эпитеты. Однако наиболее часто употребляемым, придающим выразительность данной новелле средством являются фразеологизмы, которые могут использоваться как самостоятельно, так и в составе высказывания (функция сравнения); могут иметь значение прилагательных (в функции эпитета) и наречий.

Библиографические ссылки

1. Горелов В. И. Стилистика современного китайского языка : учеб. пособие. Москва: Просвещение, 1979.
2. 葛亮著. 七声: 阿霞 – 北京: 中信出版社, 2017 (Гэ Лян. Семь ступеней гаммы (сборник): А-ся. Пекин: СИПИС, 2017).

ОРГАНИЗАЦИЯ НАРРАТИВА В РОМАНЕ Ж. ГРАКА «ПОБЕРЕЖЬЕ СИРТА»

Н. С. Костырина

Белорусский государственный университет, г. Минск;

2me6@mail.ru;

науч. рук. – Е. А. Борисеева, канд. филол. наук, доц.

Роман Ж. Грака «Побережье Сирта» как нарративный текст включает в себя наличие героя-нарратора. Слияние героя-нарратора и главного героя в романе в одно целое позволяет глубже понять суть как личностной катастрофы, так и катастрофы мирового масштаба (странной войны во Франции). Путем анализа речи главного героя становится возможным определить особенности как самого героя, так и восприятия им происходящих вокруг событий. Повествовательные стратегии позволяют читателю погрузиться в статичный граковский мир, в котором реальность ощущается как *surréalité*, происходящее осмысливается иррационально, царит атмосфера «отсутствия времени»; а также проследить, какое влияние и в какой степени оказало на писателя такое философское и художественное направление начала XX в., как сюрреализм.

Ключевые слова: нарратор; герой-нарратор; нарратив; структурализм; сюрреализм; нарративные стратегии.

Роман «Побережье Сирта», номинированный на Гонкуровскую премию, – один из лучших романов Ж. Грака, писателя, близкого парижской группе сюрреалистов. В его творчестве с легкостью сочетается «традиционное» и «абсолютно новое», посему мы не можем отнести произведения данного автора к конкретному художественному направлению послевоенного периода.

Ж. Грак пусть и не был исключительно писателем-сюрреалистом, но особым образом воспринял сюрреализм: применив многие его черты в своих произведениях; он создал свой уникальный художественный метод.

Рассматривая организацию нарратива в романе Ж. Грака «Побережье Сирта», стоит отметить, что такое нарративность в принципе. Существует несколько подходов к определению данного понятия, однако будем придерживаться структуралистского.

Его характерной особенностью является то, что решающим в повествовании становится не столько признак структуры коммуникации, сколько признак структуры повествуемого. Термин «нарративный» указывает на определенную структуру излагаемого материала, т. е. нарративные тексты излагают историю, подразумевающую, в свою очередь, некое событие. Это может быть изменение данной в самом начале текста

ситуации, будь она внешняя или внутренняя, происходящая с тем или иным персонажем.

Текст романа Ж. Грака «Побережье Сирта», безусловно, является нарративным, поскольку для него характерны:

Наличие героя-нарратора (Альдо) и повествуемой им истории;

Внедрение события, которое оказывает огромное влияние на развитие сюжета и несет ряд как внутриличностных изменений (эволюция характера и мировоззрения Альдо), так и изменений во внешней среде (запуск активных военных действий).

Принято считать, что герой-нарратор вводится в текст в качестве посредника между автором и повествуемым миром. Так и в романе «Побережье Сирта» одной из главнейших функций Альдо является как раз *посредничество*. История рассказывается от первого лица (т. е. перед нами *эксплицитное* изображение нарратора): «*Я принадлежу к одному из самых древних семейств Орсенны...*» [1]. Повествуя, герой делает акцент на том, какими чертами характера и нравами обладает, какой имеет образ жизни и мышления: «*Мне пришлось рано приобщиться к излюбленному яству золотой молодежи Орсенны, именуемому высочайшей скукой. Дни мои были заполнены чтением поэтов и совершаемыми мною в одиночестве прогулками за город [...] я любил углубляться в окружающие город леса...*» [1]. Перед нами нарратор, обладающий ярко выраженными чертами индивидуальной личности, он несет в себе выражение субъективной оценки происходящего.

Важно отметить, что еще с самого начала произведения герой-нарратор как бы невольно, но в то же время и абсолютно нарочно (по задумке автора), выходит за рамки того, кем является. Он типичный романтический «лишний человек», так как еще не близок жителям Сирта («я видел в его взгляде [...] какую-то тень замешательства [...] *исключавшую меня из единства веселой компании*» [1]), но уже и не входит в общество молодых людей: «*Одно уже варварское название «Сирт» делало меня чужим в их веселой компании*» [1].

По месту, которое герой-нарратор занимает в системе обрамляющих и вставных историй, в романе «Побережье Сирта» он есть *первичный*.

Если рассматривать фигуру героя-нарратора в двух планах изображения мира: в плане повествуемой истории (диегесиса) и в плане повествования (экзегесиса), то в «Побережье Сирта» Альдо будет отождествляться с диегетическим типом нарратора, т. к. он повествует о самом себе как о фигуре в диегесисе, являясь и объектом повествуемой истории, и субъектом повествования. В свою очередь, он будет распадаться на две функционально различаемые инстанции – повествующее «я» и повествуемое «я». Более того, в данном произведении герой-нарратор будет

соотноситься с личностью главного героя, он центральная фигура диегессиса.

С одной из важнейших функций Альдо как героя-нарратора с момента отъезда в Сирт связано **введение в текст мотива путешествия**: *«Мне захотелось вдруг путешествовать; я попросил у Синьории, чтобы меня направили на службу в какую-нибудь отдаленную провинцию»* [1].

При прочтении романа читатель практически сразу начинает ощущать статичность мира граковского произведения, атмосферу «отсутствия времени», что помогает четче уловить движение, которое создается героем-нарратором. Он является не только двигателем времени, но и его направлением, задает тексту сюрреалистическую тональность.

Упоминая об этой тональности, стоит выделить, что Альдо в романе Ж. Грака «Побережье Сирта» является носителем «объективной случайности».

В «Энциклопедическом словаре сюрреализма» Е. Гальцова определяет данное понятие следующим образом: *«Теория объективной случайности подразумевает описание обстоятельств возникновения случая и состояния субъекта, его переживающего. Объективная случайность требует от того, кто стремится ее постичь, «духа авантюры», способности к «лирическому поведению», – а оно заключается в том, чтобы находиться [...] в состоянии ожидания и готовности принять чудо»* [3].

В произведениях сюрреалистов, как и в «Побережье Сирта», объективной случайности часто сопутствует **мотив прогулки-блуждания** с целью «преследования непредвиденного»; результат – удивительная встреча.

Альдо как раз является героем, который прекрасно вписывается в этот концепт, он постигает объективную случайность через «преследование непредвиденного»: например, в какой-то момент из любопытства открывает дверь в давно опустевшую, запрещенную для посещения палатку карт: *«Я жил без правил [...] я из чистого любопытства толкнул ее дверь»* [1].

Часто он как будто действует не по своей воле, например, может часами не отходить от стола с картой, пребывая при этом «в какой-то гипнотической неподвижности», и ничто физическое не может его вывести из данного состояния. На протяжении произведения Альдо находится в предчувствии того, что «что-то» должно произойти: *«То было легкое первое напряжение, инъекция неосязаемого и тем не менее постоянного предостережения. [...] Я ждал этих праздных воскресений, надеясь, что они сообщат дополнительное измерение, дополнительную глубину моему слуху»* [1]. Это делает его частично сюрреалистическим персона-

жем, пусть даже он и преследует романтические стремления к поиску гармонии.

Атмосфера и повествование героя-нарратора в «Побережье Сирта» ощущаются как сон, греза. Читатель периодически задумывается, существует ли тот или иной предмет или персонаж в действительности.

Сон – иррациональное начало, с его помощью автору удастся ввести в текст *мотив «предчувствия»*. Сны, являющиеся Альдо в романе, можно считать мостом на иную сторону реальности, ключом к разгадке многих вещей. Таким образом, можно сказать, что существующий в произведении мир является той самой *surréalité*, в которую, как желал А. Бретон, могли бы слиться сон и реальность, два абсолютно различных состояния.

Прибыв в Сирт, такой герой, как Альдо, не мог не нарушить ход истории, просто потому что он «другой» и не вписывается в местный образ жизни. Его личность, характер, воспитание позволяют ему нарушать давно принятые правила и устои, которые поддерживают своеобразный баланс в Сирте.

Таким образом, роман Ж. Грака «Побережье Сирта» является нарративным, так как имеет ряд характерных признаков. Герой-нарратор, Альдо, очень тесно связан с хронотопом в произведении, он приводит в движение время, а соответственно, и сюжет, является также крайне важным условием раскрытия сюрреалистического, поскольку сюрреализм все-таки оказал огромное влияние на автора и его творчество в целом.

Библиографические ссылки

1. Грак Ж. Побережье Сирта. Балкон в лесу. Москва: Прогресс, 1991.
2. Шмид В. Нарратология. Москва: Языки славянской культуры, 2003. URL: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/shmid-narratology.pdf> (дата обращения: 20.03.2022).
3. Балашова Т. В., Гальцова Е. Д. Энциклопедический словарь сюрреализма. Москва: ИМЛИ РАН, 2007.
4. Gracq J. Le Rivage des Cyrtes. Paris : Librairie José Corti, 1951.
5. Grossman S. Julien Gracq et le surréalisme. Paris : Librairie José Corti, 1980.

С. П. ШЕВЫРЕВ И ЕГО ОПЫТЫ С СИЛЛАБИКОЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ «БОЖЕСТВЕННОЙ КОМЕДИИ»

К. Д. Лозовский, С. В. Логиш

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
kanstlazowski@gmail.com; svlgs2010@gmail.com;
науч. рук. – С. В. Логиш, канд. филол. наук, доц.*

В работе предпринимается комплексный анализ особенностей перевода «Божественной комедии» Данте, предпринятый филологом и переводчиком С. П. Шевыревым. Его подход к переводу с использованием силлабического стихосложения и стилистических приемов, характерных для эпохи романтизма XIX в., остается недостаточно изученным в истории переводоведения. Особого внимания заслуживает использование рифмы, синтаксиса и лексики, на которые переводчики и исследователи Данте обратили внимание только в конце XX в.

Ключевые слова: художественный перевод; «Божественная комедия»; история перевода; силлабическое стихосложение; дантоведение.

Степан Петрович Шевырев (1806–1864) – литературный критик, академик Санкт-Петербургской Академии наук, а также ординарный профессор кафедры российской словесности и истории русской литературы Московского университета. В 1833 г. он защитил диссертацию на тему «Дант и его век», которая стала первым фундаментальным трудом в России, посвященным «Божественной комедии». В ней Шевырев, испытывая сильное влияние романтизма 1820-х гг., подчеркивал религиозную природу поэзии Данте, а также мистическое вдохновение, которым он был движим. Вместе с тем он рассматривал творчество Данте в исторической перспективе, в ее близости к народному началу (Шевырев был одним из самых известных апологетов «теории официальной народности», предложенной С. Уваровым в 1833 г.). «Комедия» рассматривалась им как уникальная «лиро-символическая» поэма, где слово «символическая» можно трактовать как «религиозная» [1].

Шевырев известен не только своей диссертацией, но также и первой попыткой перевести «Божественную комедию» силлабическим стихом (впоследствии такой перевод будет выполнен А. А. Илюшиным в 1995 г.). Первые девять стихов третьей песни первой кантики были напечатаны в «Ученых записках Императорского Московского Университета» за 1833 год [2], а остальные семь были обнаружены К. В. Ратниковым в архиве Шевырева и процитированы А. Илюшиным в монографии «Русское стихосложение» [3, с. 205]. Исследователи-переводоведы (М. Гаспаров, А. Илюшин, К. Ратников), как правило, уделяют особое внимание первым девяти стихам третьей песни «Ада»,

поскольку именно в них Шевырев делает попытку воспроизвести силлабику, в которой писал Данте.

«Мною входят в град скорбей безутешных;
Мною входят в мученья без конца;
Мною входят в обитель падших грешных.

Правда подвигла моего Творца:
Властию Бога, высшей мощью знанья
И первою любовью Отца.

Я создана до всякого созданья,
Кроме предвечного, – и нет конца – мне.
Входящие! Сложите упования».

Сии слова на темноцветном камне
Поверх ворот увидел я, смятенный,
И рек: «Учитель, речь сия жестока мне».

И отвечал вожатый искушенный:
«Да совлекутся здесь твои сомненья.
Да умертвится всякой страх презренной!

Мы прибыли ко месту назначенья...» [3, с. 202–205].

Комментируя данный отрывок, А. Илюшин отмечает, что первые девять стихов, опубликованные в «Ученых записках» в 1833 г., суть «сочетание традиционных – итальянского типа, нецезурованных – ендекасиллабов с менее традиционными декасиллабами», а также обращает внимание на то, что семь последующих стихов, «в отличие от предыдущих, укладываются в схему пятистопного ямба, включая третий стих, в котором слово "сия" нужно читать как односложное ("сья")» [там же, с. 205–206].

Исследовательница творчества Данте К. Ланда обращает особое внимание на рифму, подмечая, что «если в первых трех терцинах она вполне традиционная, то следующую терцину соединяет с предыдущей одна из тех рифм, использовать которые активно призывал сам автор перевода в своей статье в "Телескопе"». Например, рифма «конца – мне» – «камне» – «жестока мне» представляет образец «рифмы из составных слов» [4, с. 71]. Она приходит к выводу, что «Шевырев, возвращаясь к традиционному размеру, пытался, тем не менее, отстоять свои принципы в том, что касалось рифмы» [там же, с. 72].

В своем переводе начала третьей песни «Ада» Шевырев, по всей видимости, старается реализовать также свою теорию о связи латыни

с народным итальянским языком, предложенную в диссертации «Дант и его век». Наряду с современными ему русскими словами переводчик использует также и такие архаизмы, как «град», «упованья», «предвечно-го», «темноцветный», «умертвится». Кроме того, примечательно, что в первых трех стихах отрывка сохранена синтаксическая структура оригинального текста (ср. «Мною входят... Мною входят... Мною входят» и «per me sì va... per me sì va... per me sì va»). К. Ланда отмечает, что, с одной стороны, данный синтаксический выбор был следованием переводческим методам Катенина, с другой – являлся воплощением идеи Шевырева сделать классический стих Карамзина и Пушкина менее «гладким», а также «обогащить русскую поэзию структурами поэзии европейской» [4, с. 72].

Перевод III песни «Ада» до конца не был выполнен, так как Шевырев подвергся сильной критике [5, с. 77]. Впоследствии он вновь обратился к Данте десять лет спустя, переведя II и IV песни первой кантики; они были опубликованы в 1843 г. под заглавием «Две песни из Дантова Ада». Рассуждая о них, Ратников замечает, что если в своей первой попытке перевода Шевырев, по крайней мере, частично перевел Данте эндекасиллабами, то впоследствии он окончательно отказался от данной идеи и прибегнул к катенинскому пятистопному ямбу, однако, без строгого порядка мужских и женских рифм [5, с. 78]. Ниже приведены три терцины из перевода четвертой песни «Ада» [6, с. 1–12]:

Кругом себя я пристально водил
Пытливый взор, покоем освеженный,
Желая знать то место, где я был.

Под нами вниз спускались бездны склоны;
И скорбью злой кипела бездна эта,
И в вечный гром ее сливались стоны.

В отрывке четко просматривается стиль позднего Шевырева: сочетание разных лексических пластов («глава» – «вскочил»), сохранение оригинального синтаксиса Данте («Желая знать то место, где я был» – «per conoscere lo loco ov'io fossi»), чередование видов рифм: в первых двух терцинах можно наблюдать женскую и мужскую, в то время как в третьей – только женскую. В тексте Шевырева присутствуют также добавления и опущения, влияющие на семантику текста. Так, слова оригинального текста «la valle d'abisso dolorosa» (букв. «скорбная пропасть») Шевырев переводит как «скорбью злой кипела бездна эта»; употребляя вместе два слова с негативной коннотацией, переводчик тем самым усиливает ощущение мрачности и мотив скорби. Там, где Данте обращается

к Вергилию со словами «E io, che del color mi fui accorto, dissi...» («И я, заметив цвет [кожи Вергилия], сказал...»), у Шевырева звучат слова «я с трепетной душой / К учителю...», передающие трепет Данте перед Вергилием, отсутствующий в оригинале, благодаря усиливается атмосфера страха и напряженности. Слово «pietà» («сострадание»), употребленное Вергилием по отношению к душам Лимба, заменяется Шевыревым на «тоску». Данные примеры свидетельствуют о том, что Шевырев вводит в свой перевод значительно большее количество слов с негативной семантикой, что, вероятно, объясняется свойственным той эпохе романтически мрачным восприятием «Ада».

С. П. Шевырев сыграл значительную роль в истории переводов «Комедии» на русский язык. Написав диссертацию, посвященную главному труду Данте, он фактически стал первым отечественным дантоведом. Стремясь максимально близко передать дантовский синтаксис, он предпринял первую попытку перевода «Комедии» силлабическим стихом, однако впоследствии отказался от данных принципов и пришел к тому же пути, который был предложен Катениным (за исключением свободного порядка мужских и женских рифм), однако работа над переводом четвертой песни (несмотря даже на одобрение Пушкина и Гоголя [4, с. 68, 73]) ввиду неизвестных обстоятельств так и не была окончена.

Библиографические ссылки

1. *Шевырев С. П.* Дант и его век. Исследование о «Божественной комедии» // Ученые записки Московского ун-та. 1834. № 9. С. 550–575.
2. Ученые записки Императорского Московского университета, 1833, № 5, ч. 2.
3. *Илюшин А. А.* Русское стихосложение. Москва: Высшая школа, 2004.
4. *Ланда К. С.* «Божественная Комедия» в зеркалах русских переводов: к истории рецепции дантовского творчества в России. Санкт-Петербург: Изд-во РХГА, 2020.
5. *Ратников К. В.* Данте в творчестве С. П. Шевырева // Дантовские чтения 2004 / Ред. А. А. Илюшин. Москва: Наука, 2005. С. 69–94.
6. Две песни из Дантова Ада. Переведены размером подлинника / пер. С. Шевырева // Москвитянин. 1843. № 1. С. 1–12.

МИФОПОЭТИКА РОМАНОВ М. ТУРНЬЕ «ЛЕСНОЙ ЦАРЬ» И «МЕТЕОРЫ»

Д. М. Лукьянова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

fil.lukyanovdm@bsu.by;

науч. рук. – Е. А. Борисеева, канд. филол. наук, доц.

Рассматриваются мифопоэтические особенности романов французского писателя Мишеля Турнье «Лесной царь» и «Метеоры». Показано, что писатель исследует историчность человеческого сознания, в котором внутренний опыт вступает в конфликт с социальными кодами. Именно благодаря степени сложности и пластичности миф позволяет Турнье сделать философию и историю частью своего литературного творчества.

Ключевые слова: амбивалентность; дихотомия; инверсия; мифопоэтика.

Ассоциация между творчеством французского писателя Мишеля Турнье и процессом воссоздания мифа стала своеобразным топосом среди читателей и исследователей французской литературы. В данном случае имеет смысл говорить о мифе как основном идейно- и смыслообразующем инструменте его произведений: все без исключения работы автора так или иначе связывают элементы реальности – исторической, политической или культурной – с мифологическими структурами и персонажами. Согласно Турнье, его литературный нарратив представляет собой жизненное пространство, изобилующее ресурсами, которые переформулируют и поддерживают основные мифологические паттерны: «Как и все живые существа, мифы нуждаются в орошении и обновлении под страхом смерти. Мертвый миф – аллегория. Задача писателя – не допустить превращения мифов в аллегории». По его словам, миф является посредником между философией и литературой, сочетая в себе средства художественной выразительности и глубину философского дискурса. Любой миф – это, прежде всего, осязаемая и персонафицированная система абстрактных ценностей, которая характеризуется как универсальным характером, так и автономией от своего создателя [1, р. 188]. В таком случае, при внедрении мифа в литературу речь идёт не столько о процессе автономного творчества как таковом, сколько о следовании традиции, об акте отчуждения, а затем сублимации.

В книге «Структурная антропология» (*Anthropologie structurale*, 1958) французский философ, этнолог и антрополог Клод Леви-Стросс заявляет об амбивалентной структуре мифа: он историчен и в то же время вне-временен: «Миф всегда относится к событиям прошлого "до сотворения мира" или "в первые века". Но внутренняя ценность мифа заключается в

том, что события [...] также образуют постоянную структуру. Эта структура одновременно относится к прошлому, настоящему и будущему» [2, с. 231]. Разделяя позицию своего наставника, М. Турнье стремится использовать в своих романах все возможности мифологической базы, одновременно привязывая их к точному историческому контексту. Присущая мифу амбивалентность умело используется писателем, чтобы подчеркнуть естественное переплетение «рациональной» истории и «иррационального» вневременного мифа.

Второй роман М. Турнье «Лесной царь» («*Le Roi des Aulnes*», 1970) следует упомянутой выше амбивалентной структуре: хронологическое повествование о главном герое романа, механике Авеле Тиффоже, начинается 3 января 1938 года и заканчивается в марте 1945 года. Несмотря на то, что на судьбу Авеля влияют масштабные исторические события, хронотоп также является аисторическим благодаря самоидентификации главного героя с мифологическим персонажем Людоедом: в то время как его личная история привязана к хронологической эмпирической реальности, его идентификация с монстром атемпоральна. По своему тематическому содержанию действия романа разворачиваются в период между 1938 и 1945 гг. (Авель также вспоминает свое детство в школе Святого Христофора в первой части романа), однако на уровне скрытого содержания роман повествует о возвращении к вневременному мифу о Лесном Царе. Таким образом, сюжетная арка, связанная с временем реальным, в сущности является лишь планом выражения, сконструированным для «оттеснения» мифологического пласта романа.

Тематическая точка соединения между историческим и мифологическим хронотопами «Лесного Царя» лежит в нацистском режиме, проявления которого являются неотъемлемой частью романа. Идеология и символика нацистской Германии уходят корнями глубоко в прошлое: так, государственный орел Рейха (*der Reichsadler*) с повернутой влево головой был задуман как символ восстановления традиционного герба Прусского королевства с головой орла, повернутой вправо. Таким образом, деформация и отзеркаливание символов являются характерными воплощениями пародийной инверсии: «Оскорбленный вами символ становится дьявольской силой. Бывший до того средоточием света и согласия, он перерождается в оружие мрака, источник раздоров» [3, с. 145]. М. Турнье называет инверсию одной из организующих концепций своих романов, которая позволяет ему осмыслить нацизм с мифологической точки зрения. Как и любой миф, нацистская идеология стремится к коллективности, собранию символов, возведению идолов. В романе «Лесной Царь» исторический код Второй мировой войны накладывается на интертекстуальный литературный код: идолопоклонническое исступление перед легендар-

ной языческой фигурой Лесного царя, а точнее, ее историческими воплощениями, Гитлером и Герингом, этими пожиратели молодежи, потому что им нужна была молодежь, чтобы выполнять свою людоедскую работу» [4] активизируют «категорию чудовищности» (*catégorie de monstruosité*) [5, p. 12]. В романах Турнье представлена целая галерея образов людоедов, которыми, несмотря на их очевидные различия, движет желание захватить власть. Они охотники, навязывающие себя через насилие или соблазнение, будь то Тиффож, Жиль де Ре, Александр и др. Последний входит в число главных героев романа «Метеоры». Скандальный владелец мусорной свалки иллюстрирует, что поглощение бывает не только физическим, оно может означать создание доппельгангера, извращенной пародии на самого себя. Александр хочет научить своего любовника Даниэля всему: как одеваться, как вести себя, как жить. Он буквально «лепит» идентичность подростка, который сам желает быть его созданием. Их отношения, напоминающие древнегреческий миф о Пигмалионе и Галатее, заканчиваются смертью Даниэля, случившейся по косвенной вине Александра. Происходит так называемая «злокачественная инверсия»: в отличие от знаменитой мифологической пары, в которой Пигмалион оживил Галатею силой своей любви, Даниэль умирает, растерзанный крысами в мусорной яме. Примечательно, что крысы стали пожирать заднюю часть шеи и половые органы – две области, которые особенно привлекали Александра в нем. С другой стороны, Даниэль пришел на свалку, соблазнившись обещанием вернуть филиппинскую жемчужину, дубликат которой он уже получил. Пытаясь собрать жемчужины-близнецы, источник целой серии преступлений, Александр становится причиной смерти своего любовника. Так, в погоне за воссозданием близости близнецной пары, Александр по очереди теряет всех, к кому когда-либо испытывал привязанность, а вскоре умирает сам.

Своеобразным «прародителем» образов людоедов М. Турнье является Синяя Борода (*Barbe Bleue*). Одно из его первых появлений в творчестве писателя происходит в романе «Лесной царь». Прототипом этого персонажа является фигура Жили де Ре, знаменитого маршала Франции. Тиффож – название одного из его замков, в котором он, по легенде, убивал и насиловал детей. Может показаться парадоксальным, что прототипом для Синей Бороды послужил именно Жиль де Ре, ведь один охотится на женщин, а другой – на детей. Однако переход от одного типа жертвы к другому предполагает, что они, в сущности, взаимозаменяемы: получив отказ в своем притязании быть людоедом для женщины, Рахиль, Авель Тиффож становится людоедом для детей. Дети, в свою очередь, становятся своеобразной основой для «доброкачественной инверсии»:

в отличие от Александра, людоедство Авеля превращается в дар; Синяя Борода упраздняет себя в Святом Христофоре, носителе детей. Практически буквальное замещение происходит в конце романа: конь Авеля Синяя Борода исчезает, и Тиффож несет на себе Эфраима.

Таким образом, синтезируя библейские, языческие и космологические мотивы, М. Турнье создает новый миф, основанный на уже существующей культурной традиции. Он рассматривает симбиоз литературы и мифа как зародыш занимательного и необходимого культурного взаимодействия. Метод инверсии – сочетания полярных понятий и образов для создания целостной картины – является художественной доминантой в романах «Лесной царь» и «Метеоры». Произведения М. Турнье являются одновременно атемпоральными и историческими, благодаря уникальной мифологической структуре, лежащей в их основе.

Библиографические ссылки

1. Tournier M. Le vent paraclet. Paris: Seuil, 1977.
2. Lévi-Strauss Cl. Anthropologie structural. Paris: Pocket, 2003.
3. Турнье М. Лесной царь. Санкт-Петербург: Амфора, 2005.
4. Pivot B. Grands entretiens avec Michel Tournier. France 5, 9 septembre 2005. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=rm9vUbQu3uo> (date d'accès: 25.04.2022).
5. Tudose R. I. Monstruosité et Humanité dans « Le Roi des Aulnes » de Michel Tournier et « Le Livre des nuits et nuits-d'ambre » de Sylvie Germain : dissertação orientada pela Prof.a Doutora Helena Carvalhão Buescu Mestrado em Estudos Comparatistas : 12.00.01. Lisboa, 2014.

ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗМОВ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Д. Н. Малашкова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

malashkova.darya@mail.ru;

науч. рук. – С. С. Котовская, канд. филол. наук, доц.

Работа посвящена способам перевода интернациональных слов в публицистических текстах. Объектом исследования являются интернациональные слова в статьях немецкоязычных СМИ. Целью исследования является выявление особенностей перевода интернационализмов в текстах немецких СМИ. Актуальность работы состоит в том, что тема интернационализмов в немецком языке изучена недостаточно, а в условиях глобализации использование интернациональных слов в публицистическом тексте стало частым явлением, в связи с чем возникает необходимость изучения причин возникновения трудностей при переводе интернациональных слов. В данном докладе рассматриваются различные способы перевода интернационализмов, приводятся примеры переводов отдельных предложений и разбираются случаи, где могут возникнуть трудности при переводе. Автором предлагается четкая последовательность действий, позволяющая избежать ошибок в употреблении интернациональных слов и их некорректного перевода.

Ключевые слова: интернационализм; способ перевода; немецкий язык; СМИ.

СМИ, задачей которых является незамедлительная реакция на происходящие в мире события, в своей деятельности не могут обойтись без употребления интернационализмов. Однако при переводе интернациональных слов нередко возникают трудности, связанные с расхождением значений слов в исходном языке и языке перевода или с подбором эквивалентов, не нарушающих узус целевого языка. Помимо этого, существуют так называемые «ложные друзья переводчика» [1], перевод которых может стать проблемой для неопытного языкового посредника. При переводе интернациональной лексики выделяют два способа перевода: буквальный перевод (сохранение интернациональной формы) и перевод на основе контекста, включающий подбор синонимичных эквивалентов или эквивалентов, более подходящих по смыслу высказывания.

Для данной работы были отобраны 12 немецкоязычных текстов СМИ, выбранных случайным образом. Источниками материала послужили статьи немецких онлайн-журналов: welt.de, zeit.de, n-tv.de, spiegel.de. Из данных текстов были отобраны и переведены отдельные абзацы и связанные между собой по смыслу предложения, содержащие наибольшее количество интернациональных слов.

Из отобранных частей публицистических текстов всего было проанализировано и переведено 106 интернациональных слов, при этом от-

дельную группу – 15,09 % – составили гибридные интернационализмы. Под гибридными словами в данной работе понимаются слова, одна из составных частей которых – интернационализм, а вторая – нет, либо две составные части одной лексической единицы – интернациональные слова.

Для перевода интернациональных слов нами была разработана следующая последовательность действий:

компонентный и контекстуальный анализы интернационализмов;

рассмотрение примеров употребления данного интернационализма в других контекстах (DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache);

сопоставление значения немецкого и русского слова;

анализ возможных вариантов перевода интернационализмов (немецко-русский словарь под ред. А. А. Лепинга и Н. П. Страховой, multi-tran.com);

перевод интернациональной лексики в контексте.

Из всех отобранных интернационализмов, не включая гибридные слова и «ложных друзей переводчика», 66 слов (74,15 %) были переведены на русский язык с сохранением интернациональной формы, т. е. использовался метод буквального перевода.

Например, в предложении *«Eine Mehrheit der Befragten wünscht sich in der Pandemie eine Rolle von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, die über die reine Vermittlung von Informationen an die Politik hinausgeht»* к словам *Pandemie*, *Rolle* и *Information* были подобраны русские эквиваленты «пандемия», «роль» и «информация» соответственно, сохраняющие интернациональную форму (*«Большинство опрошенных хотели бы, чтобы во время пандемии роль ученых выходила за рамки простой передачи информации политикам»*). Интернационализм *Politik* мы перевели как слово «политики», также сохраняющее интернациональную форму. Однако в данном случае была применена такая трансформация, как конкретизация, что является более уместным в данном контексте.

Учитывая контекст и узуальное употребление слов в языке перевода, для 23 интернационализмов (25,84 %) нами были подобраны синонимичные эквиваленты или другие лексические единицы, обеспечивающие адекватный перевод с сохранением основного смысла сегментов статей. Так, например, в предложении: *«Dies ist eigentlich ein Signal, dass die Fahrer aufgrund einer Gefahr ihr Tempo stark reduzieren müssen»* – *«Это фактически сигнал о том, что из-за опасности водители должны резко сбавить скорость»* – к интернациональному слову *Tempo* был подобран русский эквивалент *скорость* вместо *темп*, а интернационализм *reduzieren* мы перевели как *сбавить*, а не сохранили интернациональную фор-

му *редуцировать*. Такой выбор синонимичных замен связан с тем, что словосочетание «сбавить скорость» является более уместным стилистически, нежели словосочетание «редуцировать темп».

Во время перевода фрагментов статей нами был обнаружен один псевдоинтернационализм, так называемый «ложный друг переводчика», – слово *die Liste*: «*Auf der Liste der drängendsten Menschheitsprobleme schaffen es anfliegende Asteroiden aktuell zwar nicht unbedingt auf einen vorderen Platz, aber irgendwann in der Zukunft wird es die Erde rein rechnerisch wieder treffen*». Данное слово созвучно с русским словом «лист», однако значения этих слов разные. Если обратиться к словарю, то немецкое *die Liste* на русский язык переводится как *список, ведомость, реестр*. А для слова *лист* в немецком языке есть другой эквивалент – *das Blatt*.

Что касается группы гибридных слов, то их количество составило 15,09 % всей экспериментальной выборки. В ходе анализа было установлено, что в большинстве случаев (81,25 %) одна часть гибридных слов – интернациональное слово, а второй компонент – чисто немецкое слово. При переводе таких слов чаще подбирается сочетание нескольких синонимичных единиц, часть которых также сохраняет интернациональную форму, а часть заменяется эквивалентами, подходящими по смыслу данному контексту. В качестве примера приведем предложение: «*Beim Traditionsverein Werder ging es immer um mehr als das Fachliche: Gespräche mit Medienvertretern und Sponsoren, Transfers als Politik, interne Debatten zwischen Mitarbeitern*». Видно, что в данном предложении встретилось сразу два гибридных слова – *Traditionsverein* и *Medienvertreter*. В первом случае при переводе нами была сохранена интернациональная форма одной из частей гибридного слова: *Traditions-* – *традиционный*, а к части *-verein* был подобран эквивалент из русского языка – *клуб*. Внимание стоит уделить второму гибриднему слову – *Medienvertreter* («представители СМИ»). Мы видим, что часть слова – *Medien* – является интернациональной, однако при переводе мы использовали более распространенный в русском языке эквивалент данного слова – аббревиатуру *СМИ*.

В ходе исследования из всех гибридных слов было выделено 20 интернациональных частей. При этом 50 % этих частей мы перевели с сохранением интернациональной формы, а вторую половину с заменой или подбором синонимичных эквивалентов.

Таким образом, в ходе исследования нами было установлено, что интернационализмы в статьях СМИ чаще переводятся с сохранением интернациональной формы, нежели заменяются синонимичными эквивалентами или эквивалентами, уместными в определенном контексте. Од-

нако при переводе гибридных слов два способа перевода применяются в равной степени.

Библиографические ссылки

1. Кучуркина Е. В. Проблема межъязыкового явления «Ложные друзья переводчиков» // Образование. Карьера. Общество. 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-mezhyazykovogo-yavleniya-lozhnye-druzya-perevodchikov/viewer>. – Дата доступа: 01.05.2022.
2. Немецко-русский словарь / под ред. А. А. Лепинга, Н. П. Страховой. Москва: Советская Энциклопедия, 1971.
3. Der Spiegel: Online Nachrichten [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.spiegel.de>. – Дата доступа: 30.04.2022.
4. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dwds.de/>. Дата доступа: 02.05.2022.
5. Multitran dictionary – online Wörterbuch [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.multitran.com/>. – Дата доступа: 02.05.2022.
6. Nachrichten, aktuelle Schlagzeilen und Videos [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.n-tv.de>. – Дата доступа: 30.04.2022.
7. Zeit online: Nachrichten, Hintergründe und Debatten. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.zeit.de/index>. – Дата доступа: 30.04.2022.
8. Welt: Aktuelle Nachrichten, News, Hintergründe & Videos. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.welt.de>. – Дата доступа: 30.04.2022.

ЖЕСТОКОСТЬ И НАЗИДАТЕЛЬНОСТЬ В РУССКОЙ ПОЭЗИИ ДЛЯ ДЕТЕЙ

А. Г. Молитвик

Белорусский государственный университет, г. Минск;

molitvika50@gmail.com;

науч. рук. – В. Ю. Жибуль, канд. филол. наук, доц.

Доклад раскрывает художественные и психолого-педагогические аспекты и причины появления жестоких сцен и образов в детской поэзии. Табуирование и негативная оценка таких произведений частью педагогов и родителей, а также недостаточная изученность феномена жестокости в культурологическом и художественном контексте определяют новизну и актуальность работы. Объект исследования – выполненные И. К. Кондратьевым вольные переводы стихотворений Г. Гофмана, детские стихотворения М. Котина, Г. Остера. Результаты исследования могут стать базой для дальнейшего изучения проблемы жестокости в детской литературе, использоваться в учебных курсах детской литературы, при составлении рекомендательных списков для чтения, адресованных работникам детских учреждений и родителям.

Ключевые слова: поэзия для детей; русская поэзия XX века; жестокость; наизидательность; комизм; перевертыш.

Литература для детей представляет собой особый способ отображения действительности. В мировой культуре не всегда уделялось внимание личности ребенка. Вплоть до эпохи романтизма литература, адресованная детям, была нравоучительной и учебной. Романтизм открыл миру совершенно нового ребенка. О. С. Карандашова отмечает: «Детство при этом начинает восприниматься как отдельный, самодостаточный и самоценный период жизни, зачастую как идеальная, "золотая" пора жизни человека» [1, с. 28]. Романтизм установил культ ребенка. В Серебряном веке данная тема получила символическое и философское наполнение. Детство стало ассоциироваться с высшей ценностью, с божественным и святым.

С тех пор интерес к теме детства не угасает. В литературе продолжают появляться произведения для детей и о детях. В отношении детской литературы наблюдается тенденция ужесточения цензуры. По мнению современных педагогов и родителей, классические произведения для детей, написанные в дореволюционное и советское время, чересчур жестокие.

Жестокость в детскую литературу проникает разными путями. Детские авторы зачастую вдохновляются фольклором и мифологией. Известные на весь мир сказочные образы и сюжеты – это переосмысление древних обрядов и ритуалов. Обряд инициации существовал во времена родоплеменного строя. Суть обряда заключалась в прохождении испытаний, которые счита-

лись имитацией смерти человека. Оттуда и кровавые подробности о лишении конечностей, об изгнании в лес и других ужасах, обрушивающихся на юных героев сказок [2, с. 333].

Важную роль в возникновении феномена жестокости в литературе для детей сыграла её демократизация, начавшаяся еще в XVIII в. Большое значение в этом процессе имела деятельность Н. Новикова. Он издал первый в России журнал для детей «Детское чтение для сердца и разума» (1785–1789). Впервые произведение для детей включало в себя не один лишь энциклопедизм, а ещё и художественность, уважение к сознанию ребенка, правдивость и доверительный тон [3, с. 254–260]. Демократы мира детской литературы также считали, что ребенка не следует оберегать от жестокости и несправедливости окружающего мира, а надо уже в детстве показать юному читателю общественные противоречия и несправедливость. Это, по их мнению, должно пробудить в ребенке желание бороться со злом. Данная тенденция будет продолжена в творчестве С. Я. Маршака, К. И. Чуковского и др.

На рубеже столетий в лирике для детей большее внимание стали уделять эстетической составляющей, а также желаниям самого ребенка. Поэты, наконец, прониклись доверием к маленькому читателю, стали прорабатывать и усложнять дополнительные смыслы. Такой тенденции сопротивлялись консервативные критики, родители и педагоги, однако это не помешало поэзии для детей развиваться именно в данном направлении. С усложнением смысловой структуры детской поэзии в нее все чаще стали проникать жестокие сцены и образы.

В XX в. можно заметить несколько примеров такого рода поэзии для детей, как нравоучительные стишки-рассказы, где автор во всех красках описывает, что случится с ребенком, если тот не будет послушным. Такой формат стал популярным после оглушительного успеха книги Г. Гофмана «Степка-Растрепка», впервые опубликованной в Германии в 1845 г. Для русских читателей книга неоднократно издавалась в различных вариантах перевода. Произведение содержит не завуалированные сцены жестокости, что и настраивало многих взрослых против «Степки-Растрепки». Дети же были в восторге от книжки, тем более, что текст был проиллюстрирован жуткими картинками.

Гофман в своей книге применяет жестокость с назидательной целью. Однако он делает это так шутливо и с таким обаянием, что это совсем не вызывает ужас. Дети очень тонко чувствуют иронию, и порой подобные строки становятся причиной веселья; хотя и писатель заканчивает стихотворение о Степке-растрепке на весьма поучительной ноте:

Съ тѣхъ поръ Степушка исчезъ.
Можетъ-быть, упаль онъ въ лѣсъ —
И расшибся тамъ о сукъ,
Испытавъ не мало мукъ

Между небомъ и землей;
Можетъ-быть, онъ, надъ водой
Пролетая, тамъ погибъ,
Ставъ добычей жадныхъ рыбъ, —
Мы не знаемъ. Знаемъ лишь:
Если, мальчикъ, ты шалишь,
То такая, слышь, игра
Не доводить до добра [4, с. 20].

В русской детской литературе впоследствии это стало своего рода традицией. В 1991 году была издана книга Михаила Котина «Пугалки для непослушных детей». Там читатель может обнаружить жуткое разнообразие участей, ожидающих маленьких непосед. Некоторые вселяют тревогу даже во взрослого:

Ты не убрал свои игрушки.
Ты их оставил на полу.
А две беззубые старушки
Пришли и спрятались в углу.
Ты ляжешь спать, они достанут
Свой заколдованный мешок
И превращать игрушки станут
В простой стиральный порошок.
Ты утром встанешь — где игрушки?
В углу лишь твой ночной горшок.
А в следующий раз старушки
Тебя засунут в свой мешок [5, с. 6].

Однако не исключено, что за очевидной моралью и здесь кроется доля иронии. Ведь в упомянутой книге обыгрываются ситуации заведомо нереалистичные, и даже дети распознают в них повод для смеха. Это позволяет по-новому взглянуть на приевшиеся нравоучения взрослых. Возможно, именно поэтому такого рода произведения встречают успех у детской аудитории.

Еще одно подобное произведение — «Вредные советы» (1990) Г. Б. Остера. В нем используется прием «ситуации-перевертыша», а жестокость вводится для достижения крайней степени абсурда:

Если всей семьей купаться
Вы отправились к реке,
Не мешайте папе с мамой
Загорать на берегу.
Не устраивайте крика,
Дайте взрослым отдохнуть.
Ни к кому не приставая,
Постарайтесь утонуть [6, с. 12].

Возможно, взрослый ужаснется такому «совету», но ребенок хорошо понимает, что «совет вредный», и у него ситуация вызовет улыбку. На такой веселой ноте урок будет усвоен гораздо лучше, чем, если бы он преподносился в серьезной форме. Для полного понимания задумки Г. Остер добавляет забавную приписку в начале книги: «Недавно ученые открыли, что на свете бывают непослушные дети, которые все делают наоборот. Им дают полезный совет: "Умывайтесь по утрам" – они берут и не умываются. Им говорят: "Здоровайтесь друг с другом" – они тут же начинают не здороваться. Ученые придумали, что таким детям нужно давать не полезные, а вредные советы. Они все сделают наоборот, и получится как раз правильно» [7, с. 3].

За назидательностью жестоких сцен зачастую кроется иная функция: введение феномена жестокости выступает как своеобразный протест против «правильной» назидательности. Детские авторы смеются над строгими нравоучениями, поскольку считают такую манеру воспитания в корне неверной. Жестокие образы высвобождают агрессию, что может помочь ребенку справиться с фрустрациями – состоянием краха и подавленности, вызванное переживанием неудачи [8, с. 76].

Таким образом, детские авторы избирали жестокость как прием, потому что, по их мнению, это самый действенный способ познакомить ребенка с реалиями мира в игровой форме, не нанося вред неокрепшей психике. Как говорил А. А. Блок о роли жестокости в произведениях для детей: «Нельзя забывать о том, что наш век – "век железный" и что всякая сентиментальность по отношению к детям в наше время есть великий грех, потому что может развить в них бездеятельность, апатичность, неприспособленность к жизни, следовательно, сделать из них несчастных безвольных людей» [9, с. 275].

Библиографические ссылки

1. Карандашова О. С. О влиянии романтизма на русскую детскую литературу // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». 2019. № 3. С. 28.
2. Пропп В. Я. «Исторические корни Волшебной сказки». Москва: Лабиринт, 2000.
3. Привалова Е. П. «Детское чтение для сердца и разума» в оценке читателей и критики // Роль и значение литературы XVIII века в истории русской культуры. Москва; Ленинград: Наука, 1966. С. 254–260.
4. Гофман Г. Степка-Растрепка. Похождения одного неисправимого шалуна. Москва: Типография И. Д. Сытина, 1914.
5. Котин М. Б. Пугалки для непослушных детей. Москва: ММП Кэнди, 1991.
6. Остер Г. Б. Вредные советы. Москва: АСТ, 2011.
7. Остер Г. Б. Все вредные советы в одной книге. Москва: Росмэн, 1995.
8. Головин С. Ю. Фрустрация // Словарь практического психолога. Москва: АСТ, Харвест, 1998. С. 76.
9. Блок А. А. Записные книжки. 1901–1920. Москва: Худож. лит., 1965.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ЗАГОЛОВКОВ (НА МАТЕРИАЛЕ НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ FOX NEWS)

И. В. Наумёнок

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ira.naumenok@gmail.com;

науч. рук. – Е. С. Астапкина, канд. филол. наук, доц.

В докладе рассматриваются лексико-стилистические и грамматические особенности газетных заголовков на примере англоязычного новостного источника «Fox News» (корпус материала составил 200 единиц). Приведена классификация анализируемых заголовков согласно их информативности: заголовок-хроника, заголовок-цитата, заголовок-интрига, заголовок – «бегущая строка», заголовок-констатация, а также по уровню сложности: простой заголовок, сложный и заголовочный комплекс и наличию определенных языковых особенностей.

Ключевые слова: заголовок публицистического текста; функции заголовка; информативность заголовка; клише; метафора; аббревиатура; инфинитив; неполные предложения; жаргонизм.

Заголовок является неотделимой частью любой статьи. От заголовков зависит успех того или иного печатного издания, так как заголовок – это визитная карточка публикации. Изучение языковых особенностей заголовка публицистического текста является актуальным и позволяет проследить этапы развития не только языка прессы, но и языка в целом.

Заголовок – это целостная единица речи, стоящая перед текстом, являющаяся названием текста, указывающая на содержание этого текста и отделяющая данный отрезок речи от других [1]. В заголовках новостных сообщений сконцентрированы многие лексико-стилистические и грамматические особенности, которые наиболее отчетливо отражают характерные черты языка газеты [2]. Следует отметить особый стиль новостных изданий, которому присущи выразительность, краткость, информативность и большое количество заимствований из других стилей. Заголовки новостных изданий выполняют следующие функции: информативная, графически-выделительная, интегративная, рекламная, оценочно-экспрессивная, а также номинативная. Основной целью газетного заголовка является побуждение читателя к ознакомлению с содержанием статьи.

В данном исследовании на основе метода случайной выборки материала было отобрано 200 новостных заголовков из разных рубрик новостного издания Fox News [3], что позволило сделать языковой материал более репрезентативным. Рассматриваемые заголовки были проанализи-

рованы исходя из лексико-стилистических и грамматических особенностей, присущих заголовкам публицистических текстов.

В процессе исследования анализируемые заголовки были разделены по критерию информативности согласно классификации М. И. Шостак [4].

Наиболее распространенным типом заголовков являются **заголовки-хроники** – они составляют 53 % от всех рассматриваемых единиц, так как они являются наиболее информативными. Заголовок-хроника дублирует новости, несмотря на общее мнение о недопустимости повторения информации. Например: *Jesse Watters calls for an audit of the FBI* – «Джесси Уоттерс призывает к проверке в ФБР».

Следующим по распространенности (21 %) является **заголовок-цитата** (прямая или косвенная). Такие заголовки удваивают интерес читателей, так как используемые имена известных людей вызывают большой интерес у читателя: *Nicole Kidman talks divorce with Tom Cruise, media scrutiny: «I offered it up»* – «Николь Кидман обсуждает развод с Томом Крузом под пристальным вниманием СМИ: "Я предложила развод"».

Заголовок – констатация и резюме (14 %) косвенно информирует о событии, скрывает его прямые оценки и преподносится иронично или шутливо: *Kaley Cuoco, Karl Cook announce divorce* – «Кейли Куоко и Карл Кук объявляют о разводе».

Заголовок – интрига и сенсация (12 %) указывает на факт, не раскрывая его полностью, делая интересным и побуждающим к дальнейшему чтению статьи: *General Milley under fire* – «Генерал Майли под огнем».

Заголовок – «бегущая строка» повторяет начало материала и переходит в текст: *Standing their ground: Workers choosing to lose jobs over vax mandates* – «Стоять на своем: работники предпочитают терять работу из-за мандатов на вакцинацию».

Выбранные для исследования заголовки были также проанализированы по уровню сложности.

Так, **простой заголовок** состоит из простого, законченного предложения и подходит для коротких информационных сообщений, основной целью которых является информирование аудитории о происходящем. Этот тип заголовка является наиболее распространённым типом заголовков в корпусе анализируемого языкового материала и занимает около 45 % от числа всех заголовков: *Dems support Florida landowner evicting unvaccinated tenants* – «Демократы поддерживают землевладельцев Флориды, выселяющих непривитых арендаторов».

Усложненный заголовок (23 %) состоит из нескольких самостоятельных частей, каждая из которых логически завершена: *Stephen Moore: Biden thinks climate change is a bigger threat than China. He'll be sorry* – «Стивен Мур: Байден считает, что изменение климата представляет большую угрозу, чем Китай. Он пожалеет».

Заголовочный комплекс (32 %) включает в себя заголовок и подзаголовки, а также может включать: анонсы, шапки, рубрики, названия тематических полос:

Заголовок – *Elon Musk donates \$50 million to Inspiration4's St. Jude fundraiser* – «Илон Маск пожертвовал 50 миллионов долларов на благотворительный фонд Inspiration4 в Сент-Джуде».

Подзаголовок – *With Musk's contribution and the \$60 million donated by the public, \$210 million was raised for children's cancer research* – «Благодаря вкладу Маска и пожертвованной общественностью 60 миллионов долларов было собрано 210 миллионов долларов на исследования детского рака».

Также в исследовании были рассмотрены грамматические особенности газетных заголовков. Исходя из анализа фактического материала можно сделать следующие выводы:

51 % анализируемых заголовков являются полными предложениями (*26 governor demand Biden meeting over border crisis* – «26 губернаторов требуют встречи Байдена из-за пограничного кризиса»).

В 40 % заголовков используются неперфектные формы глаголов (*Snoop Dogg and Martha Stewart team up for new Halloween TV show* – «Снуп Догг и Марта Стюарт объединяются для нового телешоу на Хэллоуин»).

Предложения с инфинитивом составляют 6 % от всех анализируемых единиц (*Amy Winehouse's mom Janis to release a new doc 10 years after singers' death* – «Мать Эми Уайнхаус Дженис выпустит новый документальный фильм, посвященный 10-й годовщине смерти певицы»).

Наименее распространены заголовки с опущенными глаголами, вводящими цитату, – 1 % (*Princess Eugenie shares adorable new photos of son August: The best present I could ask for* – «Принцесса Евгения делится очаровательными фотографиями сына Августа: Лучший подарок, который я могла бы попросить»).

Стилистика газетного заголовка характеризуется частым употреблением метафор, клише, аббревиатур, сокращений, жаргонизмов и сленговых выражений.

По результатам анализа можно сделать следующие выводы: наиболее распространенной лексико-стилистической особенностью является использование аббревиатур (23 %) и сокращений (19 %), что позволяет со-

кратить занимаемое место, а также придает необходимую для газетного стиля экспрессивность (*Jason Chaffetz: Dems own Biden failures – they’ll run but they can’t hide from policy fiascos – «Джейсон Чаффец: Демократы сами виноваты в неудачах Байдена – им не уйти от политического фиаско»*).

Далее следует использование сленга – примерно 15 % (*Miley Cyrus says she is recovering from «rager» as photos surface of her letting loose at a bar* – «Майли Сайрус говорит, что она восстанавливается после «вечеринок», в то время как всплыли ее фотографии в баре»), фразеологизм и клише – по 13 % (*Queen Elizabeth II doesn’t want «family drama» this late in her reign* – «Королева Елизавета II против «семейной драмы» в конце своего правления»; *Taryn Manning recalls Brittany Murphy’s spirit, says she didn’t have a mean bone in her body* – «Тарин Мэннинг призвала дух Бриттани Мерфи, и говорит, что в ней не было ни капли жестокости»).

Оставшуюся часть занимают метафора – около 12 % (*Texas school under fire for «chivalry» assignment, instructing girls to «obey» male students* – «Школа в Техасе подверглась критике за рыцарское задание: девочки должны «подчиняться» мальчикам»), эвфемизм – 4 % (*Martha Stewart says she got so many proposals after her poolside snap* – «Марта Стюарт говорит, что она получила так много предложений после своего снимка у бассейна») и перифраз – 1 % (*Max Lucado: Got worries about COVID, a job, food, family? Give your fears to the Father* – «Беспокойтесь из-за COVID, работы, еды, семьи? Отдайте свои страхи Отцу»).

Таким образом, рассмотренные лексико-стилистические и грамматические особенности газетного заголовка помогают сделать заголовок сжатым, но в то же время и достаточно информативным для читателя.

Библиографические ссылки

1. Исина Г. И., Гилль В. В. Особенности перевода заглавий в художественной литературе: прагматический аспект // Международный журнал экспериментального образования. 2016. № 4. С. 497–498.
2. Колле М. А., Кобенко Т. М. Особенности английских газетных заголовков. Нижний Новгород, 2015. URL: <https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2015/05/23/osobennosti-angliyskih-gazetnyh-zagolovkov#> (дата доступа: 01.04.2022).
3. Американское новостное издание «Fox News». URL: <https://www.foxnews.com/> (дата доступа: 01.04.2022).
4. Шостак М. И. Журналист и его произведение: практическое пособие. Москва: ТОО «Гендальф», 1998.

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

Ю. А. Плиско

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ulia.plisko@gmail.com;

науч. рук. – А. А. Бруцкая, ст. преподаватель

Доклад посвящен анализу текстов компьютерных игр и определению лингвостилистических особенностей их перевода. В работе перечислены основные проблемы и трудности перевода компьютерных игр, а также выявлена лингвостилистическая специфика перевода внутриигрового текста с английского на русский язык. Уделено внимание влиянию функциональных стилей на перевод компьютерных игр. Материалом для исследования послужили тексты игр «The Painscreek Killings», «Jalopy», «Dear Esther», «The Stillness of the Wind» и «Twelve Minutes» и их переводы на русский язык. Представлены примеры, выявленные в ходе лингвостилистического анализа, и описано влияние качества перевода на впечатление пользователя об игре. Дан анализ важных для учета при переводе и локализации особенностей внутриигрового текста.

Ключевые слова: компьютерная игра; внутриигровой текст; перевод; локализация; лингвостилистические особенности перевода; лингвостилистический анализ; адаптация.

Компьютерные игры впервые появились в 50-х годах XX в. и уже в то время обрели колоссальную популярность. Многие разработчики заинтересованы в том, чтобы реализовать свой продукт за пределами одной страны. Именно поэтому перевод компьютерных игр является актуальным. В данной работе под термином «компьютерная игра» понимается компьютерная программа, использующая любую электронную платформу для осуществления игрового процесса, а также для связи с другими участниками игры, которая может сама выступать в роли участника.

Все компьютерные игры базируются на тексте. Обобщив точки зрения таких ученых, как С. И. Гиндин и В. Н. Комиссаров, в своем исследовании мы определяем текст как минимальную единицу речевой коммуникации, выраженную с помощью языковых знаков, соединенных между собой правилами грамматики данного языка, и обладающую относительной целостностью и автономией [1, с. 1063; 2, с. 54].

В компьютерной игре присутствует особый вид текста – внутриигровой, т. е. текстовая или аудиовизуальная информация, предоставляемая пользователю внутри компьютерной игры, которая выступает в качестве важного элемента игрового процесса. Внутриигровой текст является художественным текстом с ограниченным пространством на экране.

В сферу лингвистики понятие компьютерной игры вошло недавно, но спрос на перевод и локализацию компьютерных игр сейчас является высоким. Суть перевода, по мнению И. С. Алексеевой, заключается в переводе выражения текста на одном языке в текст на другом языке с помощью работы переводчика, который выбирает вариант в зависимости от таких факторов как, например, тип текста и вид перевода [3, с. 7].

Отметим, что локализация не ограничивается переводом текста. Она включает в себя адаптацию содержания игры к определенным национальным и юридическим нормам другой страны. Однако, по мнению А. Т. Анисимовой и Б. Эсселинка, перевод является важным элементом процесса локализации [4; 5, с. 3]. Под локализацией в данной работе понимается перевод текста с одного языка на другой, при котором происходит адаптация продукта к тому региону, где он будет использоваться. Поэтому при переводе и локализации текста трудно избежать ошибок. Локализаторы вольны включать иные культурные ценности, шутки или любые другие элементы для создания более привлекательного перевода. Тем самым переводной текст может значительно отличаться от оригинального, чего при правильной локализации не должно происходить. Следовательно, трудности, с которыми может встретиться переводчик-локализатор, разнообразны: несовпадение объема текста в переведенном и оригинальном тексте компьютерной игры, неверный перевод вариантов ответа в диалоге, неадаптированные под другую культуру значения времени, валюты и т. д. При переводе текста компьютерной игры следует соблюдать предельную осторожность в работе со спецсимволами. Если переводчик удалит один из них, то это может привести к поломке продукта.

Также в переводческой практике нередко можно встретить смысловые, языковые и логические переводческие ошибки. Смысловой ошибкой является, например, пропущенное слово *top* при переводе предложения «*The top of the rainbow contains the safe path*» – «*Безопасный путь проходит по радуге*»; языковой – перевод фразы «*Everyone clear!*» как «*Все чисто!*», а не как «*Разойдитесь!*»; логической – перевод описания карты: «*Orgrim Doomhammer gave this legendary weapon to Thrall. His name is a total coincidence*» – «*Это легендарное оружие подарил Траллу Оргрим Молот Рока. Совпадение имен – чистая случайность*». Последний перевод неверен, т. к. имя *Молот Рока* передается от отца к сыну, это фамильное имя рода, у которого хранится данный молот [6, с. 61–64].

Для адекватного перевода и грамотной локализации нужно также учитывать лингвистическую специфику внутриигрового текста. Большую роль в проводимом анализе играет учет признаков функционального стиля – совокупности приемов употребления, отбора и сочетания средств речевого общения в той или иной сфере языка. И. Р. Гальперин выделил пять стилей: художественный, официально-

деловой, газетно-публицистический, научный и разговорно-обиходный [7, с. 173–174]. Также ученый обозначил три группы стилистических приемов и выразительных средств: фонетические (аллитерация, ритм и др.), лексические (метафора, эпитет и др.) и синтаксические (инверсия, обособление, эллипс и др.) [8].

В компьютерных играх часто происходит смешение всех или нескольких стилей. Поэтому разработчиками внутриигровых текстов используются различные стилистические средства и приемы. В качестве примера употребления таких средств возьмем метафору из компьютерной игры «Dear Esther»: «*The infection in my leg is an oilrig that dredges black muck up from deep inside my bones*». Здесь с помощью метафоры игроку дают понять, что эта болезнь (*black muck*) вытягивает все плохое из героя и помогает ему сосредоточиться на внутренних переживаниях.

Для выявления особенностей внутриигрового текста и определения его коммуникативной задачи необходимо подробно рассмотреть составляющие его языковые компоненты. Эту задачу выполняет лингвостилистический анализ – такой анализ текста, с помощью которого рассматривается образный строй в речевой системе произведения, позволяющий воспринять текст как систему.

Следует отметить, что лингвостилистический анализ может проводиться на фонологическом, морфологическом, лексико-стилистическом и синтаксическом уровнях. Объектами лингвостилистического анализа на фонологическом уровне являются поэтические тексты и речь персонажей. Например, жене главного героя из игры «Twelve Minutes» в одной из сцен характерна общая прерывистость речи: «*I don't know what you... this is a mistake*». На морфологическом уровне главным компонентом является морфема, которая выражает лексическое и грамматическое значение слова. Например, в игре «Dear Esther» при использовании глаголов прошедшего времени игроку становится понятно, что история произошла в прошлом: «*Donnelly reported the legend of the hermit; a holy man who sought solitude in its most pure form*». Языковые средства, которые используются на лексико-стилистическом уровне, позволяют подробнее осмыслить и разработать игровой мир. Самым распространенным из них является эпитет, т. к. он позволяет подробно описать тот или иной предмет, события или персонажа. Далее приведем пример употребления эпитетов из фрагмента игры «The Stillness of the Wind»: «*You've always been there for me, Nana. <...> Taking me to winter stargazing fairs and gypsy carnivals in summer*». На синтаксическом уровне в компьютерных играх часто используется эллипс, который помогает разработчику приблизить диалоги и события в игре к реальности. В ка-

честве примера возьмем фразу из игры «Jalopy»: «*Ah awake, finally*» (полный вариант был бы следующим: «*Ah you're awake, finally*»).

При переводе и локализации обязательно должны быть учтены особенности внутриигрового текста. Так, нужно знать о технических (ограничение длины строки и форма кавычек и др.) и стилистических (особенности перевода табуированной лексики и др.) требованиях к переводу. Также надо обращать внимание на особенности перевода текстов некоторых функциональных стилей.

В игре «The Painscreek Killings» часто можно встретить элементы газетно-публицистического стиля, которому свойственна информативность и четкость, что было удачно передано при переводе заголовка одной из газет, которые игрок может найти в мире: «*Painscreek Community Hospital closes its doors after 60 years of service*» – «*Общественная больница Пэйнскрика закрывает свои двери после 60 лет службы*».

Подводя итоги, следует отметить, что, благодаря лингвостилистическому анализу внутриигрового текста, можно проследить за поведением персонажей, установить мотивацию их действий и характер взаимоотношений. В свою очередь, учет стилистических особенностей требуется как для выполнения качественного перевода, так и для верной локализации иностранного текста.

Библиографические ссылки

1. Николукин А. Н. Литературная энциклопедия терминов и понятий. Москва: Интелвак, 2001.
2. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение: учебное пособие. Москва: ЭТС, 2002.
3. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. Москва: Академия, 2004.
4. Анисимова А. Т. Феномен компьютерной игры в переводоведческом дискурсе // Научный вестник ЮИМ. 2018. № 2. С. 82–86. DOI: 10.31775/2305-3100-2018-2-82–86.
5. Esselink B. A. Practical Guide to Localization. Amsterdam & Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2000.
6. Песоцкая С. А. Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых. Ч. 1. Томск: Изд-во ТПУ, 2015.
7. Солганик Г. Я. Стилистика текста: учеб. пособие. Москва: Флинта, 2001.
8. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка: учеб. пособие (на английском языке). Москва: URSS, 2013.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ БЕЛОРУССКИХ ЗАГАДОК (НА МАТЕРИАЛЕ ЗАПИСЕЙ СМОЛЕВИЧСКОГО РАЙОНА)

И. С. Сагирова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

sagirova.2002@bk.ru;

науч. рук. – Т. А. Морозова, канд. филол. наук, доц.

В докладе анализируются загадки, собранные автором летом 2021 года во время прохождения фольклорной практики. Проводится структурно-семантический анализ загадок, а также сравнение с загадками, опубликованными в издании «Беларуская народная творчаць. Загадкі» (1972).

Ключевые слова: белорусские загадки; структурно-семантический анализ; структурный анализ; вариативность; паремии.

Загадки дают представление о быте и трудовой деятельности человека. Так как их много и сегодня, доказательством чему могут служить собранные нами загадки во время прохождения фольклорной практики, то нам показалось интересным изучить их жанровую специфику и установить структурно-семантические особенности.

Обращаясь непосредственно к самим загадкам, отметим, что при анализе мы прежде всего опирались на классификацию К. П. Герда об изображаемом предмете загадок, а также на концепции Д. Н. Садовникова о тематике загадок, Ю. И. Левина о структуре загадок и М. А. Рыбниковой о направленности загадок. Всего нами было собрано восемь фольклорных единиц, а именно:

«Не лает, не кусает и в дом не пускает» (замок) [1];

«Никого не обижает, а все ее толкают» (дверь) [1];

«Кто ест сено безо рта тремя зубами?» (вилы) [1];

«Всех кормит, а сама есть не просит» (дверь) [1];

«Сто одежек да все без застежек» (капуста) [1];

«Золотое решето, черных домиков полно» (подсолнух) [1];

«Зимой и летом одним цветом» (елка) [1];

«Как зайдет в дом, не выгонишь колом, а пора приходит, он и сам уходит» (луч солнца) [1].

В данной работе мы проанализируем две из этих загадок.

Одной из первых записанных нами загадок была следующая: «Не лает, не кусает и в дом не пускает». Ответом на нее является слово «замок». Опираясь на классификацию Д. Н. Садовникова, мы можем отнести данную загадку к разделу «Жилище», так как, очевидно, что она относится к бытовой тематике [2, с. 7]. На это нам указывает, во-первых,

сам ответ — «замок», который непосредственно связан с человеческим жильем, во-вторых, употребление в загадке слова «дом», которое вместе со словом «замок» можно отнести к одной лексико-семантической группе. Далее, опираясь на классификацию Ю. И. Левина [3, с. 290–291], мы можем отнести данную загадку к признаковым, так как по характеру употребленных в ней слов можно увидеть только некоторые признаки предмета или же его функции (в данном случае, предмет «в дом не пускает», то есть выполняет функцию защиты). Исходя из направленности загадки, которая заключается в том, чтобы «развернуть представление о предмете» [4, с. 17–21], данная загадка указывает на функцию. В ее основе лежит метафора и сравнение. «Замок» сравнивается с таким домашним животным, как собака, это становится понятным благодаря употреблению таких слов, как «лает» и «кусает», что свойственно данному животному. Однако сравнение происходит не по внешнему сходству, а по функциям: как собака не пускает никого в дом, так и замок не позволяет никому войти. То есть можно смело утверждать, что для данной загадки характерна традиционная образность, которая проявляется в системе уподоблений, причем этот образный компонент содержит первая часть загадки («не лает, не кусает...»), так как вторая часть («...и в дом не пускает») является прямым компонентом, который указывает на непосредственную функцию загаданного предмета.

В томе БНТ (Белорусское народное творчество) «Загадки» мы встречаем несколько трактовок данной загадки, которые звучат следующим образом:

«Не брэша, не кусае, а ў дом (хату) не пускае;

«Не лае, не кусае, нікога ў дом не пускае;

«Маленькі сабачка не брэша, не кусае і ў хату не пускае» [5, с. 267].

Довольно интересным для нас является третий вариант данной загадки, где, в отличие от той, что была собрана нами, употребляется слово «собака». При анализе данной единицы у нас возникала гипотеза о том, что замок сравнивается с собакой, на что указывали глаголы «лает» и «кусает». В данном случае, благодаря тому БНТ, наша гипотеза оказалась верифицированной. Вариативность данной единицы можно объяснить тем, что та информация, которая передается в устной форме, могла искажаться теми, кто ее передавал.

Обратим внимание на следующую загадку: «Кто ест сено безо рта тремя зубами?» Ответ — «вилы». В данном случае, опираясь на классификацию Д. Н. Садовникова, загадку следует отнести к разделу «Домашнее хозяйство» [2, с. 7], так как «вилы» непосредственно связаны с хозяйственными работами. Также на тему «хозяйство» нам указывает и слово «сено». Далее, по классификации Ю. И. Левина [3, с. 290–291],

данная загадка может относиться в группу «сегментных», так как в ней есть непосредственное упоминание того сегмента, из которых состоят вилы («...тремя зубами»). Кроме того, можно заметить интересный момент: как правило, вилы состоят из четырех зубьев, но именно те вилы, которые предназначены непосредственно для уборки сена, состоят чаще всего из трех или пяти зубьев, так как такое количество помогает за раз собрать большой объем сена. То есть данное числительное можно считать довольно очевидной подсказкой для тех, кто занимается хозяйственными работами и имеет хорошее представление о различных видах инвентаря. Исходя из направленности загадки, которая заключается в том, чтобы «развернуть представление о предмете» [4, с. 17–21], можно предположить, что она указывает на функцию: «есть сено» можно трактовать как «уборка сена». В основе загадки лежит метафора и сравнение. Кроме того, можно сказать, что сравнение происходит и по функции («...ест сено...») и по внешнему сходству («...тремя зубами»). Вилы представляются в качестве живого существа, у которых вместо зубьев – «зубы», и которые вместо уборки сена «едят» его. Также на то, что вилы сравниваются с живым существом, нам указывает существительное «рот», которое встречается у живых организмов, и местоимение «кто», которое также используется для обозначения чего-то живого, так как неживое изображается через местоимение «что». Для данной загадки характерна традиционная образность: образный компонент содержит первая часть («кто ест сено безо рта...»), которая указывает на непосредственную функцию загаданного предмета, так как вторая часть загадки («...тремя зубами») является прямым компонентом.

В томе БНТ было представлено несколько загадок, ответом на которые являлось слово «вилы», но ни одна из них не имела ничего общего с нашей.

Таким образом, структурно-семантический анализ собранных нами загадок показал, что все они «укладываются» в классификацию К. П. Герда об изображаемом предмете. Кроме того, в основе всех загадок лежит метафора, что подтверждает теорию М. А. Рыбниковой. Что касается структурного аспекта, то нам попадались как признаковые, так и сегментные загадки. В итоге мы смогли выделить следующие особенности белорусских загадок:

в их основе лежит метафора или сравнение;

они состоят из образного и прямого компонентов (однако не всегда это четко прослеживается);

наличие традиционной тематики («Дом», «Двор и хозяйство», «Огород», «Поле», «Лес», «Природа»).

Сравнительный анализ записанных нами загадок с загадками, опубликованными в томе БНТ, показал, что одни фольклорные единицы полностью совпадают с материалами тома, другие имеют определенную вариативность или же трактуются немного иным образом, а некоторые вообще отсутствуют в данном томе. Причиной вариативности может являться то, что загадка – это жанр фольклора, в свою очередь, фольклор – это устное народное творчество. Ключевым словом здесь будет являться прилагательное «устное», поэтому наличие вариативности является вполне естественным явлением. Более интересным представляется отсутствие некоторых загадок, записанных нами, в томе БНТ. Это можно объяснить тем, что некоторые фольклорные материалы могли быть забыты носителями; кроме того, никто не отменяет вариант заимствований некоторых фольклорных элементов из фольклора другой страны, например России или Украины, особенно учитывая, что наш информант имел украинские корни. Поэтому и вариативность текстов, и отсутствие в томе БНТ некоторых загадок закономерны.

Библиографические ссылки

1. Фонд фольклорных материалов учебно-научной лаборатории белорусского фольклора кафедры теоретического и славянского литературоведения Белорусского государственного университета.
2. *Садовников Д. Н.* Загадки русского народа. Сборник загадок, вопросов, притч и задач. Москва: Современный писатель, 1995.
3. *Левин Ю. И.* Семантическая структура загадки // Паремиологический сборник. Пословица. Загадка (структура, смысл, текст). Москва: «Наука», 1978. С. 283–314.
4. *Рыбникова М. А.* Загадки / М. А. Рыбникова. Москва; Ленинград. 1932. С. 17–21.
5. *Фядосік А. С.* Загадкі / А. С. Фядосік // АН БССР, Ін-т мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору імя К. Крапівы. Беларус. Нар. Творчасць. Мінск : Навука і тэхніка, 1972.
6. *Аникин В. П.* Теория фольклора. М., 2004. URL: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_002491839/ (дата обращения: 04.05.2022).

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ПРЕЗЕНТАЦИИ СОБЕСЕДНИКА В ПОРТРЕТНОМ ИНТЕРВЬЮ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

О. В. Сакович

Белорусский государственный университет, г. Минск;

sakovich.olg@yandex.by;

науч. рук. – М. С. Гutowская, канд. филол. наук, доц.

Доклад посвящен исследованию реализации стратегии презентации собеседника в ходе коммуникативного взаимодействия в портретном интервью. В процессе коммуникации интервьюер использует определенный комплекс речевых и языковых приемов речи, для того чтобы реализовать коммуникативную цель – раскрыть героя интервью. На материале англоязычных интервью источников BBC, The Guardian и The Independent установлены и описаны коммуникативные тактики, на которые опирается интервьюер при осуществлении коммуникации: тактика представления героя, тактика ретроспекции, тактика моделирования ситуаций и сценариев и вопросительная тактика. Изучение коммуникативных стратегий и тактик позволяет выявить и охарактеризовать коммуникативное поведение индивидуума в конкретной ситуации и руководствоваться полученными сведениями для выстраивания эффективного речевого взаимодействия.

Ключевые слова: речевой жанр; коммуникативные стратегии; коммуникативные тактики; портретное интервью; англоязычные СМИ.

Рассмотрение коммуникативных стратегий в лингвистике неотделимо от изучения коммуникативного поведения человека, его поведенческих стратегий. Цели речевого поведения ведут к пониманию цели общения – *коммуникативной цели*. Под коммуникативной целью понимается намерение адресанта оказать воздействие на адресата через его эмоциональное состояние, поведение, знания [1, с. 102–120].

Коммуникативная стратегия представляет собой «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [2, с. 54]. Средством реализации коммуникативной стратегии в речи индивидуума служит *коммуникативная тактика*. В процессе речевого взаимодействия коммуникативные тактики воплощают стратегии автора через различные формы речевых высказываний.

Коммуникативная цель портретного интервью – раскрыть социально-психологические характеристики героя, его жизненную позицию и ценности для аудитории СМИ. В основе портретного интервью лежит личностно-ориентированное восприятие.

Основополагающей стратегией для интервьюера в портретном интервью является стратегия презентации собеседника. В ходе исследования было установлено, что на ее долю приходится 48,85 % от всех стратегий,

задействованных в интервью. Через нее журналист получает новую информацию о герое, раскрывает его перед аудиторией СМИ и в целом выполняет коммуникативную цель интервью.

В ходе исследования было проанализировано 6 портретных интервью из таких современных англоязычных СМИ, как BBC, The Guardian и The Independent. Методом сплошной выборки были отобраны высказывания, релевантные для проблематики работы. Было установлено, что для реализации стратегии презентации собеседника интервьюер использует следующий ряд коммуникативных тактик: тактика представления героя, тактика ретроспекции, тактика моделирования ситуаций и сценариев и вопросительная тактика.

Тактика представления героя применяется для того, чтобы в начале интервью аудитория получила представление о том, кем является главный герой.

В интервью с британской телеведущей Анитой Рани интервьюер помимо основных характеристик указывает на ее профессиональные успехи, а также обозначает одну из причин интервью – новая должность:

Anita Rani, 43, is a journalist, broadcaster and media multitasker. Born in Bradford, she has made documentaries about India inspired by her family background, danced the samba on Strictly (she later hosted the show's live tour) and been a regular, much-loved presenter on the BBC's Countryfile. She has just joined Radio 4's Woman's Hour, presenting the show on Fridays and Saturdays [3].

Тактика представления героя помогает выстроить у читателя / слушателя первые впечатления и ожидания.

Для запроса комментария интервьюируемого по конкретной теме интервьюер может обращаться к прошлому героя через **тактику ретроспекции**:

Last year you starred alongside Steve Coogan in Greed, Michael Winterbottom's film about a high-street fashion mogul. How was that? [4]

В примере интервьюер ссылается на прошлую картину актера Эйса Баттерфилда. Уточняющий вопрос в конце высказывания стимулирует к ответу.

Тактика ретроспекции используется и в интервью с актером Питером Капальди, но уже без уточняющего вопроса. Интервьюер констатирует факт из биографии героя и ждет его ответной реакции (высказывания):

Your college punk band was called the Dreamboys [5].

Суть **тактики моделирования ситуаций и сценариев** состоит в том, чтобы побудить интервьюируемого смоделировать предложенную ситуацию и составить свое мнение на этот счет. Тактика моделирования помогает раскрыть характер, взгляды и намерения героя.

If you had your time again, would you still be an actor? [5]

If I had to bet, I'd say it will change things but I think there will be massive resistance on the part of some aspects of the media [6].

Тактика моделирования реализуется в речи интервьюера в основном через условные предложения.

Вопросительная тактика. Основная тактика стратегии презентации собеседника – вопросительная. Она составляет 38 % от всех тактик в интервью. Через вопросы интервьюер побуждает и стимулирует героя к выражению своего личного мнения.

Специальные вопросы составляют почти половину (46,9 %) от всех вопросов в портретном интервью. Они применяются в том случае, когда интервьюер хочет запросить развернутую информацию от собеседника. Часто интервью начинаются с такого типа вопросов, так как они помогают интервьюируемому расслабиться и не ограничивают его ни формой, ни содержанием:

What do you aspire to as a writer? [6]

What were the ups and downs of being a child star? [4]

В структуре специального вопроса можно увидеть такие предикаты, как **think, feel** и др. Они акцентируют на заинтересованности в ответе:

How do you feel about your new role on Woman's Hour? [3]

Закрытые вопросы ориентируют героя на быстрый и краткий ответ. Они подразделяются на 3 типа: общие, альтернативные и разделительные.

Общие вопросы в свою очередь подразделяются на положительные (43,36 %) и отрицательные (2,65 %). Примером положительного общего вопроса можно считать следующее высказывание:

Do you still write songs? [7]

Have you ever forced yourself to go slower? [8]

Отрицательные общие вопросы используются в интервью, когда для интервьюера приоритетной целью является отрицательная альтернатива:

Isn't it also partly because the boundary between literary fiction and genre fiction has become more porous? [8]

В альтернативных вопросах интервьюируемому предоставляется выбор между несколькими вариантами через использование союза **or**. Степень закрытости альтернативных вопросов максимально высокая, поэтому они используются реже остальных (4,42 %):

Is that the fact that it's home, or just the fact that it's so much quieter than Hollywood? [7]

Разделительные вопросы (2,65 %) побуждают интервьюируемого к ответу через уточнение. Данный тип вопросов активизирует развитие дискуссии:

You're a semi-pro gamer as well, aren't you? [4]

Вместо полной конструкции разделительного вопроса в неформальном диалоге может использоваться наречие **right**:

You wrote most of the songs in America, right? [5]

You're back living in Ireland now, right? [7]

Для портретного интервью характерны вопросы в формах группы времен Past и формы Present Perfect. Вопросы с прошедшим временем помогают раскрыть становление личности главного героя, узнать его персональную историю:

Did you ever think acting would become a long-term career? [4]

Have you ever forced yourself to go slower? [8]

Таким образом, в процессе коммуникативной деятельности в портретном интервью интервьюер реализует стратегию презентации собеседника, ориентируясь на следующие тактики: представления героя, ретроспекции, моделирования ситуаций и сценариев и вопросительную. Все они соответствуют коммуникативной цели портретного интервью – раскрытие и знакомство аудитории с героем.

Библиографические ссылки

1. Федосюк М. Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. Москва: «Наука», 1997. №. 5. С. 102–120.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 8-е, испр. и доп. Москва: Ленанд, 2017.
3. The Guardian. Anita Rani: 'I want to bring warmth, humour and hope to Woman's Hour'. URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2021/feb/14/anita-rani-i-want-to-bring-warmth-humour-and-hope-to-womans-hour> (date of access: 20.11.2021).
4. The Guardian. Asa Butterfield: 'Sex Education reassures people they're not weird or alone'. URL: <https://www.theguardian.com/culture/2021/jan/17/asa-butterfield-sex-education-interview-scorsese> (date of access: 20.11.2021).
5. The Guardian. Peter Capaldi: 'Don't worry, I don't suddenly think I'm a rock star'. URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2021/nov/14/peter-capaldi-st-christopher-debut-album-interview> (date of access: 20.11.2021).
6. BBC News. Transcript of JK Rowling's Casual Vacancy interview. URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-19721239> (date of access: 21.11.2021).
7. The Independent. Peaky Blinders season 4's Cillian Murphy interview: Actor discusses annual 'long journey' back to the mind of Tommy Shelby. URL: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/interviews/cillian-murphy-interview-peaky-blinders-season-4-tommy-shelby-bbc-two-a8056861.html> (date of access: 21.11.2021).
8. The Guardian. Stephen King: 'I have outlived most of my critics. It gives me great pleasure' URL: <https://www.theguardian.com/books/2019/sep/07/stephen-king-interview-the-institute> (date of access: 20.11.2021).

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ ПРОИЗВЕДЕНИЙ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ ПОВЕСТИ Н. В. ГОГОЛЯ «ВИЙ»)

А. А. Сероокая

Белорусский государственный университет, г. Минск;

serookayaalesya27@gmail.com;

науч. рук. – Т. В. Рубаник, канд. пед. наук, доц.

В докладе историко-культурологический контекст, концепции происхождения образа Вия в повести Н. В. Гоголя, а также кинематографические трактовки произведения рассмотрены как основы методической интерпретации.

Ключевые слова: культурологический аспект; Вий; происхождение образа; кинематографические интерпретации; методика изучения литературы.

Отсутствие интереса учащихся к чтению художественной литературы связано с частичной утратой ими духовных и культурных народных ценностей. Для положительного эмоционального восприятия школьников-читателей и понимания ими специфики национальной культуры в целом необходимо при изучении литературных произведений опираться на историко-культурный контекст.

В данной работе на примере повести Н. В. Гоголя «Вий» с учетом культурологического аспекта будет представлена трактовка происхождения одноименного персонажа и его кинематографические интерпретации.

В примечании к повести Н. В. Гоголь сообщает, что именем Вий «называется у малороссиян начальник гномов, у которого веки на глазах идут до самой земли» [1, с. 175]. Однако, по мнению Р. А. Шаяхметова, самого слова «вій» в Малороссии не существовало [2, с. 225]. В связи с этим вопрос о гоголевском Вие остается открытым, так как до сих пор не найден однозначный источник его происхождения.

В настоящее время существует множество суждений о происхождении литературного образа, именем которого Н. В. Гоголь назвал свою повесть. Гипотезы условно можно разделить на 3 группы: фольклорную, апокрифическую и психоаналитическую.

Первая группа концепций является более разработанной, так как именно она имеет под собой народную основу, которую изначально закладывал сам автор произведения. Исследователи, которые ищут в фольклоре истоки происхождения Вия, проводят параллели с иранскими, балтийскими и кельтскими богами (Вайу (В. И. Абаев); Вайюг (В. И. Абаев, В. В. Иванов); Вейас (Я. В. Васильков); Велес (Б. А. Рыбаков)) и великанами (Балор (кельт.), Испаддаден Пенкавр (валл.) (Н. Ф. Сумцов)) [3]. В основном сходство обнаруживается в от-

дельных чертах изображения Вия, а именно: человеческая фигура, деформация органа зрения, железная атрибутика, связь с «землей», загробным миром, наличие смертоносного взгляда и «свиты» (помощников).

О. Н. Трубачев рассматривал языковую составляющую имени персонажа как обратное производное от украинского слова «вія», или «ресница», при этом слово носило исконное украинское происхождение. Похожее явление при создании образа наблюдается в произведении В. И. Жуковского «Ундина» («вія» – «Вий», «струя» – «Струй»).

В контексте славянской культуры наибольший интерес представляет поиск прототипов образа Вия в героях народных легенд и сказок. Так, в белорусском фольклоре известен царь Кокоть – обладатель длинных ресниц и волос (сказка «Братья Гадимовичи»). Его специфическое изображение позволяет сделать вывод о том, что непомерные веки – позднейшее искажение народного предания. Примечателен и образ Кощея Бессмертного, которому огромные веки (каждое весит пять пудов) может поднять только служанка Анципка (сказка «Как Иван Дарган Кощея победил»). По верованиям, кто из людей встретится взглядом с Кошеем, тот не сможет уйти, а уйдет – будет к нему возвращаться, что подтверждает гипнотическое воздействие героя.

А. Н. Афанасьев – исследователь русских сказок – упоминает о встрече Ивана с ведьмой и ее мужем, которому открывают глаза 12 богатырей («Иван Быкович»), и о таинственном сказочном старичке, управляющем стадом быков и скрывающемся от преследовавших его богатырей под землей («Зорька, Вечорка и Полуночка»). Учащимся можно предложить познакомиться с белорусскими и русскими сказками, на основании словесного описания героев-первообразов Вия составить свое представление о его внешнем облике, а затем нарисовать персонажа или создать образ при помощи графического редактора (планшета).

Кардинально трансформируется предполагаемый прототип в украинском фольклоре, где Вий выступает в роли предводителя орды по прозвищу Шелудивый Буняк («шолудивый Буняк», «солодивый Буняк», «солодывый Буньо», «Солодиво») – разбойника с наемным войском, людоеда с внутренностями наружу, украинского героя с паршивой головой, боровшегося при Юрии Хмельницком с поляками и убитого ими в 1663 г. Его прототипом был половецкий хан Боняк, который, по свидетельству Лаврентьевской летописи, подходил к Киеву в 1096 году [4].

Затронутая культурологическая информация значительно расширит знания школьников о народной жизни и верованиях предков, сформирует их представление о существовавших традициях и ценностях.

Среди фольклорных теорий большим авторитетом пользуется гипотеза Е. Е. Левкиевской, рассматривающей Вия в качестве литературной

мистификации, сконструированной на основе авторской фантазии, так как ни в одной славянской мифологической системе персонаж с полным набором таких признаков не был обнаружен [5].

Сведения о глубокой религиозности Н. В. Гоголя позволяют выделить еще одну группу гипотез, имеющую апокрифическую основу происхождения образа (Святой Власий (Б. А. Рыбаков), Иуда Искаротский (И. Я. Франко), Святой Касьян (А. А. Назаревский)).

Интересной является психоаналитическая группа теорий, разработанных русскими и американскими авторами (И.Д. Ермаков, Л. Мак-Лейн, Ф. Дриссен, М. Вайскопф и др.). Эти исследования базируются как на личных впечатлениях автора после посещения Кунсткамеры (В. В. Виноградов), так и на биографической параллели с отцом Н. В. Гоголя.

Огромное влияние на визуальное воплощение образа Вия оказал современный кинематограф. В настоящее время существует более 10 экранизаций повести: три из них не сохранились («Вий» 1909, 1912, 1916), в некоторых фильмах образ Вия просто отсутствует («Святое место» 1990, «Ведьма» 2006).

В ряде последних экранизаций (середина XX и начало XXI вв.) персонаж подвергся значительной деформации. Вий представлен то вампиром («Маска сатаны», 1960), то огромным глиняным големом («Вий», 1967), то существом, скрывающим под веками множество глаз («Вий», 2014) или обладающим нечеловеческим ростом («Вий», 2018).

В кинокартине 2014 г., снятой режиссером Олегом Степченко, продюсер Алексей Петрухин воплотил версию Н. В. Гоголя, предшествовавшую окончательному тексту повести. На фоне реалий ушедшей эпохи моделируется параллельный фантастический мир, задуманный когда-то писателем, но создаваемый с помощью новейших технических средств визуализации. И раз в названии фильма имя героя, то это особый персонаж, один вид которого уже производит неизгладимое впечатление на зрителя.

По нашему мнению, наиболее удачно и точно (в соответствии с текстом повести) изображен герой в мультипликационном фильме «Вий» (1996). Несомненным преимуществом является как объем картины (20 минут), так и визуализация Вия, предстающего в роли человекоподобного приземистого существа.

Обобщая сказанное, считаем, что методически обосновано при изучении наследия русских писателей обращаться к культурному контексту, который поможет учащимся в интерпретационной деятельности, обеспечит глубокое осмысление идей, образов, замысла, а новые прочтения,

знакомство с кинематографическими трактовками сформируют устойчивый интерес к произведениям русской классики.

Библиографические ссылки

1. *Гоголь Н. В.* Вий // Полн. собр. соч.: в 14 т. / под ред. Н. Л. Мещерякова [и др.]. Москва: Изд-во АН СССР, 1937–1952. Т. 2. Миргород, 1937. С. 169–212.
2. *Шаяхметов Р. А.* Об отсутствии в украинском языке понятия вий и времени фиксации в словарях онима вий // *Toronto Slavic Quarterly*, 2011. № 38. С. 225–228.
3. *Звездин А.* Проблема генезиса гоголевского Вия в мировой русистике: поиск синтетического решения // *Нові Гоголезнавчі студії*. Нижин, 2007. Вып. 5(16). С. 127–148.
4. *Гура А. В.* Еще о некоторых параллелях к гоголевскому Вию // *Н. В. Гоголь и традиционная славянская культура. Двенадцатые Гоголевские чтения: сб. ст. по материалам междунар. науч. конф., Москва, 30 марта – 1 апреля 2012 г. / Департамент культуры г. Москвы ; редкол. : В. П. Викулова [и др.]. Москва ; Новосибирск : Новосиб. изд. дом, 2012. С. 133–142.*
5. *Левкиевская Е. Е.* К вопросу об одной мистификации, или гоголевский Вий при свете украинской мифологии // *Studia Mythologica Slavica*. Ljubljana, 1998. Т. 1. С. 307–315.

ЛОГІКА-СЕМАНТЫЧНЫЯ АСНОВЫ ГУМАРУ (НА МАТЭРЫЯЛЕ ЗБОРНІКА ЖАРТАЎ «ΦΙΛΟΓΕΛΩΣ»)

А. В. Сіняк

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

sinuakal@gmail.com;

наук. кір. – В. Г. Пракапчук, канд. філал. навук, дац.

У дакладзе разглядаецца семантычная структура жартаў ананімнага зборніка жартаў «Φιλόγελος» («Аматар смеху», 268 г. н. э.). Прапануецца кароткі агляд сучасных семантычных тэорый гумару ў супастаўленні з семантычнымі механізмамі, якія ўжываліся ў старажытнагрэчаскіх жартах зборніка. Арыгінальнасць і навізна вынікаў даследавання заключаецца ў тым, што ўпершыню разглядаецца семантычная структура анекдотаў ананімнага зборніка жартаў «Φιλόγελος», што дазваляе параўнаць антычныя анекдоты з сучаснымі і апісаць семантычныя механізмы старажытнагрэчаскага гумару.

Ключавыя словы: жарт; анекдот; семантычная структура; скрыпт; трыгер; лагічныя механізмы.

Семантыка анекдота – гэта складаная структура, якая ўключае ў сябе разнастайныя кампаненты. Гэтыя кампаненты адлюстроўваюць тое, што вядзе да супрацьпастаўлення прамога і скрытага сэнсу – нейкі абсурд, супярэчнасць, парадокс.

Сучасныя метады семантычнага аналізу вельмі разнастайныя. Яны дазваляюць нам разглядаць моўны знак не толькі ў сістэме мовы, але і ў сістэме маўлення, у канкрэтных сітуацыях рэалізацыі.

Для семантычнага аналізу структуры выказвання У. Гак вывёў асноўны закон семантычнага спалучэння слоў, які зводзіцца да таго, што «для таго, каб два словы склалі правільнае спалучэнне, яны павінны мець, акрамя спецыфічных, якія адрозніваюць іх гэтым, адну агульную сему» [1, с. 279], і які выкарыстоўваецца і ў дачыненні не толькі да словазлучэння, але і да сказа, сітуацыі.

Аналагічным чынам да вырашэння праблемы семантыкі выказвання падыходзіць В. Раскін у сваёй семантычнай тэорыі, заснаванай на скрыптах [3, с. 59–98]. Аўтар вызначае яе як фармальную кантэкстуальную семантычную тэорыю.

Кожнае слова ў сказе выклікае ў свядомасці скрыпт. Як кагнітыўная структура скрыпт уяўляе сабой фармалізаваны і структураваны аб’ём ведаў звязанай семантычнай інфармацыі, засвоенай размоўцам у працэсе пазнання свету. Скрыпт сказу вызначае яго значэнне. Такім чынам, скрыпты – гэта фармалізаваныя семантычныя сутнасці, якія з’яўляюцца вынікам семантычнага аналізу тэксту і яго лінгвістычнага кантэксту.

У семантычнай тэорыі гумару, заснаванай на скрыптах, В. Раскін прапанаваў паняцце «трыгеры», якія выконваюць функцыю пераключэння з аднаго скрыпту на іншы. Аўтар тэорыі выводзіць два асноўныя віды трыгераў: трыгеры тыпу «двухсэнсоўнасць» і тыпу «несумяшчальнасць» [3, с. 114].

У ананімным зборніку жартаў «Φιλόγελως» таксама можна знайсці трыгер тыпу «двухсэнсоўнасць». Напрыклад:

160. Κυμαῖος ἐπιζητῶν φίλον, ἐκάλει αὐτὸν πρὸ τῆς οἰκίας ὀνομασί. ἑτέρου δὲ εἰπόντος: «ὕψηλότερον φώνησον, ἵνα ἀκούσῃ», ἀφείς τὸ ὄνομα δ ἦδει ἐβόα: «ὕψηλότερε».

У Кімах адзін чалавек шукаў сябра і, калі стаяў перад яго хатай, клікаў яго па імені. Яму адказалі: «Крычы грамчэй, каб цябе пачулі». Ён перастаў клікаць па імені і закрываў: «Эй ты, Грамчэй!». – У дадзеным жарце двухсэнсоўнасць узнікае з-за непаразумення. Слова «грамчэй» выкарыстоўваецца як розныя часціны мовы (амаформы).

Трыгер тыпу «несумяшчальнасць» мы можам бачыць у наступным жарце:

255. Σχολαστικὸς μαθὼν ὅτι ὁ κόραξ ὑπὲρ τὰ διακόσια ἔτη ζῆ, ἀγοράσας κόρακα εἰς ἀπόπειραν ἔτρεφεν.

Педант, даведаўшыся, што крумкач жыве больш за дзвесце гадоў, купіў сабе крумкача, каб праверыць. – Несумяшчальным у дадзеным выпадку з'яўляецца ўзрост. Чалавек фізічна не можа пражыць больш за дзвесце гадоў, таму і праверыць гэта нельга.

Прааналізаваўшы некалькі груп парафразаў і варыянтаў аднаго і таго ж жарту, аўтары тэорыі вылучылі шэсць параметраў, па якіх гэтыя жарты адрозніваюцца адзін ад аднаго. Яны назвалі гэтыя параметры спосабамі адрознення або базамі дадзеных, якія характарызуюць любы жарт: *скрыпт-апазіцыі, лагічныя механізмы, сітуацыі, мэта, наратыўныя стратэгіі і мова* [2, с. 297–309].

Параметр мова не варта недаацэньваць. Выбар моўных сродкаў асабліва важны пры перадачы жарту. Працэс вербалізацыі думкі актывізуе моўную кампетэнцыю чалавека на ўсіх моўных узроўнях. Мова нясе адказнасць за выражэнне зместу жарту, што ўключае ў сябе, разам з семантычным матэрыялам, некаторыя спецыфічныя смехавыя элементы і сувязі.

Пад наратыўнымі стратэгіямі аўтары тэорыі разумеюць жанр, ці дакладней мікражанр смехавага тэксту. Пры распаўяданні жарту можна выкарыстоўваць самыя разнастайныя стратэгіі. Важны аспект дадзенага параметру – гэта праблема нешматслоўя, недагаворанага. Апаўдальніку неабходна выбудоўваць жарт так, каб слухач не страціў сувязі, якія ён можа і павінен аднавіць.

Мэта – адзіны неабавязковы параметр, які вызначае асноўную «філасофскую» задачу жарту або анекдота: высмеяць той ці іншы аб’ект або сітуацыю, якія часцей бываюць звязаны са стэрэатыпамі, што склаліся ў грамадстве. Кожны расказаны анекдот, кожны жарт нясуць свайго роду інфармацыю, яны пра нешта і ўтрымліваюць некаторыя элементы сюжэту. У большасці выпадкаў дзейнасць складае цэнтральны элемент сітуацыі, уключаючы, вядома ж, удзельнікаў, аб’екты, інструменты і г. д.

Лагічныя механізмы – гэта вынік далейшага вывучэння спосабаў пераходу ад аднаго скрыпту да іншага. Памылковая логіка можа забяспечваць жарт, калі яна выкарыстоўваецца ў чыстым выглядзе або ў камбінацыі з іншымі механізмамі і ўяўляе сабой уключэнне ў тэкст паралагічных элементаў. Як прыклад можна прывесці жарт, дзе камічнасць сітуацыі заключаецца ў тым, што педант не разумее, што не ад яго залежыць хуткае перапраўленне праз раку, а ад руху парома:

31. Σχολαστικὸς διαπερᾶσαι ποταμὸν βουλόμενος, ἀνέβη εἰς τὸ πλοῖον τῷ ἴππῳ ἐποχοόμενος. πυθόμενου δὲ τινος διὰ τί οὐ κάτεισι, «σπουδάζω» ἔφη.

Педант, перапраўляючыся праз раку, заехаў на паром верхам на кані. На пытанне, чаму ён не злезе, ён адказаў: «Я спяшаюся».

Таксама лагічныя нормы парушаюцца ў наступным жарце:

55. Σχολαστικὸς εἰς λάκκον πεσὼν, συνεχῶς ἐβόα ἀνακαλῶν ἑαυτῷ βοηθούς· ὥς δ' οὐδεὶς ὑπήκουε, λέγει πρὸς ἑαυτόν «μωρός εἰμι, ἐάν μὴ ἀνελθὼν πάντας μαστιγώσω, ἵνα οὕτω γοῶν μοι ὑπακούσωσι καὶ κλίμακα κομίσωσιν».

Педант зваліўся ў басейн і доўга клікаў на дапамогу рабоў, але яго ніхто не чуў. Тады ён сказаў сам сабе: «Дурань я, трэба мне вылезці і пабіць іх усіх: тады ўжо яны паслухаюцца і спусцяць мне лесвіцу». Тут мы можам бачыць абсалютна нелагічныя і непаслядоўныя разважанні педанта.

Трэба адзначыць, што ў старажытнагрэчаскім анекдоте для стварэння камічнага эфекту выкарыстоўваліся такія паралагічныя прыёмы, як антанаклаза, дэнумерацыя, інсультацыя, парадокс, пасылка, псеўдаменас, сафізм, *post hoc ergo propter hoc*.

Калі казаць пра такія лагічны механізм, як *механізм узаемазамены фігуры і фону*, то можна адзначыць, што ён таксама прысутнічае ў зборніку «Φιλόγελως», Напрыклад у наступным жарце:

1. Σχολαστικὸς ἀργυροκόπῳ ἐπέταξε λύχνον ποιῆσαι. τοῦ δὲ ἐξετάσαντος πηλίκον ποιήσει, ἀπεκρίνατο· ὥς πρὸς ὁκτὼ ἀνθρώπους».

Педант загадаў срэбных спраў майстру зрабіць свяцільную. Калі ён спытаў, якой велічыні рабіць, педант адказаў: «На восем чалавек». –

Фігурай у дадзеным выпадку з'яўляецца свяцільня, а фонам – пакой, які па памерах месціць у сябе восем чалавек.

Лагічныя механізмы, якія ўключаюць аналогію, звычайна суправаджаюцца элементамі, якія дазваляюць стварыць ілжывую аналогію. У лінгвістыцы гэты феномен вядомы як «мадэль памылкі».

«Мадэль памылкі» сустракаецца і ў зборніку жартаў «Φιλόγελος»:

13. Σχολαστικοὶ δύο [πατραλοῖαι] ἐδυσφόρουν πρὸς ἀλλήλους ἐπὶ τοῖς πατέρας αὐτῶν ζῆν. τοῦ δ' ἐνὸς εἰπόντος· «θέλεις οὖν; ἀποπνίξει ἕκαστος ἡμῶν τὸν ἴδιον»· «μὴ γένοιτο», εἶπεν ὁ ἄλλος, «ἵνα μὴ πατραλοῖαι ἀκούσωμεν. ἀλλ', εἰ βούλει, σὺ τὸν ἐμὸν σφάζον, καὶ γὰρ τὸν σόν».

Двое педантаў скардзіліся адзін аднаму, што іх бацькі ніяк не памруць. Адзін сказаў: «Хочаш, давай задушым кожны свайго бацьку?» – «Барані нас бог праславіцца забойцамі бацькоў! – адказаў іншы. – Але калі хочаш, ты задушы майго, а я твайго». – Памылковай з'яўляецца думка аб тым, што, калі забіць не свайго бацьку, цябе не будуць лічыць забойцам.

Такім чынам, вербальны гумар – гэта камунікатыўнае дзеянне, у якім кожнаму з удзельнікаў адводзіцца пэўная роля. Як прадудцыраванне жарту, так і яго ўспрыманне патрабуюць ад прамойцы і слухача значных кагнітыўных намаганняў. Пры гэтым вынік гэтага дзеяння, смех, узнікае як следства ментальнай дзейнасці менавіта слухача.

Прааналізаваўшы матэрыял зборніка жартаў «Φιλόγελος», мы можам зрабіць выснову, што ў семантычнай структуры старажытнагрэчаскага анекдота існуюць два асноўныя віды трыгераў: трыгеры тыпу «двухсэнсоўнасць» і тыпу «несумяшчальнасць». Мноства анекдотаў пабудавана на ненаўмысленых лагічных памылках. Гэта такія паралагічныя прыёмы, як антанаклаза, дэнумерацыя, інсультацыя, парадокс, пасылка, псеўдаменас, сафізм, post hoc ergo propter hoc, механізм узаемазамены фігуры і фону, «мадэль памылкі».

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Гак В. Г. Языковые преобразования. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1998.
2. Attardo S., Raskin V. Script Theory Revis(it)ed: Joke Similarity and Joke Representation Model // Humor: International Journal of Humor Research. Berlin/New York, 1991. №3/4. P. 293–347.
3. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. Dordrecht/Boston/Lancaster : D. Reidel Publishing Company, 1985.
4. [Hieroclis et Philagrii] Philogelos: Hieroclis et Philagrii facetiae / Edidit Alfred Eberhard. Berolini : H. Ebeling et C. Plahn, 1869.

ЧЕЛОВЕК СКВОЗЬ ПРИЗМУ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ-КОЛОРАТИВОМ В КИТАЙСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ

А. В. Снежко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

snezhko.nastya@inbox.ru;

науч. рук. – М. А. Фоменкова, ст. преп.

В докладе представлены фрагменты фразеосемантических картин мира китайского и белорусского языков. Проанализировано более 150 фразеологических единиц, в состав которых входит колоратив. Реконструирован концепт «Человек», особое внимание уделено роли колоративов в отражении внутреннего мира человека и его социальной роли. Оригинальность и новизна исследования определяется тем, что ранее не проводился анализ концепта «Человек» сквозь призму фразеологизмов с компонентом-колоративом на материале китайского и белорусского языков. Результаты исследования могут быть использованы в учебной работе (при изучении белорусского и китайского языков, дисциплин «Межкультурная коммуникация», «Лингвокультурология»).

Ключевые слова: фразеологические единицы; языковая картина мира; концепт; цветообозначение; компонент-колоратив.

Одной из важнейших функций языка является его способность сохранять накопленный опыт в ходе исторического развития народов. «Язык не просто отражает мир человека и его культуру... Он хранит культуру и передает ее из поколения в поколение» [1, с. 79]. Фразеология же наиболее ярко иллюстрирует особенности того или иного народа, а сопоставительный анализ фразеологических картин мира, позволяет выявить не только общее, но различное, уникальное, присущее той или иной культуре.

Из авторитетных лексикографических источников китайского языка (成语大词典 [2], 中国成语大辞典 [3], 俄汉成语词典 [4]) мы произвели экскерпцию чэньюев, в состав которых входят иероглифы со значением цвета. Чэньюи – готовые выражения, устойчивые по своему лексическому и грамматическому составу. Фразеологические сочетания, которые состоят из четырех иероглифов и построены по нормам древнекитайского языка, функционально являются членом предложения [5, с. 150].

Так, из 71 чэньюя с компонентом-колоративом было отобрано всего 6 фразеологических единиц (ФЕ), в которых в плане выражения есть лексемы 人 «человек», 女 «женщина», 男 «мужчина», 书生 «кабинетный ученый», 好汉 «добрый молодец», 少年 «молодой человек», 佳人 «красавица».

人老珠黄 rénlǎozhūhuáng (старый человек как пожелтевшая жемчужина = постареть), 白面书生 báimiànshūshēng (бледнолицый ученый = изнеженный интеллигент, слабосильный книжник; зеленый, желторотый, молодой неопытный человек; новичок в науке) и др.

В данных ФЕ встречаются следующие номинации цвета: 红 «красный», 绿 «зеленый», 白 «белый», 黄 «желтый». Колоратив 绿 «зеленый», описывая одежду, приобретает сему «красивый». У колоратива 黄 «желтый», который описывает жемчуг, расширяется семантика и появляется лексико-семантический вариант «старость». Колоратив 红 «красный», как и в славянских языках, приобретает значение «красивый».

Следующая группа – это 43 чэньюя, у которых идея человека реализована в плане содержания ФЕ. В данной группе можем выделить следующие тематические группы. Возраст: 黛绿年华 dàilǜniánhuá (она в зеленом возрасте, полна сил и красоты = время, когда девушки в полном расцвете сил). Эмоции: 面红耳赤 miànhóngěrchì (покраснеть до корней волос от стыда). Внешность: 红光满面 hóngguāngmǎnmian (румянец во всю щеку = цветущий вид, кровь с молоком). Поведение: невербальное: 初写黄庭 chūxiěhuángtíng (писать по классическим прописям = прилагать большое усердие в работе); вербальное: 信口雌黄 xìnkǒucīhuáng (как попало замазывать желтой краской = говорить, что в голову придет). Межличностные отношения: 白头偕老 báitóuxiélǎo (белые волосы старости = сохранить супружескую верность до глубокой старости, в мире и согласии дожить до седых волос). Социальный статус: 戴绿帽子 dàilǜmàozi (носить зеленую шапку = рогоносец, обманутый муж); 黄袍加身 huángpáojiā shēn (надели на него жёлтый халат = провозгласили императором; стать императором; одержать победу, завоевать первый приз), 坐红椅子 zuòhóngyǐzi (сидеть на красном стуле = быть последним в списке лучших).

Проанализировав эмпирический материал, мы пришли к следующим выводам: в качестве компонента-колоратива выступают 红 «красный», 绿 «зеленый», 白 «белый», 黄 «желтый», 青 «сине-зелёный», 黑 «чёрный». При помощи цвета кодируются различные аспекты жизни человека, его эмоции, поведение и социальный статус.

Эксерпция эмпирического материала белорусского языка проводилась из «Фразеалагічнага слоўніка беларускай мовы» И. Я. Лепешева [6]. Из 45 ФЕ с компонентом-колоративом только один фразеологизм в плане выражения имеет наименование человека: Чырвоны памешчык – «старшыня калгаса як гаспадар з неабмежаванай уладай» [6, Т. 2, с. 233].

Фразеологизмов, в плане содержания которых реализована идея человека, было выделено 27 единиц. Время: *чорны дзень* – «цяжкі, змрочны час для каго-н» [6, Т. 1, с. 375]. Характер: *чорна ў роце* – «хто-н. вельмі злы, люты» [6, Т. 2, с. 890]. Социальное положение: *чорная костка (косць)* – «чалавек простага, нязнатнага паходжання» [6, Т. 1, с. 592]; *у чорным целе* – «вельмі строга, сурова, абмяжоўваючы свабоду дзеянняў» [6, Т. 2, с. 864]. Поведение: невербальное: *пускаць чырвонага пеўня* – «зламысна падпальваць што-небудзь» [6, Т. 2, с. 382], вербальное: *чорным па белым* – «вельмі дакладна, выразна, зусім пэўна, недвухсэнсава» [6, Т. 2, с. 891]. Межличностные отношения: *чорная кошка прабегла* – «спасаваліся адносіны паміж кім-н., хто-н. пасварыўся з кім-н.» [6, Т. 1, с. 595].

Проанализировав эмпирический материал белорусского и китайского языков, мы пришли к следующим выводам: клоратив *чорны* в белорусском языке ассоциируется с чем-то тяжелым, трудным, плохим. В китайском языке негативная коннотация данного колоратива не была зафиксирована. Номинация 红 «красный» сближается со значением «красивый». В китайском языке идея красоты реализуется при помощи сочетания красного и зеленого цветов.

Библиографические ссылки

1. Семенас А. Л. Лексика китайского языка. 2-е изд., стер. Москва: АСТ : Восток-Запад, 2005.
2. 成语大词典. 商务印书馆国际有限公司, 2013年. Большой фразеологический словарь / авторский коллектив. Пекин: Коммерческое издательство с ограниченной ответственностью, 2013.
3. 中国成语大辞典. 王剑引[等]编.上海辞书出版社, 1987年. Словарь китайских идиом / гл. ред. Ван Цзянинь [и др.]. Шанхай: Шанхайское лексикографическое издательство, 1987.
4. 俄汉成语词典. 周纪生, [等]编. 湖北: 湖北人民出版社. 1981 年. Русско-китайский фразеологический словарь / гл. ред. Чжоу Цзишэн [и др.]. Хубэй: Народное издательство Хубэй, 1981.
5. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие. Москва: Слово, 2000.
6. Лепешаў І. Я. Фразеалагічны слоўнік беларускай мовы. У 2-х т. Мінск: Беларуская энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2008.

БЕЛАРУСКАЯ ЖАНОЧАЯ ЛІТАРАТУРА: ТВОРЧАСЦЬ ДЛЯ ДЗЯЦЕЙ

К. М. Сняжко

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;
karolina.snezhko20.03@gmail.com;
наук. кір. – І. І. Шматкова, канд. філал. навук, дац.*

У дакладзе разглядаецца творчасць для дзяцей як асобная галіна беларускай жаночай літаратуры. Актуальнасць тэмы абумоўлена маладаследаванасцю твораў жаночай літаратуры для дзяцей ў айчынным літаратуразнаўстве. На канкрэтных прыкладах прасочваюцца асноўныя этапы развіцця беларускай жаночай літаратуры для дзяцей; вызначаюцца мастацка-жанравыя адметнасці; выяўляецца адукацыйная, выхаваўчая, пазнавальная і забаўляльная функцыі дзіцячых твораў. Робіцца выснова, што дзіцячая літаратура беларускіх пісьменніц з'яўляецца адметнай культурнай спадчынай. Ствараючы творы для дзяцей, аўтары-жанчыны адыгрываюць значную ролю ў беларускім пісьменстве праз дачыненне да выхавання малодшага пакалення праз праявічанае і паэтычнае слова.

Ключавыя словы: беларуская жаночая літаратура; творчасць для дзяцей; жанчыны-пісьменніцы; асноўныя этапы развіцця; мастацка-жанравыя адметнасці; функцыі дзіцячых твораў.

Працяглы час літаратура не мела падзелу на мужчынскую і жаночую, таму што літаратурны твор – гэта не тэкст, у якім выражаецца пол аўтара, а перш за ўсё, яго інтэлект. Пытанне аб існаванні жаночай творчасці з'яўлялася спрэчным, доўгі час жанчыны-пісьменніцы заставаліся ў цяні, але на дадзены момант іх працы пачынаюць актыўна даследвацца. Зацікаўленасць паняццем жаночай літаратуры ўзнікла ў другой палове XX ст., калі гуманітарная навука звярнула ўвагу на паняцце гэндара. Паступова тэрмін «жаночая літаратура» страціў азначэнасць, пераўтварыўшыся ў назву асобнай плыні, «адметнага складніка агульнага літаратурнага працэсу» [1, с. 3].

Дзіцячая літаратура таксама доўгі час была на перыферыі ўвагі даследчыкаў, нягледзячы на тое, што яна – неад'емная частка нацыянальнай літаратуры. Улічваючы гэта, а таксама той факт, што творы для дзяцей былі адной з асноўных сфер дзейнасці жанчын-пісьменніц, дзіцячая жаночая літаратура стала аб'ектам дадзенага даследавання.

На Беларусі пісалі для дзяцей здаўна і шмат. Зараджэнне дзіцячай літаратуры адносяць да XVI ст. – часу ўзнікнення і распаўсюджвання кнігадрукавання, XVII ст. звязваюць з беларускай і рускай дзіцячай паэзіяй. У эпоху асветы ў XVIII ст. з'яўляюцца драматычныя творы: школьная драма, інтэрмедыя, камедыя і батлейка; у XIX ст. ствараецца

такі жанр як казка, пазней з'яўляецца літаратура для дзяўчынак, школьная аповесць, літаратура нонсансу і абсурду, пазней – фэнтазі, дэтэктыў, трылер і прыгодніцкая літаратура. У пачатку XX ст. адбылася легалізацыя беларускага друку, з'яўляецца буквар, пачалі выдаваць газеты і часопісы для дзяцей («Лучынка», «Другое чытанне для дзяцей», «Зоркі», «Піянер Беларусі», «Заранка», «Пралеска», «Вясёлка», «Маленькі рыцар», «Лесавік» і інш.), што адыграла станоўчую ролю ў развіцці беларускай дзіцячай літаратуры.

Сучасная дзіцячая літаратура адрозніваецца разнастайнасцю форм і жанраў. Дзіцячыя творы ўвабралі ў сябе рысы ўсіх жанраў, літаратурных і фальклорных, яна абыгралі амаль усе сюжэты, матывы і вобразы герояў з асноўнага корпуса класічнай літаратуры. Дзіцячая літаратура гатова казаць усім пра ўсё.

Сярод аўтараў, якія ствараюць дзіцячую літаратуру, больш за ўсё жанчын, напэўна, па той прычыне, што для жанчыны-маці самаахвярнасць, працяг роду – гэта святая святых. У стварэнні дзіцячай літаратуры, сапраўды, важную ролю адыгрывае мацярынскі, выхаваўчы пачатак, таму аўтаркі, імкнуліся далучыцца да гэтага працэсу праз сваю творчасць. Жанчыны-пісьменніцы гадалі дзяцей, ствараючы для іх адпаведныя выхаваўчыя творы. Гэта вельмі важная задача, бо калі дзеці правільна выхаваныя, то наша вечнасць выратавана ад заняпаду. Як адзначае Л. Рублеўская ў вершы «Вечар у сямейным коле», «Гадуюцца дзеці ў любові – ратуецца вечнасць» [2, с. 183].

Беларуская жаночая літаратура для дзяцей – асобая галіна літаратурнай творчасці, скіраваная на дзіцячую і юнацкую аўдыторыю. Дзіцячая літаратура не стаіць на месцы, яе спецыфіка заключаецца ў тым, што яна пастаянна развіваецца. Яе формы і стыль, змест паглыбляюцца і змяняюцца, таму што кожнае пакаленне дзяцей адрозніваецца ад папярэдняга; напрыклад, сучасныя дзеці атрымліваюць значную частку інфармацыі праз інтэрнэт. Па гэтай прычыне кожная з пісьменніц імкнецца адпавядаць сучаснасці, ствараючы запатрабаваную высокамастацкую літаратуру, цікавыя высокаінтэлектуальныя творы.

Выконваючы важнейшыя функцыі (адукацыйную, выхаваўчую, пазнавальную, забаўляльную і інш.), літаратурныя творы для дзяцей фарміруюць чытацкі густ, маральна-этычныя нормы паводін, утвараюць эмацыйныя ўражанні, развіваюць маўленне і інш. Беларускія жанчыны-пісьменніцы з'яўляюцца псіхолагамі і настаўнікамі, сябрамі для дзяцей. Праз паэтычнае, праявічнае слова аўтаркі звяртаюцца да маленькага чытача з навукай, з ласкавым словам, з жыццёвай мудрасцю. Праз творы дзеці набываюць першыя навыкі эстэтычнага ўспрымання літаратуры,

адкрываюць для сябе мастацкі вобраз і мастацкае мысленне. Дзіцячая літаратура прадстаўлена па-магчымасці ў руху і развіцці, з улікам новых рэалій жыцця. Скарб слова для дзетак з кожным днём памнажаецца. Усе творы для дзяцей сведчаць аб тым, што выхаванне і навучанне былі заўсёды найгалоўнейшым клопатам нашага народа.

Літаратура для дзяцей прайшла некалькі этапаў свайго развіцця, яна мае свае здабыткі і дасягненні, пачынаючы з фальклорных твораў. Напрыклад, шырока вядома народная забаўлянка «Кую, кую ножку»: *«Той, хто забаўляе, бярэ левай рукой голую ножку дзіцяці, узнімае яе і, лёганька стукаючы пальцамі сваёй рукі ў ніз ступні, прыгаворвае: Кую, кую ножку – // паедзем у дарожку, // За чатыры мілі, // па масла, па сыры. // Дарожка крывая, // Кабылка храмая (2 разы), // А ножка малая»* [3, с. 11–12].

Беларуская паэтэса Нэлі Тулупава пад уплывам згаданых фальклорных матываў стварае свой паэтычны твор «Ножкі»: *«Кую, кую ножку, // Паеду ў дарожку, // Трэба коніка каваць – // У дарожцы начаваць. // На галінках – птушкі, // Жвавыя паюшкі, // Зорачкі – на кветках, // У калысках – дзеткі»* [3, с. 541].

Часта для дзіцячых твораў характэрна наяўнасць фантастыкі. Так, напрыклад, у творы Раісы Баравіковай «Казкі астранаўта» (Змеегалоўнік Руйша): *«<...>Адзін з гэтых шарыкаў і не шарык зусім, а самая што ні ёсць сапраўдная змяіная галава. Вочы лупатыя, джала высунула і загаварыла нашаю зямною беларускаю моваю:*

– Не палохайся, зямлянін! Мы з тых істот, што ўмеюць мяняць не толькі сваю форму, але і вельмі хутка разумеюць чужую мову» [4, с. 6].

Яшчэ адна адметная рыса дзіцячых твораў – частае выкарыстанне жарту і камізму ў раскрыцці герояў, сюжэтных сітуацый, як, напрыклад, у паэтычным творы Вольгі Іпатавай «Маміны туфлі»: *«Шмат гасцей учора // У доме гасцявала. // Мама ў новых туфлях, // Ой, як танцавала! // Я ля вешалкі сяджу. // – Патанцуйце зноў! – прашу. – // – Патанцуйце зноў, – прашу, – // Для мяне таксама. // Ды не хочуць танцаваць // Туфелькі без мамы»* [5, с. 7].

Найчасцей галоўнымі героямі дзіцячых твораў становяцца дзеці рознага ўросту, або жывёлы ці птушкі, як прыклад, верш Ларысы Геніюш «Кураняты»: *«Курачка квакала, // Куранят склікала: // – Дзеці мае, дзеці! // Да мяне бяжыце! // Ліс з-за плота паглядае – // Вас ён зараз пахапае. // Куранят як не было – // Усе прыбеглі пад круло»* [5, с. 26].

Дзіцячыя творы вылучае і прымяненне гульні слоў і словаформ, значэнняў слоў, наяўнасць рытмічнасці і музыкальнасці мовы, напрыклад, як у лірычным творы Уладзіслава Луцэвіч «Жураўлі»: *«Ой, люлі, люлі, люлі, // Прыляцелі жураўлі. // Журавелькі доўганогі // Не знайшлі сабе*

дарогі. // Яны селі на вароты, // А вароты скрып... скрып... // Не будзіце нашу дзетку, // Наша дзетка спіць... спіць...» [З, с. 385].

Як бачым, вобразна-тэматычнае кола, мастацкія адметнасці мовы дзіцячых твораў беларускіх пісьменніц адпавядаюць узросту адрасата.

Такім чынам, творчасць для дзяцей – гэта асобная галіна беларускай жаночай літаратуры, якая мае свае асноўныя этапы развіцця, вызначаецца мастацка-жанравымі адметнасцямі, валодае шматлікімі функцыямі, – галоўная з якіх, выхаванне будучага пакалення праз праявічанае і паэтычнае слова. Дзіцячая літаратура беларускіх пісьменніц з'яўляецца адметнай культурнай спадчынай, без якой уяўленні пра беларускую літаратуру былі б няпоўнымі, аднабаковымі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Шматкова І. Беларуская жаночая паэзія другой паловы XX ст. Мінск: РІВШ, 2017.
2. Рублеўская Л. І. [Вершы] // Полымя. 2008. № 5. С. 182–188.
3. Яфімова М. Б. Беларуская дзіцячая літаратура: Хрэстаматыя. Мінск: Вышэйшая школа, 2003.
4. Баравікова Р. А. Казкі астранаўта: касмічныя падарожжы беларусаў. Мінск: Літаратура і мастацтва, 2006.
5. Іпатава В. М. Снягурка. Мінск: Мастацкая літаратура, 1974.
6. Геніюш Л. А. Казкі для Міхаські. Мінск: Беларусь, 1972.

ПОПОЛНЕНИЕ ГЛАГОЛЬНОГО ЛЕКСИКОНА СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ПУТЕМ ЗАИМСТВОВАНИЯ

М. М. Тумашевич

Белорусский государственный университет, г. Минск;

tumarysh@yandex.ru;

науч. рук. – О. Н. Кулиева, канд. филол. наук, доц.

Вследствие недостаточной освещенности процесса возникновения глаголов современного английского языка путем заимствования в языкознании на сегодняшний день возникает необходимость изучения заимствованных глагольных новообразований. В докладе определяется понятие и сущность заимствования, рассматриваются языки-источники и особенности процесса заимствования наименований из них, выявляется роль заимствования как способа обогащения английского глагольного словарного состава на современном этапе. Представлены результаты анализа пополнения глагольного состава современного английского языка заимствованиями за XXI в.; при помощи количественного метода выяснено, какие из языков-источников являются наиболее продуктивными на современном этапе, а какие – наименее.

Ключевые слова: заимствование; глагольный лексикон; глагольные новообразования; глагольные заимствования; варианты английского языка; язык-источник.

В результате смешения языков и их длительного исторического взаимодействия заимствования сегодня играют значительную роль в пополнении словарного состава любого языка. Заимствование – это естественный и необходимый процесс языкового развития, своего рода итог сближения культур и народов посредством научных, экономических, политических и многих других связей.

В ходе нашего исследования было проанализировано 200 глагольных новообразований, отобранных методом сплошной выборки из английских газет и журналов за 2021–2022 годы. Среди них «The Guardian», «The Independent», «The New Yorker», «The Times», «People», «Spectator» и «Vogue» [1; 2; 3; 4]. Среди анализируемых глаголов лишь 17 глагольных единиц появились в английском языке путём заимствования, что составляет всего 8,5 % от общего числа отобранных новообразований. Полученные статистические данные подтверждают наличие тенденции, согласно которой словарный состав английского языка в XXI в. стал значительно реже пополняться именно путем заимствования. Причина тому – статус английского как международного. Глаголы иноязычного происхождения в нашей выборке заимствованы преимущественно из вариантов английского языка, а именно: австралийского, карибского и индийского английского; а также немецкого, румынского, африкаанса, идиша, французского, арабского, испанского, хинди и датского.

В настоящее время существует огромное количество различных диалектов, вариантов и говоров английского языка. И, что самое удивительное, сегодня именно они являются источником новых заимствований в язык-прародитель.

Нами были зафиксированы заимствования из трех вариантов английского, что составило 36 % от всех заимствований нашей выборки.

Первый (12 %) – это австралийский вариант английского языка (*bail, code-hop*): «*Data indicates that more and more fans are code-hopping, Australian sporting administrators must now follow suit and start to broaden their horizons*» [3]. Для австралийского английского, в первую очередь, характерны множество заимствований, сокращений, использование сленга в качестве официального языка, а также искажение не только формы слова, но и его значения (например, *bastard* в Австралии может использоваться в качестве похвалы и т. д.).

Вторым источником заимствования является карибский (12 %) вариант английского языка (*fingle, sheg*): «*I also saw police doing spot checks... they were pulling over ppl..having them come out the vehicle, fingling the documents*» [2]. Карибский английский часто используется в качестве термина для обозначения, в сущности, всех креольских диалектов английского языка, на которых говорят в Карибском бассейне, Либерии, Гайане и в большинстве стран Карибского побережья. Несмотря на серьезные различия между карибскими диалектами как таковыми, карибский английский – это, в основном, смесь британского английского и западноафриканского языка.

Третий – индийский (12 %) английский (*prepone, steupse*), или так называемый «Hinglish», также играет большую роль. Сегодня носителя индийского английского можно узнать по следующим характерным особенностям: использованию мягкого звука [l'] (*meal', chil'd*); сочетанию индийских корней и суффиксов с английскими основами или, наоборот, английских суффиксов с индийскими основами и корнями, а также по наличию новообразований из уже существующих в английском суффиксов и корней (*vegetablewala; freeness* – «свобода»), дословному переводу и адаптации идиоматических выражений и, безусловно, множеству заимствований из хинди, связанных с национальной культурой и т. д.: «*We hope the ECB will be able to prepone their domestic tournament and be able to participate by making this “minor adjustments” so that English side can participate in this Year’s Twenty20 Champions League*» [2].

Распространение британского английского в колониальных условиях значительно повлияло и на африкаанс (12 % от общего числа заимствований), язык местного населения, однако ассимиляция английского на данных территориях не обошлась без проникновения в его словарный

состав различных наименований из африкаанса и других туземных наречий (*dingolay, toyi-toyi*): «*This are the very guys who are toyi-toying for more money whilst the quality of their work leaves a lot to be desired*» [2].

В современном английском случаи употребления заимствований из идиша являются довольно редким явлением и в большинстве своем охватывают такие сферы, как кулинария, религия и быт (*fumfer* ← *fonfn*, *kvell* ← *kveln*): «*“They mollycoddled me; they kvelled over me,” he says, slipping into Yiddish*» [3].

Поскольку немецкий и английский являются близкородственными языками, немецких заимствований в английском не больше 1000. И значительное количество слов, пусть и заимствованных из немецкого, на самом деле являются интернациональными, так как имеют греческие и латинские корни, что отличает их лишь адаптированным написанием на английский или немецкий лад (*angst* ← *Angst* n.): «*Yet now we have a Superman who angsts about not having human connections (his marriage to Lois never happened now) and mopes around quite a bit*» [4].

В английском заимствования из румынского языка являются редкостью, так как данный язык считается достаточно уникальным романским языком, зародившемся на территории Восточной Европы, что делает его потомком латыни, откуда, в свою очередь, англичане и так позаимствовали множество слов (*deek/dikh*), эквивалентом которого является всем известный английский аналог *look (at)*: «*And I remember she said “Deek that! Swedish royals are like Disney princesses come to life in new portraits!”, and I couldn't stop laughing for at least another two hours*» [2].

Сегодня в современном английском лексиконе лишь изредка можно встретить новые французские наименования. Заимствованные языковые единицы, а также выражения и фразы связаны преимущественно с модными течениями, которым свойственно использовать необычные слова с целью «выделиться из общества». Среди множества глаголов нашей выборки мы выделили лишь одно французское заимствование *galocher* (*la galoche*), что в переводе означает «целоваться по-французски, французский поцелуй»: «*The newest edition of the Petit Robert 2014 dictionary has rectified that with a new verb — «galocher», meaning «o kiss with tongues*» [4].

В результате анализа глагольных новообразований современного английского языка нами также было выделено заимствование из испанского языка (*mamaguy* ← *tamar gallo*), что означает «обмануть кого-либо с помощью лести»: «*He is just trying to mamaguy the population and, at least the timing is good because the public inquiry into his conduct is coming up in the next two weeks*» [1].

Отметим, что на испанский в свое время серьезно повлиял арабский язык, чье воздействие было обусловлено мусульманским вторжением в начале VIII в. н. э. В целом испанский и арабский играют немалую роль в совокупности, поскольку именно через испанский в английском языке появились некоторые арабские наименования. В нашем исследовании мы зафиксировали одно арабское заимствование, которое относится к довольно популярной культуре рисования хной на востоке (*henna* ← *ḥinnāʾ*): «*It was her spirit of cultural co-operation and general good eggishness to have her right index finger hennaed with a traditional Fez design*» [3].

Также в ходе нашего исследования было обнаружено по одному заимствованию из:

хинди (*loot* ← *lūt, lotra*): «*Thousands of artworks were looted during the Second World War*» [3];

датского (*trigger* ← *trekker*): «*The newly christened “zombie apocalypse” in America has triggered financial chaos across the globe, and the rich are keen to consolidate and protect their fortunes*» [2]. В настоящее время заимствований из датского очень мало, что объясняется тем, что основное пополнение английского языка скандинавскими заимствованиями осуществилось много веков назад.

Таким образом, процесс заимствования как способ обогащения английского глагольного словарного состава сегодня по-прежнему играет важную роль. Лексика иноязычного происхождения проникает в английский язык, однако уже не так активно, как несколько веков назад, что объясняется мировой тенденцией к заимствованию из английского языка, а не наоборот.

Библиографические ссылки

1. People Online Magazine. URL: <https://people.com/> (дата обращения: 13.10.2021).
2. The Guardian Online Newspaper. URL: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения: 13.10.2021).
3. The Times Online Newspaper. URL: <https://www.thetimes.co.uk/> (дата обращения: 14.10.2021).
4. Vogue Online Magazine. URL: https://www.vogue.com/?us_site=y (дата обращения: 13.10.2021).

ФРАЗЕОСЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ ДЕНЕГ: АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВНОСТИ ЛИНГВОКОГНИТИВНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

М. И. Шатухина

Белорусский государственный университет;

mashatukhina@gmail.com;

науч. рук. – М. С. Гутовская, канд. филол. наук, доц.

В докладе оценивается перспективность выбора фразеологически объективированной семантики денег для лингвокогнитивного исследования с учетом ряда критериев: 1) психологическая важность для человека; 2) значимость во фразеологической системе; 3) степень изученности в лингвистике. Объектом исследования являются научные работы, рассматривающие семантику денег (и соответствующее фразеосемантическое поле, фразеологический концепт). Новизна работы состоит в том, что в ней впервые получены научно обоснованные выводы о перспективности лингвокогнитивного изучения фразеосемантических полей «деньги» / «money» в русском и английском языках.

Ключевые слова: фразеологизм; фразеосемантическое поле «деньги»; лингвокогнитивный аспект исследования.

Фразеологическая картина мира характеризуется дискретностью – складывается из концептов. Фразеологические концепты объективируются во фразеосемантических полях и являются объектом многих лингвокогнитивных исследований. Для лингвокогнитивного изучения целесообразно выбирать ключевые концепты. Целью данного доклада является оценка перспективности лингвокогнитивного исследования фразеологической семантики «деньги» с учетом следующих сформулированных М. С. Гутовской критериев: 1) психологическая важность для человека; 2) значимость во фразеологической системе; 3) степень изученности в лингвистике [1, с. 16–18].

Психологическая важность для человека. Для определения степени психологической важности семантики «деньги» для человека необходимо учесть такие показатели, как: а) частотность и общеупотребительность ее основного лексического обозначения (имени фразеосемантического поля, имени концепта); б) включенность соответствующего феномена в различные сферы жизнедеятельности человека; в) факт рассмотрения феномена отдельной отраслью / несколькими отраслями науки [1, с. 16–17].

О психологической важности семантики «деньги» для носителей русского и английского языков можно судить по данным о частотности и общеупотребительности ее основных лексических обозначений. Основным лексическим обозначением рассматриваемой семантики (и име-

нем соответствующего фразеосемантического поля, концепта) в русском языке является слово *деньги*, в английском – слово *money*.

Частотность (frequency) – термин, который используется для подсчета количества употреблений слова на миллион слов. Согласно «Новому частотному словарю русской лексики» О. Н. Ляшевской и С. А. Шарова, лексическая единица *деньги* является высокочастотной – имеет частоту 512.4 и занимает 31 место из 1002 в списке наиболее частотных имен существительных [2]. Дисперсия, или коэффициент D (dispersion value) – это коэффициент, который показывает равномерность распределения определенного слова в текстах разных жанров. Коэффициент D слова *деньги* очень высок – 96 (значение коэффициента определяется в интервале от 0 до 100) [2], и свидетельствует об общеупотребительности лексемы *деньги*.

Данные о частотности слова *money* и равномерности его распределения в разных по жанру текстах содержатся в частотном словаре английской лексики «Word Frequencies in Written and Spoken English». Частотность слова *money* – 374. Коэффициент D слова *money* – 0.95 (значение коэффициента определяется в интервале от 0.00 до 1.00) [3]. Представленные данные говорят о том, что лексема *money* является частотной и общеупотребительной.

Феномен «деньги» является неотъемлемой частью многих сфер жизнедеятельности человека – финансовой и социальной сферы, сферы управления общественными процессами [4, с. 661].

Феномен денег изучается различными отраслями науки. Экономисты рассматривают деньги как неотъемлемый компонент экономической системы [5, с. 35–67], философы – как предмет упорядочивания общественной жизни, а также фактор, обуславливающий культуру [6, с. 517]. Историки отслеживают развитие общества через изменение денег.

Значимость фразеосемантического поля ‘деньги’ во фразеологической системе. Рассмотрим продуктивность и центральность семантического поля «деньги» – А. Н. Баранов и Д. О. Добровольский считают эти характеристики главными критериями оценки значимости поля во фразеологии. Продуктивность поля измеряется количеством образующих его фразеологизмов. Центральность измеряется количеством смысловых связей поля с другими полями [7, с. 409].

По данным «Словаря-тезауруса современной русской идиоматики» А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского, фразеосемантическое поле «деньги» является продуктивным. Оно представлено 50 фразеологическими единицами: *на/про черный день*; *пустить по ветру*; *не по карману* (что-л. кому-л.); *дешево и сердито*; *поставить на счетчик* (кого-л.); *сбыть с рук* (что-л.); *[пойти/пройти] на ура*; *иметь [свою] цену* и др.

[8, с. 832–839]. Фразеосемантическое поле «деньги» является центральным: входит в парадигматические отношения с полем «бедность – богатство» [8, с. 832]. Семантическая подгруппа «бережливость – расточительность» в поле «деньги» связана с полем «жадность» [8, с. 834], а подгруппа «дорого – дешево» с полем «купля-продажа» [8, с. 835].

Степень изученности семантики ‘деньги’ в лингвистике. Для определения степени изученности семантики ‘деньги’ в лингвистике проведем анализ лингвистических работ по этой теме с учетом типа единиц (манифестантов соответствующей семантики), выступивших в них материалом исследования, аспекта рассмотрения и исследуемого языка / языков.

К. Годдард, А. Вежбицкая и Дж. М. Фарезе провели семантико-концептуальный анализ лексемы *money* [9]. О. М. Воевудская и Н. И. Пустовалова занимались изучением концепта «деньги» в художественных и публицистических текстах [10]. Н. Э. Агаркова изучала специфику языковых средств репрезентации и структуризации концепта ‘*money*’ [11]. Также на основе слов *money* и *деньги* Н. В. Колесник исследовала категорию числа как отражение когнитивной картины мира [12]. И. А. Майоренко в работе «Концептуализация понятия "деньги" в лексической системе и фонде устойчивых единиц русского, английского и французского языков» показала межнациональные различия концепта денег в менталитете русского, английского и французского народов [13].

Семантика «деньги» изучалась преимущественно в русском и английском языках: в работах А. Д. Мальцева [14], О. М. Воевудской, Н. И. Пустоваловой. Е. А. Камышанченко, Н. В. Нерубенко проводили сопоставительный анализ английских и немецких пословиц и поговорок, репрезентирующих концепт «деньги» [15].

Таким образом, концепт «деньги» в лингвистических работах изучен довольно широко. Сопоставительное исследование фразеосемантических полей «деньги» в русском языке и «*money*» в английском проводилось лишь в нескольких работах и требует дальнейшей лингвокогнитивной разработки.

Проведенное исследование позволяет заключить, что фразеологическая семантика денег является перспективной для лингвокогнитивного изучения, так как является психологически важной для человека, значимой во фразеологической системе и недостаточно изученной в лингвистике.

Библиографические ссылки

1. Гутовская М. С. К проблеме выбора фразеологического концепта для лингвокогнитивного изучения // Вестник МГЛУ. Сер. 1. Филология. Минск, 2013. № 3 (64). С. 13–20.
2. Ляшевская О. Н. Новый частотный словарь русской лексики. URL: <http://dict.ruslang.ru/freq.php> (дата обращения: 10.05.2022).
3. Leech G. Word Frequencies in written and spoken English. URL: <http://ucrel.lancs.ac.uk/bncfreq/flists.html> (date of access: 10.05.2022).
4. Кант И. Сочинения в шести томах [Под общ. ред. В. Ф. Асмуса, А. В. Гулыги, Т. И. Ойзермана]. Москва : Мысль, 1966.
5. Belk R. W., Wallendorf M. The sacred meanings of money // Journal of Economic Psychology. 1990. Vol. 11. Iss. 1. P. 35–67.
6. Simmel G., Frisby D. The Philosophy of Money. London : Routledge, 2004.
7. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Добровольский Аспекты теории фразеологии. Москва : Знак, 2008.
8. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Словарь-тезаурус современной русской идиоматики: около 8000 идиом современного русского языка / Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН ; под ред. А. Н. Баранова, Д. О. Добровольского. Москва : Мир энциклопедий Аванта+, 2007.
9. Goddard C., Wierzbicka A., Farese G. M. The conceptual semantics of «money» and «money verbs» // Russian Journal of Linguistics, 2022. Vol. 26. № 1. P. 7–30. URL: <https://doi.org/10.22363/2687-0088-27193> (date of access: 10.05.2022).
10. Воеводская О. М., Пустовалова Н. И. Концепт деньги в художественных и публицистических текстах: (на материале рус. и англ. яз.) // Филол. зап. Воронеж, 2004. Вып. 22. С. 113–126.
11. Агаркова Н. Э. Концепт «деньги» как фрагмент английской языковой картины мира (на материале американского варианта английского языка) : автореф. дис. канд. филол. наук [Иркут. гос. лингвист. ун-т]. Иркутск, 2001.
12. Колесник Н. В. Категория числа как отражение когнитивной картины мира (на примере существительных «money» и «деньги» в английском и русском языках) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Сер. Языкознание. Москва, 2009. Вып. 571, Часть II. С. 180–192.
13. Майоренко И. А. Концептуализация понятия «деньги» в лексической системе в фонде устойчивых единиц русского, английского и французского языков : автореф. дис. канд. филол. наук [Кубан. гос. ун-т]. Краснодар, 2005.
14. Мальцев А. Д. Национальная специфика концепта «деньги» в русском и английском языках // Язык и национальное сознание. Вып. 2. Воронеж, 1999. С. 66–69.
15. Камышанченко Е. А., Нерубенко Н. В. Сопоставительный анализ пословиц и поговорок английского и немецкого языков, репрезентирующих концепт «деньги» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. № 1 (12), 2012. С. 78–80.

УВАСАБЛЕННЕ ФЕНОМЕНА БАГАВАННЯ Ў РАМАНЕ КАТАРЖЫНЫ ТУЧКАВАЙ «ЖЫТКАЎСКІЯ БАГІНІ»

Л. У. Шаховіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

kazachnik13@gmail.com;

наук. кір. – А. У. Вострыкава, канд. філал. навук, дац.

Работа прысвечаная вывучэнню арыгінальнага ўвасаблення мараўскага феномена багавання ў рамане сучаснай чэшскай пісьменніцы Катаржыны Тучкавай «Жыткаўскія багіні». Аб'ект даследавання – вышэйзгаданы раман, прадмет – багаванне як культурны феномен і яго адлюстраванне ў творы. Актуальнасць даследавання абумоўлена вялікай цікавасцю як чэхаў, так і беларусаў да нацыянальнай ідэнтычнасці і народных традыцый; запатрабаванасцю вывучэння адлюстравання гэтых традыцый у мастацкай літаратуры. Мэта работы – даследаваць феномен багавання і спецыфіку яго ўвасаблення ў азначаным творы. З прычыны таго, што «Жыткаўскія багіні» – дастаткова новы твор маладога аўтара, ён не вывучаны ў дастатковай ступені, у чым заключаецца навізна нашай работы. Вынікі даследавання могуць быць ужытыя пры выкладанні дысцыпліны «Гісторыя чэшскай літаратуры», пры правядзенні спецсемінараў і спецкурсаў, прысвечаных чэшскай літаратуры. Работа можа садзейнічаць папулярызацыі ведаў пра сучасную чэшскую літаратуру і пра славянскія традыцыі.

Ключавыя словы: багаванне; белая магія; прыродная магія; андзелаванне; традыцыі Маравіі; жыткаўскія багіні; Катаржына Тучкава.

Багаванне – гэта ўнікальны культурна-псіхалагічны феномен, які існаваў на землях Маравіі са старажытных часоў. Ён зарадзіўся на мяжы магіі, пантэізму, хрысціянскай рэлігіі і народных традыцый і ўяўляў сабой сістэму пэўных поглядаў на свет і сукупнасць магічных практык, якія цалкам правамерна аднесці да «белай» магіі. Багаванне практыкавалі жанчыны, ад нараджэння надзеленыя пэўным дарам: звышнатуральнымі здольнасцямі. Само слова багаванне мае відавочнае этымалагічнае паходжанне ад лексемы бог: гэта магічная дзейнасць, якая нейкім пэўным чынам звязана з боскім, надзвычайным.

Лакалізацыяй феномена можна назваць вялікую чэшскую вёску Жыткава, што знаходзіцца ў Маравіі, ў Злінскім краі, у Белых Карпатах, на мяжы са Славакіяй. У сувязі з геаграфічным распалажэннем гэты населены пункт яшчэ нядаўна вылучаўся сваёй ізаляванасцю і адрэзанасцю ад знешняга свету. Францішак Барташ так ахарактарызаваў жыхароў Капаніц: «Іх хрысціянства – усяго толькі маска, праз якую прасвечваецца іх сапраўднае аблічча – на дзве трэці яны язычнікі-стараверы. І больш нідзе на Мараве не знойдзем мы столькі разнастайных народных павер'яў, столькі забабонаў і старвх звычак, як у гэтым аддаленым горскім закуцці» [1, с. 12].

Па-мастацку пераасэнсавала феномен багавання ў сваім творы «Жыткаўскія багіні» сучасная чэшская пісьменніца Катаржына Тучкава, чыё майстэрства неаднаразова пацвярджалася шматлікімі літаратурнымі прэміямі, сярод якіх прэстыжная прэмія Ёзэфа Шкворацкага 2012 года за вышэйназваны твор. «Жыткаўскія багіні» – у значнай ступені дакументальны раман, у якім пісьменніца пераследавала мэту паказаць адзінкавасць і непаўторнасць мараўскай культуры, а таксама звярнуцца да лёсаў багін [2].

Падыход аўтаркі да апісання багавання комплексны: Катаржына Тучкава не абмяжоўваецца павярхоўным паказам азначанай з’явы як пэўнай пісьменніцкай «дэкарацыі», але звяртаецца да сутнасці феномена, разглядаючы яго шматаспектна.

Па-першае, Катаржына Тучкава апісвае багаванне з прагматычнага, найбольш лагічнага пункту погляду – як сукупнасць разнастайных магічных практык. У адлюстраванні гэтых практык у тэксце пісьменніца скурпулёзная і дзейнічае, як даследчыца. Для яе важна не столькі перадаць атмасферу чараўніцтва, колькі тэхнічна апісаць гэты працэс. Сярод шматлікіх магічных і калямагічных практык, якія выкарыстоўвалі багіні і якія згадваюцца ў рамане, можна вылучыць варажбу, прыродную магію, лячэнне. Паасобку стаіць «андзелаванне», якое можна аднесці да дапаможных практык.

Некаторыя багіні абіралі сабе памочнікаў, такзваных «андзелаў» – гэта былі маладыя дзяўчаты ці дзеці, якіх багіні вучылі задаваць кліентам спецыяльныя пытанні. Так як багіні найчасцей жылі на аддаленых хутарах у гарах, прыезджыя рэдка маглі самастойна знайсці да іх дарогу, і звярталіся да «андзелаў» па дапамогу. Задачай такіх праваднікоў было не толькі паказаць кліенту шлях да багіні, але і ненавязліва распытаць яго пра мэту візіта і як мага больш пра яго жыццё. У сваім творы Катаржына Тучкава надае традыцыі знаходзіць такзванага «андзела» («анёла») вялікае значэнне. Каб патлумачыць чытачу месца «андзелавання» ў працэсе багавання, пісьменніца абірае паказаць з’яву знутры, вачыма андзела. Для гэтай мэты Катаржына Тучкава абірае ўспрыманне дзіцяці як найбольш непамутнелае і шчырае. Пісьменніца раскрывае вельмі важную падрабязнасць: важнымі для багін былі не толькі самі пытанні, але і тое, як «андзелы» задавалі іх і транслюе важную для разумення сутнасці багавання думку – «андзелаванне» не махлярства, але частка працэсу, цяжкая справа, якая патрабуе псіхалагічнай падрыхтоўкі і ведання чалавечай прыроды ад «андзела».

Найбольш шырока ў рамане прадстаўленыя спосабы варажбы. Часцей за ўсё сустракаецца апісанне класічнай практыкі ліцця воску, якой

валодалі ўсе або амаль усе багіні. Для аўтаркі важна паказаць эстэтыку гэтай старажытнай з'явы, яе гіпнатычнае ўздзеянне на чалавека, празорлівасць багінь, моц іх інтуіцыі. Адным з найважнейшых эпізодаў рамана становіцца варажба са зліццём воску для Доры ад Ірмы Габрыгелавай. Аўтарка дэталёва апісвае ўсе неабходныя для варажбы прадметы: маляваная міска з народным арнаментом, у якой у якасці духмянага рэчыва падпальваюцца зёлкі, гаршчок з такзванай крынічнай «шчаснай вадзічкай», воск, які расплаўляўся на пліце да вадкага стану [3, с. 210–211]. Працэс багавання апісаны тэхнічна, скурпулёзна: для пісьменніцы важная кожная дэталё, нават распалажэнне рэчаў на сталe.

Сярод практык варажбы ў рамане яскрава апісанае прыварожванне [3, с. 101–102]. Гэта комплексны, складаны абрад, звязаны з канцэптам жаночай прывабнасці. Галоўнымі магічнымі атрыбутамі становяцца крынічная вада, зёлкі, цеста, лабковыя валасы і менструальная кроў. Вада – вельмі характэрны элемент багавання, але таксама немагчыма не адзначыць, што вада ў славянскай міфалогі моцна звязаная з жаночым пачаткам [4, с. 59]. Зёлкі, якімі карыстаецца Сурмэна, у рамане названыя: гэта святаяннік і дзераза. Святаяннік выкарыстоўваўся для варажбы на шлюб і для таго, каб адвадзіць сурокі і разлучніц [5]. Чырвоныя ягады дзеразы звязаныя з каханнем, як і многія іншыя чырвоныя ягады [5]. Лабковыя валасы і капля менструальнай крыві, якія Сурмэна парадзіла дадаць у цеста для пірагоў, з'яўляюцца сімваламі цялеснасці і прывабнасці. Прыварот Катаржына Тучкава характарызуе, як цалкам удалы і зноў не звяртаецца да рацыянальных тлумачэнняў здарэння, пакідаючы развагі чытачу, што надае эпізоду аўру таямнічасці.

Беламагічныя прыродныя практыкі, якімі карыстаецца багіні ў рамане, моцна знітаваныя з надвор'ем. Найбольш цікавым для нас з'яўляецца такая магічная практыка, як «закляцце навальніц», пра якую мы падрабязна расказалі ў першым параграфe. У рамане «заклінаннем буры» займаецца Сурмэна, і ў дадзеным выпадку Катаржына Тучкава абаяваецца на фактаграфічныя звесткі: багіня з мянушкай Сурмэна сапраўды была знакамітая тым, што ўмела пакараць надвор'е. Тэхніка багавання апісваецца аўтаркай як нешта падобнае да рытуальнага танца. Замест заклінання Сурмэна ўжывае пэўным чынам змененаю малітву, з якой звяртаецца да Бога, просячы суцішыць буру. Апісваючы закліцце навальніцы, Катаржына Тучкава звяртае ўвагу на пэўную эстэтыку багавання як акта еднасці чалавека і стыхіі: багіня паказаная як моцная, упэўненая ў сваім поспеху асоба: тут зноў прасочваецца думка аб тым, што вядзьмарства і шарлатанства для Катаржыны Тучкавай вельмі далёкія адно ад аднаго паняцці, і багаванне непарыўна звязанае з верай у свае здольнасці змяняць рэчаіснасць.

Акрамя таго, пісьменніца разглядае багаванне як лёсы рэальных жанчын, малюе вобразы багінь, дасканальна даследаваўшы іх біяграфіі, але не застаючыся ў межах дакументалістыкі. Для Катаржыны Тучкавай важна паказаць сваіх гераінь менавіта як чараўніц, пранікнуць у сутнасць іх глыбіннай ідэнтычнасці. Пры гэтым у творы прысутнічаюць як вобразы вядзьмарак, якія сапраўды існавалі (часам пад змененымі імёнамі і мянушкамі), так і цалкам створаныя аўтаркай персанажы.

Такім чынам, у рамане Катаржыны Тучкавай «Жыткаўскія багіні» з'ява багавання ўвасоблена на ўсіх узроўнях і з'яўляецца важнай часткай мастацкага свету твора. Можна сцвярджаць, што нават нягледзячы на фіктыўныя эпізоды і асоб, кніга застаецца праўдзівай гісторыяй жыткаўскіх багінь, асвятляючы з'яву багавання з усіх бакоў.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Jílik J. Žitkovské čarování* – e-kniha. Copyright Albatros Media a. s., 2021.
2. *Hloušková L. Spisovatelka Kateřina Tučková: Zlomily to bohyně*. URL: <https://www.novinky.cz/zena/styl/clanek/spisovatelka-katerina-tuckova-zlomily-to-boh-une-287816> (дата звароту: 03.09.2021).
3. *Тучкава К. Жыткаўскія багіні* : раман ; пер. з чэшск. Святланы Рогач. Вільня : Логвінаў, 2016.
4. Славянская мифология. Энциклопедический словарь. 2-е изд. Москва : Междунар. Отношения, 2002.
5. *Любенко Р. Чудотворные растения: некоторые славянские параллели*. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chudotvornye-rasteniya-nekotorye-slavyanskije-paralleli> (дата звароту: 05.10.2021).

РЭЦЭПЦЫЯ ЦЫКЛА К. ТОМАНА «МЕСЯЦЫ» Ў ПАЭТЫЧНЫМ ЗБОРНІКУ Я. СЭЙФЕРТА «ВЯСНА, БЫВАЙ»

Ю. А. Шлемен

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

yulenska.shlemen@gmail.com;

наук. кір. – А. У. Вострыкава, канд. філал. навук, дац.

У дакладзе параўноўваюцца паэтычны цыкл К. Томана «Месяцы» і зборнік вершаў Я. Сэйферта «Вясна, бывай». Мэтай даследавання з’яўляецца аналіз уздзеяння спадчыны чэшскага дэкадэнта К. Томана на вершы Я. Сэйферта – адзінага чэшскага Нобелеўскага лаўрэата, творчасць якога вызначыла кірунак усяго далейшага развіцця чэшскай літаратуры. На прыкладзе канкрэтнага верша «Сакавік» аналізуюцца мастацкія сродкі, з дапамогай якіх мы можам прасачыць падабенства абодвух зборнікаў на розных узроўнях. Праводзіцца аналіз поглядаў даследчыкаў, якія вывучалі жыццёвы і творчы шлях Я. Сэйферта. Арыгінальнасць і навізна работы заключаецца ў тым, што аналіз і параўнанне твораў цыкла «Месяцы» і зборніка «Вясна, бывай» яшчэ не з’яўляліся прадметам спецыяльнага навуковага вывучэння. Тэарэтычнае і практычнае значэнне даследавання вызначаецца тым, што яно мае вялікае значэнне для развіцця беларускай багемістыкі, паколькі творчая спадчына абодвух чэшскіх пісьменнікаў практычна не вывучалася і не параўноўвалася ў беларускім літаратуразнаўстве. Вынікі работы могуць быць выкарыстаныя ў адукацыйным працэсе для правядзення лекцый і практычных заняткаў па гісторыі чэшскай літаратуры, гісторыі славянскіх літаратур, у выкладанні агульных курсах сусветнай літаратуры, а таксама ў кампаратыўных даследаваннях.

Ключавыя словы: чэшская літаратура; рэцэпцыя; Карэл Томан; Яраслаў Сэйферт; цыкл «Месяцы»; зборнік «Вясна, бывай».

Свядомыя і несвядомыя «запазычванні» стылёвых асаблівасцей і кампазіцыйнай арганізацыі твора адбываюцца ўвесь час у сусветнай літаратуры. Так, у чэшскай літаратуры мы можам шукаць паралелі паміж творчымі здабыткамі чэшскага дэкадэнта К. Томана і аднаго з самых знакамітых і слынных паэтаў Я. Сэйферта.

Сам Я. Сэйферт – адзін з самых яскравых прадстаўнікоў чэшскай літаратуры XX ст., паколькі ён прайшоў праз многія паэтычныя кірункі і літаратурныя плыні. Яго спадчына дагэтуль актыўна вывучаецца ў літаратуразнаўстве. Аднак для выяўлення значнасці паэтычнай дзейнасці ў кантэксце літаратуры Чэхіі неабходна прасачыць уплыў іншых чэшскіх пісьменнікаў на творчасць Я. Сэйферта. Так, З. Пешат лічыў: «*Моцна тут адбіваецца і ўплыў сучаснай паэзіі, <...> калі казаць пра структуру верша, праяўляецца уплыў К. Томана*» [1, с. 185]. Асабліва яскрава структурны і тэматычны ўплыў К. Томана праявіўся ў зборніку нобелеўскага лаўрэата «Вясна, бывай» (Jaro, sbohem, 1937). У дадзеным выпадку мы маем на ўвазе пэўныя паралелі і сыходжанні са

зборнікам К. Томана «Месяцы» (Měsíce, 1918), які змяшчае 12 кароткіх вершаў, прысвечаных асобным месяцам года. Вершы складаюцца з 13 радкоў і падзелены на строфы з ямбічнай рыфмай. «Месяцы» апісваюць закончаны цыкл аднаго года, а таму вершы ствараюць непадзельнае адзінства, нягледзячы на разнастайную тэматыку і жанры.

Вершы Я. Сэйфэрта ў зборніку «Вясна, бывай» апісваюць аўтарскую любоў да роднага краю, што падкрэслівае У. Прокап: «Кніга “Вясна бывай” – зборнік з матывамі меланхоліі, якая пераадольваецца ўспамінамі пра дзяцінства, любоўнае зачараванне ці апяванне прыгажосці чэшскіх краявідаў» [2, с. 189]. Тэматычная разнастайнасць зборніка не перашкаджае аўтару засяродзіцца на прыроднай прыгажосці яго радзімы. Я. Сэйфэрт у частцы, прысвечанай кожнаму месяцу года, апісвае з’явы, што адбываюцца ў рэчаіснасці ў канкрэтны перыяд. Уплыў зборніка «Месяцы» праяўляецца ў тым, што чэшскі паэт таксама страфічна вылучае кожны верш, выкарыстоўваючы пры гэтым ямб у якасці асноўнай рыфмы. Сам пісьменнік на пачатку свайго выдання «Вясна, бывай» адзначае, што кніга прысвечана дэкадэнту К. Томану.

Славацкі літаратурны тэарэтык Д. Дзюрышын адзначаў, што да асноўных форм рэцэпцыі адносіцца алюзія, пераклад і перайманні [3, с. 134]. Стылізаванае перайманне і алюзіі назіраюцца ва ўсіх вершах Я. Сэйфэрта, аднак найбольш яскрава яны праявіліся ў вершы «Сакавік».

Зборнік «Месяцы» прысвечаны сялянскай працы. Дадзеная тэма яскрава прасочваецца і ў вершы «Сакавік» (Březen). Пачатак вясны звязаны з адраджэннем і новым жыццём, у вершы прысутнічаюць віталісцкія настроі. Гэта падкрэсліваецца эпіфарай «jde jaro» [4, с. 11] пасля першага і трэцяга сказа, што дазваляе казаць пра наяўнасць сінтаксічнага паралелізму ў абодвух пяцірадкоўях. Паэт спрабуе акцэнтаваць увагу чытачоў на прыходзе вясны з дапамогай лексічнага паўтору і асіндэтона.

Абуджэнне жывёльнага і расліннага свету паказана з дапамогай персаніфікацый, што робіць кожны створаны вобраз непаўторным і дазваляе найлепш адчуць пазітыўны настрой лірычнага героя ад прыходу вясны: «hvízdal kos», «šeptaly pupeny», «bez chvěje se», «hrušně čekají» [4, с. 11]. Прабуджэнне прыроды адбіваецца і на чалавеку, што падкрэслена ў вершы з дапамогай персаніфікаванай метафары і інверсіі: «rozkvétá ti vlas», «napil se tvůj smích» [4, с. 11]. Частотнае ўжыванне інверсійнага парадку слоў, персаніфікацый прыводзіць да рэдкага выкарыстання эпітэтаў (прадстаўлены трыма адзінкамі). Частковае адмаўлення ад гэтага тропа не прыводзіць да зніжэння метафарычнасці, вобразнасці, паколькі стылістычныя фігуры гэта цалкам кампенсуюць.

Узвышаныя пачуцці ад надыходу вясны аўтар адлюстроўвае на фанетычным узроўні. Пры апісанні прыроды выкарыстоўваюцца пераважна глухія зычныя: «*šeptaly pukající pupeny*», «*Bez chvěje se a hrušně čekají*» [4, с. 11]. Эпіфара, якая перадае надыход вясны, складаецца з санорных і звонкіх зычных, што ўтварае пэўную антытэзу паміж самім прыходам вясны і прыродай, якая яе чакае, дапамагае засяродзіцца на пары года: «*Jde jaro, jde jaro*» [4, с. 11].

У апошняй тэрцыне з дапамогай развітага зваротку паэт уздымае рэлігійную тэматыку, чым звязвае прыход вясны з уздзеяннем Бога на прыроду: «*Bože můj, obnoviteli, obroditeli*» [4, с. 11]. Выкарыстанне дзеяслова ў загадным ладзе ў першай асобе адзіночнага ліку дазваляе зразумець, што лірычны герой просіць у Бога падрыхтаваць і чалавека да надыходу новай пары года: «*na srdce v sněhu pamatuj*» [4, с. 11]. Неабходна адзначыць, што менавіта ў гэтай тэрцыне прысутнічае дакладная рыфма, хаця яна і не з'яўляецца багатай і глыбокай. Асабліваець пабудовы рыфмы ў папярэдніх пяцірадкоўях, дзе зарыфмаваны толькі назоўнік «jaro», робіць рыфму ў тэрцыне больш насычанай і яскравай, што акцэнтуюе ўвагу на рэлігійнай тэме і божым пачатку ў змене пор года. Ужыванне тэрцыны на канцы твора дазваляе графічна і інтанацыйна вылучыць апошняю частку ад папярэдніх двух пяцірадкоўяў, што набліжае вылучаныя тры радкі да формы малітвы.

Я. Сэйфэрт пры апісанні надыходу вясны, як і К. Томан, выкарыстоўвае інверсійны парадак слоў, што дазваляе яму засяродзіць увагу на новых прыродных з'явах: «*k sněhu tajícímu*» [5, с. 32]. Ужытыя дзеясловы ў загадным ладзе ў другой асобе множнага ліку паказваюць, што паэт у першую чаргу звяртаецца да людзей, якія мусяць заўважыць і адчуць змены ў навакольным асяроддзі: «*Pozdravte ještě jednou zimu*», «*skloňte se k sněhu tajícímu*» [5, с. 32]. Зварот да метафары пры апісанні вясны дазваляе перадаць аўтарскае захапленне зменамі: «*Kus jara už k nám padlo z výšek*» [5, с. 32]. Асіндэтон пры пералічэнні кветак, што пачынаюць расці ўвесну, перадае разнастайнасць і прыроднае багацце дадзенай пары года: «*podléška, modrý větrníček*» [5, с. 32].

У другім катрэне адчуваецца моцная сувязь паміж вясной і прыходам новага, абуджэннем і маладосцю ў святомасці самога аўтара. Нездарма ў параўнанні выкарыстаны вобраз дзіцяці, якое з цікавасцю глядзіць на матчын твар. Прабуджэнне ў навакольным асяродку перададзена не толькі на лексічным узроўні пры выкарыстанні слоў, якія маюць семантыку, звязаную са зменамі стану. На фанетычным узроўні пісьменнік аддае перавагу глухім зычным, што стварае ўражанне цішыні і спакою, а таксама запавольвае сам тэмп і гучанне радка: «*Otvírá očka ještě spící*» [5, с. 32]. Апісанне ж прабуджэння ад сну, якое можна

параўнаць са зменамі ў раслінным і жывёльным свеце, што адбываюцца ўвесну, падкрэсліваецца выкарыстаннем звонкіх і санорных зычных: «*jako když dítě na polštáři // v den již se rozednívající*» [5, с. 32].

У апошнім двухрадкоўі аўтар выкарыстоўвае пераважна дзеясловы, што і перадае наяўнасць змен у прыродным асяроддзі і душы чалавека: «*nemůže se vynadívát*», «*musí se smát*», «*počne zpívat*» [5, с. 32]. Варта адзначыць, што Я. Сэйфэрт, як і К. Томан, не ўжывае вялікую колькасць эпітэтаў. Ён кампенсуе гэта іншымі стылістычнымі фігурамі. Графічны падзел радкоў на чатырохрадкоўі і адно двухрадкоўе яшчэ больш набліжае дадзены верш да твора чэшскага дэсідэнта.

Такім чынам, аналіз зборнікаў «*Месяцы*» і «*Вясна, бывай*» дазволіў нам прасачыць уплыў творчасці К. Томана на паэтычную спадчыну Я. Сэйфэрта. Вершы слыннага паэта памежжа XIX–XX стст. былі высока ацэнены крытыкай, пра што сведчыць М. Лаштавічка і выказваецца пра чэшскага дэкадэнта наступным чынам: «*Адзін з найлепшых чэшскіх паэтаў к. XIX і п. XX стст. К. Томан напісаў за ўсё жыццё не больш за сотню даволі кароткіх вершаў. Але амаль кожны з іх з'яўляецца жамчужынай чэшскай паэзіі стылю мадэрн*» [6]. Менавіта творчая арыгінальнасць чэшскага дэкадэнта прыцягнула ўвагу Я. Сэйфэрта. Паэт у зборніку «*Вясна, бывай*» выбірае ў асноўным такія ж стылістычныя фігуры і мастацкія тропы, што былі выкарыстаныя ў цыклах «*Месяцы*». Графічнае вылучэнне радкоў таксама сведчыць пра алузіі і стылістычнае перайманне. Разам з тым К. Томан асацыюе змену пор года з сялянскай працай і боскім пачаткам, але Я. Сэйфэрт акцэнтуюе ўвагу на зменах у самой прыродзе і чалавечым настроі. Дадзеныя адрозненні па-мастацку вылучаюць зборнік «*Вясна, бывай*», аднак тэматычнае і стылістычнае падабенства твораў дазваляюць казаць пра ўздзеянне К. Томана на паэзію Я. Сэйфэрта.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Peřat Z.* Jaroslav Seifert. Praha : Āeskosl. spisovatel, 1991.
2. *Prokop V.* Přehled české literatury 20. století. Sokolov : O. K.-Soft, 2011.
3. *Дюришин Д.* Теория сравнительного изучения литературы. Москва : Прогресс, 1979.
4. *Toman K.* Měsíce. Praha : Fr. Borový, 1918.
5. *Seifert J.* Jablko z klína – Ruce Venuřiny – Jaro, sbohem. Praha : Āeskoslovenský spisovatel, 1990.
6. Бродяга-аристократ Карел Томан. URL: <https://ruski.radio.cz/brodyaga-aristokrat-karel-toman-8071569> (дата звароту: 17.03.2022).

ГУО «ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ БЕЛАРУСИ И ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Д. К. Аксентьева

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
diana-aksentsyeva@mail.ru;*

В. И. Шуневич

*University of Zielona Gora, Poland;
v.shunevich@bk.ru;
науч. рук. – А. М. Туровец, ст. преп.*

Под термином «логистический потенциал» подразумевают все материальные ресурсы, включая складско-транспортную инфраструктуру, а также трудовые ресурсы, то есть работников, работающих в сфере логистики. К составляющим логистического потенциала страны относят транспортную инфраструктуру, уровень оснащения которой является протяженность сети автомобильных и железных дорог, а также плотность транспортных узлов (например, аэропортов, портов). Актуальность нашей работы обусловлена повышением внимания к транспорту, увеличением инвестиций в этот сектор экономики и развитием инноваций. Объектом нашего исследования является транспортная инфраструктура, предмет – транспортный потенциал Республики Беларусь и Европейского Союза.

Ключевые слова: Европейский Союз; транспортная инфраструктура; логистический потенциал; привлечение инвестиций; развитие инноваций.

Транспортная инфраструктура, в связи с постоянно усиливающейся ценовой конкуренцией и необходимостью гарантировать значительную гибкость поставок, является основным критерием решений по локализации хозяйствующих субъектов. Растущее значение инфраструктуры требует сосредоточения усилий по ее адаптации к потребностям инвесторов, т.е. к созданию благоприятных транспортных коридоров, транспортных узлов и перегрузочных центров. Логистический потенциал также обуславливаются качественными аспектами инфраструктуры, такими как время и стоимость перевозки. Другим критерием логистического потенциала страны является высокотехнологичный сектор, для которого наиболее важным является время в пути, обусловленное качеством железнодорожной сети, доступностью международных аэропортов, предложением от перевозчиков и, в меньшей степени, доступностью автомобильных дорог.

В этом случае, независимо от вида деятельности, существенным элементом доступность квалифицированных рабочих.

Важнейшим определяющим фактором логистического потенциала страны является привлечение новых инвестиций. Прямым инструментом государственной политики развития транспортной логистики является, например, реконструкция и модернизация транспортной инфраструктуры.

Например, по данным Министерства экономики Республики Беларусь в 2020 году вложения инвестиций в Республике Беларусь в транспортную деятельность, информацию и связь сократились (7,4 % против 12,0 % за 2019 год). Отраслевая структура прямых иностранных инвестиций (ПИИ) на чистой основе по итогам 2020 года характеризуется следующим образом: в транспортную деятельность, складирование, почтовую и курьерскую деятельность – 4,8 % и 67,5 млн. долларов США.

На 81 сессии Европейской экономической комиссии было утверждено, что Фонд соединения Европы (ФСЕ) окажет поддержку более 690 проектам в области транспорта с финансированием по линии ЕС в размере 23 млрд евро, что соответствует совокупному объему инвестиций в транспортную инфраструктуру ЕС (гранты по линии ФСЕ вместе с другими источниками финансирования) в размере 48,3 млрд евро. В мае 2018 года Комиссия подготовила долгосрочный бюджет на период 2021–2027 годов, основанный на критерии прагматичности и отвечающий современным реалиям. Что касается инвестиций в сфере транспорта, предлагаемый бюджет программы ФСЕ по транспорту составляет 30,6 млрд евро, включая общее финансирование в размере 12,8 млрд евро и ассигнования из фонда солидарности в размере 11,3 млрд евро.

Долгосрочная стратегия в этой области требует увеличения государственных ресурсов, т.е. привлечение новых инвестиций в инфраструктуру. Поэтому развитие транспортной инфраструктуры – это не просто результат политики государства, а, прежде всего, инвестиционной привлекательности государства. Страны с богатой сетевой и точечной инфраструктурной системой, а также с удобным географическим положением являются наиболее привлекательными для инвесторов.

Именно инфраструктура обуславливает адекватный уровень удовлетворения потребностей хозяйствующих субъектов и отдельных лиц, работающих в сфере транспортной логистики, позволяет эффективно выполнять логистические задачи. Это создает необходимость анализа логистического потенциала стран.

Рассмотрим транспорт Республики Беларусь и Европейского Союза.

Географическое положение Республики Беларусь предопределило ее роль в качестве важной транзитной страны в Восточной Европе. В про-

грамме социально-экономического развития на 2021–2025 гг. в целях увеличения транзитного потенциала предусматривается развивать международные транспортные коридоры, сеть логистических центров посредством расширения их функциональности и комплексности. Планируется завершить работы по возведению современной транспортно-логистической инфраструктуры для привлечения международных грузопотоков в индустриальный парк «Великий камень» и особую экономическую зону «БрежиноОрша». В сфере железнодорожного транспорта будет уделено внимание созданию благоприятных условий для наращивания железнодорожных контейнерных перевозок в сообщении Восток – Запад – Восток до 1 млн. контейнеров в 20-футовом эквиваленте к концу 2025 года. В сфере автомобильного транспорта предусматривается возвести и реконструировать не менее 500 километров республиканских дорог, выполнить работы по ремонту не менее 7000 километров местных дорог, что позволит повысить скорость и безопасность перемещения грузов и пассажиров. Планируется увеличить плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием до 364,5 километра в расчете на 1000 кв. километров территории республики. Проведение комплексных работ по обустройству автодорожных пунктов пропуска позволит увеличить пропускную способность на Государственной границе Республики Беларусь в 2025 году до 37,5 тыс. транспортных средств в сутки. Реализация намеченных мер позволит обеспечить рост грузооборота до 141,6 млрд. тонно-километров, пассажирооборота – до 23,8 млрд. пассажирокилометров в 2025 году. Экспорт транспортных услуг увеличится в 1,25–1,3 раза за 2021–2025 гг.

Транспортная политика ЕС направлена на стимулирование в Европе экологически чистой, безопасной и эффективной системы мобильности, которая является основой для внутреннего рынка товаров и осуществления права граждан на свободное передвижение на всей территории ЕС. К 2030 году планируется завершить формирование основной сети Трансевропейской транспортной сети (ТЕС-Т), а также усилить достижение цели, касающейся обеспечения мобильности с низким уровнем выбросов. Финансирование ФСЕ было главным образом ориентировано на проекты по устойчивым видам транспорта, в частности в сфере железнодорожного и внутреннего водного транспорта, а также проекты в области горизонтальных приоритетов, таких как внедрение инноваций и использование новых технологий и систем управления транспортом в целях повышения безопасности и функциональной совместимости.

Таким образом, можно сделать вывод, что и Республика Беларусь, и Европейский Союз уделяют достаточное количество времени и денежных средств на улучшение транспорта и транспортного потенциала. С разви-

ем инноваций, увеличением инвестиций в транспортный сектор страны смогут оптимизировать работу транспорта, увеличить различные показатели (грузооборот, пассажирооборот и др.) и внедрить технологические процессы. И, конечно, в ряду масштабных и ответственных задач обеспечения экономики качественными и доступными транспортными услугами важное место отводится логистике доставок товаров всеми видами транспорта во внутривнутриреспубликанском, международном и транзитном направлениях.

Библиографические ссылки

1. *Молокович А. Д.* Транспортная логистика: учебник / А. Д. Молкович. – Минск: Вышэйшая школа, 2019. – 463 с.: ил.
2. Результаты инвестиционной политики РБ [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/peizultat-ru/>. – Дата доступа: 15.04.2022.
3. Европейская экономическая 81 сессия / Организация Объединенных Наций. – 2018.
4. Транспортный комплекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://rcek.by/transportnyj-kompleks-respubliki-belarus-sostoyaniye-i-perspektivy-ego-razvitiya/>. – Дата доступа: 15.04.2022.
5. Транспорт и логистика [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/osnovnye-otrasli/sfera-uslug/transport-i-logistika>. – Дата доступа: 15.04.2022.

МОТИВЫ ВЫБОРА СТУДЕНТАМИ ЯЗЫКА ОБУЧЕНИЯ

И. О. Андриюшова

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета» г. Минск;

Andrushovai@gmail.com;

науч. рук. – А. В. Зубарев, канд. ист. наук, доц.

В данном исследовании рассматриваются процессы взаимосвязи общественного устройства и формирования у студентов учебной мотивации. Мотивация является ключевым фактором повышения вовлеченности студентов в учебный процесс и реализации возможностей академической среды для формирования и развития универсальных и профессиональных компетенций будущих специалистов. Автором делается вывод, что желание студентов усовершенствовать языковые компетенции и потенциал работы с международными компаниями, являются ключевыми мотивами обучения на английском языке.

Ключевые слова: социологическое исследование; мотивы выбора языка обучения; мотивация студентов; англоязычное обучение.

Высокий уровень владения иностранным языком содействует активной интеграции учащихся вузов в интернациональную образовательную и научную коммуникацию. В условиях градационной глобализации мировой экономики подготовка профессионалов с высокой степенью владения иностранным языком становится особенно актуальной для отечественного рынка труда. Англоязычный формат обучения в высших учебных заведениях Республики Беларусь – феномен, который еще подлежит оценке и изучению. Исследование показывает новые процессы взаимосвязи общественного устройства и формирования у студентов учебной мотивации.

Работа и мотивация оказывают взаимное влияние друг на друга. Американский исследователь В. Врум считает, что, поняв теоретическую основу этой взаимосвязи, мы можем систематически объяснить, почему люди выбирают или избегают определенной работы, почему они удовлетворены или недовольны работой. Согласно мотивационной теории ожиданий В. Врума решения, принимаемые в ходе развития карьеры, часто зависят не столько от свойств текущей должности работника, сколько от ожидаемых вознаграждений, связанных с будущими должностями [1, с. 27]. В данном исследовании мотивационная теория В. Врума используется как основа понимания мотивации студентов к выбору языка обучения.

Целью исследования является определение и анализ факторов, влияющих на принятие решения о выборе языка обучения в вузе. Материалы данного исследования могут быть использованы при организации

вступительной кампании в учреждениях высшего образования Республики Беларусь.

Эмпирической базой данной работы являются результаты анкетирования, проведенного в апреле 2022 г. среди студентов Института Бизнеса БГУ с помощью программного обеспечения Google Forms. В ходе исследования были проанализированы мотивы, повлиявшие на решения студентов, и трудности, с которыми они столкнулись при рассмотрении возможных вариантов языковых форматов обучения. Обработка результатов анкетирования позволила определить приоритетные мотивы студентов к получению высшего образования и мотивы выбора языка обучения.

Исследование проводилось среди студентов 1 курса специальностей «Маркетинг» и «Логистика». Возраст большинства респондентов составил 17–18 лет (72 %), 75 % респондентов женского пола, 66 % – являются жителями столицы и областных центров.

Материальное положение опрашиваемых измерялось на основе ежемесячного дохода семьи из расчета номинальной начисленной средней заработной платы работников страны, которая на январь 2022 года составляла 1477,8 бел. руб. [2]. По итогам анкетирования было определено, что 48 % студентов проживают в семьях со средним уровнем дохода, 42 % – выше среднего.

В таблице 1 указаны основные мотивы получения высшего образования с точки зрения студентов.

Основные мотивы получения высшего образования, в %

Мотивы	%
Высшее образование открывает путь к повышению общего культурного уровня, всестороннему развитию личности	42,0
Люди с высшим образованием пользуются уважением в обществе	31,0
Без высшего образования нельзя построить карьеру	29,0
Родители настояли на получении вами высшего образования	25,0
Высшее образование – это гарантия от безработицы	23,0
Без высшего образования нельзя заняться интересной и содержательной работой	19,0
Высшее образование гарантирует хорошее материальное положение	4,0

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что наибольшее влияние на решение о поступлении в учреждение высшего образования оказывает возможность личностного роста, занимаемый статус в обществе, желание построить карьеру и влияние родителей. И на последнем месте – «гарантия хорошего материального положения». Помимо этого, студенты отметили: возможность для отсрочки выбора профессии; высшее образование способствует развитию когнитивных навыков; избежание воинской повинности. Также был представлен вариант о полном отсутствии мотивации к обучению.

Предварительно рассматривали англоязычный формат обучения 63 % опрошенных, однако только 31 % студентов обучаются на английском языке. На студентов, выбравших русскоязычный формат обучения, в большей степени повлиял низкий уровень владения английским языком.

Решение о выборе англоязычного формата обучения студентами в большинстве было принято в период подачи документов (61 %), только 20 % обучающихся приняли решение еще на стадии обучения в школе.

80 % студентов, прошедших конкурс на английскую форму обучения, изучали язык дополнительно, из них: 20 % посещали языковые курсы; 33 % – занималось с репетитором и 26 % занимались – самостоятельно.

Что касается мотивации выбора английского языка, как основного языка обучения, лидирующие позиции занимают две причины: желание усовершенствовать языковые компетенции (81,8 %) и потенциальная возможность работы в международных компаниях (81,8 %). Также, 70 % опрошенных отметили заинтересованность в продолжении обучения в иностранных вузах.

Таким образом, на основании проведенного исследования, можно сделать следующие выводы: наибольшее влияние на принятие решения о получении высшего образования оказывает перспектива повышения общественного статуса и развития личностных, а также профессиональных качеств, заинтересованность студентов в обучении на английском языке связана с желанием усовершенствовать языковые навыки и потенциальной работой с международными компаниями.

Библиографические ссылки

6. V. Vroom, V. Title / V. Vroom // Administrative Science Quarterly. – 1968. – Vol. 13 – No. 1 – PP. 26–46. [Electronic resource] JSTOR. URL: <https://www.jstor.org/stable/2391260?readnow=1&refreqid=excelsior%3A0825543ec8a6d7f00fcea350be91cff&seq=1> (date of access: 12.04.2022).
7. О начисленной средней заработной плате работников Республики Беларусь в январе 2022 г. [Electronic resource] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/stoimost-rabochey-sily/operativnye-dannye/o-nachislennoy-sredney-zarabotnoy-plate-rabotnikov/o-nachislennoy-sredney-zarabotnoy-plate-rabotnikov-respubliki-belarus-v-yanvare-2022-g/index.php?sphrase_id=1693719 (date of access: 11.04.2022).

ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ КРИПТОВАЛЮТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

И. М. Атрошкова

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
iatroskova@gmail.com;
науч. рук. – Н. В. Мальцевич, канд. экон. наук, доц.*

Технологическая революция произвела масштабную революцию в деньгах. Это породило новое средство обмена, широко известное как криптовалюта. Он доступен только в электронном или цифровом виде и может быть обменян только через интернет. Виртуальные валюты стали очень популярными в наши дни из-за повышения конфиденциальности и снижения транзакционных издержек. Увеличение использования и интереса людей к этим валютам по всему миру показывает, что необходима стратегическая правовая база для работы с виртуальными валютами. Децентрализованный и анонимный характер виртуальных валют также создает проблемы в их регулировании. Автор рассматривает вопросы правового и информационного характера в отношении криптовалюты, основываясь на действующем законодательстве и результатах проведенного опроса.

Ключевые слова: криптовалюта; биткойн; правовой акт; правовое регулирование криптовалют; законодательство Республики Беларусь.

Криптовалюты становятся все более популярными. Правоохранительные органы, налоговые органы и правовые регуляторы по всему миру пытаются понять саму концепцию криптовалют и их место в существующих правилах и правовых рамках. Децентрализованный и анонимный характер криптовалют также привлекает различные незаконные действия. Власти всего мира обеспокоены использованием криптовалют в схемах отмывания денег, финансирования терроризма и уклонения от уплаты налогов. Криптовалюты, такие как биткойн, полностью запрещены в таких странах, как Бангладеш, Боливия, Эквадор, Кыргызстан и Вьетнам, а Китай и Россия также находятся на грани их запрета.

Возможно, возникают трудности с принятием криптовалюты из-за отсутствия принадлежности ее к какой-либо экономической категории. Рассмотрим, почему это так, на примере белорусского законодательства.

Статья 128 (виды объектов гражданских прав) ГКРБ [1]. Криптовалюты не относятся к работам, услугам или нераскрытой информации из-за своей природы. Несмотря на то, что криптовалюты носят нематериальный характер, они не являются нематериальными благами, которые представляют собой непередаваемые и неотчуждаемые объекты. У криптовалюты нет владельца (есть, но не известно кто это, так как система построена на анонимности), который может распоряжаться ими

по своему усмотрению. Следовательно, криптовалюту нельзя отнести к объектам гражданских прав.

Статья 7.2 Закона РБ «Об авторском праве и смежных правах» [2]. Децентрализованные системы есть метод обработки и получения данных, а значит, что криптовалюты не могут быть отнесены к объектам интеллектуальной собственности.

Статья 1.8 Закона РБ «О валютном регулировании и валютном контроле» [3]. В связи с тем, что криптовалюты не имеют материальной формы, они не могут существовать в виде банкнот, монет и казначейских билетов. Также криптовалюты не являются денежной единицей никакого иностранного государства, так как у них отсутствует эмитент. Из-за специфики своего функционирования, криптовалюта не может находиться на банковских счетах за пределами своей децентрализованной системы. Следовательно, криптовалюту нельзя отнести и к иностранной валюте.

Статья 274 Банковского кодекса РБ [4]. Выпуск в обращение (эмиссия) электронных денег проводится банком на основании лицензии на осуществление банковской деятельности. Следовательно, электронные деньги должны быть номинированы в иностранной валюте или в белорусских рублях. В свою очередь, криптовалюты не выпускаются банками в обмен на деньги и не никем не эмитируются. Также отсутствуют различные обязательства по возврату денежных средств обладателям криптовалют.

Статье 13 (пункт 2.27) Налогового кодекса РБ [5]. Как было отмечено ранее, криптовалюты не являются имуществом согласно гражданскому законодательству, следовательно, криптовалюту нельзя отнести и к категории товара.

Таким образом, с точки зрения правового законодательства РБ криптовалюта не является ни объектом гражданских прав, ни объектом интеллектуальной собственности, ни иностранной валютой, ни электронными деньгами, ни товаром.

Криптовалюты все еще находятся на стадии формирования и становления, и люди, не особо разбирающиеся в технологиях, еще не осознали их потенциал и значимость на мировом рынке. При отсутствии такой осведомленности также трудно предложить или даже принять законы. Законодателям не хватает знаний технической базы, и они не могут осознать необходимость принятия законов, или же их сформулировать.

Чтобы узнать, насколько современная молодежь осведомлена о криптовалюте, был проведен опрос 50 человек – студентов Института Бизнеса БГУ. Молодых людей спросили о криптовалютах, о проблемах безопасности, связанных с ними. Кроме того, выяснялось их мнение о досто-

инствах и недостатках криптовалют. Ответы респондентов обработаны и проанализированы для получения оценки их текущей осведомленности и понимания криптовалют, проблем, связанных с безопасностью и проблем при внедрении этой технологии.

1) Много ли вы слышали или читали о криптовалютах, таких как биткойн?

Данные опроса показали, что 68 % опрошенных немного слышали или читали о криптовалютах, 26 % достаточно хорошо осведомлены о криптовалютах, тогда как только 6 % не имеют о них представления. Это свидетельствует о растущей популярности криптовалют, а также о том, что молодое поколение знает об этой технологии.

2) Из какого источника вы узнали о криптовалютах?

Основным источником их знаний о криптовалютах является Интернет (82 % опрошенных), далее – друзья, знакомые (80 %) и книги (10 %).

3) Как вы думаете, что такое криптовалюты?

Среди участников опроса 74 % рассматривают криптовалюту как вид инвестиций. При этом большая часть считает криптовалюты – валютой (72 %), а другие – товаром (8 %). Также 2 % считают криптовалюту объектом интеллектуальной собственности и ценной бумагой, 6 % вообще не знают, что это такое. Это указывает на неправильное представление о криптовалютах, точнее на сложность ее классификации.

4) У вас есть криптовалюты? Если нет, то какова основная причина, по которой вы этого не делаете?

Согласно результатам, нехватка средств (38 %) и убежденность в том, что криптовалюты не являются хорошей инвестицией (14 %), являются основной причиной отказа от вложений в них. Однако 18 % участников уже владеют криптовалютой. Также 14 % участников просто не хотят инвестировать в криптовалюты.

5) Инвестировали ли когда-нибудь Ваши друзья или знакомые в криптовалюты и каков их опыт?

Результаты опроса показали, что около 60 % участников имеют друзей или знакомых, которые инвестировали в криптовалюты. При этом, у 52 % из них был удачный опыт, тогда как у 8 % из них был разочаровывающий опыт.

6) Насколько вам интересно узнать об инвестициях в криптовалюты?

На вопрос об их интересе к изучению криптовалют более 56 % участников ответили, что заинтересованы в том, чтобы узнать о них. 30 % – не заинтересованы в изучении. 14 % опрошенных утверждали, что уже знают все о криптовалютах. Исходя из этого можно сделать вывод, что большая часть респондентов знает о криптовалютах и стремится узнать о них больше.

7) Каков, по вашему мнению, текущий правовой статус криптовалют в Беларуси?

Полученные данные показали, что 70 % участников считают, что криптовалюты и связанная с ними деятельность в Беларуси легализованы. Однако 6 % участников считают их незаконными, а 24 % затруднились ответить.

8) Что из перечисленного можно считать преимуществами криптовалют?

Большинство респондентов считают преимуществами криптовалют низкие транзакционные издержки (70 %) и международное признание (62 %). Некоторые из них также считают, что анонимность (52 %) и отсутствие централизованного управления (30 %) также являются достоинствами криптовалют.

9) Что, по вашему мнению, является самой большой проблемой криптовалют?

На вопрос о проблемах участники опроса назвали отсутствие централизованного управления (44 %) и волатильность курсов (34 %) самыми большими проблемами для криптовалют. Также кражи и взломы (7 %) рассматривались как проблемы определенным процентом участников.

10) Насколько вероятно, что вы будете инвестировать в криптовалюту в будущем?

На вопрос о вероятности инвестирования в криптовалюты 40 % участников выразили желание инвестировать в них, 10 % участников точно не будут инвестировать, а 50 % считают это маловероятным.

11) Что по вашему мнению произойдет с криптовалютой в ближайшие 10 лет?

На вопрос о будущем криптовалют 58 % участников считают, что их использование останется на прежнем уровне, или же возрастет незначительно. Остальные 42 % считают, что использование криптовалют резко возрастет.

Исходя данных, полученных в результате проведенного опроса, можно сделать вывод, что криптовалюта постепенно набирает свою популярность среди молодежи, и это уже нельзя назвать просто современной тенденцией. Люди стараются идти в ногу со временем и быть в курсе современных технологий. Соответственно, необходимо разработать какой-либо единый правовой акт, который бы содержал общие моменты криптовалютного регулирования, которые были бы актуальны для всех стран. Тогда регулировать данный рынок станет намного проще и возможно больше стран легализуют криптовалюту, что приведет к новым игрокам на данном рынке.

Таким образом, вероятнее всего совсем скоро криптовалюты станут основным способом оплаты товаров и услуг в течение следующего десятилетия. Однако это зависит от осведомленности и намерения общественности инвестировать в криптовалюты. Только время покажет, смогут ли отрасль, рынок или национальные регуляторы обеспечить стабильность и безопасность, необходимые для рынка криптовалют, посредством масштабируемого регулирования, которое не помешает дальнейшим финансовым инновациям.

Библиографические ссылки

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: 7 декабря 1998 г. № 218–З: принят Палатой представителей 28 октября 1998 г.: одобр. Советом Респ. 19 ноября 1998 г.: в ред. от 05.01.2014 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.
2. Об авторском праве и смежных правах [Электронный ресурс]: 17 мая 2011 г., № 262–З // КонсультантПлюс. Беларусь / ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.
3. О валютном регулировании и валютном контроле [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 22 июля 2003 г., № 226–З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 05.01.2016 // КонсультантПлюс. Беларусь / ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.
4. Банковский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: 25 октября 2000 г. №441–З: принят Палатой представителей 3 октября 2000 г.: одобр. Советом Респ. 12 октября 2000 г.: в ред. от 2 января 2014 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.
5. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) [Электронный ресурс]: 29 декабря 2009 г. №71–З: принят Палатой представителей 11 декабря 2009 г.: одобр. Советом Респ. 18 декабря 2009 г.: в ред. от 31 декабря 2021 г. // ПРАВО. Законодательство Республики Беларусь / Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Минск, 2022.

КОНЦЕПЦИЯ SMART CITY КАК НАПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК

В. А. Баталов, Е. В. Вакулич

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
slavabat1334@gmail.com;
науч. рук. – Н. Б. Буцанец, канд. экон. наук, доц.*

«Умный город» – одно из перспективных направлений развития цифровой экономики, которое подразумевает активное внедрение информационных технологий в процессы управления городом. В данной статье рассмотрены перспективы применения и вывозы, которые необходимо преодолеть для успешного внедрения технологии «Умный порт» (Smart Port), проанализировано состояние современной технической базы, которая может обеспечить успешное применения данной технологии. В результате проведенного исследования сделаны выводы о возможности создания «Умного порта» в условиях развития современных технологий и проведена оценка перспектив ее внедрения в систему управления цепями поставок.

Ключевые слова: Умный город; управление цепями поставок; аналитика Больших Данных.

В настоящее время условия хозяйствования характеризуются глобализацией, ростом международной торговли, стремительным развитием технологий для обеспечения высокой эффективности процессов; цепи поставок не являются исключением. Можно выделить следующие мировые тренды в управлении цепями поставок (далее – УЦП) [1]:

Цифровизация УЦП, внедрение e-SCM (Electronic supply chain management – электронное УЦП).

Сегментация цепей поставок по требованиям рынка.

Клиентоориентированность.

Прозрачность цепи поставок и согласованность изменений.

Использование современных аналитических инструментов для принятия оптимальных решений в цепях поставок.

Динамичность, гибкость и приспособляемость цепи поставок.

Обеспечение высокой надежности и устойчивости цепей поставок.

Остановившись на первом пункте, следует рассмотреть наиболее перспективные цифровые технологии в логистике и УЦП:

Big Data (большие данные).

Blockchain (технология распределенных реестров).

3D Printing (3D-печать).

Industry 4.0 (Robots), Internet of Thing (индустрия 4.0 – роботы – интернет вещей).

Концепция «Умный город».

Artificial Intelligence (искусственный интеллект).

Predictive Analytics (предиктивная аналитика).

Machine Learning (машинное обучение).

Augmented/Virtual Reality (AR/VR) (дополненная/виртуальная реальность).

Одним из наиболее популярных направлений развития является концепция «Умный город» (Smart City). «Умный город» – одна из составляющих цифровой экономики, подразумевающая всестороннее внедрение информационных технологий в процессы управления городом – его имуществом, транспортом, службами водо- и энергоснабжения и т. д. в целях более рачительного расходования ресурсов и улучшения жизни горожан [2, с. 116].

Остановимся на такой составляющей «Умного города», как «Умный порт» (Smart Port), в связи с тем, что морской транспорт на данный момент остается ведущим в международных перевозках на большие расстояния. Smart Port позволяет повысить конкурентоспособность за счет более эффективного решения задач управления клиентами и потоками грузов.

Развитие мировой экономики повышает и так высокие требования к схемам доставки грузов и требует оптимизации расходов при перевозке и хранении товаров. Это определяет растущий спрос на комплексные транспортно-логистические услуги. Транспортные компании получают возможность решить задачу формирования персонализированного ответа на потребности клиентов.

С учетом растущего объема перевозок современный порт должен обеспечивать высокую производительность и надежность, бесперебойную работу, а также эффективно обрабатывать грузы, сокращая время стоянки судна в порту. Это требует изменений в логистической системе вместе с применением современных цифровых технологий.

В рамках концепции цифровизации и перехода к концепции «Умный порт» уже используются такие технологии, как:

беспилотные автомобили,

Интернет вещей,

большие данные,

дополненная реальность,

роботы,

3D печать.

Среди ближайших необходимых цифровых изменений можно выделить основные [3]:

Автоматический сбор данных о местоположении груза и характеристики окружающей среды (для специфичных грузов).

Автоматизированный анализ данных о загрузке и сроке освобождения транспорта по маршруту.

Платформа для анализа лучших ставок для перевозок, в том числе для мультимодальных перевозок.

Blockchain-системы для повышения уровня прозрачности деятельности всех участников процесса перевозки.

Основными направлениями развития цифровизации в отрасли можно считать упрощение и внедрение электронного документооборота, Интернет вещей и искусственный интеллект.

Концепция «Умный город» тесно связана с Большими Данными (Big Data). Так как сфера применения данной технологии крайне широка, остановимся на применении Big Data в логистике. В таблице [4] можно увидеть, где необходима аналитика больших данных по всей цепочке поставок. Следует отметить, что Большие данные крайне актуальны в международных цепях поставок, так как именно там содержится множество разнообразной информации, которую нужно обрабатывать.

Большие данные для анализа цепи поставок

Элементы ЦП	Типы данных
Закупочная логистика	Данные SRM (Supplier Relationship Management System – система управления взаимодействием с поставщиками), информация о финансовом состоянии поставщика
Дистрибуция	Данные опросов клиентов, новостная информация, информация о ценах, данные для прогнозирования рынков сбыта
Транспортная логистика	Данные о грузообороте, составе и состоянии парка, погодных условиях, ограничениях транспортных систем, данные транспортной телематики (GPS)
Управление запасами	Данные, полученные по технологии Интернет вещей, исторические данные об использовании запасов

Проблемы, возникающие при внедрении аналитики Больших Данных для цепочки поставок, можно разделить на две категории [4]:

организационные проблемы, среди которых: большие временные затраты на обработку, структуризацию и интерпретацию огромного объема данных, а также время на сбор необходимых данных; недостаток ресурсов в связи с необходимостью обеспечения доступности данных в реальном времени для получения лучших результатов; проблемы, связанные с конфиденциальностью и безопасностью: различные законы о конфиденциальности и безопасности, связанных с совместным использованием вызывает трудности при совместном использовании Данных из разных источников.

Техническими проблемами являются: качество получаемых данных: оно напрямую влияет на результаты их интерпретации; а также недостаток используемых методов: методология анализа, прогнозирования и ви-

зуализации данных должна соответствовать поставленным задачам, сложности и объему этих данных. На сегодняшний день компании сталкиваются с невозможностью использования всего спектра имеющихся у них данных, так как не имеют достаточных вычислительных мощностей.

Таким образом, концепция Умного города, а в частности Умный порт, является перспективным направлением развития цепей поставок. Такие решения охватывают не только сам портовый терминал, но и деятельность транспортных логистических операторов. Эти решения дают существенное улучшение показателей работы портового терминала и удовлетворенности клиентов. Также можно сделать вывод о том, что аналитика Больших Данных все увереннее проникает в концепцию Smart City и, в частности, в управление цепями поставок и затрагивает все его элементы. Однако на сегодняшний день остаются ограничения по использованию систем аналитики Больших Данных в управлении цепями поставок, связанные со слабой структурированностью потоков данных, а также методами их обработки.

Библиографические ссылки

1. Головенчик Г. Г. Концепция «умный город»: генезис, приоритетные направления развития, проблемные аспекты и рейтинги // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. 2020. №1. С. 103-117.
2. Дыбская В. В., Сергеев В. В., Лычкина Н. Н. и др. Цифровые технологии в логистике и управлении цепями поставок: аналитический обзор // Научное издание; под общ. и науч. ред. В. И. Сергеева // Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва, 2020. – С. 1–190.
3. Ивенин Р. Е. Технологии обработки Больших Данных в логистике и УЦП // Управление цепями поставок – 2018. – №9(86) – С.40–46
4. Прохоров А. В., Ильин И. В. Моделирование транспортной инфраструктуры промышленных кластеров с использованием информационно-аналитических систем // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2012. – № 3 (149). – С. 61–65.

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКЗОСКЕЛЕТОВ В СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКЕ

В. В. Белоцкий

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

uladzislaubelavoki@gmail.com;

науч. рук. – А.М. Туровец, ст. преп.

Статья посвящена возможностям применения экзоскелетов на складах. В данном материале рассматриваются современные экзоскелеты и их возможности. В статье рассматриваются исследования и их результаты применения экзоскелетов на складах. Описаны современные тенденции в развитии данной сферы. Дана характеристика основных экзоскелетов, которые представлены на рынках.

Ключевые слова: экзоскелеты; складская логистика; оптимизация работы склада; робототехника.

Экзоскелеты, известные также как роботы-помощники или внешние скелеты – это электромеханические поддерживающие устройства, которые надеваются на тело человека. Помимо выполнения работ на эргономично спроектированных станках автоматической линии, роботы-помощники также задействованы на складах. Их используют при осуществлении погрузочно-разгрузочных работ, если сотрудникам необходимо поднимать и перемещать тяжелые предметы. В частности, применение таких устройств помогает ограничить нагрузку на поясничный отдел позвоночника и мышцы спины складского служащего. Перенапряжение в этих частях тела чаще всего приводит к болезням и потере трудоспособности персонала.

В наличии имеются пассивные экзоскелеты для поддержки работника исключительно с помощью механических средств, кабельных систем или пружин (они воспринимают нагрузку как своеобразный противовес и преобразуют ее в энергию), а также активные экзоскелеты (они предлагают дополнительную внешнюю поддержку в виде двигателей или пневматических систем) [1, с. 3].

В обоих случаях экзоскелет является своего рода «бронею», которая используется для укрепления всех частей мышц или только некоторых из них

При рассмотрении вопроса о внедрении экзоскелетов в логистические процессы важны две цели: повышение производительности и оптимизация эргономики. Поскольку на логистические процессы по-прежнему влияет большой объем физической работы, растущие требования, давление на стоимость и производительность, а также нехватка рабочей силы, для удовлетворения растущих потребностей в этом секторе необходимы

стратегии по снижению проблем с болями в спине, вызванных повторяющимся подъемом и перемещением товаров. Экзоскелеты потенциально могут уменьшить боль в спине и помочь работникам в процессе подъема и перемещения, особенно в областях, где расположение и условия труда нелегко изменить. Экзоскелеты могут повысить силу, выносливость и работоспособность и, таким образом, могут помочь покрыть неустойчивые пики спроса (особенно во время коронавирусного кризиса). Они могут помочь уменьшить повторяющиеся производственные травмы от перенапряжения и их финансовые последствия.

На сегодняшний день в Европе 44 миллиона человек страдают от заболеваний опорно-двигательного аппарата, 25 % страдают от травм спины, а 23 % дней болезни в Германии связаны с травмами спины, вызванными физическим трудом. Это приводит к потерям в 10 миллиардов евро и 4 % валового национального продукта ежегодно. Таким образом, экзоскелеты обладают огромным экономическим потенциалом, как для стран, так и для компаний. Хотя экзоскелеты считаются очень ценными для оптимизации логистики и производства, отсутствуют статистические данные и долгосрочные исследования, которые доказывают их влияние на производительность и здоровье и тем самым поддерживают инвестиционные решения. До сих пор не было приведено никаких причин для этого факта, хотя потенциал экзоскелетов для оптимизации производительности и эргономики заявлен во многих статьях [1, с. 3].

В исследовании, проведенном сотрудниками Университета прикладных наук Мюнстера, было продемонстрировано снижение мышечной активности на 32–64 % при выполнении задач связанных с наклоном, поворотом и приседанием. Поиск документов с экзоскелетом был быстрее, чем без него, тем самым демонстрируя связь между расслабленными мышцами и концентрацией внимания из-за меньшей усталости и меньшей мышечной активности. Также во время исследования было зафиксировано снижение мышечной активности и увеличение переносимого веса, во время выполнения упражнений на плечи и верхнюю часть головы [1, с. 19].

В другом исследовании был произведен статистический анализ ходьбы с нагрузками и без нагрузки с экзоскелетом, используя время прохождения круга в качестве показателя эффективности. Результаты продемонстрировали, что экзоскелет снижает утомляемость рабочих при переноске грузов. При этом время прохождения круга увеличилось при использовании экзоскелета по сравнению с ходьбой без него. Это означает снижение производительности.

Кроме этого, было осуществлено испытание экзоскелетов при подъеме, переносе, переносе и ходьбе с нагрузкой от 1,2 до 16,2 кг, с экзоске-

летами и без них. Подъемные работы достигли хороших результатов, но было обнаружено негативное влияние на такие виды деятельности, как перенос грузов. Было измерено снижение активности поясничных мышц до 12 %, но не было обнаружено четких доказательств эффективности экзоскелета [1, с. 19].

Начало использованию экзоскелетов при проведении складских работ положил логистический оператор Geodis. В дистрибьюторском центре Венло в Нидерландах грузчики пользуются внешними экзоскелетами для предотвращения травм спины при подъеме тяжестей, сообщает пресс-служба компании. Экзоскелеты выдают сотрудникам, задействованным в процессе сбора и упаковки, и тем, кому в течение рабочей смены приходится поднимать и переносить грузы. Используемые устройства относятся к пассивному типу, которые за счет пружинного механизма обеспечивают поддержку спины во время наклона и подъема тяжестей, но не корректируют движения. По утверждению Сьерса ван Энкеворта, менеджера Geodis по логистике, применяемая на складе в Венло модель экзоскелета позволяет снизить нагрузку на спину на 40 %. На данный момент экзоскелетами пользуются три сотрудника, которым за рабочую смену приходится переносить более 4000 кг грузов [2].

В настоящее время экзоскелеты активно изучаются и совершенствуются.

Например, экзоскелеты компании German Bionic прошли испытания на нескольких складах DB Schenker в Германии (сбор посылок весом до 15 кг). В основе технологии лежит несущая конструкция, прикрепленная к телу работника склада, которая поддерживает его движения с помощью электромеханики (обеспечивает помощь мышцам спины и позвоночника в поясничной области). Складские работники, оснащенные экзоскелетами, доставали посылки из стеллажей и размещали их на поддонах. Исследования проводились под руководством аспирантов Дортмундского университета [2].

Так же стоит учесть стоимость экзоскелетов.

Bioservo. Основанный на запатентованной компанией технологии SEM (Soft Extra Muscle), Ironhand (9250 долларов США) является фирменным профессиональным продуктом Bioservo и преемником SEM Glove. Состоящий из перчатки и блока питания, который носят в рюкзаке или на бедре, Ironhand поддерживает задачи с интенсивным захватом, укрепляя хватку человека при повторяющейся и статичной работе.

Laevo. Laevo V2 (2500 долларов США) – это пассивный экзоскелет для поддержки груди и спины для рабочих, которым приходится часто наклоняться вперед и поднимать предметы. Он работает путем передачи

усилия от верхней части тела через ремни к бедрам, тем самым уменьшая давление на позвоночник и спину пользователя до 40 %. Компания работает на рынках сельского хозяйства, военной, тяжелой промышленности, логистики, автомобилестроения, здравоохранения, складирования и строительства [3].

SuitX. SuitX предлагает три модели промышленных экзоскелетов: BackX (4000 долларов), LegX (6000 долларов) и ShoulderX (4000 долларов) – отдельные модули, которые при совместном ношении образуют полный экзоскелет MAX. С BackX для помощи при подъеме тяжелых грузов, LegX для поддержки сидения на корточках в течение длительных периодов времени и плечом для облегчения работы над головой; система Full MAX позволяет пользователям выполнять задачи с нагрузкой на нижнюю часть спины, ноги и плечи с меньшим риском получения травм.

Sarcos Robotics (Raytheon). Guardian XO – это прочный экзоскелет с батарейным питанием, который, как говорят, позволяет владельцу поднимать до 90 килограмм, не ограничивая свободу движений. Стоимость будет основана на аренде от одного до трех лет (от 100 до 150 тысяч долларов в год) [3].

Таким образом, применение экзоскелетов в складской логистике может трансформировать сектор, который в настоящее время характеризуется высокой долей ручного труда, высоким средним возрастом, нехваткой квалифицированных рабочих и растущей сложностью. Однако негативные последствия еще не изучены. Для оценки влияния экзоскелетов на здоровье их владельцев необходимы долгосрочные оценки и дополнительные измерительные технологии.

Библиографические ссылки

1. *Kaupe V., Feldman C., Wagner H. Exoskeletons: Productivity and Ergonomics in Logistics* / V. Kaupe, C. Feldman, H. Wagner – Berlin: Epubli GmbH, 2021 – 36 с.
2. Транспортно-логистический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <https://trans.info/en/this-is-how-exoskeletons-were-born-and-are-used-in-logistics-163321> – Дата доступа: 07.04.2022.
3. Портал BrainXCharge [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <https://www.brainxchange.com/> – Дата доступа: 17.04.2022.

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ

В. В. Вавуло, М. С. Солодухо

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

valerie.vers@mail.ru; mariyasolodukho@gmail.com;

науч. рук. – Минченков Ю. В., канд. физ.-мат. наук, доц.

Статья посвящена аналитическому исследованию в области проблемы формирования инвестиционного портфеля, основываясь на целях, которые ставят перед собой инвесторы. В процессе исследования были рассмотрены показатели, используемые для аналитики инвестиционного портфеля, а также базовые пункты его формирования.

Ключевые слова: инвестиционный портфель; доходность акций; эффективность; риск; доходность; теория Марковица.

Цель работы данной работы – оценить риск и доходность портфельных инвестиций; составить рекомендации по формированию эффективного инвестиционного портфеля.

Выявим показатели, которые будем использовать для составления и аналитики инвестиционного портфеля, а после, на примере, рассмотрим на практике закономерность Марковица.

Показатели, используемые для составления и аналитики инвестиционного портфеля:

ожидаемая доходность

среднее квадратическое отклонение

ковариация

коэффициент корреляции Пирсона

коэффициент вариации.

Рассмотрим решение двух задач инвестиционного портфеля:

– получение максимальной доходности портфеля при заданном уровне риска;

– обеспечение минимального риска портфеля при заданном уровне доходности [1-2].

Акции компаний А и Б.

Таблица 1

Доходность акций компаний А и Б при пяти сценариях развития

Сценарий	Вероятность (P_i)	Доходность акций (k_i), %	
		А	Б
C_1	0,2	1,39	2

Сценарий	Вероятность (Pi)	Окончание таблицы Доходность акций (ki), %	
		А	Б
C ₂	0,3	0,67	0,94
C ₃	0,15	0,69	0,01
C ₄	0,24	0,95	1,3
C ₅	0,11	1,62	1,7
Ожидаемая доходность ($\sum k$), %		0,99	1,18
Среднее квадратическое отклонение σ , %		34,68	62,47

Рассчитаем среднюю доходность для акций А и Б. Оценка тесноты связи между акциями А и Б приводит к следующим значениям ковариации и коэффициента корреляции.

Таблица 2

**Средняя доходность акций А и Б, коэффициенты вариации
корреляции Пирсона**

Средняя доходность для А	1,064
Средняя доходность для Б	1,19
Cov (А,Б)	0,268725
Cor (А,Б)	0,000124039

Как видно, акции компаний А и Б имеют слабую положительную связь.

На данном этапе мы пока не можем оценить ни уровень ожидаемой доходности портфеля из акций двух рассматриваемых компаний, ни уровень его фактического риска. Для решения такой задачи нам необходимо иметь информацию о доле акций каждой компании в исследуемом портфеле. В табл. 3 представлены данные об изменении доходности и риска портфеля при различных сочетаниях акций А и Б.

Таблица 3

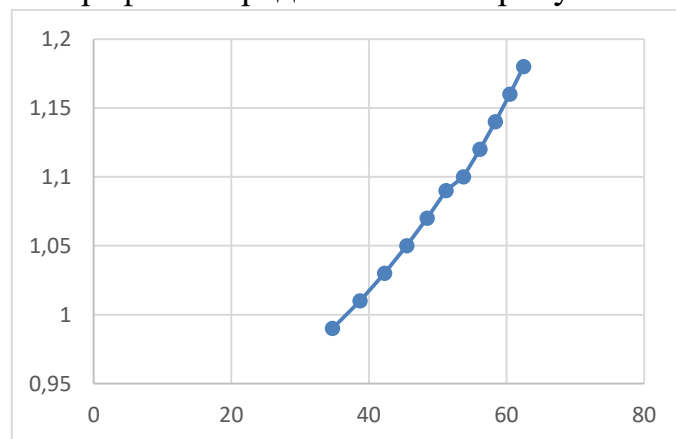
Изменение доходности и риска портфеля из акций компаний А и Б в зависимости от различных сочетаний долей каждой акции в общем портфеле

Доля акций компании А в портфеле	Ожидаемая доходность портфеля ($\sum k p$), %	Среднее квадратическое отклонение портфеля (σ), %	Коэффициент вариации портфеля (CV)
0	1,18	62,47	0,53
0,1	1,16	60,47	0,52
0,2	1,14	58,36	0,51

Окончание таблицы 3

Доля акций компании А в портфеле	Ожидаемая доходность портфеля ($\sum k p$), %	Среднее квадратическое отклонение портфеля (σ), %	Коэффициент вариации портфеля (CV)
0,3	1,12	56,12	0,5
0,4	1,1	53,73	0,49
0,5	1,09	51,19	0,47
0,6	1,07	48,45	0,45
0,7	1,05	45,49	0,43
0,8	1,03	42,26	0,41
0,9	1,01	38,69	0,38
1	0,99	34,68	0,35

Графически сочетания доходности и среднего квадратического отклонения для всех портфелей представлены на рисунке.



Сочетание доходности и риска портфеля при различных сочетаниях долей акций компаний А и Б в портфеле

Как видно из данных таблицы 3 и рисунка, в нашем примере сочетания доходности и риска портфеля в зависимости от сочетания долей акций изменяются практически линейно. Поэтому вся совокупность представленных в таблице портфелей является эффективной, и для выбора портфеля достаточно определить то сочетание акций в портфеле, которое обеспечит желаемое сочетание доходности и риска. Однако такая линейная зависимость доходности и риска от сочетания долей финансовых активов в портфеле существует далеко не всегда.

Бывают ситуации, когда акции компаний имеют слабую отрицательную связь, а зависимость сочетания доходности и риска от сочетания долей акций не линейна. Тогда на графике мы можем увидеть, что несколько обеспечивают одинаковые диапазоны риска портфеля, различия

состоят только в уровне доходности. Следовательно, из нескольких возможных портфелей целесообразно выбрать тот портфель, который обеспечивает более высокую доходность, при том же уровне риска. Такой портфель называется эффективным [3–4].

Всю информацию в работе можно обобщить следующим образом: ключ к решению проблемы выбора оптимального портфеля лежит в теореме о существовании эффективного набора портфелей, так называемой границы эффективности.

Суть теоремы сводится к выводу о том, что любой инвестор должен выбрать из всего бесконечного набора портфелей такой портфель, который:

обеспечивает максимальную ожидаемую доходность при каждом уровне риска.

обеспечивает минимальный риск для каждой величины ожидаемой доходности.

Библиографические ссылки

1. Файловый архив StudFiles [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/6055484/page:62/>. – Дата доступа: 30.03.2022.
2. Учебные материалы Studme [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studme.org/63988/finansy/risk_dohodnost_portfelnyh_investitsiy. – Дата доступа: 25.03.2022.
3. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%80%D1%82%D1%84%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%86%D0%B0. – Дата доступа: 05.03.2022.
4. Учебные материалы Studme [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.net/1403488/finansy/portfelnye_investitsii. – Дата доступа: 03.04.2022.

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТЕХНОЛОГИИ EVERYTAG ДЛЯ ЗАЩИТЫ КОНФИДЕНЦИАЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ

В. В. Вавуло, М. С. Солодухо

*ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного
университета», г. Минск*

valerie.vers@mail.ru; mariyasolodukho@gmail.com;

науч. рук. – Т. А. Ермакова, канд. экон. наук, доц.

Статья посвящена аналитическому исследованию технологии EveryTag для защиты конфиденциальных документов и выявления мошенников. В процессе исследования были рассмотрены предпосылки и основные причины востребованности данной технологии, её особенности, перспективы развития, а также проанализированы преимущества и недостатки.

Ключевые слова: технология EveryTag; утечки данных; система электронного документооборота.

Цифровизация экономики помимо очевидной для всех пользы приносит и дополнительные риски, связанные с защитой информации. Использование популярных на рынке методов и средств защиты информации, к сожалению, не дает должного эффекта – утечки конфиденциальных документов и баз данных происходят с завидным постоянством [1].

Проблема состоит в том, что контролируются операции с файловыми объектами внутри корпоративного периметра или за его пределами. Доступ к конфиденциальному документу может быть у целой группы сотрудников, и зачастую крайне сложно обнаружить виновника. Ранее считалось, что главную опасность для корпоративных систем представляют злоумышленники, проникающие в них извне. Теперь же становится очевидным, что наибольший вред способны нанести бизнесу люди изнутри: собственные сотрудники, клиенты, партнеры – все, кто имеет доступ к конфиденциальной информации. За период 2020–2021 гг. на основе публичных сообщений выявлено 24,4 тысячи записей, в результате утечки которых были скомпрометированы персональные данные белорусских граждан. Процентное количество утечек по вине сотрудников представлено на рисунке 1.

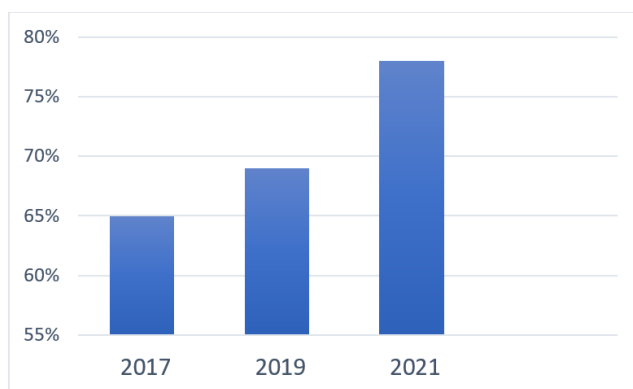


Рис. 1. Процент утечек по вине сотрудников

В 2020–2021 гг. экспертно-аналитическим центром InfoWatch зарегистрировано 22 случая утечки информации ограниченного доступа из белорусского госсектора и коммерческих компаний. За два года в 40 % случаев утечки информации были спровоцированы действиями внешних нарушителей, в 60 % — внутренних, что графически представлено на рисунке 2 [2].

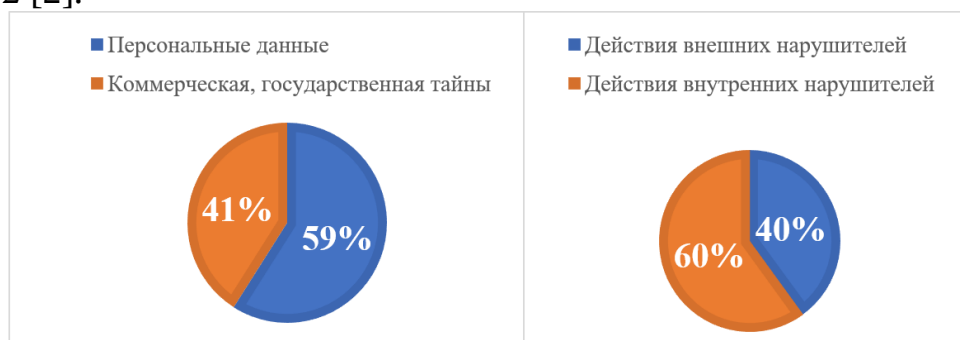


Рис. 2. Вид информации. Причины утечки

В условиях пандемии COVID-19, когда значительная часть работников была переведена на удалённый режим, особо обострилась проблема утечки конфиденциальных документов. В таблице ниже представлены основные причины утечек информации, произошедших по вине сотрудников [3].

Таблица 1

Основные причины утечек информации, произошедших по вине сотрудников

Процент утечек	Причина утечек
61 %	Происходит из-за недосмотра, т.е. сотрудники безответственно относились к защите и хранению конфиденциальных данных.
39 %	Фотографирование экрана, отправка фотографий через мессенджер, почту, облачные сервисы.

Российская компания Every Tag предлагает решение этой проблемы на основе оригинального запатентованного алгоритма. Не нужно обу-

чаться или менять схему работы с документами. Сотрудники получают документы по привычному алгоритму и все также используют необходимые в работе веб-сервисы. Они могут даже не знать, что система внедрена в компании. Продукт имеет юридическую значимость, результаты, полученные в процессе расследования, могут быть использованы в суде.

Принцип работы, вне зависимости от формата документа, довольно прост: каждый раз, когда пользователь видит информацию на экране или выводит её на печать, алгоритм системы показывает ему индивидуальную копию. Алгоритм создаёт уникальную маркировку документа при каждом обращении к нему. Другими словами, производится форматирование документа, незаметное для человека.

Система запоминает уникальный ключ, с помощью которого можно определить любые данные получателя.

Система определит злоумышленника, если произошла утечка. Если в открытых источниках обнаруживается несанкционированная копия, достаточно загрузить её в систему, чтобы вычислить злоумышленника.

Существует четыре основных продукта компании EveryTag, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Основные продукты компании EveryTag

Название	Основное направление действия
EveryTag ILD (Information Leaks Detection)	Определение виновника утечки из системы документооборота, при пересылке файла по электронной почте или выводе на печать. Доступ к интерфейсу EveryTag получают только специалисты по безопасности.
EveryTag VDR (Virtual Data Room)	Виртуальная комната, среда, предназначенная для безопасного обмена документами. Работает аналогично Google.Drive или Яндекс.Диск и представляет собой пространство, в которое можно загружать важные документы и устанавливать разный уровень доступа к ним.
EveryTag UI (Unique Interface)	Маркировка интерфейсов при интеграции с веб-ориентированными системами. Защита информации на экране от снятия скриншотов или простого фотографирования на смартфон.
EveryTag Fake ID (продукт находится в разработке)	Защита от подделки документов и проверка подлинности. Работает с любыми документами, содержащими текст.

Достоинства технологии:

- Система имеет собственный запатентованный алгоритм преобразования текста.
- Система внесена в Единый реестр белорусских программ для электронных вычислительных машин и баз данных как «Модуль для маркировки и выявления совпадающих печатных форм документов».

- Количество копий, которые создаются в процессе преобразования документов, практически неисчерпаемо.
- Система поддерживает несколько вариантов внедрения. Позволяет проводить расследование, по результатам которого гарантированно будет выявлен нарушитель.
- Работает там, где стандартные средства защиты не способны контролировать безопасность информации.

Недостатки технологии:

- Процесс расследования не является полностью автоматизированным и требует участия эксперта.
- Система применима только к документам, в которых содержатся какой-либо текст (в отношении электронных писем, баз данных представленная система уже не применима).

Информация давно перестала быть просто необходимым для производства вспомогательным ресурсом. Она приобрела ощутимый стоимостный вес [4]. Можно сказать, что не существует одного абсолютно надежного метода её защиты. Наиболее полную безопасность можно обеспечить только при комплексном подходе к этому вопросу.

Библиографические ссылки

1. Независимый информационно-аналитический центр по информационной безопасности [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <https://www.anti-malware.ru/reviews/everytag-information-leaks-detection-ild>. – Дата доступа: 17.03.2022.
2. Сайт компании InfoWatch [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <https://www.infowatch.ru/company/presscenter/news/personalnye-dannye-grazhdan-belorussii-okazalis-pod-ugrozoy>. Дата доступа: 22.03.2022.
3. Защита от утечки конфиденциальных документов. Обзор решений EveryTag [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>. – Дата доступа: 18.03.2022.
4. Электронная библиотека Studbooks [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studbooks.net/2224555/informatika/vvedenie>. – Дата доступа: 20.03.2022.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И УСПЕШНОСТИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

В. В. Вавуло, М. С. Солодухо

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

valerie.vers@mail.ru; mariyasolodukho@gmail.com;

науч. рук. – Е. Ю. Казанович, канд. психол. наук, доц.

В статье рассматриваются особенности взаимосвязи эмоционального интеллекта и успешности учебной деятельности студентов. Установлено, что такой фактор как «пол» влияет на уровень развития эмоционального интеллекта студентов. Определены уровни развития эмоционального интеллекта студентов. Установлено, что у студентов второго курса обучающихся по специальности «Управление информационными ресурсами» преобладает средний уровень развития эмоционального интеллекта. Доказано, что существует положительная взаимосвязь между шкалами эмоционального интеллекта «эмоциональная осведомленность», «управление эмоциями» и успешностью учебной деятельности.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект; успешность учебной деятельности.

На современном этапе развития общества возрастают требования к качеству подготовки специалистов и уровню сформированности их профессионально-значимых качеств, которые в значительной степени закладываются на вузовском этапе профессиональной подготовки[1]. Основным показателем успешной деятельности студентов является их успеваемость. На показатели успеваемости влияют различные факторы, один из которых, по мнению специалистов – эмоциональный интеллект.

Эмоциональный интеллект, или EQ (англ. emotional intelligence) – сумма навыков и способностей человека распознавать эмоции, понимать намерения, мотивацию и желания других людей и свои собственные, а также способность управлять своими эмоциями и эмоциями других людей в целях решения практических задач [2].

Цель нашего исследования – определить наличие взаимосвязи между уровнем развития эмоционального интеллекта и успешностью учебной деятельности студентов.

В ходе данного исследования решались следующие задачи:

выявить особенности академической успеваемости и эмоционального интеллекта у студентов различного пола;

определить уровень развития эмоционального интеллекта у студентов;

определить наличие взаимосвязи между уровнем развития эмоционального интеллекта и успешностью учебной деятельности студентов.

В исследовании приняли участие студенты второго курса очной формы обучения, обучающиеся по специальности «Управление информационными ресурсами» в Институте бизнеса БГУ в количестве 28 человек (14 девушек и 14 юношей). Изучение особенностей развития эмоционального интеллекта у студентов осуществлялось с помощью методики Н. Холла «Эмоциональный интеллект» [3].

Первая задача нашего исследования заключалась в том, чтобы выявить особенности академической успеваемости и эмоционального интеллекта у студентов в зависимости от пола. В таблице 1 представлены данные о различиях в академической успеваемости юношей и девушек, полученных с помощью критерия Стьюдента.

Таблица 1

Количественные показатели академической успеваемости девушек и юношей

Показатели академической успеваемости	Девушки	Юноши	Значение t-Стьюдента	Уровень статистической значимости p
	Ср.груп значение	Ср.груп значение		
Балл успеваемости	8,07	7,46	2,35	0,03*

Примечание: * – значимые значения при $p < 0,05$.

На основании анализа данных, представленных в таблице 1, можно сделать вывод о том, что девушки учатся значительно лучше, чем юноши.

В таблице 2 приведены показатели эмоционального интеллекта студентов в зависимости от пола.

Таблица 2

Количественные показатели уровня развития эмоционального интеллекта у юношей и девушек

Шкалы эмоционального интеллекта	Девушки		Юноши		Значение t-Стьюдента	Уровень Ст. зн. p
	Ср. груп значение	Ст. откл.	Ср. груп значение	Ст. откл.		
Эмоциональная осведомленность	31,71	3,05	27,33	2,57	3,92	0,001**
Управление своими эмоциями	24,71	7,68	21,33	4,62	1,33	0,20
Самотивация	28,93	4,29	28,17	2,17	0,56	0,58
Эмпатия	30,14	1,75	28,42	3,75	1,54	0,14
Управление эмоциями других	28,43	3,90	27,83	2,04	0,48	0,64

Примечание: ** – значимые значения при $p < 0,001$.

Анализируя данные представленные в таблице 2, можно утверждать, что эмоциональная осведомленность девушек значительно больше развита, чем у юношей. Этот показатель свидетельствует о степени осведомленности студентов о своем внутреннем состоянии, понимании своих эмоций и использовании их в повседневной жизни.

Следующей задачей было определить уровень развития эмоционального интеллекта.

Таблица 3

Количественные показатели уровней развития интегрального показателя эмоционального интеллекта у студентов первого курса (в %)

Показатель эмоционально интеллекта	Уровни развития эмоционального интеллекта (N=28)		
	Низкий	Средний	Высокий
Интегральный	18	64	18

На основании анализа данных, приведенных в таблице 3, установлено, что уровень развития эмоционального интеллекта у опрошенных студентов «средний» (64 %) и только у 18 % студентов этот показатель «высокий». Таким образом, в процессе дальнейшего профессионального обучения студентам необходимо развивать свой эмоциональный интеллект.

Так как цель исследования – определить наличие взаимосвязи между уровнем развития эмоционального интеллекта и успешностью учебной деятельностью, то с помощью коэффициента корреляции Пирсона было установлено, что существует положительная взаимосвязь между эмоциональной осведомлённостью, управлением эмоциями, самомотивацией, управлением эмоциями других и показателем успешности учебной деятельности студентов (см. таблицу 4).

Таблица 4

Количественные показатели коэффициентов корреляции между показателями шкал эмоционального интеллекта и типами мышления (по Пирсону)

Шкалы эмоционального интеллекта	Показатели академической успеваемости
Эмоциональная осведомлённость	0,50*
Управление своими эмоциями	0,73**
Самомотивация	0,44*
Эмпатия	0,07
Управление эмоциями других	0,40*

Примечание: * – значимые значения при $p < 0,05$; значимые значения при $p < 0,001$.

Таким образом, на основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

Существуют половые различия у студентов в выраженности эмоционального интеллекта и академической успеваемости. Девушки обучаются значительно лучше, чем юноши. У девушек уровень осведомленности о своем внутреннем состоянии, понимания своих эмоций и использования их в повседневной жизни выше, чем у юношей.

Уровень развития эмоционального интеллекта студентов преимущественно «средний», что указывает на необходимость его дальнейшего развития.

Показатели академической успеваемости студентов имеют положительную взаимосвязь с такими шкалами эмоционального интеллекта как эмоциональная осведомленность, управление своими эмоциями, самомотивация, управление эмоциями других.

Библиографические ссылки

1. *Андреева И. Н.* Азбука эмоционального интеллекта. / И. Н.Андреева – СПб: БХВ-Петербург, 2012. – 288с.
2. Проект «АгроКебеты» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.agrokebety.com/chto-takoye-emotsionalnyy-intellekt>. – Дата доступа: 10.04.2022.
3. *Ильин Е. И.* Методика Н. Холла оценки «эмоционального интеллекта» (опросник EQ) / Е.И. Ильин. Эмоции и чувства. – СПб.: Питер, 2001. – С. 633–634.

ПРОДВИЖЕНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДА НА ПРИМЕРЕ БЕЛОВЕЖСКОЙ ПУЩИ

А. С. Горошко, Ю. Ю. Черношей, М. М. Пантюхова

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

mari-lesnichenko@mail.ru;

науч. рук. – М. В. Лесниченко-Роговская, канд. пед. наук, доц.

Брендинг территории в Республики Беларусь является актуальным направлением социальной и экономической стабилизации регионов страны в современных условиях адаптации туристической и культурной сферы к реалиям потребительского рынка. Развитие территории зависит не только от экономико-географического расположения, но от наличия и выполнения комплексной маркетинговой стратегии самого региона. В данном контексте проблема продвижения самого бренда отдельного региона нуждается в создании целой системы разработки механизма бренда территории, согласованного с социально-экономическими целями и стратегиями культурных и исторических объектов территории, их туристическими возможностями, а также укладом жизнедеятельности населения.

Ключевые слова: бренд; территориальный брендинг; продвижение регионального бренда; Беловежская пуца.

Анализ исследований и публикаций последних лет показал, что с учетом существующих подходов к брендингу товаров и услуг (С. Анхольт, К. Асплунд, Ф. Котлер, С. Мармашова, И. Рейн, Д. Хайдер, Н. Черченко и др.), есть необходимость использования инструментария маркетинга как механизма всестороннего продвижения территорий и выявления специфики современного брендинга и роли брендов стран и их отдельных регионов. Понятие «брендинг территорий» (place branding) впервые использовал Саймон Анхольт в 2002 году.

В рамках темы исследования наиболее точным является определение брендинга как комплекса маркетинговых мероприятий по выбору, формированию и последовательному продвижению системы рациональных, функциональных и эмоциональных атрибутов, объединенных товарным знаком, на его целевой рынок, которые являются для целевого потребителя значимыми и отвечают его потребностям или потребительским ожиданиям наилучшим образом [1].

Беловежская пуца – это наиболее крупный остаток первобытного равнинного леса в Республике Беларусь. Однако согласно анализу данных посещаемости, размещенных на официальном сайте Беловежской пуцы и Национального агентства по туризму данный регион не является самым привлекательным местом для туристов и жителей нашей страны

из-за недостаточного продвижения территории в зависимости от сезона [2].

Целью проведения брендинга территории в Беловежской пуще будет создание спроса на посещение территории в разные времена года, вне зависимости от сезона. Задачи: создание привлекательного туристического продукта; формирование инвестиционной привлекательности территории; создание дополнительных рабочих мест; снятие внутренней социальной напряженности среди местного населения.

Этапы разработки механизма бренда территории «Беловежская пуща»: стратегическое планирование; проведение маркетингового исследования; разработка платформы бренда; разработка идентичности и креативной стратегии бренда; разработка медиа-стратегии; продвижение и мониторинг бренда.

В рамках первого этапа стратегического планирования предусматривается использование имеющихся преимуществ территории (расположение, близость основных рынков, демографические особенности, развитость инфраструктуры). Результатом первого этапа стал план, в котором указаны стратегические цели и задачи территории, желаемые преимущества и ценности самого бренда «Беловежская пуща», сформулированы ключевые показатели эффективности бренда. Нами были выявлены факторы конкурентоспособности, отличающие данную территорию от других, а также возможные новые факторы конкурентоспособности, поддающиеся формированию в процессе управления экономическим развитием территории.

Второй этап состоял из сегментации целевой аудитории; разработки программы исследований; проведения исследований в рамках территории «Беловежская пуща»; анализа рейтинга «Беловежская пуща» в СМИ и сети Интернет; анализа полученных данных. Данные исследования помогли в определении знания территории целевыми группами, доступе к информации осведомленности об истории, ценах, достопримечательностях и преимуществах, в целом – об отношении целевых групп к региону. Целевой аудиторией были выбраны потребители, для которых важны семейные ценности.

Третий этап заключался в разработке платформы бренда и включал следующие этапы: анализ восприятия бренда (выявление присущих бренду атрибутов и ценностей; анализ соответствия реального состояния бренда желаемому; формулировку сущности бренда. Ценность разрабатываемой платформы бренда заключалась в том, что сегодня происходит ухудшение экологии и ускорение темпа жизни, физические и психические нагрузки на людей любого возраста увеличиваются; психологиче-

ские семейные травмы в связи с отсутствием полноценного выездного туризма в последние три года.

В настоящее время формирование патриотических традиционных и семейных ценностей является одной из приоритетных задач государственной политики Республики Беларусь в области сохранения культурного и природного наследия, сохранения семьи, образования и воспитания подрастающего поколения и т.д., что связано с определением ключевой идеи и рекламной кампании для продвижения бренда региона среди потенциальных потребителей.

Четвертый этап брендинга территории – визуальный, включающий такие этапы как разработка логотипа; создание элементов идентификации бренда; определение целей, которые должны быть достигнуты благодаря креативной стратегии; разработка рекламного обращения; создание ключевого визуального образа. Целью креативной стратегии бренда является увеличение посетителей путем повышения узнаваемости бренда.

Выбранное название бренда «Беловежская пуца» – «Новое лето» означает антитезу Новому году. Логотип (рис.) изображен в форме круга, как символ бесконечности, цикличности и единства, концепция восприятия мира как вечно повторяющихся, то есть весна сменяется лето, лето – осень, зима – осень.



Логотип бренда «НОВОЕ ЛЕТО»

Источник: собственная разработка

Результатом четвертого этапа стало создание визуального образа бренда, который отражает сущность бренда, его ценности и преимущества. Также в рамках этапа разрабатывались ключевые элементы идентификации бренда и правила использования логотипа, что в дальнейшем позволит успешно продвигать основную идею и ценности бренда региона целевым аудиториям. Дед Мороз в центре круга – главный символ новогоднего праздника. Люди верят, что в это время сбываются самые сокровенные желания и мечты, но зачем ограничивать себя только одной ночью в году. Именно поэтому Дед Мороз на логотипе окружен изображением всех времен года, означающих, что в чудо нужно верить вне зависимости от сезона.

Пятый этап (разработка медиа-стратегии) состоит из разработки предварительного плана коммуникаций с основными целевыми группами; составление соответствующего финансового плана коммуникаций;

определения наиболее эффективных медиа-носителей для выделенных групп с учетом бюджета. Реализация данного этапа планируется на летний период 2022г. и будет включать семейные тематические анимированные мероприятия на территории Беловежской пуши и в самом поместье по сезонам (мастер-классы по танцам (для каждого сезона отдельный вид танцев)); «Летние вечера под уютным пледом» – семейный просмотр фильмов на природе; тематические экскурсии, пешие прогулки, и походы с палатками по местам Беловежской пуши; фотозоны и площадки для съемки видео для «Тик-Ток», популярной платформой по созданию мини-видео (архитектура объектов будет соответствовать местному ландшафту и концепции бренда).

Экономической составляющей предложенного бренда «НОВОЕ ЛЕТО» является рост туристов. В соответствии приоритетов целевой аудитории нами предложено использование традиционных методов передачи рекламной информации: телевидение, Интернет, социальные сети, тревел-блогеры, СМИ и т.д. Разработанный медиа-план на этом этапе включает: необходимый объем охватываемой аудитории, величину частоты контакта с рекламным сообщением, выбор медиа и их взаимодействие в ходе рекламной кампании, период проведения рекламной кампании, формат рекламных сообщений, с определением ключевых показателей эффективности.

Последним, но не менее важным, чем остальные, является шестой этап, в ходе которого и реализуются все ранее разработанные планы. Результатом данного процесса должно стать продвижение региона Брестской области посредством реализации представленного авторами проекта гипотетического бренда «НОВОЕ ЛЕТО». После того как вся программа по созданию и выведению бренда на рынок будет выполнена, необходимо проанализировать состояние бренда, соответствие полученного результата запланированному и внести корректировки в стратегию и тактику дальнейшего развития бренда.

Библиографические ссылки

1. Формирование бренда и брендинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.boxside-service.ru/view?id=32> – Дата доступа: 26.04.2022.
2. Официальный сайт Беловежской Пуши [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://npbp.by/> – Дата доступа: 26.04.2022.

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА «MODELLAND»

К. А. Григянец, Ю. П. Сойко

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

kristina.grigyanets@gmail.ru; yulia_soiko1999@mail.ru

науч. рук. – Е. Г. Гриневич, ст. преп.

Разработка информационной системы для интернет-магазина Modelland является актуальной для указанного интернет-магазина, поскольку в настоящее время разрабатывается бизнес-план по его созданию. Частью бизнес-плана является планирование способов управления торговлей, учета товародвижения и других функций. Для этих целей была разработана информационная система, состоящая из базы данных и приложения, которая будет способствовать реализации перечисленных бизнес-процессов. В работе рассматриваются процессы автоматизации основных задач, а именно – учета материалов, хранения, изменения и обработке данных о продуктах, поставщиках, заказах, клиентах и поставках на первых этапах работы организации.

Ключевые слова: информационная система; база данных; таблица; триггер; sql; microsoft visual studio.

В современных организациях уже практически невозможно обойтись без использования информационных технологий, так как процессы хранения и обработки данных требуют автоматизации для повышения эффективности и успешной реализации предпринимательской деятельности. Поэтому мы решили разработать приложение, которое будет способно решать все необходимые задачи при невысоких системных требованиях, оставаясь простым и удобным в использовании [1].

В качестве объекта для реализации данной задачи был выбран интернет-магазин «Modelland», который занимается созданием и продажей моделей и миниатюр. Изучив предприятие, мы выявили основные бизнес-процессы, требующие автоматизации: учет товаров, клиентов, поставок, производителей и заказов.

Нами были определены основные сущности и связи между ними. На рисунке 1 представлена концептуальная модель данных.

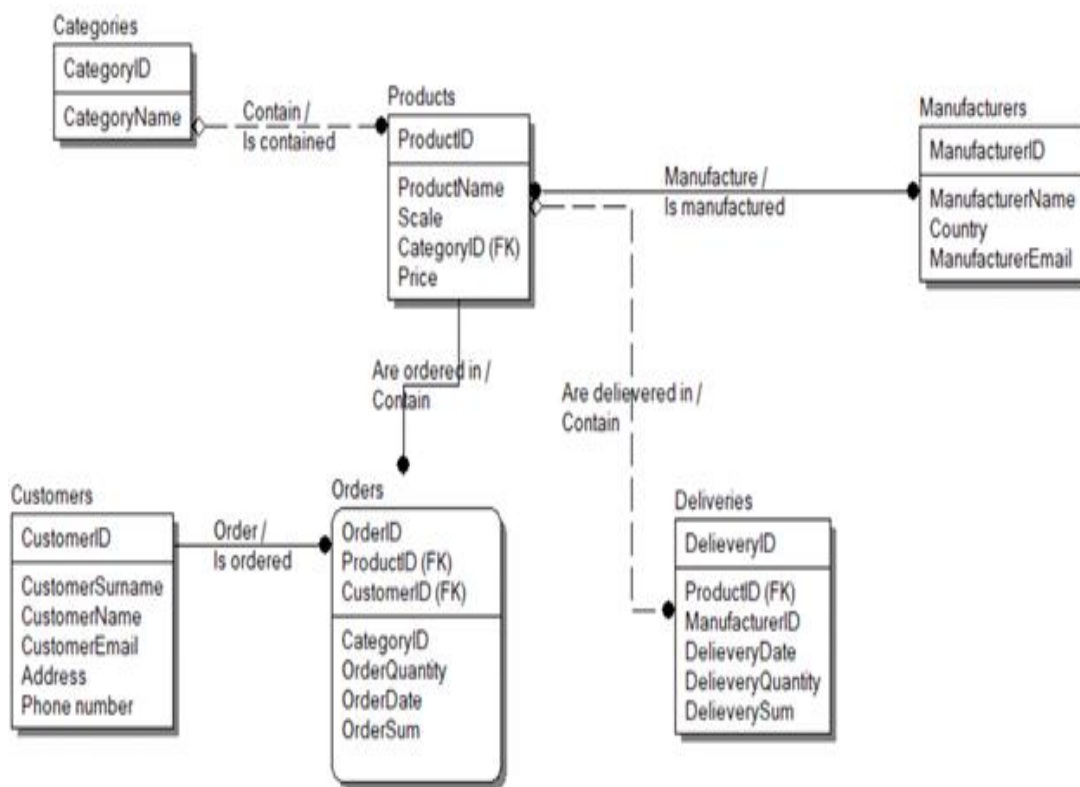


Рис. 1. Концептуальная модель данных

Информационная система компании должна поддерживать многопользовательский режим доступа к ней с разных точек. Следовательно, ее реализация должна быть осуществлена в СУБД, использующей технологию «клиент-сервер». Так, для разработки серверной части информационной системы была выбрана СУБД Microsoft SQL Server, которая позволяет создать надежную базу данных и может быть расширена по мере наполнения информацией, не теряя при этом в заметной степени своего быстродействия, что является важным условием для растущей компании. Для создания клиентской части БД был выбран Visual Studio 2019.

На этапе физического проектирования были определены таблицы будущей базы данных, их поля и типы данных, а также накладываемые на них ограничения и связи между ними. При помощи запросов на языке Transact SQL была создана БД «Modelland» и таблицы, заданы ограничения целостности и заполнены таблицы-справочники [2]. На рисунке 2 представлена, полученная структурная схема БД.

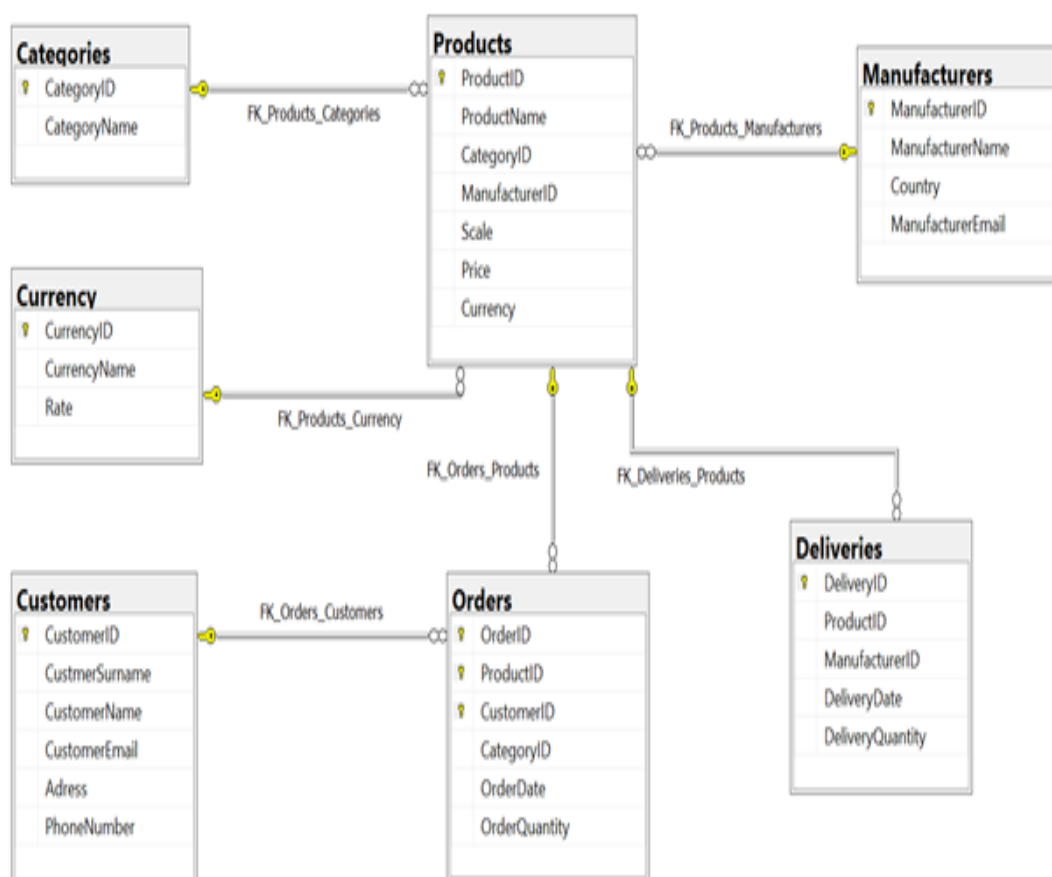


Рис. 2. Структурная схема базы данных

В результате разработки БД были созданы 7 основных и 2 дополнительные таблицы, разработан ряд запросов на выборку данных из таблиц, созданы представления и ряд запросов действий. В проект также были добавлены семь хранимых процедур, двенадцать функций, шесть триггеров и один триггер с курсором. Для администрирования БД были созданы 2 роли и 4 пользователя, различающихся по ответственности и возможностям действий [2]. Также проект подлежит полному ежемесячному резервному копированию. На данный момент имеется копия, срок действия которой истечет 15.06.2020 [3].

Одним из интересных решений созданной БД является триггер, который вносит записи в созданную таблицу ProductsRegistration при добавлении записей в таблицу Products. Его использование позволяет отслеживать изменения в товарах интернет-магазина и вести их учет. Также имеются триггеры на добавление записей в таблицу ProductRegistration при изменении или удалении записей из таблицы Products.

Код триггера представлен на рисунке 3.

```

CREATE TABLE ProductRegistration(
    NoteID int PRIMARY KEY IDENTITY(1,1) NOT NULL,
    ProductID int NOT NULL,
    Note varchar (100) NOT NULL,
    RegistrationDate datetime NOT NULL)
GO

CREATE TRIGGER ProductsRegistration
ON Products
AFTER INSERT
AS
INSERT INTO ProductRegistration (ProductID, Note, RegistrationDate)
SELECT ProductID, 'В каталог добавлен новый товар: ' + ProductName, GETDATE()
FROM INSERTED

INSERT INTO Products
VALUES (11, 'Мост автомобильный', 5, 5, 'H0', '13,40', 'EUR')

INSERT INTO Products
VALUES (12, 'Погрузчики', 3, 1, 'H0', '10', 'USD')

```

Рис. 3. Скрипт триггера ProductRegistration

С помощью MS Visual Studio был создан интерфейс клиентской части ИС. Разработанное приложение помимо главной страницы имеет еще 6 страниц, которые содержат остальные таблицы разработанной базы данных и предоставляют пользователю необходимую информацию. Интерфейс главной страницы можно видеть на рисунке 4.



Рис. 4. Интерфейс главной страницы разработанного приложения

В дальнейшем планируется разработка мобильного приложения, которое будет синхронизировано с десктопным приложением.

Разработанная база данных интернет-магазина соответствует необходимым для руководителя организации требованиям и станет основой для хранения, фиксации, изменения данных о продуктах, поставщиках, клиентах, заказах и поставках на первых этапах работы организации. В дальнейшем планируется расширение функциональных возможностей разработанной базы данных и ее внедрение на реальном предприятии. Кроме этого, полученная информационная система может быть исполь-

зована для автоматизации работы других интернет-магазинов со схожими бизнес процессами.

Библиографические ссылки

1. *Исаев Г. Н.* Информационные системы в экономике / *Г. Н.Исаев.* – Москва: Омега-Л, 2015.
2. *Гриневич Е. Г.* Автоматизация проектирования базы данных / *Е. Г. Гриневич, И. Г. Орешко, Ю. Н. Силкович.* – Минск, 2017.
3. Техническая документация по SQL Server [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.microsoft.com/ru-ru/sql/sql-server/?view=sql-server-ver15>. – Дата доступа: 20.04.2020.

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАЧЕСТВА СЕРВИСА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

А.А. Гулис, Н.С. Бондаревич

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
nastya.gulis.00@gmail.com; nsbond@bk.ru;
науч. рук. – А. И. Горбачева, канд. техн. наук*

Интернет произвел революцию в том, как мы делаем покупки. Из-за многочисленных преимуществ и выгод все больше и больше людей в наши дни предпочитают покупать вещи в Интернете, а не в обычных магазинах. Но для того, чтобы оценить реальную эффективность интернет-магазина, в частности качество его сервиса, необходимо рассмотреть преимущества и недостатки интернет-магазинов.

Ключевые слова: интернет-магазин; электронная коммерция; показатели эффективности; качество сервиса.

Для оценки эффективности работы интернет-магазина, в частности качество его сервиса, необходимо рассмотреть преимущества и недостатки интернет-магазинов.

Преимущества интернет-магазинов:

1. Удобство.
2. Лучшие цены.
3. Больше разнообразия.
5. Больше контроля над покупками.
7. Нет толпы.

Недостатки интернет-магазинов:

1. Риск мошенничества.
2. Вы не знаете точно, что покупаете.
3. Видимое отсутствие помощи в продажах.

Таким образом, явное преобладание «плюсов» над «минусами» способствует быстрому развитию и популярности онлайн покупок. А для того, чтобы оставаться конкурентоспособными, интернет-магазины должны также отслеживать свои показатели эффективности.

Ключевые показатели эффективности (далее – *KPI*) работы интернет-магазина и отдельных связанных с ним процессов важны так же, как стратегия и постановка целей. Без *KPI* трудно оценить прогресс с течением времени [1].

Существуют отдельные *KPI* розничной торговли, которые можно использовать для измерения успеха своего бизнеса. Многие *KPI* розничной торговли неприменимы в среде электронной коммерции. Тем не менее, многие ключевые показатели эффективности необходимы

компаниям для отслеживания, чтобы измерить успех их интернет-магазина. Некоторые из наиболее распространенных KPI розничной торговли в электронной коммерции включают:

Коэффициент конверсии: количество покупателей/общее количество посетителей. Например, если ваш сайт посетили 100 человек и только пять человек что-то купили, коэффициент конверсии составит 5 %.

Средняя стоимость транзакции (amount transaction value ATV): средняя сумма денег, полученная от покупателей, посетивших ваш веб-сайт (общий доход/количество транзакций). Например, если вы заработали 10000 рублей на 1000 транзакций, ATV будет равен 10 рублей.

Валовая прибыль: разница между общей стоимостью проданных товаров и себестоимостью проданных товаров.

Коэффициент отказа от корзины покупок (cart abandonment rate CAR): разделите общее количество совершенных покупок на количество созданных корзин, умноженное на 100. Например, если было совершено 50 покупок и создано 400 корзин, CAR будет равен 87,5 %.

Частота повторных покупок (repeat purchase rate RPR): процент клиентов, совершивших несколько покупок, количество клиентов, совершивших покупку за определенный период времени, разделенное на общее количество клиентов, умноженное на 100. Например, если у вас 200 клиентов, 50 из которых совершили несколько покупок, ваш RPR будет равен 25 % ($50/200 \times 100$). = 25)

Произведем сравнение двух самых популярных на территории Республики Беларусь интернет-магазинов: Вайлдберрис и Ламода [2, 3].

Средний чек – 1 600 руб. – у Вайлдберрис и 5 860 руб. – у Ламоды. Он показывает, что Ламода в несколько раз лучше справляется с тем, чтобы заставить покупать на своем сайте.

Посмотрим, как они этого добились.

В шапке сайта Ламоды вынесены главные конкурентные преимущества (бесплатная доставка, примерка и подлинность товаров). При наведении на каждый пункт доступно пояснение и ссылка на подробную информацию. Очень удачное решение.

На Вайлдберрис ту же функцию выполняет малозаметный баннер внизу страницы.

В обоих магазинах верхнее меню каталога сделано оптимально – при наведении выпадает подменю, а по клику можно перейти в раздел. И там, и там всегда размещаются акции, информация о которых размещена в строке над каталогом.

Карточка товара в списке каталога обоих магазинов сделана хорошо – при наведении на товар (без перехода) можно увидеть другие фото, размеры в наличии. Есть возможность отложить товар прямо со страницы списка. За исключением мелких деталей, карточки товаров обоих сайтов одинаковые.

Однако у Ламоды опций больше: можно перейти не только на бренд, но и на группу похожих товаров. Отложить товар можно без выбора размера.

Вайлдберрис настаивает на выборе размера. Зато у них яснее указано, что будет при клике на логотип (переадресация на все товары бренда) – это плюс.

Оформление заказа.

У Ламоды более упрощенный процесс заказа – в один шаг и с возможностью заказать без регистрации. Затем, если аккаунт уже есть, то заказ автоматически появится в нем.

На Вайлдберрис нужно совершить минимум 4 шага, чтобы оформить заказ.

Если на Ламоде покупателя ни в чем не ограничивают, и он может заказать сколько угодно товаров и оплатить их на месте, то на Вайлдберрис оплату нужно совершать сразу онлайн.

Также для сравнения, программа лояльности Ламоды проста, понятна и наглядна. Больше покупок – больше баллов. Больше баллов – больше скидка. В Вайлдберрис только сезонные скидки.

Сравнительный анализ двух крупных интернет-магазинов позволяет проанализировать значимость различных качественных и количественных показателей эффективности сервиса интернет-магазина. Самое важное, на первый взгляд, конверсия сайта.

Интернет-магазины – очень мобильный и быстро меняющийся бизнес. И здесь недостаточно определять стационарные и определенные характеристики, коэффициенты и показатели эффективности за определенный период, здесь важно уметь оценить их изменение и тенденцию на определенный период. Для этого последовательно рассмотрим возможные действия и их последствия для увеличения продаж в интернет-магазинах: [4]

Определить, кто ваши потенциальные покупатели. Целевая аудитория – потенциальные покупатели, на которых, в первую очередь, направлены маркетинговые, рекламные активности интернет-магазина.

Среди наиболее популярных и эффективных способов привлечения посетителей:

SEO – продвижение. Грамотные SEO тексты приводят на сайт нужную целевую аудиторию, которая настроена на оформление заказа или другие нужные вам целевые действия.

Контекстная реклама. Плюсами этого способа продвижения является быстрота запуска и привлечение целевого трафика.

Реклама товаров магазина на торговых площадках. Как показывает статистика, наибольшее количество интернет-покупок в Беларуси осуществляется через торговые площадки.

Социальные сети. Сегодня соцсети пользуются невероятной популярностью во всем мире.

Контент-маркетинг. Написание полезных статей по использованию товаров интернет-магазина может существенно повысить посещаемость сайта, а также доверие и лояльность клиентов к вашей компании.

Реклама в медиа. К медиа ресурсам относятся телевидение, радио и печатные СМИ.

Исследовать магазины и рекламу конкурентов. В условиях жесткой конкуренции важно хорошо знать своих соперников и понимать их сильные и слабые стороны. Анализируя аудиторию своих потенциальных покупателей и действия конкурентов, вы должны понимать, что целевая аудитория не безгранична.

Конвертировать трафик в заказы. Форма заказа должна быть простой, без лишних полей и обязательной регистрации.

Качественно обслужить клиента. Если на запрос покупателя никто не отвечает и не перезванивает, скорее всего, он уйдет к более внимательным конкурентам. То же самое касается и доставки: долгое ожидание, неудобный способ получения или высокая цена могут отпугнуть потенциального клиента.

Сделать постоянным покупателем/подписчиком. Постоянные клиенты являются важным источником продаж, так как они уже лояльны к вашему бренду, поэтому каждый владелец интернет-магазина старается удержать и вернуть покупателя.

Тестировать и анализировать результаты.

Таким образом, поведение пользователей на сайте и эффективность используемых рекламных инструментов нужно обязательно отслеживать и анализировать. Оценка должна производиться не разово и субъективно, а с обязательным привлечением статистики заказов / подписок / посетителей в системах web-аналитики: Google Analytics и Яндекс.Метрика.

Оценку и расчет предлагаемых коэффициентов эффективности следует вести в динамике, постоянно в корреляции с исходными дан-

ными, как качественными, так и количественными характеристиками продвижения и загрузки магазина.

Библиографические ссылки

1. Семь ключевых показателей эффективности, которые должны знать интернет-магазины [Электронный ресурс]: в ред. 15.03.2018 // GoDataFeed. UK. – Лондон, 2018.
2. Интернет-магазин «Lamoda» [Электронный ресурс]: в ред. 10.03.2022 // Lamoda.com. Россия. – Москва, 2022.
3. Интернет-магазин «Вайлдберриз» [Электронный ресурс]: в ред. 19.02.2022 // Wildberries. Россия. – Москва, 2022.
4. Как повысить конверсию в Интернет-магазине [Электронный ресурс]: в ред. 21.08.2018 // Торговый портал «Beseller». Беларусь. – Минск, 2017.

ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е. В. Дедуль

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

liza.dedul@mail.ru;

науч. рук. – О.В. Авдей, канд. экон. наук, доц.

Безработица – распространённое явление в современном мире. В новом докладе Международной организации труда (МОТ) говорится, что в 2022 году число безработных в мире достигнет 207 млн, что на 21 млн больше, чем в докризисном 2019 году. В Республике Беларусь за 2021 год зарегистрировано 196,9 тыс. человек, не принимающих участие в экономике. Данная проблема особенно актуальна для молодых специалистов, которые имеют желание строить карьеру, однако в связи с отсутствием рабочих мест, не имеют возможности набираться опыта и подниматься по служебной лестнице.

Ключевые слова: молодежная безработица; молодежь; занятое население; молодые специалисты; причины молодежной безработицы; пути решения молодежной безработицы.

Молодежная безработица является насущной проблемой и для Беларуси.

Трудовой потенциал молодого поколения особенно актуален сейчас, когда в стране происходят различные преобразования, а также реализуются проекты развития во множественных сферах.

В Законе Республики Беларусь «Об основах государственной молодежной политики» утверждено, что молодыми гражданами являются лица в возрасте от четырнадцати до тридцати одного года. Численность молодежи на 1 января 2021 г. составляла 1 697 517 человек, то есть каждый пятый житель республики относился к данной категории [1; 3].

Самые распространенные сферы деятельности молодежи: IT технологии, где доля молодежи в общей численности работников составляет 40,3 %, услуги по временному проживанию и питанию – 35,5 %, оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов – 26,9 %, финансы и страховая деятельность – 25,4 %, профессиональная, научная и техническая деятельность – 24,5 % [2; 3].

Для рассмотрения проблем занятости молодежи в Республике Беларусь и поиска путей решения, необходимо привести данные статистики.

Рассмотрим занятое население. Занятое население – лица, которые в обследуемую неделю осуществляли деятельность, связанную с производством товаров или оказанием услуг за вознаграждение или оплату в натуральном выражении, либо для получения прибыли (дохода). К со-

жалению, подробная статистика опубликована только до 2019 года. Сравним показатели по возрастным группам за 2018 и 2019 годы.

Так, занятое население в возрасте 15–19 лет в 2018 году составляло 0,7 %. В 2018 году показатель поднялся на 0,01 % и уже был 0,8 %. Занятое население в возрасте 20–24 года составляло 7,4 % в 2018 году. В 2019 году показатель снизился до 6,9 %. Лица в возрасте 25–29 лет составляли 13,2 %, но уже в 2019 году данный показатель снизился до 12,6 %. Присутствует тенденция к снижению численности молодежи, занятой в экономике [3].

Теперь рассмотрим безработных по возрастным группам. Лица, в возрасте 15–19 лет, составили 3,3 % в 2018 году, но уже в 2019 году показатель вырос до 3,8 %. Такая же ситуация возникла и с молодыми людьми в возрасте от 20 до 24 лет. В 2018 году – 16,1 %, в 2019 – 16,4 %. Вырос и показатель лиц от 25 до 29 лет. В 2018 году – 12,6 %, в 2019 – 12,8 %. В данной группе присутствует тенденция к росту [3; 4].

Можно сделать вывод, что все меньше молодых людей принимают участие в экономике своей страны, и все больше становятся безработными.

Выявим факторы данной проблемы. Одна из основных причин молодежной безработицы – отсутствие желания у работодателей нанимать выпускников, у которых не имеется опыта работы. У молодых людей есть преимущества: большая мобильность, хорошее физическое состояние, более высокий уровень образования. Однако, в большинстве случаев, предпочтение отдаётся специалисту, у которого имеется стаж. Наниматели часто ошибочно считают, что молодой специалист – некомпетентный сотрудник. В работника, начинающего свою карьеру, надо вкладывать финансы, отправляя на различные курсы, к примеру, по повышению квалификации. Этот факт так же ставит специалиста с опытом в приоритет.

Разница между спросом на рынке труда и предложением специалистов по подготовке кадров так же является причиной безработицы.

Молодые специалисты имеют завышенные требования к условиям труда, в частности к уровню оплаты труда. Они желают заработать как можно больше, не учитывая тот факт, что они только начинают свою карьеру. По данной причине молодежь часто даже не рассматривает вакансии, где заработная плата не очень высокая, не задумываясь, что она растет вместе со стажем работы.

На фоне пандемии коронавируса обострились такие проблемы как: – большинство выпускников не смогли пройти производственную и преддипломную практику, а значит – не смогли набраться опыта и устроиться на работу;

– возросла безработица, так как стремительно выросла конкуренция среди молодых специалистов;

– многие молодые специалисты потеряли своё рабочее место, так как достаточное количество организаций прекратили свою работу.

Исходя из вышеизложенного, автор предлагает следующие пути решения проблемы молодёжной безработицы в Беларуси:

– стимулирование работодателей нанимать молодых работников. К примеру, уменьшить налог на начинающих специалистов;

– повышение качества подготовки специалистов;

– подготовка специалистов по востребованным специальностям;

– организация курсов по наиболее востребованным сферам деятельности молодых специалистов;

– предоставление возможности работать дистанционно, если это возможно (ИТ-сфера);

– создание молодёжной биржи труда;

– смягчение критериев приёма на работу, увеличение срока стажировки, помощь в адаптации молодым специалистам;

– замена старых специалистов, которые числятся на пенсии – новыми, нуждающимися в работе;

– создание программ, которые помогут молодым людям определиться со сферой деятельности.

По причине неполного использования трудового потенциала молодежи, происходит процесс замедления обновления рабочей силы, особенно в тех отраслях, работа в которых для молодых людей непривлекательна. Растрата их трудового потенциала сейчас – это потеря качества рабочей силы в будущем. Чем раньше молодежь вступает на рынок труда, тем выше устойчивость её занятости.

Проблема безработицы среди молодежи требует комплексного решения, в котором будут задействованы образовательные учреждения, государство и непосредственно работодатели.

Библиографические ссылки

1. Об основах государственной молодежной политики [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь, 7 дек. 2009 г., № 65-З // Эталон Online. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=H10900065>. – Дата доступа: 21.11.2021.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/svodn_2000-2009.php. – Дата доступа: 21.11.2021.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda>. – Дата доступа: 21.11.2021.
4. Статистика безработицы в Беларуси по уровню образования, полу и возрасту [Электронный ресурс] / Адукар. – 2020. – Режим доступа: <https://adukar.by/news/statistika-bezraboticy-v-belarusi>. – Дата доступа: 21.11.2017.

МОНЕТАРНЫЙ ФАКТОР В ИНФЛЯЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. В. Ерёмушкина

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

aleremush@gmail.com;

науч. рук. – А. В. Егоров, канд. экон. наук, доц.

В статье поднимается вопрос степени влияния монетарного фактора на инфляцию за 2011–2022 гг. Проанализирована корреляция денежной эмиссии Национального банка и инфляции. Рассмотрены эффекты «инерции инфляции», «инфляции издержек» и «директивного кредитования». Определено влияние долларизации финансового сектора белорусской экономики на инфляцию.

Ключевые слова: монетарная политика; инфляция; денежные агрегаты; кредитная эмиссия.

Феномен инфляции определяется монетарными и немонетарными факторами. Монетарные факторы – это влияние на инфляцию денежно-кредитной (монетарной) политики Национального банка.

Для определения степени влияния монетарного фактора на инфляцию за выбранный период были использованы следующие инструменты:

Статистика изменения инфляции;

Статистика изменения денежных агрегатов:

M0 – наличные деньги в обращении;

M1 – денежная эмиссия Национального банка;

M2 – денежная масса в национальном определении;

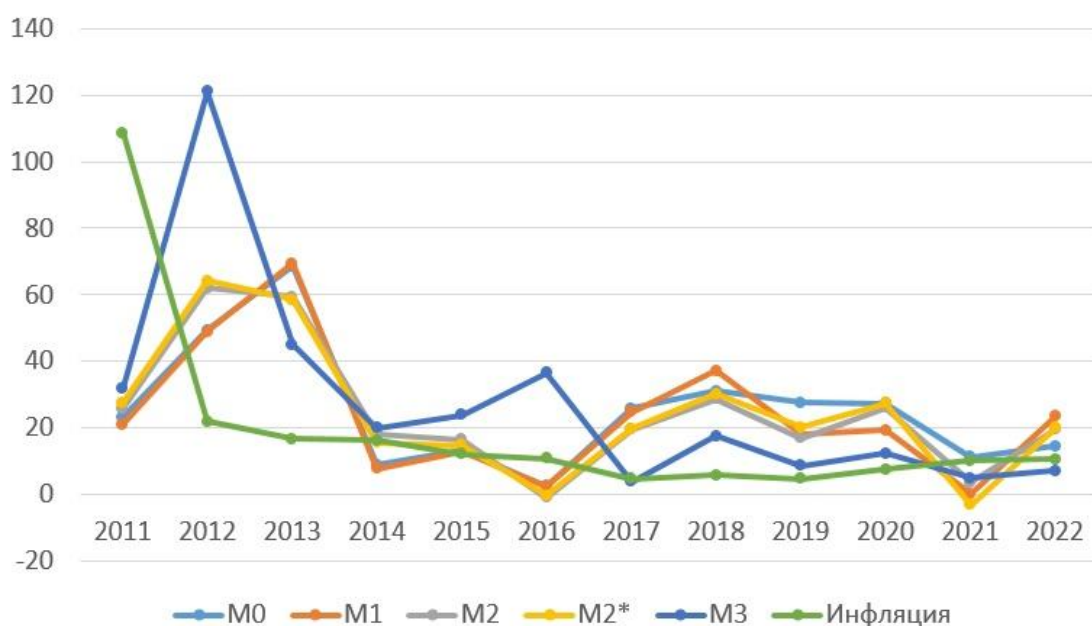
M2* – рублевая денежная масса;

M3 – широкая денежная масса.

Денежные агрегаты M0 и M1 находятся в сфере прямого воздействия (регулирования) Национального банка, то есть Национальный банк может своими решениями изменять величину M0 и M1 – создавать (эмитировать) деньги и изменять величину резервов по депозитным операциям.

Темпы роста инфляции и денежных агрегатов, рассчитанные по данным Национального банка [1; 2], отображены на рисунке. Анализ агрегатов M0 и M1 показывает, что в 2014 и в 2016 гг. произошло отклонение в динамике этих показателей от динамики показателей инфляции: показатели инфляции не уменьшилась в той же пропорции, что и показатели M0 и M1 в 2014 и 2016 гг. Объясняется это «инерцией инфляции» – долгосрочной тенденцией в движении инфляции, которое обусловлено не только монетарным фактором, но и «инфляцией издержек». Явление противоположного толка – опережающий рост показателей M0 и M1 по

сравнению с инфляцией – происходит за исследуемый период в 2013 и 2018 гг.



Динамика темпов роста инфляции и денежных агрегатов за период с 01.01.2011 по 01.01.2022 гг.

Кроме того, корреляционный анализ свидетельствует об очень слабой связи между показателями инфляции и денежного агрегата М1 с коэффициентом корреляции 0,026. Для определения долгосрочных тенденций влияния монетарной политики на инфляцию необходим дополнительный анализ средних темпов прироста денежных агрегатов.

На основании данных Белстата [3], приведенных в таблице 1, четко выделяются два периода инфляции: период 2011–2016 гг., когда инфляция росла более высокими темпами, и период «умеренной инфляции» – с 2017 по 2022 гг.

Таблица 1

Темпы роста инфляции за период с 01.01.2011 по 01.01.2022 гг., %

01.01 2011	01.01 2012	01.01 2013	01.01 2014	01.01 2015	01.01 2016	01.01 2017	01.01 2018	01.01 2019	01.01 2020	01.01 2021	01.0 1. 202 2
108,7	21,8	16,5	16,2	12,0	10,6	4,6	5,6	4,7	7,4	9,9	10,4

Прямое влияние Национального банка на величину денежной массы, а, следовательно, на величину инфляции выражается в параметрах денежной эмиссии, которую отражает агрегат М0. Данные таблицы 2 [1; 2] свидетельствуют, что денежная эмиссия за период 2016–2021 гг. была более умеренной, чем за период 2011–2015 гг. Динамика показателя М0 совпадает с показателями динамики инфляции.

Таблица 2

Средний темпы прироста денежных агрегатов, в %

Период	M0	M1	M2	M2*	M3
2011– 2016 гг.	25,9	25,6	28,5	27,9	45,4
2017– 2022 гг.	21,3	18,9	16,9	18,1	9,8

Однако кроме денежной эмиссии на темпы роста инфляции влияет еще фактор кредитной эмиссии, в части так называемого «директивного кредитования». Посредством «директивного кредитования» государство через уполномоченные банки осуществляет финансирование так называемых государственных программ. В отличие от нормативного кредитования, «директивное кредитование» государственных предприятий, как правило, не только не приводит к росту эффективности общественного производства, а, напротив, снижает его эффективность – т.е. является фактором роста инфляции.

Величина «директивного кредитования» отражается в значениях денежного агрегата M2*. За период 2011–2016 гг. политика «директивного кредитования» была более активной (что выражается в более высоких средних темпах прироста показателя M2*), а после 2016 г. средние темпы прироста снизились. Высокая инфляция сопровождается большими масштабами «директивного кредитования», которое до 2016 г. составляло больше 50 % совокупного банковского кредитного портфеля, а после 2016 г. уменьшилось (сейчас составляет порядка 20 %).

Таким образом, снижение доли и масштабов «директивного кредитования» наряду с уменьшением темпов прироста денежной эмиссии – это те два фактора, действие которых привело к снижению темпов роста инфляции.

Кроме отмеченный двух факторов – монетарного и «директивного кредитования» – на динамику инфляции оказывает существенное влияние фактор значительной долларизации финансового сектора белорусской экономики. Отследить это влияние можно при помощи анализа динамики денежного агрегата M3, на который Национальный банк может влиять только косвенно – регулируя создание кредитов коммерческими банками. Данные по доле рублевой денежной массы в структуре широкой денежной массы [1; 2] приведены в таблице 3.

Данные таблицы свидетельствуют о том, что доля рублевой денежной массы за весь исследуемый период меньше 50 %. Это значит, что более чем на половину денег в экономике Национальный банк фактически влиять не может. В то же время на динамику агрегата M3 оказывает

влияние девальвация белорусского рубля. Это хорошо прослеживается на графике за 2012 и 2016 гг. – агрегат МЗ показал стремительный рост после девальвации белорусского рубля в 2011 и 2015 гг. с лагом в несколько месяцев.

Таблица 3

Доля рублевой денежной массы в широкой денежной массе, %

01.01. 2012	01.01. 2011	01.01. 2013	01.01. 2014	01.01. 2015	01.01. 2016	01.01. 2017	01.01. 2018	01.01. 2019	01.01. 2020	01.01. 2021	01.01. 2022
38,99	52,57	42,57	41,03	37,94	27,67	31,84	35,31	39,08	44,36	40,97	45,87

В проведенном исследовании выявлена взаимосвязь между монетарной политикой и инфляцией. До 2016 г. Национальным банком проводилась мягкая монетарная политика. После накопленных дисбалансов предшествующих лет и разрушительного по своим последствиям финансового кризиса 2014–2015 гг. проведение более жесткой монетарной политики стало необходимым условием выживания финансово-кредитной системы страны. Соответственно, темпы роста инфляции после 2016 года снизились по сравнению с предшествующим периодом.

Кроме монетарного фактора на динамику инфляции влияют также инерция инфляции и инфляция издержек, а также долларизация денежно-кредитной сферы – устойчиво низкая доля рублевой денежной массы в структуре широкой денежной массы.

Библиографические ссылки

1. Статистический бюллетень. Ежегодник (2011–2020) / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – https://www.nbrb.by/publications/bulletinyearbook/statistics_bulletin_yearbook_2020.pdf. – Дата доступа: 11.04.2022.
2. Широкая денежная масса / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://www.nbrb.by/statistics/monetarystat/broadmoney>. – Дата доступа: 11.04.2022.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2021 / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_41019/. – Дата доступа: – 12.04.2022.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В КАСТОМИЗАЦИИ

Е. А. Жолнерчик

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского Государственного университета», г. Минск;

liza.zholnerchyk@gmail.com;

науч. рук. – И. А. Добромудрова, ст. преп.

В статье рассмотрено использование современных цифровых инструментов в кастомизации потребительских товаров. Объект исследования – кастомизированные товары и их реклама. Целью данной работы является рассмотрение современных и актуальных способов рекламирования и продвижения кастомизированных товаров с помощью цифровых инструментов. В данной статье кастомизация рассматривается как инструмент для создания уникального торгового предложения фирмы, которое может выступать в том числе и конкурентным преимуществом перед компаниями-конкурентами. Также было выделено 4 основных цифровых инструмента, с помощью которых можно реализовывать кастомизированные товары в сети Интернет и социальных сетях. В статье понятие кастомизации рассматривается в отдельности от понятия персонализация, так как несмотря на схожесть понятий, между ними существуют существенные различия.

Ключевые слова: кастомизация; кастомизированные товары; реклама кастомизированных товаров; продвижение кастомизированных товаров.

Общее определение кастомизации – это действие по созданию или изменению продукта или услуги в соответствии с потребностями покупателя или пользователя [1].

Кастомизация может ассоциироваться с персонализацией, но между ними есть различия. При персонализации изменения иницируются компанией, при кастомизации – самим клиентом. Примером могут служить Facebook и Netflix. В Facebook пользователи могут самостоятельно настраивать новостную ленту (пример кастомизации). Netflix самостоятельно анализирует историю просмотров пользователей и на основании этого предлагает ему собственные рекомендации (пример персонализации).

Благодаря кастомизации были осуществлены многие инновации. Так, под её влиянием была придумана система «Choiceboard» – интерактивная система, где люди самостоятельно могут создавать товар или услугу, выбирая необходимые свойства. Примером может служить и сервис Garden.com, позволяющий потребителю самостоятельно проектировать садовый участок. Из 16.000 представленных растений клиент может выбрать вариант, в большей степени удовлетворяющий его потребностям, после чего компания оформляет доставку у одного из 50 поставщиков, устраивающего клиента [3; 4].

Число аналогичных компаний растет. Такие инновации еще больше ориентируют маркетинговую деятельность на более глубокую проработку вкусов потребителя, вовлекая его в деятельность компании.

Как сегодня можно продвигать кастомизированный товар?

1. С привлечением блоггеров, медийных личностей, лидеров мнений.

Например, сайт Vsemauki.ru активно ведёт работу с различными блоггерами на платформе YouTube: предоставляет им промокоды на продукцию, закупает рекламу у многих людей одновременно и т.д..

2. Используя социальные сети.

С помощью настройки таргетированной рекламы в социальных сетях можно продвигать кастомизированные товары своим непосредственным потребителям (рис. 1).



Рис. 1. Пример таргетированной рекламы в Instagram кастомизированной продукции

Источник: [5]

Примером грамотно выстроенного профиля с продажей кастомизированных товаров может служить профиль французской Longchamp в Instagram [6].

3. Официальный сайт/лендинг.

Так, немецкая компания PersonalNOVEL через веб-сайт производит и распространяет персонализированные книги, получая товар под заказ. Клиент выбирает жанр, указывает информацию о главных героях и пр., может напечатать свою фотографию и посвящение. Помимо прибыли, такой тип издательства обеспечивает эффективный процесс, избавляющий от запасов и традиционных книжных магазинов (рис. 3) [7; 8].

Попробуйте романы персонализации бесплатно!

Персонализируйте каждого человека в своем романе, указав его имя, внешность, место жительства и многое другое, и персонализируйте свой великий подарок с [посвящением](#). Настройте [подзаголовок](#), [обложку](#) и [шрифт](#) в соответствии с вашими потребностями. Это создаст уникальный и коллекционный предмет. Качественный подарок, которому все рады.

От 31,99 евро, включая НДС 7% плюс [стоимость доставки](#).

The image shows a website interface for PersonalNOVEL. On the left, there is a form titled 'Бесплатный тест прямо сейчас!' (Free test now!). The form contains input fields for:

- Имя жены (Wife's name):
- Мужское имя (Male name):
- Ваш цвет волос (Your hair color):
- его цвет глаз (his eye color):
- место нахождения (Location):
- жанры (Genres):

 On the right, there is a preview of a book page. The text on the page is in German and mentions characters like 'Annika' and 'Simon', and locations like 'München'. The text is personalized based on the form input.

Рис. 2. Сайт по персонализированной подборке книг PersonalNOVEL

Источник: [8]

Возвращаясь к примеру компании Longchamp, рассматривается возможность для клиентов самостоятельно «собрать» сумку определённой модели при помощи цифрового конструктора на сайте. Он не только выполняет техническую и сервисную функцию, но и рекламирует новые возможности компании. (рис. 4) [7; 9].

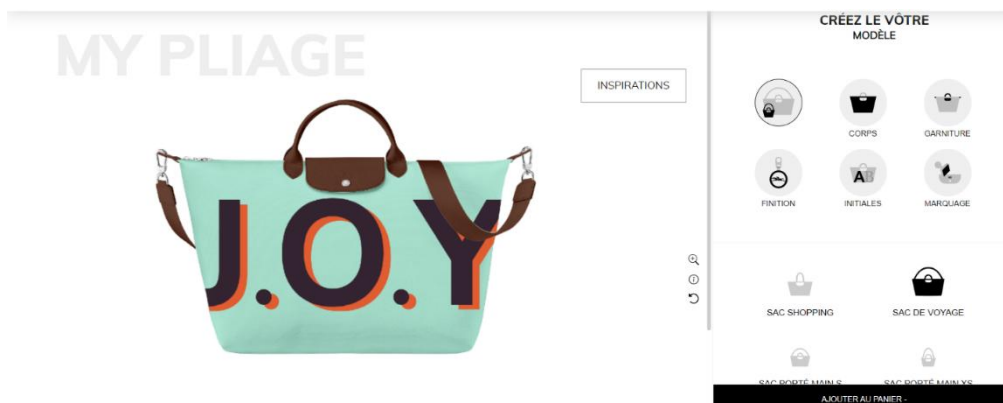


Рис. 3. Сайт Longchamp с кастомизацией сумок

Источник: [9]

4. Персонализация по электронной почте

В e-mail маркетинге такие приемы, как использование имени клиента, уже норма. Но сегодня при написании электронных писем акцент меняется на специфические данные учетной записи. Например, Grammarly в своей еженедельной e-mail рассылке прикрепляют анализ персонального аккаунта: полосы написания, продуктивности, общего количества написанных слов [10].

Эффективная персонализация рекламы подразумевает понимание вкусов и предпочтений пользователей на поведенческом уровне и показ им рекламных сообщений, которые они предпочитают [10].

В заключении хотелось бы отметить, что кастомизация может использоваться в товарной политике фирмы как инструмент продаж и реализовать цели и задачи продвижения товара: привлечение внимания, интерес, вовлечение в процесс создания товара и покупка. Вариативность продвижения кастомизированного продукта с использованием цифровых механизмов увеличивается, позволяя клиентам погружаться в процесс участия в создании продукта, формируя вовлеченность и лояльность. Безусловно, кастомизация возможна не всегда и не по всем продуктовым группам, однако ее возможности, в первую очередь в малом и среднем бизнесе, надо серьезно рассматривать как шанс формирования УТП и конкурентного преимущества.

Библиографические ссылки

1. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus [Электронный ресурс] // Cambridge Dictionary. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/customization?q=customisation> – Дата доступа: 02.02.2022.
2. Marketing way «Кастомеризация» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketingway.ru/maws-751-1.html> – Дата доступа: 02.02.2022.
3. Кастомеризация как эволюция массовой кастомизации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30647116&> – Дата доступа: 02.02.2022.
4. Jerry Wind and Arvind Rangaswamy Customerization: the next revolution in mass customization» // Marketing Science Institute. – 2008. – 00 – 108.
5. Instagram-аккаунт бренда Street Cult [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.instagram.com/street_cult_studio/ – Дата доступа: 19.03.2022.
6. Instagram-аккаунт Longchamp [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.instagram.com/longchamp/> – Дата доступа: 19.03.2022.
7. Гассман О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов / О. Гассман, К. Франкенберг, М. Шик – Издательство ООО «Альпина Паблишер», 2016. – 500 с., 207 ил.
8. Personalisierte Bücher – Das perfekte Geschenk für jeden Anlass! Verteile die Rollen, platziere dein Lieblingsfoto auf dem Cover und los gehts [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://personalnovel.de/> – Дата доступа: 20.03.2022.
9. My Pliage Signature [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.longchamp.com/fr/fr/mypliage> – Дата доступа: 20.03.2022.
10. Кастомизация и персонализация: в чем разница? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.affde.com/ru/customized-vs-personalized.html> – Дата доступа: 20.03.2022.

РАЗВИТИЕ ГИБКИХ НАВЫКОВ СОТРУДНИКОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИИ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

О. С. Журавлева, Д. А. Зубович

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

Zubovich.dan@yandex;

науч. рук. – Т. В. Прохорова, канд. экон. наук, доц.

Статья посвящена важности развития гибких навыков для и современной технологии виртуальной реальности, которая позволяет это делать наиболее эффективно. Приводится список основных гибких навыков, проводится анализ значения этих навыков. Проанализированы способы и достоинства использования технологии виртуальной реальности для развития над профессиональными навыками работников.

Ключевые слова: обучение персонала; гибкие навыки; виртуальная реальность; VR; компьютерные технологии.

В современном мире индустриальная экономика перешла к экономике знаний. Развитие персонала для большинства организаций приобретает особое значение в настоящее время. Это связано с тем, что работа в условиях рынка предъявляет высокие требования к уровню квалификации персонала, знаниям и навыкам работников. Очень быстро изменяются как внешние условия (экономическая политика государства, законодательство и система налогообложения, новые конкуренты и т.п.) так и внутренние условия функционирования предприятий (технологические изменения и др.), что объективно ставит большинство компаний перед необходимостью подготовки персонала адаптироваться к изменениям. Одним из наиболее перспективных и эффективных решений является виртуальная реальность (VR) – это использование компьютерных технологий для создания моделируемой среды. В отличие от традиционных пользовательских интерфейсов, виртуальная реальность помещает пользователя внутрь опыта [1].

Гибкие навыки – это личностные характеристики и качества человека, которые включают в себя психосоциальные способности и навыки межличностного общения, которые помогают людям принимать решения и справляться со стрессовыми ситуациями [2, с. 8].

В качестве основных направлений гибких навыков можно выделить следующие:

Коммуникативные: помогают развивать отношения с людьми, поддерживать разговор, эффективно вести себя в критических ситуациях при общении с окружающими.

Управленческие: наиболее важны для людей на этапе, когда они становятся руководителями любых бизнес-процессов.

Командные: важны для эффективного профессионального и непрофессионального взаимодействия с индивидами, командами [3].

VR может быть эффективным инструментом для развития коммуникативных навыков. Например, компания-поставщик технологий и профессиональных услуг Cognizant экспериментирует с использованием симуляций виртуальной реальности, чтобы научить новых сотрудников более четко формулировать свое ценностное предложение при представлении потенциальных клиентов.

Чтобы помочь этим сотрудникам отточить свои навыки презентации, Cognizant разработала многоэтапную программу обучения на основе виртуальной реальности, в ходе которой сотрудники проходят интерактивный цифровой курс по сторителлингу на основе данных, а затем практикуются в проведении презентации клиента с аватаром виртуальной реальности, который играет роль клиента. В конце механизм искусственного интеллекта, построенный на Google NLP и API Parallel Dots, анализирует презентацию работника на наличие ключевых слов, эмоций, тона и языка тела и на основе данного анализа дает обратную связь для пользователя о проделанной работе [4].

Для развития управленческих навыков компанией DDI создана программа виртуальной реальности, которая специализируется на помощи адаптации менеджеров.

В виртуальной реальности DDI способна продемонстрировать руководителям, как они могут практиковать свои навыки на работе, создавая реалистичные симуляции, которые ставят менеджеров лицом к лицу с членами команды или непосредственным подчиненным. Им предстоит столкнуться с серьезными проблемами, такими как разрешение конфликтов в команде или информирование об изменениях.

В виртуальной реальности менеджеры испытывают явление, называемое «присутствием». Кроме того, лидеры могут испытать ситуации и эмоции с точки зрения другого человека, чтобы увидеть реальные результаты своих решений и действий.

Кроме того, программа также может записывать и воспроизводить сценарии, чтобы оценить работу. Это дает менеджеру возможность подумать о том, что они сделали хорошо и что они могут сделать лучше [5].

В конце 2020 года аудиторская компания PricewaterhouseCoopers провела исследования эффективности использования VR-технологии в развитии гибких навыков персонала, в котором приняли участие 3 группы: обучающиеся через виртуальную реальность, обучающиеся через электронные ресурсы (онлайн-обучение) и третья группа – традиционное обучение в аудитории. Результаты показали, что:

Скорость VR-обучения в 4 раза превышает традиционное и почти в два раза превышает обучение через электронный ресурс.

Обучающиеся через VR применяют полученный опыт более уверенно. Обучение проходит среде с низким уровнем стресса, оно повышает уровень уверенности и улучшает способность фактически применять полученные знания на практике [6].

Для такого метода развития гибких навыков, как виртуальная реальность, необходимо отметить и другие достоинства:

Обучение и тренировки в виртуальной реальности максимально приближены к реальности, но без каких-либо последствий, если человек совершит ошибку. Давая людям возможность повторить задачу естественным образом, практика укрепляет доверие, что повышает качество и помогает уменьшить количество ошибок.

Повышенная концентрация внимания. Эмоции оказывают существенное влияние на когнитивные процессы у людей, включая восприятие, внимание, обучение, память, рассуждение.

Более комфортная среда обучения. В VR не перед кем стыдиться. Человек может практиковаться, не беспокоясь о том, что коллега или тренер осудит, устанет. Отработка навыков в виртуальной реальности дает возможность попробовать разные пути для достижения лучших результатов. Изучение чего-то нового предполагает неуклюжесть, совершение ошибок, корректировку курса и попытку снова.

Таким образом, на основании изученного опыта зарубежных стран можно сделать вывод о наиболее перспективных направлениях использования VR в обучении сотрудников белорусских предприятий, гибкие навыки не менее важны в работе, чем их техническая подготовка. Обучение сотрудников с использованием виртуальной реальности – один из самых прогрессивных методов в эпоху Индустрии 4.0, что обуславливает научную новизну и практическую значимость. В то время как традиционные образовательные инструменты могут показаться скучными или искусственными, обучение в виртуальной реальности создает очень запоминающиеся впечатления. Виртуальная реальность также способствует снижению затрат на логистику, учитывая, что большинство сотрудников имеют доступ к мобильным и компьютерным устройствам.

Библиографические ссылки

1. *Bardi, J.* What is Virtual Reality [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.marxentlabs.com/what-is-virtual-reality/>. – Date of access: 14.03.2022.
2. *Manmahan, J.* Soft skills / J. Manmahan. – London: Bookboon, 2017. – 117 p.
3. *Шутилов, В.* Перечень навыков soft-skills и способы их развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cfin.ru/management/people/dev_val/soft-skills.shtml. – Дата доступа: 14.03.2022.

4. *Jeanne, C.* How Companies Are Using VR to Develop Employees' Soft Skills [Electronic resource]. – Mode of access: <https://hbr.org/2021/01/how-companies-are-using-vr-to-develop-employees-soft-skills>. – Date of access: 15.03.2022.
5. Virtual Reality Training for Soft Skills // DDI [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.ddiworld.com/solutions/virtual-reality-soft-skills>. – Date of access: 15.03.2022.
6. PwC, The Effectiveness of Virtual Reality Soft Skills Training in the Enterprise – USA, 2020. – 74 p.

ВЗАИМОСВЯЗЬ АТТРИБУТИВНОГО СТИЛЯ ОБЪЯСНЕНИЯ ЖИЗНЕННЫХ СОБЫТИЙ И АКАДЕМИЧЕСКОЙ УСПЕВАЕ- МОСТИ СТУДЕНТОВ

А. С. Капур, А. А. Митрахович

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
annkapur51@gmail.com; nnastya647@gmail.com;
науч. рук. – Е. Ю. Казанович, канд. психол. наук, доц.*

В статье раскрыто понятие атрибутивного стиля мышления, определено наличие взаимосвязи академической успеваемости студентов с атрибутивными стилями мышления с помощью проведенного исследования у студентов специальности «Управление информационными ресурсами» Института бизнеса БГУ. Обсуждаемые в статье вопросы представляют теоретическую и практическую значимость для специалистов учебно-методических подразделений учреждений высшего образования, профессорско-преподавательского состава, студентов.

Ключевые слова: атрибутивный стиль; уровень оптимизма; уровень успеваемости; методика СТОУН-10.

Проблема повышения успеваемости студентов очень актуальна для любого учреждения высшего образования. Существует ряд факторов, которые влияют на академическую успеваемость студентов и один из них – это оптимистический (атттрибутивный) стиль мышления [1]. Чтобы выяснить, какова роль оптимистичного стиля мышления в успешном обучении в университете К. Петерсон и Л. Баррет провели лонгитюдное исследование, которое показало, что студенты, имевшие более высокий уровень успеваемости, были склонны к оптимистическому объяснению ситуаций в учебной деятельности. Студенты с пессимистичным объяснительным стилем были менее склонны ставить перед собой конкретные учебные цели и имели более низкую успеваемость. Таким образом, исследование подтвердило связь между позитивным атрибутивным стилем и высокими результатами в учебной деятельности [2].

Под атрибутивным стилем (стилем мышления) понимается характерный способ, которым люди объясняют себе причины различных событий. При оптимистическом атрибутивном стиле успехи воспринимаются как стабильные, глобальные и контролируемые, а неудачи – в качестве временных (случайных), локальных (затрагивающих лишь небольшую часть жизни) и изменяемых (контролируемых).

В рамках пессимистического стиля человек рассматривает происходящие с ним негативные события как вызванные постоянными и широкими причинами (как нечто, что продлится долго и затронет большую часть его жизни), и не склонен верить, что он может их контролиро-

вать [3]. Такие параметры атрибутивного стиля, как стабильность, глобальность и контроль, характеризуют направленность атрибутивного стиля объяснения жизненных событий, а в сумме они определяют общий показатель оптимизма.

Гипотеза исследования – существует положительная взаимосвязь между особенностями атрибутивного стиля объяснения жизненных событий и академической успеваемостью студентов.

Цель нашего исследования – определить наличие взаимосвязи академической успеваемости студентов с их атрибутивными стилями мышления.

Задачи исследования:

Установить наличие половых различий в академической успеваемости и стилях объяснения жизненных ситуаций студентов.

Определить уровень развития оптимистичного стиля мышления студентов.

Определить наличие в взаимосвязи особенностей атрибутивного стиля объяснения жизненных событий и академической успеваемости студентов.

Исследование проводилось на базе Института бизнеса Белорусского государственного университета. В нём принимали участие 53 студента 2 курса специальности «Управление информационными ресурсами» (28 девушек и 25 юношей).

Для определения этих особенностей атрибутивного стиля мышления применялась методика СТОУН-10, разработанная исследователями Т. О. Гордеевой, Е. Н. Осиным, В. Ю. Шевяховой [4]. Данная методика позволяет определить такие показатели атрибутивного стиля объяснения жизненных событий как: стабильность в ситуации успеха (СИ), стабильность в ситуации неудач (СН), глобальность в ситуации успеха (ГУ), глобальность в ситуации неудач (ГН). С помощью вышеназванной методики также были определены три интегральных показателя: «ситуация успеха» (СитУ), «ситуация неудачи» (СитН) и «показатель оптимизма» (ПО).

С целью выявления статистически достоверных отличий по показателям атрибутивного стиля между подвыборками юношей и девушек применялся t-критерий Стьюдента. В результате проведенного исследования различий по полу не установлено. Показатели описательной статистики атрибутивных стилей студентов представлены в таблице.

Количественные показатели атрибутивных стилей студентов второго курса обучающихся по специальности «Управление информационными ресурсами»

Шкалы СТОУН-10	Всего по выборке (N = 53)

	Сред. гр.	Ст. откл.
СУ	24,09	3,35
СН	22,04	4,57
ГУ	22,92	4,01
ГН	22,32	5,19
СитУ	81,94	261,32
СитН	45,06	10,04
ПО	89,23	9,33

В процессе проведенного исследования также не было установлено статистически значимых различий в показателях академической успеваемости юношей и девушек, что позволило объединить испытуемых в одну выборку.

Следующей нашей задачей было определить уровень развития оптимизма. В результате проведенного исследования были выведены следующие уровни развития оптимизма:

- низкий уровень – 26,3 %;
- средний уровень – 50 %;
- высокий уровень – 23,7 %.

Анализируя полученные нами данные, установлено значительное доминирование «среднего» уровня оптимизма у студентов, а «высокий» уровень характерен только для четверти выборки студентов. Полученные нами результаты исследования указывают на необходимость развития оптимистического стиля мышления студентов.

Третья задача нашего исследования состояла в том, чтобы определить наличие взаимосвязи особенностей атрибутивного стиля объяснения жизненных событий и академической успеваемости студентов. На основании анализа полученных данных с помощью коэффициента ранговой корреляции Спирмена установлено, что существует положительная взаимосвязь между такими особенностями стиля объяснения жизненных событий как «стабильность неудач» ($r=0,42$), «ситуация успеха» ($r=0,37$) и академической успеваемостью студентов ($p < 0,05$). Таким образом, чем чаще студенты воспринимают ситуации неудачи как кратковременные, тем выше уровень их успеваемости. Необходимо также отметить, что чем чаще студенты испытывают радость от достижения своих успехов, тем выше их академическая успеваемость.

На основе приведенного исследования, можно утверждать, что гипотеза нашего исследования подтвердилась: существует положительная взаимосвязь между особенностями атрибутивного стиля мышления объяснения жизненных событий и академической успеваемостью студентов.

Подытоживая результаты проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

1. В выборе стилей объяснения жизненных ситуаций студентов,

а также их академической успеваемости не было обнаружено половых различий.

2. У студентов преимущественно выражен «средний» уровень оптимистичного стиля мышления.

3. Установлена взаимосвязь между особенностями атрибутивного стиля и показателями академической успеваемости студентов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для улучшения успеваемости студентов необходимо развивать оптимистичный стиль мышления.

Библиографические ссылки

1. Гордеева Т. О. Диагностика оптимизма как стиля объяснения успехов и неудач: опросник СТОУН / Т. О. Гордеева, Е. О. Осин, В. Ю. Шевяхова. – Москва: Смысл, 2009. – 17 с.
2. Оптимистический атрибутивный стиль и диспозиционный оптимизм: эмпирическая проверка сходства и различия двух конструктов / Т. О. Гордеева [и др.] // Журнал Высшей школы экономики Т. 14. Психология. – 2017. – № 4. – С. 756–765.
3. Позитивная и традиционная психология (в исследованиях М. Селигмана и российских психологов) / Л. П. Гурьева // издат. ООО «Исследовательская группа Социальные науки». – Москва, Смысл, 2012. – С. 90–120.
4. Гордеева Т. О., Сычев О. А., Осин Е. Н. Краткий опросник оптимистического атрибутивного стиля / Т. О. Гордеева, О. А. Сычев, Е. Н. Осин // Психологический журнал – 2019. – Том 40. – № 6. – С. 76–86.

ТЕЛЕМАТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ АВТОМОБИЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК

В. В. Карпович

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

ladislao.karpovich@gmail.com;

науч. рук. – А. М. Туровец, ст. преп.

В статье рассматривается проблема повышения транспортной безопасности для предотвращения дорожно-транспортных происшествий, обусловленных состоянием транспортных технических систем (их изношенностью, аварийностью, несовершенством), нарушением правил эксплуатации технических систем, влекущими за собой материальные потери и человеческие жертвы. Изучен зарубежный опыт использования средств телематики и найдены разработки проекта автоматизированной системы динамического определения геометрических параметров автомобильных дорог.

Ключевые слова: телематика; транспортная безопасность; интеллектуальные транспортные системы; транспортное средство; навигационное оборудование.

Транспортная безопасность на сегодняшний день – это система взглядов на обеспечение безопасности личности, общества также государства от внешних и внутренних опасностей в транспортной сфере. Обеспечение транспортной безопасности сделалось для множества государств мира важной проблемой [1]. Однако в реальности можно говорить о потенциале снижения показателей ДТП от неудовлетворительных дорожных условий за счет раннего обнаружения динамических дорожных условий с использованием телематических, спутниковых и инерциальных навигационных систем. Неудовлетворительные дорожные условия, то есть изношенность и несовершенства компонентов транспортных систем, а именно автомобильных дорог, транспортных сооружений и элементов обустройства дорог являются причиной около 38–50 % ДТП от их общего числа [6].

В современной логистике под информационными системами и информационными технологиями обычно подразумевается комплекс программно-технических средств и методов производства, обработки, передачи и потребления информации в системах, обеспечивающих товародвижение. Современное развитие электроники и микропроцессорной техники привело к переходу на транспорте до мониторинга [5].

Системы для управления транспортными комплексами, созданные на базе средств телематики, получили название **интеллектуальные транспортные системы** [4]. Эти системы условно разделяют на **системы активной и пассивной безопасности**. По направлению активной безопасности внедряются антиблокировочная системы различного уровня

функциональности, системы адаптивного круиз-контроля, парковки, управление освещением, противоугонные, сервисные и т.д. [3].

Направление пассивной безопасности реализуется внедрением систем повышения комфорта, безопасности водителя и пассажиров. Это системы климат-контроля, адаптивного управления зеркалами заднего вида, контроля состояния водителя и т. д.

Что касается проекта разработки автоматизированной системы динамического определения геометрических параметров автомобильных дорог, то тут рассматривается сразу две задачи:

1) исследование распределения траекторий машин по дорожному полотну, а также формирование на его базе оценки ширины фактической проезжей части, используемой машинами в период перемещения.

2) выявление колебаний машины на неровностях, их координатную привязку и тем самым обследование состояния путевого полотна

Для решения данных вопросов применяются специальные дорожные лаборатории, но первостепенный акцент в исследовании делается на вовлечение к получению информации автомобильных навигационных устройств, а также телефонов, широко применяемых с целью навигации.

В рамках решения первой поставленной задачи результатами являются:

1. Разработка методики определения геометрических параметров автомобильных дорог, основанная на совместной обработке большого количества траекторий движения ТС.

Все реальные траектории ТС находятся в пределах дорожного полотна. Поэтому по их совокупности можно определить его геометрические параметры, а именно, координаты края дорожного полотна и его профиль. Для решения этой задачи целесообразно применять бортовую измерительную аппаратуру, состоящую из геодезического приемника навигационных сигналов глобальных навигационных спутниковых систем, интегрированного с инерциальной навигационной системой [2].

Предлагаемая методика определения эффективной ширины проезжей части дороги заключается в следующем:

После установки бортовой измерительной аппаратуры на ТС формируется связанная с ним система координат (ССК). Ось X системы направлена вперёд и параллельна продольной оси ТС. Ось Y ортогональна плоскости основания ТС и направлена вверх. Ось Z дополняет ССК до правой части.

В ССК определяются средние значения координат точек касания дорожного полотна колёсами ТС ($X_{ССК,i}$, $Y_{ССК,i}$, $Z_{ССК,i}$) и предельные величины $\Delta Y_{ССК,i}$ отклонения координат $Y_{ССК,i}$ от среднего значения, обусловленные условиями эксплуатации ТС.

Информация бортовой измерительной аппаратуры накапливается в процессе движения ТС по дорожной сети и передается в единый центр обработки.

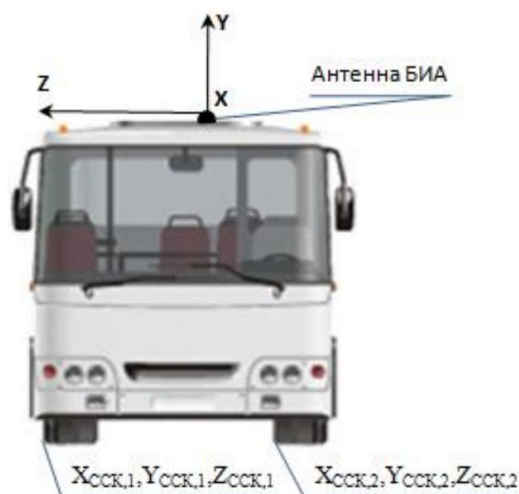


Рис. 1. Связанная система координат ТС

Оцениваются параметры траекторий движения колёс каждого ТС, предоставившего информацию для обработки.

Определяется эффективная ширина проезжей части путем совместной обработки траекторий колес ТС с учётом функции распределения вероятности расположения траекторий на дорожном полотне. В результате обработки определяется траектория движения, соответствующая максимуму функции распределения плотности вероятности.

По данным накопленного массива траекторий колёс ТС формируется сплайн-поверхность, которая является трехмерной картой автодороги.

Таким образом, информацию оснащенных навигационным оборудованием ТС можно использовать для уточнения эффективной ширины проезжей части, построения трехмерных карт автомобильных дорог.

Решение второй задачи предусматривает анализ зависимости амплитуды вертикальных колебаний автомобилей от их местонахождения на дорожном полотне и мониторинг их изменения. Это позволяет отслеживать динамику изменения параметров колебаний на протяжении всей дороги и выделять участки с постоянно ухудшающимися характеристиками.

Данное исследование проводится с использованием навигационных данных, как сформированных по фазовым, так и по кодовым измерениям навигационных параметров. При этом, естественно, будет достигаться разная точность координатной привязки выявленных дефектов.

Полученная навигационная информация позволяет привязать зафиксированные колебания автомобилей к дорожному полотну (рис. 2).

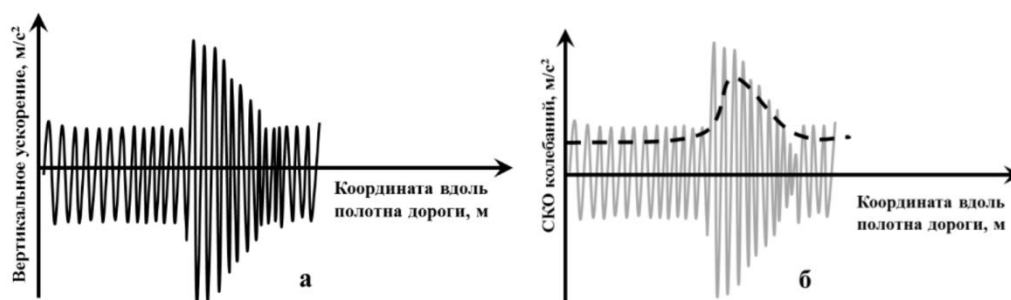


Рис. 2. Распределение зафиксированных ускорений вдоль дороги (а) и соответствующих среднеквадратических отклонений измерений ускорения (б) [2]

При этом на фоне колебаний, вызванных вибрацией двигателя автомобиля и других, указанных ранее факторов, будут присутствовать колебания, вызванные наездом на дефект дорожного полотна. Совокупность большого количества измерений различными приёмниками навигационных сигналов позволяет уменьшить погрешность определения координат.

Библиографические ссылки

1. Бабков В. Ф. Дорожные условия и безопасность движения: учебное пособие для вузов / В. Ф. Бабков. – Москва: Транспорт, 1993. – 269 с.
2. Боровской А. Е., Татаринцев Е. С., Остапенко А. С. Современный подход к проектам организации движения // Проблемы безопасности и чрезвычайных ситуаций. – 2013. – № 4.
3. Интеллектуальная транспортная система [Электронный ресурс] // Онлайн-энциклопедия – Режим доступа: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.5d8e038a-6269135b-8c580e37-74722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/Intelligent_transportation_system. – Дата доступа: 25.04.2022
4. Интеллектуальные транспортные системы (основы инновационных технологий): пособие / В. В. Скалзуб, В. П. Соловьев, И. В. Жуковичский, К. В. Гончаров. – Д.: Изд-во Днепропетр. нац. ун-та ж.-д. трансп. им. акад. В. Лазаряна, 2013. – 207 с.
5. Левкин Г. Г. Коммерческая логистика: учебное пособие для вузов / Г. Г. Левкин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 375 с.
6. Сведения о показателях состояния безопасности дорожного движения [Электронный ресурс] // Аналитический сборник ГАИ МВД – Режим доступа: <https://mshp.gov.by/ohranatruda/e4817642e576aefc.html>. – Дата доступа: 25.04.2022
7. Транспортная безопасность [Электронный ресурс] // Материалы X международной научно-практической конференции – 2020. – Режим доступа: <https://www.bsut.by/images/MainMenuFiles/NauchnyeIssledovaniya/Konferencii/materialy/2020/safety4.pdf>. – Дата доступа: 24.04.2022.

ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМЫ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ИДЕЙ

А. Н. Качан, А. В. Гриневич

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
Kachan8648@icloud.com;
науч. рук. – С. В. Еремушкина, ст. преп.*

Проблема поиска необходимых ресурсов для реализации бизнес-идеи – начального капитала, профессиональных знаний и высококвалифицированных сотрудников актуальна для любого предпринимателя. Особую важность имеет также возможность тестирования актуальности проекта и исследование рыночного спроса. В статье рассматриваются преимущества онлайн-платформ для инвестирования стартапов, получения бизнес-консультаций, обеспечения доступа к конкурентным способностям мирового класса.

Ключевые слова: инвестиционные ресурсы; бизнес-платформы; интернет-площадки; социальные сети бизнес-ангелов; краундфандинг; фриланс; тестирование бизнес-идеи.

Предпринимательство всегда было драйвером развития всех отраслей экономики. В последние десятилетия к базовым ресурсам, таким как земля, капитал, труд и предпринимательские способности, добавилась потребность в профессиональных знаниях для управления бизнесом. Под термином «бизнес» в статье подразумевается первоначальный этап реализации стартапа (идеи).

Все ресурсы можно разделить на базовые и финансовые, внутренние (потенциал предприятия) и внешние. Актуальной является задача по поиску внешних ресурсов, которые ограничены с качественной и количественной точки зрения. К основным причинам ограниченности ресурсов можно отнести географические барьеры, которые сегодня можно преодолеть благодаря глобализации рынка и развитию онлайн-платформ.

К большинству финансовых и информационных ресурсов можно получить доступ независимо от физического местоположения компании. Эту возможность дает развитие бизнес-платформ для предпринимательства, которые будут рассмотрены далее [4].

Одна из ключевых потребностей бизнеса – капитал как источник внешнего финансирования. Существует несколько способов поиска начального капитала: система 3F (family, friend and fools), т. е. ближайший круг общения, займ или кредит, стратегический инвестор. Не во всех случаях есть доступ к первым трем источникам ресурсов, но всегда есть возможность получения капитала от сторонних людей. Безусловно, у этого способа есть свои барьеры: отсутствие связей с локальным бизнес-сообществом, пандемия, что все еще актуально в 2022 году, небла-

гоприятная политическая обстановка и бизнес-атмосфера в стране. В то же время международные онлайн-ресурсы доступны в любой точке планеты, где есть подключение к сети интернет.

Онлайн-инвестиции можно разделить на две части: непосредственно инвестор (инвесторы) и краудфандинг. В свою очередь, на данный момент существует несколько онлайн-способов найти индивидуального инвестора: регистрация на платформах для запуска стартапов, социальные сети бизнес-ангелов, рынок прямых инвестиций.

В помощь начинающим предпринимателям созданы специальные платформы, предоставляющие информацию, исследования и помощь во всех аспектах запуска нового проекта, включая и общение с инвесторами. Например, Startups.co предлагает удобный канал поиска платежеспособного инвестора.

Преимущество инвестирования через социальные сети бизнес-ангелов заключается в том, что начинающему предпринимателю не просто дают деньги, но делятся контактами и вводят в деловой круг. Найти такого инвестора можно на платформах Funded.com, Angel Capital Association, Angel Investment Network. Социальная сеть LinkedIn предоставляет возможность прямого контакта с инвестором [2].

На краудфандинговых платформах обычные пользователи поддерживают интересные им проекты (сайты типа Kickstarter, Pererbackers, Planeta.ru и Indiegogo). Есть и платформы с аккредитованными инвесторами – например, OurCrowd. Рисунок 1 демонстрирует популярные категории инвестирования на российском и американском рынке [2].



Сравнительная характеристика Kikstarter и Planeta.ru
по направлению инвестиций

В случае отсутствия необходимой квалификации даже полученные ресурсы не принесут ожидаемого результата. Источниками получения знаний, необходимых для управления бизнесом, выступают профильное образование, курсы повышения квалификации, индивидуальный коучинг и т. д., но эти варианты требуют значительных затрат времени или (и) финансовых средств. Бизнес-консультации онлайн в свою очередь являются доступным и эффективным вариантом [1; 2].

Возможность взаимодействия со специалистом предоставляют социальные сети и интернет-площадки по интересам, концентрирующие в себе большую часть мирового бизнес-сообщества: не только всемирно известные Instagram и Facebook, но и сети бизнес-ангелов (платформы Funded.com, Angel Capital Association, Angel Investment Network), платформы для запуска стартапов, социальная сеть LinkedIn, EFactor, Xing, Plaxo, Startup Nation, Cofoundr и Meetup.

Один человек не может обладать всеми необходимыми знаниями для реализации стартапа. В каждом проекте свои этапы реализации, но в общем случае их можно разделить на 6 групп: формирование идеи, анализ рынка (конкурентов), создание минимального жизнеспособного продукта (MVP), тестирование спроса на продукт, выпуск готового продукта и его продвижение на рынке. Автор бизнес-идеи может не иметь необходимых специальных знаний, например, в IT-сфере, поэтому для эффективной реализации IT-стартапов требуются квалифицированные специалисты. На практике из-за высокой стоимости их услуг не все начинающие бизнесмены могут привлекать высококвалифицированных сотрудников, но благодаря развитию фриланса затраты можно существенно снизить без ущерба для качества выполненной работы. Может возникнуть вопрос, почему стоимость услуг фрилансера не столь велика. Первый фактор – затраты самого специалиста ниже (нет потребности в аренде офиса, затрат на содержание дополнительного персонала). Второй – стоимость одной и той же услуги может изменяться в зависимости от средней заработной платы страны, где проживает специалист. А географический барьер преодолевается онлайн-контактом. Самыми знаменитыми фриланс-платформами являются Weblancer, Freelancehunt, Workzilla, Freelance.ru, Upwork. На данных биржах можно найти специалиста в сфере дизайна, маркетинга, программирования, видео- и фото-обработки и т. д. [3].

Интернет-платформы можно использовать и для тестирования бизнес-идеи. Так как основным показателем успеха бизнеса является получение прибыли, то основная цель – продажи продукта. Безус-

ловно качество и количество продаж зависит от маркетинговой стратегии, но если продукт не является востребованным на рынке, то продвижение не даст результата.

Можно сделать вывод – прежде, чем закладывать бюджет на рекламу, следует протестировать спрос. Самый простой вариант – сделать пробную партию или базовый набор возможностей для приложений и дать возможность покупателю оформить предзаказ, но этот способ требует затрат ресурсов. Второй способ – протестировать спрос онлайн. В этом помогут краудфандинговые платформы. Если человек готов инвестировать, следовательно, он заинтересован в покупке данного продукта. Соцсети также можно использовать для определения потребности в товаре, но этот способ больше подходит для розничной торговли: изготовив единственный экземпляр продукта, мы можем уже продвигать его в сети интернет и по количеству заявок определить потенциальный спрос на продукт.

Проанализировав возможные платформы, которые помогают в реализации бизнеса, можно сделать следующий вывод: даже при отсутствии внутренних источников ресурсов и обширного круга бизнес-общения, любой проект может быть реализован с помощью онлайн-презентации среди инвесторов и специалистов.

К главным плюсам использования интернет-платформ можно отнести: отсутствие географических барьеров; доступ к мировому рынку инвестиций и консультаций; возможность продвижения проекта независимо от месторасположения организации; доступ к мировому рынку труда.

К сожалению, на территории Республики Беларусь отсутствуют локальные онлайн бизнес-платформы. Представители этого направления, такие, как Ulej, Talaka и MaeSens прекратили свое существование по политическим причинам. Тем не менее, значимость развития онлайн-пространства, которая была показана в этой работе, очень высока, и в перспективе может оказать положительное воздействие на бизнес-атмосферу в Республике Беларусь.

Библиографические ссылки

1. Как привлечь инвестиции в бизнес [Электронный ресурс] // государственный сайт КБ «ЛокоБанк». – Режим доступа: <https://www.lockobank.ru/articles/biznes/kak-privlech-investitsii-v-biznes/> – Дата доступа 15.03.2022.
2. 10 проверенных способов найти инвестора в проект [Электронный ресурс] // сайт венчурных инвестиций InVenture group. – Режим доступа: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/10-proverennyh-sposobov-najti-investora-v-proekt> – Дата доступа 01.04.2022.

3. 14 лучших платформ для запуска вашего проекта в 2022 [Электронный ресурс] // сайт по парсингу конкурентов XMLDATAFEED. – Режим доступа: <https://xmldatafeed.com/14-luchshih-platform-dlya-zapuska-vashego-produkta-v-2022-godu/> – Дата доступа 28.03.2022.
4. Ресурсы бизнеса. Источники ресурсов бизнеса [Электронный ресурс] // информационный сайт Businessmen.ru. – Режим доступа: <https://businessman.ru/new-resursy-biznesa-istochniki-resursov-biznesa.html> – Дата доступа: 23.03.2022.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ МАЯТНИКОВОЙ МИГРАЦИИ ГОРОДОВ-СПУТНИКОВ МИНСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ

Ю. Е. Кравцевич

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

kravsevich@mail.ru;

науч. рук. – Г. А. Хацкевич, д-р экон. наук, проф.

Статья посвящена построению модели прогноза маятниковой миграции городов-спутников Минской агломерации на основе определения и оценки экзогенных факторов, влияющих на индекс миграционной связи. В работе рассматривается использование Microsoft Excel – программы для работы с электронными таблицами для статистических вычислений с целью описания количественных взаимосвязей, обусловленных качественными закономерностями.

Ключевые слова: маятниковая миграция; индекс миграционной связи населения; статистика; множественная регрессия; эконометрические показатели.

В современном мире наблюдается изменение векторов направленности миграционных потоков, появление новых видов миграции. Маятниковая миграция – значимое явление, влияющее на формирование и развитие агломерации и экономические процессы в регионах. Из малых городов население переезжает в столицу, областные города, которые предоставляют большие возможности для трудоустройства, обучения, развитые услуги инфраструктуры, досуг. Все это негативно влияет на столицу, областные центры: ухудшается их экология, ухудшается здоровье и качество жизни населения.

Минская агломерация – крупнейшая на территории Республики Беларусь. Ядром агломерации является город Минск с населением 2,009 млн человек в конце 2021 года.

Актуальной задачей на сегодняшний день является оценка уровня влияния факторов на маятниковую миграцию. Цель исследования – определить и оценить основные факторы, влияющие на индекс миграционной связи населения райцентров и городов-спутников, а также построить модель прогноза индекса маятниковой миграции. Для исследования из городов-спутников и райцентров были выбраны 26 объектов.

Перейдем к построению множественной линейной регрессии для райцентров. Были выбраны следующие экзогенные факторы: доля заработной платы в райцентрах к минской, доля стоимости квадратного метра жилой площади к минской, доля безработных в числе трудоспособного населения райцентров, а также индекс удаленности от определенного города до Минска. Эндогенным фактором является индекс миграцион-

ной связи Минска и конкретного райцентра (IM_{ij}), который рассчитывается по формуле (1):

$$IM_{ij} = \sqrt{R_{k(2018)}^{pm} * KPIM_{(2021)}} \quad (1)$$

где, $R_{k(2018)}^{pm}$ – рейтинг социально-экономического влияния г. Минска [2], результаты вычисления представлены на рис. 1.

РБ	
Минск	
Минская область	
г. Жодино	0,469
Районы:	
Березинский	0,314
Борисовский	0,39
Вилейский	0,436
Воложинский	0,336
Дзержинский	0,681
Клецкий	0,338
Копыльский	0,318
Крупский	0,347
Логойский	0,768
Любанский	0,413
Минский	0,629
Молодечненский	0,443
Мядельский	0,454
Несвижский	0,491
Пуховичский	0,436
Слуцкий	0,307
Смолевичский	0,766
Солигорский	0
Стародорожский	0,355
Столбцовский	0,519
Узденский	0,648
Червенский	0,31

Рис. 1. Рейтинг социально-экономического влияния г. Минска [4]

В свою очередь $KPIM_{(2021)}$ – коэффициент потенциальной интенсивности миграции, рассчитывается по формуле (2) [1, с. 57].

$$R_k^{pm} = \frac{\frac{pa^{tr} * f_k^{tr}}{max f_k^{tr}} + \frac{pa^{tax} * f_k^{tax}}{max f_k^{tax}} + \frac{pa^{bus} * f_k^{bus}}{max f_k^{bus}}}{Pop_k}, (2)$$

Найденный индекс миграционной связи Минска и всех райцентров, городов спутников представлен на рис. 2.

	IM _{ij}
г. Жодино	1,352592188
Райцентры:	
Березино	0,562540832
Борисов	0,88916013
Вилейка	0,351584164
Воложин	0,498182229
Дзержинск	2,454702212
Клецк	0,365024546
Копыль	0,30570939
Крупки	2,030054487
Логойск	1,339134258
Любань	0,417060865
Заславль	6,633752054
Молодечно	1,006101491
Мядель	0,620146941
Несвиж	0,371096619
Марьина Горка	2,634398255
Слуцк	0,208761976
Смолевичи	3,702510968
Солигорск	0
Старые Дороги	0,340858427
Столбцы	3,855604095
Узда	0,833043348
Червень	0,64619336
Фаниполь	4,632555043
Руденск	14,68160722

Рис. 2. Индекс миграционной связи Минска и всех райцентров, городов спутников

Источник: [собственная разработка]

Далее рассчитываем экзогенные переменные, которые упоминались ранее, отметим, что доля безработных в числе трудоспособного населения райцентров рассчитывается как отношение безработных в райцентре к трудоспособному населению в райцентре [3].

Построим модель множественной линейной регрессии по формуле (3):

$$IM_{ij} = a_0 + a_1 \text{distance} + a_2 \text{house\_metter\_part} + a_3 \text{no\_job\_part} + a_4 \text{salary\_part} + \varepsilon_{ij}, (3)$$

где, IM_{ij} - индекс миграционной связи; a_0 – свободный член; a_1, a_2, a_3, a_4 –коэффициенты регрессии; distance–индекс удаленности; house_metter_part– доля стоимости квадратного метра жилой площади к Минской; no_job_part- доля безработных; salary_part–доля заработной платы в регионах; ε_{ij} – незначительные факторы.

С помощью метода наименьших квадратов построим модель для прогноза маятниковой миграции на 2022 год по формуле (4).

$$y = 1.9499 * \text{house\_metter\_part} - 196.0713 * \text{no\_job\_part} + 1.1679 * \text{salary\_part} - 0,7823 * \text{distance} + 2.8439(4)$$

Прогнозирование имеет два сценария: пессимистический прогноз с медленным развитием городов-спутников и оптимистический прогноз с быстрым развитием городов-спутников.

Данные о количестве безработных для оптимистичного прогноза были рассчитаны на основе плана строительства в городах-спутниках [5].

В результате пассивного прогноза, был получен индекс миграционной связи на 2022 год. Индекс и исходные данные, представлены на рис. 3.

	Отношение числа безработных	Отношение зп	Отношение ст кв м	Расстояние	индекс миграционн
Дзержинск	0,000576153	0,742160868	0,497692308	1,753333333	3,1965202
Заславль	0,001116944	0,983294177	0,627692308	0,266666667	4,7886125
Логойск	0,003666025	0,691947754	0,526153846	1,406666667	2,8587355
Смолевичи	0,001410039	0,542411995	0,430769231	1,466666667	2,8934983
Фаниполь	0,004975364	0,662150961	0,523076923	1,333333333	2,6185811
Руденск	0,00633232	0,606971714	0,461538462	1,446666667	2,0794225

Рис. 3. Результаты пессимистического прогноза

Источник: [собственная разработка]

Результаты оптимистичного прогноза и исходные данные представлены на рис. 4.

	Отношение числа безработных	Отношение зп	Отношение ст кв м	Расстояние	индекс миграционно
Дзержинск	0,000544069	0,758653332	0,442946154	1,753333333	3,1153229
Заславль	0,001054746	1,005145158	0,558646154	0,266666667	4,6916944
Логойск	0,003461879	0,707324371	0,468276923	1,406666667	2,8038669
Смолевичи	0,001232828	0,554465595	0,383384615	1,466666667	2,8499264
Фаниполь	0,004698306	0,676865426	0,465538462	1,333333333	2,577895
Руденск	0,005979698	0,620459974	0,410769231	1,446666667	2,0653196

Рис. 4. Результаты оптимистичного прогноза

Источник: [собственная разработка]

Построенная модель для прогноза маятниковой миграции на 2022 год показала индексы миграционной связи для городов-спутников. Наименьшее значение индекса миграционной связи показывает наибольшую привлекательность для людей. Для регионов предпочтительнее модель равномерного распределения трудовых ресурсов и меньшей маятниковой миграции для улучшения качества жизни местного населения, выравнивания его уровня по территории страны. В нашем исследовании самым развивающимся городом из всех райцентров и городов-спутников является Слуцк, в свою очередь, среди городов-спутников, основываясь на пассивном прогнозе на 2022 год, таким городом является Руденск, аналогичная ситуация наблюдается и в оптимистичном прогнозе.

Библиографические ссылки

1. *Хацкевич, Г. А.* Экономические и демографические последствия маятниковой миграции в Беларуси / Г. А. Хацкевич, Н. Г. Забродская // Экономика и управление: социальный, экономический и инженерный аспекты : сборник научных статей III Международной научно-практической конференции, Брест, 19–20 ноября 2020 года / Министерство образования Республики Беларусь, Учреждение образования «Брестский государственный технический университет», Кафедра менеджмента ; редкол.: С. Ф. Куган [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2020. – С. 156–159.
2. *Драгун Н. П., Ковалевская А. А.* Маятниковая трудовая миграция и ее влияние на социально-экономическое развития региона // Экономический бюллетень. – 2019. – № 9. – С. 50–59.
3. *Забродская Н. Г., Хацкевич Г. А., Петриковец Т. А.* Маятниковая миграция и развитие белорусских агломераций // Бизнес. Инновации. Экономика: сборник научных статей. – 2021. – Выпуск 5. – С. 205.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 23.04.2022.
5. Анализ и визуализация данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/amp/society/view/buduschee-gorodov-sputnikov-minska-raspisali-do-2035-goda-rasskazyvaem-podrobnosti-486719-2022/>. – Дата доступа: 21.04.2022.

ПРОДВИЖЕНИЕ ОАО «ГАЛАНТЭЯ» С ПОМОЩЬЮ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

В. Д. Круглик, А. Д. Свидуневич

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

kruglik.victoria@gmail.com; anna.svidunovich17@gmail.com;

науч. рук. – И. А. Добромудрова, ст. преп.

В работе рассмотрены возможности цифрового продвижения бренда «Галантэя» с использованием социальной сети «ВКонтакте».

Ключевые слова: продвижение; социальная сеть; ВКонтакте; таргетирование; таргетированная реклама, «Галантэя».

Сегодняшняя ситуация небывалого санкционного давления на экономики Беларуси и России стала, безусловно, периодом вызовов, но, в определенном смысле, периодом возможностей. Для белорусских компаний притягательным и перспективным является российский рынок кожгалантерейной продукции. Особенно актуален данный вариант развития событий для отечественного бренда кожгалантереи ОАО «Галантэя». Это крупнейший производитель кожгалантерейных изделий в Республике Беларусь. Продуктовые линейки бренда представлены не только в стране, но и за ее пределами. При этом в качестве основного перспективного рынка сбыта компания рассматривает российский.

Многие производители в Российской Федерации до недавнего времени продвигали свои товары и услуги через аккаунты в Инстаграм, и «Галантэя» также использовала этот коммуникационный канал. Сегодня же на фоне ограничений к использованию данной площадки в российском информационном пространстве начинает быстрыми темпами расти аудитория «ВКонтакте», составив рекордные 50 млн пользователей [1]. Это значит, что продвижение бренда во «ВКонтакте» обеспечит доступ к многочисленной аудитории, большая часть которой попадает в целевой сегмент многих компаний [2].

Помимо этого, у «ВКонтакте» есть весьма значимое для маркетинга преимущество – возможность таргетирования. Поскольку большая часть пользователей социальных сетей дает очень подробную информацию о себе и своих интересах, у брендов есть возможность найти и наладить общение именно с целевой аудиторией.

Статистически целевая аудитория «ВКонтакте» – люди 15–34 лет, что означает возможности для ОАО «Галантэя» найти свою целевую аудиторию в данной социальной сети. В этой связи рассмотрим поэтапное

продвижение продукта бренда «GALANTEYA» с помощью таргетирования в социальной сети «ВКонтакте».

Шаг 1 – выбор формата рекламной записи. Для ОАО «Галантэя» целесообразно выбрать «запись с кнопкой». Это пост с изображением или видео, а также с кнопкой призыва к действию [4].

Мы разработали следующие варианты рекламных макетов.

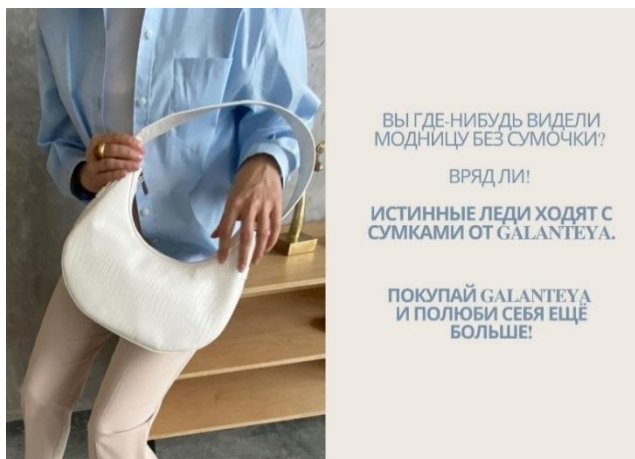


Рис.1. Пример рекламного макета для таргетирования ОАО «Галантэя»

Источник: собственная разработка

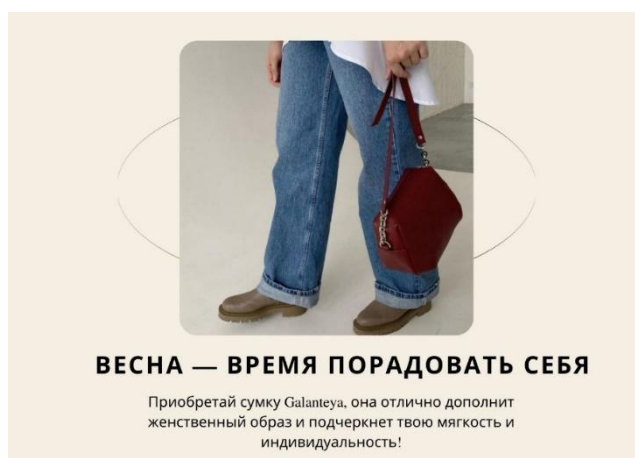


Рис.2. Пример 2 рекламного макета для таргетирования ОАО «Галантэя»

Источник: собственная разработка

Шаг 2 – установка параметров рекламируемого объекта. В этом разделе необходимо установить возрастную маркировку. Возрастная категория потребителей ОАО «Галантэя» от 18 до 50 лет.

Шаг 3 – определение целевой аудитории. Выделим следующие параметры настройки для целевой аудитории «Галантэи»: женщины в возрасте от 18 до 50 лет, состоят в отношениях либо в браке, их интересы

дом и семья, активный отдых, предпочитают покупки онлайн. Устройства, которые используют потребители: смартфоны, мобильные телефоны.

Шаг 4 – настройка расписания показов. Для большинства рекламодателей, в частности для «Галантэя» подходит круглосуточный показ рекламы семь дней в неделю.

Шаг 5 – модель оплаты, настройка цены и выбор площадок. На этом шаге можно включить оптимизацию бюджета. На российском рынке целесообразно использовать автоматическое назначение цены для таргетирования ОАО «Галантэя».

Шаг 6 – настройка площадки. Можно оставить автоматический выбор мест размещения – тогда система сама будет выбирать, где показывать объявления.

Далее необходимо сохранить объявление в новую кампанию. После модерации начнутся показы объявления.

Подводя итоги рассмотрения возможностей продвижения продукции бренда «GALANTEYA» в Российской Федерации через социальную сеть «ВКонтакте» хотелось бы подчеркнуть следующее, необходимо:

- тестировать – менять формат, текст или изображения, отслеживать результаты, отключать неэффективные объявления и оставлять только те, что показывают хороший результат;
- персонализировать – создавать индивидуальные объявления для каждого сегмента;
- анализировать и улучшать.

Исследования показали, что потребители помнят общение с компанией, а не вывеску или логотип. Если нужен товар или услуга, человек с большей вероятностью вспомнит бизнес, с которым взаимодействовал в соцсетях.

Таким образом, через сообщества «ВКонтакте» бизнес может наладить коммуникацию со своей аудиторией, эмоционально привязать ее к своему бренду и улучшить клиентский опыт. Они же подскажут, какие новые услуги добавить или как расширить ассортимент. Через сообщества «ВКонтакте» можно вести и прямые продажи (богатый функционал позволяет обойтись без сайта и электронной рассылки), а для продвижения продукта есть удобные рекламные форматы [5].

Библиографические ссылки

1. Жизнь без Instagram. Как сейчас продвигать свой бизнес в соцсетях и сколько денег для этого нужно [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://secretmag.ru/zhizn/zhizn-bez-instagram.htm>. Дата доступа: 07.04.2022.

2. Все, что вам нужно знать о продвижении бизнеса в ВКонтакте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/wall-33180162_878. Дата доступа: 07.04.2022.
3. Настройка таргетированной рекламы во «ВКонтакте»: пошаговая инструкция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ppc.world/articles/nastroyka-targetirovannoy-reklamy-vo-vkontakte-poshagovaya-instrukciya/>. Дата доступа: 08.04.2022.
4. Зачем бизнесу сообщество «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.su/bVkCl16>. Дата доступа: 08.04.2022.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

А. В. Кулага

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
artycrazyberries@gmail.com;
науч. рук. – Н. В. Черченко, канд. экон. наук, доц.*

Сегодня о технологиях искусственного интеллекта говорят все чаще, а его применение в маркетинге открывает для маркетологов окно возможностей для взаимодействия с потребителями. Искусственный интеллект помогает маркетологам легко понимать потребительские тенденции и использовать эти знания в маркетинговых стратегиях, позволяя показывать нужный контент нужному человеку в нужное время через соответствующий канал связи. В данной статье были проанализировано влияние искусственного интеллекта на маркетинг, возможности его применения и выгоды для маркетологов от использования подобных технологий.

Ключевые слова: искусственный интеллект; AI; Big Data; возможности; маркетинг; персонализация.

Под искусственным интеллектом (artificial intelligence – AI) понимается интеллект, демонстрируемый техническими устройствами, в отличие от интеллекта естественного (NI – natural intelligence), присущего людям и животным. В компьютерной области наук «исследование AI» определяется как исследование «интеллектуальных агентов»: любого устройства, воспринимающего окружающую среду и принимающего меры, максимизирующие их шансы на успешное достижение своих целей [1].

Рождение области исследования искусственного интеллекта произошло в 1956 году, в Дартмутском колледже. Основателями и лидерами исследований AI считают Аллена Ньюэлла, Герберта Саймона, Джона МакКарти, Марвина Мински и Артура Самуэля. Искусственный интеллект испытал несколько волн оптимизма (прежде всего, интерес и финансирование со стороны Министерства обороны США), за которыми последовали разочарования, скептицизм и потеря финансирования (известная как «AI-зима»), а после к нему применялись новые подходы, он переживал успех и возобновление финансирования.

В настоящее время область искусственного интеллекта активно развивается. По прогнозам аналитиков, рынок вырастет до 188 млрд долл. к 2025 году. Все больше исследователей пытаются изучить влияние такой технологии как клиент-ориентированность компании. Все больше компаний стремятся внедрить AI-технологии, чтобы улучшить покупательский опыт, обеспечить более высокую лояльность клиентов и, сле-

довательно, более высокую прибыль. Однако большинство компаний сталкиваются с трудностями при интеграции AI-технологий в свою маркетинговую стратегию. Основные проблемы, с которыми они сталкиваются [2]:

- успешная маркетинговая стратегия на основе искусственного интеллекта требует надежной ИТ-инфраструктуры (т.к. технология искусственного интеллекта обрабатывает огромное количество данных, для ее использования требуется высокопроизводительное оборудование);
- отсутствие данных или низкое качество данных (по мере того, как мы приближаемся к миру больших данных, компании собирают все больше данных, однако эти данные часто не являются теми данными, которые необходимы для успешной маркетинговой стратегии с использованием искусственного интеллекта);
- отсутствие доверия к программному обеспечению искусственного интеллекта (т.к. искусственный интеллект – относительно новая технология, широкая масса людей может относиться к ней с подозрением);
- недостаточный бюджет/инвестиции для реализации (хотя решения на основе искусственного интеллекта обычно обеспечивают впечатляющую рентабельность инвестиций, все же необходимо подготовить экономическое обоснование для инвестиций в эти новые решения, что может быть особенно сложно в небольших компаниях с уже растянутым бюджетом);
- правовое регулирование (искусственный интеллект по-прежнему остается новой и развивающейся отраслью, поэтому правила, касающиеся регулирования этой отрасли, вероятно, изменятся и ужесточатся в ближайшие годы).

Компании же, которым удастся внедрить технологии искусственного интеллекта, получают большое конкурентное преимущество, которое, главным образом, сводится к обеспечению максимальной персонализации своего предложения. В процессе обслуживания клиентов компания помогает покупателю выбрать наиболее подходящий для него продукт или обучает, как им пользоваться. На этапе послепродажной поддержки клиентов компания оказывает всестороннюю помощь покупателю со всей необходимой информацией после покупки продукта, включая установку, использование и техническое обслуживание продукта. Такой сервис используется для приобретения лояльных клиентов и установления с ними долгосрочных отношений.

Поддержка клиентов фактически является одним из ведущих направлений в инвестировании и внедрении систем искусственного интеллекта. В

настоящее время компании все чаще используют искусственный интеллект для улучшения индивидуализированного обслуживания клиентов. Немалая часть потребителей уже вовлечена в автоматизированный разговор с интеллектуальными помощниками, такими как Siri, которая, например, предвосхищает потребности клиентов на основе контекста, предпочтений и предыдущих запросов.

Такие технологии обеспечивают клиентам более персонализированный и интеллектуальный опыт. Искусственный интеллект «оживляет» данные о клиентах, используя машинный интеллект для фильтрации, анализа, изучения и интерпретации больших данных («big data»), что не может быть исполнено человеком в принципе. Ведь данные хороши ровно настолько, насколько хороша информация, которую мы можем из них извлечь, а это влечет за собой необходимость эффективной аналитики данных и большой вычислительной мощности, чтобы справиться с обработкой такого колоссального количества информации. Отчет Bain & Co показал, что, из 400 крупных компаний, те, которые уже внедрили аналитику больших данных, «добились значительного отрыва от остального корпоративного мира». Big data – это не просто историческая бизнес-аналитика, это добавление данных в реальном времени и возможность объединять несколько наборов данных, что делает их такими ценными» [3].

Таблица

Преимущества внедрения искусственного интеллекта на разных этапах взаимодействия с клиентами

Этап	Использование искусственного интеллекта
Формирование осведомленности	- выявление интересных для клиентов аспектов продукта; - рекомендации по товару или услуге; - определение наиболее подходящей комбинации каналов для привлечения большего числа клиентов
Рассмотрение	- интеграция, фильтрация, анализ, изучение и интерпретация больших данных; - предоставление клиентам возможности получения знаний; - сравнение похожих продуктов; - автоматизированное ценообразование с ориентацией на спрос; - распознавание эмоций с целью создания релевантных предложений
Покупка	- кастомизированная оптимизация процесса покупки; - сокращение времени ожидания клиентов
Поддержка после покупки	- отслеживание любых признаков неудовлетворенности для соответствующих действий по отношению к конкретному клиенту; - двусторонний разговор с целью получения обратной связи

Источник: авторская разработка на основе работ Б. Морган [4] и В. Джеффса [5]

Что касается развития применения технологий искусственного интеллекта в Республике Беларусь, то такие разработки сегодня ведут более 70 компаний, и границы AI-карты Беларуси будут расширяться. На карте есть компании, которые занимаются «традиционными» машинным обучением, обработкой естественного языка, компьютерным зрением. Перечень специализаций в принципе весьма широк: в Беларуси работают компании, которые применяют искусственный интеллект в области здравоохранения (Flo, doc, Lung Passport), сельского хозяйства (OneSoil, Zoner.ag), ритейла, промышленного производства, финансов, транспорта, защиты окружающей среды. Целый ряд крупных компаний имеет исследовательские офисы в Минске: Profitero, IHS Markit, WorkFusion, «Яндекс», Teqniksoft, Viber. Все они, к слову, являются резидентами ПВТ. С таким внушительным портфолио и растущим вниманием к отрасли стоит ожидать, что в ближайшие годы мы услышим о новых успехах ИИ-стартапов из Беларуси. Как это уже произошло с AIMatter (перешла под контроль Google), MSQRD (куплена Facebook), Zoner.ag, Juno (объединилась с Gett) и крупным мобильным разработчиком Apalon, перешедшим под контроль IAC Applications [6].

Библиографические ссылки

1. Акулич М. В. Маркетинговые технологии, основанные на AI / М. В. Акулич, С. В. Глубокий // Минск: Маркетинг: идеи и технологии, 2020. – № 4 (124).
2. Michael Brenner. The 6 Biggest Challenges to AI Marketing Success // Marketing Insider Group [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://marketinginsidergroup.com/artificial-intelligence/biggest-challenges-to-ai-marketing-success/> – Дата доступа: 16.04.2022.
3. Travis Pearson. Big Data: The Organizational Challenge / Travis Pearson, Rasmus Wegener // Bain&Company [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: https://www.bain.com/insights/big_data_the_organizational_challenge/ – Дата доступа: 18.04.2022.
4. Blake Morgan. 3 Use Cases of Artificial Intelligence for Customer Experience // Forbes [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2018/08/01/3-use-cases-of-artificial-intelligence-for-customer-experience/?sh=7274be805e34/> – Дата доступа: 21.04.2022.
5. Vince Jeffs. Artificial Intelligence and Improving Customer Experience // Pegasystems [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://www.pega.com/system/files/resources/pdf/ai-and-improving-cx-en.pdf> – Дата доступа: 23.04.2022.
6. «Столица европейского AI»: в Беларуси больше 70 проектов в области искусственного интеллекта // dev.by [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://devby.io/news/ne-tolko-maski-na-polnoy-karte-belorusskih-ii-proektov-bolshe-70-kompaniy> – Дата доступа: 23.04.2022.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УЧЕТА ИНФОРМАЦИИ О КУРСАХ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

А. С. Кулеш

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
aryna.kulesh02@gmail.com;
науч. рук. – Е. Г. Гриневич, ст. преп.*

В статье был проведен анализ предметной области, определена бизнес-модель и рассчитан экономический эффект от внедрения. В ходе проектирования системы были определены основные функции, которые необходимо реализовать в первую очередь. Были спроектированы и описаны классы и объекты системы, которые стали основой для написания программного кода. На основании полученной информации был сформулирован ряд требований к программным средствам реализации. Результатом работы является полностью разработанный программный продукт, имеющий хороший экономический эффект.

Ключевые слова: автоматизация; автоматизированная система; бизнес процесс; проектирование автоматизированной системы; система управления квалификацией сотрудников.

В современных условиях большинство организаций способствуют профессиональному росту сотрудников. Ведь когда сотрудники повышают уровень профессиональной подготовки, улучшается качество оказываемых услуг. Данная работа посвящена разработке системы автоматизации учета информации о квалификации сотрудников в компании.

Исследуемая компания способствует профессиональному росту сотрудников. Однако, на данный момент, в ней отсутствует какая-либо система для хранения информации о пройденных курсах сотрудниками.

Сегодня в управлении работой по повышению квалификации на предприятии можно выделить несколько пробелов:

- отсутствие какой-либо системы для хранения данных;
- недостаточная надежность способа хранения документации;
- длительное время обработки заявки.

Поэтому важно создать корпоративную систему, которая будет решать данные проблемы. Внедрение такой информационной системы позволит не только сократить количество ошибок в работе, но и формировать наиболее эффективные команды на основе знаний сотрудников.

На рынке программных продуктов уже представлены решения данных проблем. Однако все они обладают рядом недостатков, таких как [1]:

- высокая стоимость, которая непосильная маленькой компании;

наличие огромного количества ненужных функций;
сложность в установке.

На основании вышесказанного, было принято решение разрабатывать собственную систему используя следующие программные средства: Enterprise Architect, СУБД MS SQL Server, язык C#.

Первым этапом проектирования является описание бизнес-процесса [2]. Процесс выбора курса выглядит следующим образом: сотрудник компании выбирает понравившийся курс и подает заявку на него, менеджер курсов рассматривает запрос и отправляет сообщение сотруднику о решении на одобрение заявки. Данный процесс представлен на рисунке 1.

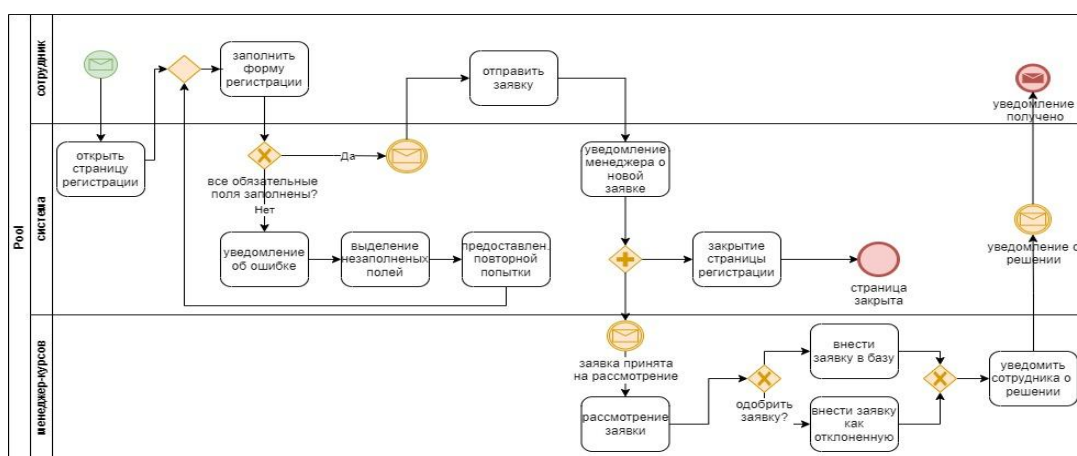


Рис. 1. Бизнес-процесс «Зарегистрироваться на курс»

На основании проведенного анализа были выделены восемь главных объектов, а затем определены для них атрибуты. Таким образом, была разработана диаграмма проектных классов, представленная на рисунке 2.

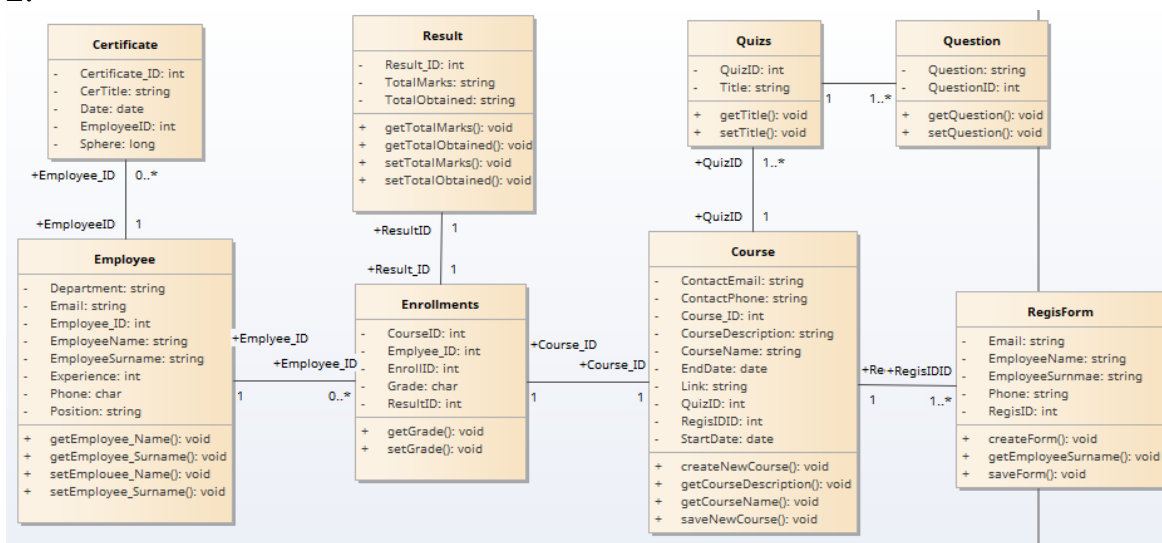


Рис. 2. Диаграмма проектных классов

Для создания базы и управления ей был использован язык запросов SQL.

Для управления базой данных необходимо создание запросов, которые используются при обработке информации, функций и процедур [3]. Были разработаны следующие функции: функция, которая отображает поданные заявки сотрудников на курсы, дату подачи заявки; функция, которая возвращает таблицу с новым столбцом, в котором определяется является ли дата начала курса валидной; хранимая процедура, которая отображает всех сотрудников, которые в данный момент уже зарегистрированы и проходят курсы, а также основную информацию по самому курсу. Текст одной из функций представлен на рисунке 3.

```
CREATE FUNCTION CoursesByPeriod(@Date1 datetime, @Date2 datetime)
RETURNS TABLE
AS RETURN (
    SELECT Course.CourseID, Course.CourseName,
    RegisForm.EmployeeSurname, Course.StartDate
    FROM RegisForm
    INNER JOIN Course
    ON RegisForm.RegisID = Course.RegisID
    WHERE (Course.StartDate BETWEEN @Date1 AND @Date2)
)
SELECT * FROM dbo.CoursesByPeriod('2021-03-05', '2023-01-01');
```

CourseID	CourseName	EmployeeSurname	StartDate
1	Business English for Writing	Chunkina	2022-03-25
2	Jira Mangement	Verushkina	2022-03-14
3	Introduction to Business Analysis	Grishin	2022-04-19
4	Introduction to QA	Dudkin	2022-04-19

Рис. 3. Результат создания и выполнения функции

Для разработки клиентской части был использован интерфейс программирования приложений Windows Forms Application на языке C#. В приложении может авторизоваться только сотрудник компании. Вход в приложение осуществиться при правильном вводе пароля и логина, а также выборе типа пользователя. У каждого пользователя свои права доступа и свой интерфейс системы.

Для расчета экономической эффективности проекта сначала были определены затраты на проектирование ПО. В данном случае существует 5 укрупненных стадий проектирования: предпроектное исследование, проектирование, разработка, тестирование и внедрение. А затем определена заработная плата сотрудников. Итоговая сумма затрат на разработку распределяется по этапам проектирования пропорционально трудоёмкости и составляется инвестиционный план.

Расчет экономической эффективности проекта был произведен с использованием чистого дисконтированного дохода [4]. На основании данных расчетов можно сделать вывод, что дисконтированный срок окупаемости составит 5 месяцев. И по истечении первого года эксплуа-

тации системы прибыль предприятия увеличится на 93 172,3 рублей по сравнению с показателем предыдущего года.

Таким образом, разработка программного продукта займет 110 дней, а затраты на производство и внедрение системы составят 57 876,01 рублей. С экономической точки зрения увеличение прибыли предприятия составит 142 920 рублей. Данный проект является целесообразным, поскольку срок его окупаемости составит 5 месяцев, а предприятие обладает необходимыми финансовыми средствами для инвестирования работ по созданию системы.

Результатом работы является полностью разработанный программный продукт, имеющий хороший экономический эффект. Следующим шагом станет внедрение и адаптация к использованию не только компаниями по разработке программного обеспечения, но и другими предприятиями, которые испытывают необходимость в автоматизации процесса учета сведений о квалификации сотрудников.

Библиографические ссылки

1. *Барановская Т. П.* Исследование HRM-систем: анализ рынка, выбор и внедрение для компаний среднего и крупного бизнеса КубГАУ: сб. науч. ст. / КубГАУ, Т. П. Барановская, А. Е. Вострокнутов, В. С. Березовский, 2016. – 23 с.
2. *Вигерс К.* Разработка требований к программному обеспечению / К. Вигерс, Д. Битти; перевод с англ. – 4-е изд. – Москва: Русская редакция; СПб. : БХВ-Петербург, 2014. – 736 с.
3. *Фаулер М.* UML. Основы: краткое руководство по стандартному языку объектного моделирования / М. Фаулер. – 3-е изд. – Санкт-Петербург: Символ-Плюс, 2013. – 192 с.
4. *Ульянов Г.В.* Эффективность управленческих и экономических решений [Текст]: Учеб.пособие (УМО) / Г. В. Ульянов, М. Е. Малинникова, О. В. Чернова. – Ковров : КГТА, 2011. – 136 с.

ГАЗЛАЙТИНГ В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ

В. Ю. Лис, А. А Боровко

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», Минск;
teryblack42@gmail.com; alyona_borovko@mail.ru;
науч. рук. – Э. В. Рыбакова, ст. преп.*

В статье рассматривается один из видов деструктивного поведения – газлайтинг. Приводятся примеры газлайтинга в рабочем коллективе. Выделяются причины проявления газлайтинга. Даются рекомендации по противостоянию газлайтеру. Определяются пути решения проблем газлайтинга в рабочих коллективах.

Ключевые слова: газлайтинг; газлайтер; деструктивное поведение; признаки газлайтинга; жертва газлайтинга; рабочий коллектив.

Личность – это сложная концепция, которая определяется как относительно устойчивый набор психологических характеристик, управляющих поведением человека. С течением времени поведение каждого сотрудника создает соответствующие ожидания у коллег, которые могут влиять на результаты компании самым непредсказуемым образом.

В современном мире качество персонала и его трудовые отношения становятся основным фактором конкурентоспособности организации и ее выживаемости на рынке. Под влиянием изменений население вынуждено меняться. Менять привычные для себя модели социального поведения.

Результатом трансформации трудового сознания оказалось распространение разнообразных форм деструктивного трудового поведения, обладающего крайне негативным потенциалом. Такой образ действий привел к снижению темпов производства, конфликтам между работниками и работодателями, напряженным отношениям в рабочем коллективе, что в свою очередь ставит под угрозу стабильность организации. Для эффективного управления персоналом, руководству необходимо понимать причину подобного явления, чтобы не допускать дальнейшего его распространения и развития внутри коллектива. [1]

В данной статье раскрывается такой вид деструктивного поведения, как – газлайтинг. Термин «газлайтинг» имеет интересную этимологию.

Термин произошел от названия пьесы «Газовый свет» (Gaslight) 1938 года, по которой в 1944 году был снят одноимённый фильм. По сюжету муж главной героини приписывает ей мысли, которых у нее нет, и действия, которые она не совершала, включая при этом газовое освещение в доме. Муж героини настаивает, что ей это кажется, параллельно убеждая, что она совершала поступки, о которых ничего не помнит, изо-

лирует ее от других людей – в итоге героиня считает, что теряет рассудок. Так что же такое «Газлайтинг»?

Газла́йтинг – это форма психологического насилия и социального паразитизма, главная задача которого – заставить человека усомниться в адекватности своего восприятия окружающей действительности через постоянные обесценивающие шутки, обвинения и запугивания. Психологическая манипуляция призвана выставить индивида «не в своем уме». Типичные фразы-примеры: «Тебе кажется» и «Такого не было». [2]

Рассмотрим психологический портрет газлайтера.

Газлайтер всегда подбирает фразы, ориентируясь на ситуацию. Он знает, как сильнее ранить свою «жертву», и использует различные приемы [3]:

Постоянно негативно высказывается о работе и способностях «жертвы». Чаще всего данные характеристики основаны на личных суждениях, а не на фактах;

Газлайтера отличают стойкий негативный юмор и сарказм. Он демонстрирует враждебность, замаскированную под юмор;

Делает все, чтобы изолировать свою «жертву», ограничить ее возможности взаимодействия с коллегами, развитию. Безосновательно лишает ее других профессиональных возможностей, невзирая на способности и квалификацию;

Постоянно демонстрирует несправедливое отношение по сравнению с другими сотрудниками с аналогичным или меньшим опытом и достижениями, несмотря на послужной список «жертвы» и заслуживающий внимания вклад в работу.

Любое слово газлайтера надолго оседает в душе в виде неприятного осадка, вызывая неприятные эмоции. Именно эффект фраз выдает газлайтера: это вызванное чувство вины у жертвы и нарастающие сомнения в себе. Ко фразам, которые идентифицируют газлайтера, можно отнести следующие:

«Не понимаю, как Вы смогли занять эту должность»;

«Не уверен, что вы сможете справиться с этой задачей»;

«Я такого не помню, значит этого не было.»

Так же газлайтера выделяют мотивы его действий: желание быть лучшим и самоутвердиться за счет других. Он может придумывать способы подавления другого, но общий психологический портрет газлайтера довольно банален: неадекватная самооценка; страх; чувствительность; зависть. [4]

Но! Не стоит путать обычные проблемы организации с проблемами газлайтинга. От других типов проблем на рабочем месте газлайтинг отличаются следующие признаки:

Индивидуальная или групповая предвзятость и негатив, а не твердые доказательства и факты;

Манипулятор создает вокруг своей «жертвы» негативную информационную ауру и наносит ущерб ее личной или профессиональной репутации. Такое отношение сохраняется в течение определенного периода времени, несмотря на положительные характеристики, вклада и достижений жертвы газлайтинга;

Газлайтер обычно отрицает плохое обращение с «жертвой». В ответ на обвинения в манипуляциях он уходит от прямого ответа: спорит, общается пренебрежительно или уклоняется от разговоров.

Пример газлайтинга на рабочем месте: новый сотрудник получает задание от руководителя. Он записывает все, что необходимо сделать, и берется за работу. Когда поручение выполнено, начальник при всех делает выговор подчиненному. Он утверждает, что просил о другом. Сотрудник показывает записи, но руководитель возмущенно отвечает: «Как я мог дать тебе такое поручение! У тебя все в порядке?»

Итог: после нескольких замечаний работник начинает верить, что неправильно понимает слова руководства. Он запутывается, на совещаниях чувствует себя неуверенно, испытывает чувство вины и постоянно находится в состоянии стресса. В результате производительность сотрудника падает.

Психологическое давление может длиться годами, прежде чем «жертва» сможет понять, что с ней происходит. При этом отношения с газлайтером чаще всего характеризуются как зависимые или созависимые, а значит, закончить такие отношения бывает особенно тяжело. Были разработаны и выявлены советы по противостоянию газлайтингу:

Доверяйте и прислушивайтесь к своим чувствам. Чтобы не стать жертвой газлайтинга, важно четко видеть свои физические и эмоциональные границы. Необходимо понимать, что для вас приемлемо, а что – нет.

Заручитесь поддержкой друзей. Попросите людей, которым вы доверяете, взглянуть на ситуацию со стороны. Задача здесь – получить разнообразие мнений. Возможно, вы увидите, что реальность не так однозначна, как вам ее представляют.

Не позволяйте себя обвинять.

Обратитесь за помощью к квалифицированному специалисту.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на руководителе организации лежит непростая задача, а именно: обеспечение сотрудникам

достойного места труда и поддержание здоровых отношений в коллективе. Куда хуже дела обстоят тогда, когда газлайтером является руководитель организации. У сотрудников может остаться только один выход избежать газлайтинга в свою сторону – уволиться и найти дружелюбный коллектив в другой компании. Газлайтинг угрожает вашему психическому здоровью, самооценке, а значит, вашей карьере, авторитету среди коллег. Каким бы искусным ни был газлайтер, ему можно и нужно давать отпор. Газлайтер своими действиями может не просто навредить одному человеку, но и полностью разрушить коллектив, нанести удар по имиджу и статусу компании в целом. Именно поэтому важна корпоративная культура и четкие нормы общения, которые должны соблюдать все сотрудники.

Человек, ставший жертвой газлайтинга, перестает доверять своим ощущениям. Со временем из-за действий манипулятора он может всерьез начать думать, что страдает расстройством психики. Кроме того, систематический газлайтинг нередко приводит к настоящим психологическим и эмоциональным проблемам. В их числе – повышенная тревожность, депрессия, посттравматическое стрессовое расстройство, формирование созависимости. Все это затрудняет выход жертвы из-под влияния манипулятора.

Библиографические ссылки

1. Агафонова М. С., Полянская Е. В. Управление конфликтами в организации // Современные наукоемкие технологии. – № 7–2. – 2014. – С. 134–135.
2. Oxford Dictionary definition of 'gaslighting'. Oxford Dictionaries. Oxford University Press. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/gaslighting#:~:text=%5Buncountable%5D,of%20domestic%20violence%20and%20gaslighting>. – Дата доступа: 18.03.2022.
3. Газлайтинг на работе: 4 признака. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uprav.ru/blog/gazlayting-na-rabote-4-priznaka/>. – Дата доступа: 17.03.2022.
4. Газлайтинг на работе: как распознать газлайтера и защитить свои личные границы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/550736-g2mechanics/140475-gazlayting-na-rabote-kak-raspoznat-gazlaytera-i-zashchitit-svoi-lichnye-granicy>. – Дата доступа: 29.03.2022.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВ АНАЛИЗА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА РАБОЧЕЙ СИЛЫ

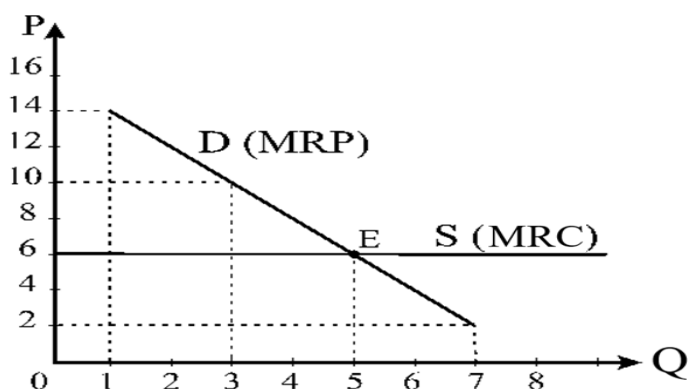
А. Н. Лосева

ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
alya.marvel@gmail.com;
науч. рук. – И. М. Лемешевский, д-р. экон. наук, проф.

Управление бизнес-процессами в реальном секторе экономики предполагает мобилизацию требуемой по количеству и качеству рабочей силы посредством соответствующих контрактных взаимоотношений. Поэтому анализ функционирования рынка труда, включая ценообразование, факторы достижения равновесия спроса и предложения рабочей силы, имеет стратегическое значение. Решение данной комплексной креативной задачи предполагает наличие эффективной теоретико-методологической базы исследования рынка труда. При этом имеющееся обособление микро- и макро-анализа, теоретической и прикладной экономики предопределяет специализацию инструментов исследования трудовых взаимоотношений. В статье предпринята попытка проанализировать теоретико-методологические основы анализа функционирования современного рынка рабочей силы. Обозначены недостатки классической вальрасовской модели закономерностей рынка труда и обоснованы преимущества поискового подхода для анализа рынка рабочей силы в Беларуси.

Ключевые слова: трудовые отношения; рынок труда; вальрасовская модель; поисковая методология; занятость населения.

В литературе весьма широко представлена модель трактовки закономерностей рынка труда, выдвинутая Вальрасом (см. рис.).



Взаимодействие спроса и предложения на рынке рабочей силы

Однако вальрасовская модель не смогла ответить на важные вопросы, например, о причине существования безработицы, ведь логично предположить, что в точке равновесия *E* все, кто хочет работать за текущую за-

работную плату, находят работу. Вальрасовская модель предлагает следующее объяснение: если законодательно установленная минимальная заработная плата превышает равновесную, то разница между предложением труда и спросом на него и есть безработица [1].

Предполагается, что под непосредственным воздействием спроса и предложения формируется как объем спроса на рабочую силу, так и равновесный уровень оплаты труда. Параллельно продвигается идея о том, что вмешательство государства или профсоюза путем, например, установления минимальной заработной платы обязательно деформирует рынок труда в ту или иную сторону [2, с. 241].

При анализе методологических принципов данной модели рынка труда становится понятным, что ряд позиций выдвигается в полном соответствии с классическими построениями, но противоречит многим тенденциям развития практики хозяйствования. Используемая концепция убывания производительности труда, предопределяющая условия формирования спроса на рабочую силу, противоречит реально складывающимся закономерностям хозяйственной деятельности. Соответствующий равновесный уровень заработной платы не имеет закономерного характера, национальные и региональные факторы ее формирования не раскрываются.

Остается вне объяснения существующая зависимость между уровнем безработицы и свободными рабочими местами, даже когда уровень социального пособия ниже предлагаемого уровня заработной платы. Под сомнение следует поставить и признание такой ситуации, когда покупатель и продавец рабочей силы якобы быстро находят друг друга, не неся при этом специфических транзакционных издержек. В то же время при анализе проблем занятости уже признано существование так называемой фрикционной безработицы, величина которой непосредственно зависит от уровня асимметрии информации во взаимоотношениях между нанимателем и работником. Прирост фрикционной безработицы в соответствии с коэффициентом Оуэна означает прямые потери для всей национальной экономики [3, с. 357].

Эти и другие аргументы позволяют сделать вывод о том, что классическая, да и неолиберальная модели функционирования рынка труда значительно упрощены и скорее всего их можно использовать лишь как иллюстративную конструкцию.

Определенные новые методологические основания для более последовательного анализа функционирования рынка труда содержит концепция «рынка с поисковыми трениями», которую выдвинули лауреаты Нобелевской премии (2010 г.) *П. Даймонд, Д. Мортенсен и К. Писсаридес*. Они положили начало поисковому (потокowому) подходу

к исследованию рынка труда, который предполагает переход от анализа «запаса» к анализу динамики функционирования рынка труда и формирования объема занятости (модель-DMP) [4]. Авторы выявили ряд важных закономерностей заполнения вакансий, предпочтений безработного, готовности нести издержки или «трения поиска».

Следует отметить, что данный аспект анализа функционирования рынка труда и процедур занятости имеет практическое значение и для национальной экономики Беларуси. Вряд ли можно наличие фрикционной безработицы объяснять только низкой эффективностью функционирования центров занятости, асимметрией информации и т.п. В практическом аспекте следует учитывать и ту конкуренцию, которая существует между безработными при поиске места работы.

Кроме того, при формировании бизнес-процессов в современных условиях обогащение рабочей силы *Soft skills* («гибкими» или «мягкими» навыками, прямо не относящимися к профессиональным знаниям и не зависящими от специфики работы, но важных для карьеры) стало новым объектом купли-продажи.

Анализ рынка труда с помощью поисковой методологии позволяет обнаружить и другие закономерности:

- трения на рынке труда предполагают обязательное сосуществование безработицы и рынка вакансий;
- знание вероятности найти работу позволяет рассчитать среднюю продолжительность безработицы в национальной экономике;
- существует взаимодействие между увеличением пособия по безработице, вакансиями и уровнем самой безработицы;
- существует взаимосвязь между безработицей и уровнем затрат, связанных с увольнением и наймом одного работника.

В анализируемой теоретико-методологической платформе складывается определенный синтез микроэкономического и макроэкономического подходов к анализу функционирования рынка труда. Знание этих закономерностей позволяет оптимально выстраивать приоритеты для государственной политики занятости.

При использовании определенных теоретико-методологических приемов следует учитывать сложившуюся специфику национального рынка труда. Применительно к условиям Беларуси это:

- использование государством административно-правовых и экономических методов регулирования;
- преобладание структурной безработицы над другими каналами пополнения объема безработицы;
- отнесение скрытой незарегистрированной безработицы к фрикционной; слабость инфраструктуры служб и центров занятости;

– ограниченное использование при анализе уровня безработицы методологии Международной организации труда (МОТ); утрата официальным показателем безработицы аналитического значения;

– низкий национальный уровень средней заработной платы по сравнению со странами-соседями ЕС.

Приходится считаться и с тем, что существует не только видовая, межотраслевая, но и межгосударственная конкуренция на рынке рабочей силы – в меньшей степени со стороны РФ и в большей со стороны западных стран. Ситуация на рынке труда складывается под влиянием основных тенденций социально-экономического развития страны, а также проводимой реформы (пенсионное обеспечение). Последнее обстоятельство позволило повысить численность населения в трудоспособном возрасте незначительно, так как работающий пенсионер всегда засчитывался в трудовой ресурс страны.

При этом достаточно актуальной является практика низкого уровня обеспечения официально зарегистрированного безработного с позиций воспроизводства способностей к труду. Тормозом для повышения производительности труда выступает скрытая безработица непосредственно на производстве, что является результатом избыточной занятости и наличия избыточной численности работников.

Поэтому при совершенствовании теоретико-методологической базы анализа рынка рабочей силы следует обратить внимание на анализ процедур обеспечения «эффективной занятости».

В стратегическом аспекте следует обратить внимание и на отсутствие достаточной теоретико-методологической базы, пригодной для компаративного анализа уровней заработной платы в страноведческом аспекте. Данная область исследования не получает должного отражения даже в экспертном сообществе.

Библиографические ссылки

1. *Довбенко М. В.* Современные экономические теории в трудах нобелиантов : учеб. пособие / М. В. Довбенко, Ю. И. Осик // Научная электронная библиотека: Монографии, изданные в издательстве Российской Академии Естествознания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.monographies.ru/en/book/view?id=129>. – Дата доступа: 10.04.2022.
2. *Лемешевский, И. М.* Микроэкономика: основы микроанализа и белорусская практика : учеб. пособие. 6-е изд. – Минск: Мисанта, 2017. – 400 с.
3. *Вечканов, Г. С.* Микроэкономика : учеб. / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. – 4-е изд. – СПб. : Питер, 2012. – 464 с.
4. *Никитин М.* Поисковые теории рынков (Нобелевская премия по экономике 2010 года) / М. Новиков, А. Юрко // Вопросы экономики. 2011. № 1. С. 51–64.

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ КОМПАНИИ ПО ОКАЗАНИЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Я. И. Мамаева

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
mataeva241020011001@mail.ru;
науч. рук. – Е. Г. Гриневич, ст. преп.*

В работе представлен процесс разработки информационной системы компании по оказанию туристических услуг: проектирование базы данных, создание базы данных в СУБД Microsoft SQL Server, разработка SQL запросов и представлений. В результате работы представлена разработанная информационная система компании по оказанию туристических услуг, с помощью которой можно осуществлять систематизацию и анализ информации о заказах, турах, клиентах, туроператорах и сотрудниках.

Ключевые слова: СУБД MS SQL Server; база данных; сервер; учет данных; система баз данных; туристическая компания.

Современная жизнь немыслима без эффективного управления. Важной категорией являются системы автоматизации и обработки информации, от которых во многом зависит эффективность работы любого предприятия или учреждения. Такие системы должны хранить информацию, структурировать ее для удобства пользователя, эффективно осуществлять поиск конкретных данных.

Туристическая фирма занимается предоставлением услуг в области международного и внутреннего туризма. Целью является информирование потенциальных клиентов по различным турам, которые предложены туроператорами. Ежедневно в туристической компании проходит информация, требующая учета, систематизации и анализа. Для того, чтобы реализовать такой учет нужна база данных.

Основными задачами проектирования базы данных являются обеспечение хранения в БД всей необходимой информации; обеспечение возможности получения данных по всем необходимым запросам; обеспечение целостности базы данных; обеспечение информационной безопасности в базе данных.

Предметной областью разрабатываемой базы данных является туристическая компания. Основная цель данного приложения – это создание удобной системы учета информации.

В базе данных туристической компании будет храниться следующая информация: информация о клиентах; информация о сотрудниках; информация о заказах; информация о турах; информация о туроператорах.

Следовательно, исходя из вышеперечисленной информация, в базе данных будут следующие таблицы: «Клиенты», «Сотрудники», «Заказы», «Туры» и «Туроператоры». Группа пользователей: отдел по продажам туристических услуг.

Можно выделить следующие типы сущностей и их атрибуты:

1. Clients (Клиенты) – ClientID, FullName, ResedentialAddress, DateOfBirth, PassportDetails.

2. Orders (Заказы) – OrderID (Код заказа), ClientID (КодКлиента), TourID (КодТура), EmployeesID (КодСотрудника), TourOperatorID (КодТуроператора), DateOfRegistration (Дата оформления), Sum (Сумма).

3. Tours (Туры) – TourID (КодТура), TourOperatorID (КодТуроператора), Country (Страна), Resort (Курорт), Nutrition (Питание), Excursions (Экскурсии).

4. Employees (Сотрудники) – EmployeeID (КодСотрудника), FullName (ФИО), DateOfBirth (ДатаРождения), Position (Должность), ResedentialAddress (АдресПроживания).

5. TourOperator(Туроператоры)–TourOperatorID (КодТуроператора), NameTourOperator(НазваниеТуроператора), ContactInformation (КонтактнаяИнформация).

Отношение между типами сущностей Клиент и Заказ (тип 1-М), отношение между типами сущностей Заказ и Сотрудник (М-1), отношение между типами сущностей Заказ и Туры (М-1), Туроператор и Тур (1-М).

Концептуальная модель показана ниже (рис.1).

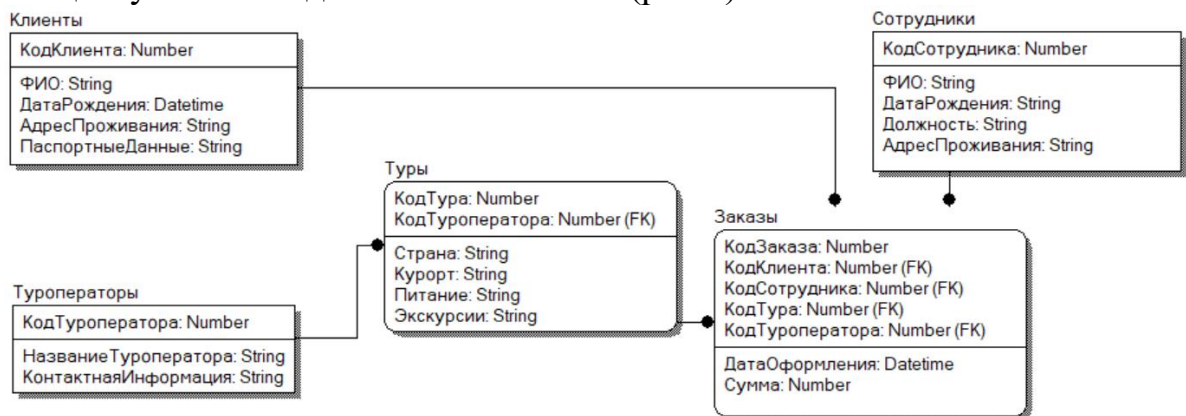


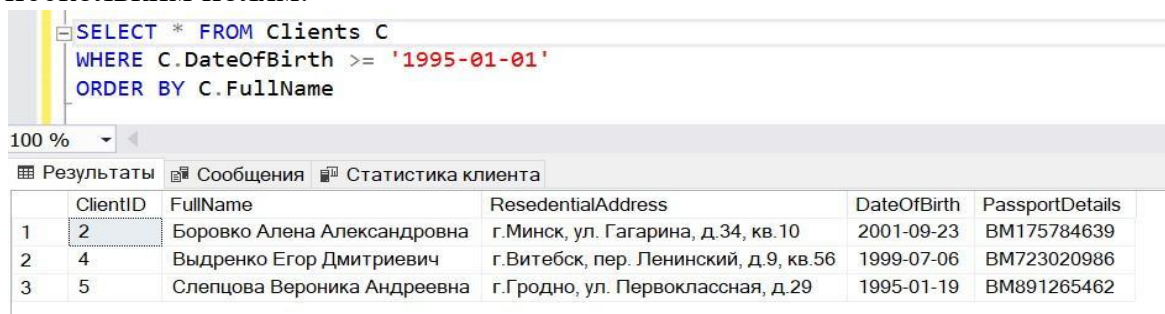
Рис. 1. Концептуальная модель базы данных компании по оказанию туристических услуг

Для разработки базы данных был произведен выбор СУБД между Oracle и Microsoft SQL Server.

Особенности PL/SQL: обрабатывает большие данные, поддерживает SQL, к нему можно получить доступ из реляционных БД Oracle, Oracle NoSQL Database с Java/C API для чтения и записи данных [1, с. 36].

Microsoft SQL Server же имеет ряд особенностей: высокая производительность, зависимость от платформы, возможность установить разные версии на одном компьютере, генерация скриптов для перемещения данных, безопасность. SQL Server является не только наименее уязвимой системой управления базами данных в отрасли за последнее десятилетие, но и включает в себя широкий спектр инструментов, отвечающих современным требованиям безопасности любого бизнеса [2, с. 28–29]. В связи с рядом преимуществ была выбрана СУБД Microsoft SQL Server.

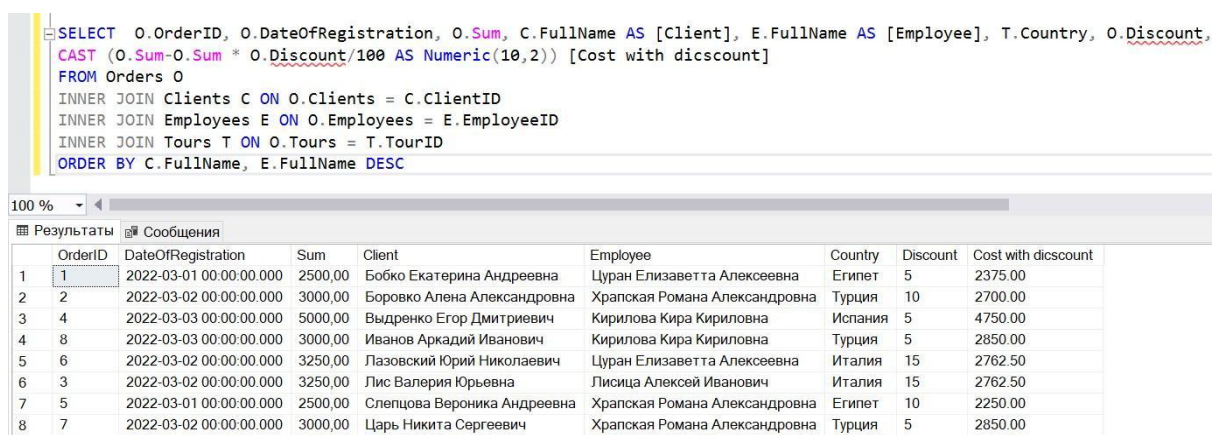
В ходе выполнения разработки баз данных были разработаны запросы для создания всех таблиц, затем было осуществлено наполнение данными. Затем были составлены различного рода запросы: запрос на языке SQL, отображающий все поля одной таблицы Clients с отбором по одному условию, дата рождения больше либо равна 1995-01-01 и сортировкой по полному имени (рис.2); запрос на языке SQL с выполнением групповой операции над данными для того, чтобы узнать количество заказов по каждой стране; запрос с выполнением групповой операции над данными, выбранными из нескольких таблиц, с отбором определенных групп и сортировкой в обратном порядке; запрос на языке SQL с добавлением вычисляемого поля (рис.3); запрос с выполнением сортировки по нескольким полям.



The screenshot shows a SQL query in the 'Query Editor' window. The query is: `SELECT * FROM Clients C WHERE C.DateOfBirth >= '1995-01-01' ORDER BY C.FullName`. Below the query, the 'Results' tab is active, displaying a table with 5 columns: ClientID, FullName, ResidentialAddress, DateOfBirth, and PassportDetails. The table contains 3 rows of data.

	ClientID	FullName	ResidentialAddress	DateOfBirth	PassportDetails
1	2	Боровко Алена Александровна	г. Минск, ул. Гагарина, д.34, кв.10	2001-09-23	BM175784639
2	4	Выдренко Егор Дмитриевич	г. Витебск, пер. Ленинский, д.9, кв.56	1999-07-06	BM723020986
3	5	Слепцова Вероника Андреевна	г. Гродно, ул. Первоклассная, д.29	1995-01-19	BM891265462

Рис. 2. Запрос на языке SQL, отображающий все поля одной таблицы Clients с отбором по одному условию



The screenshot shows a complex SQL query in the 'Query Editor' window. The query is: `SELECT O.OrderID, O.DateOfRegistration, O.Sum, C.FullName AS [Client], E.FullName AS [Employee], T.Country, O.Discount, CAST (O.Sum - O.Sum * O.Discount / 100 AS Numeric(10,2)) [Cost with discount] FROM Orders O INNER JOIN Clients C ON O.Clients = C.ClientID INNER JOIN Employees E ON O.Employees = E.EmployeeID INNER JOIN Tours T ON O.Tours = T.TourID ORDER BY C.FullName, E.FullName DESC`. Below the query, the 'Results' tab is active, displaying a table with 8 columns: OrderID, DateOfRegistration, Sum, Client, Employee, Country, Discount, and Cost with discount. The table contains 8 rows of data.

	OrderID	DateOfRegistration	Sum	Client	Employee	Country	Discount	Cost with discount
1	1	2022-03-01 00:00:00.000	2500,00	Бобко Екатерина Андреевна	Цуран Елизаветта Алексеевна	Египет	5	2375.00
2	2	2022-03-02 00:00:00.000	3000,00	Боровко Алена Александровна	Храпская Романа Александровна	Турция	10	2700.00
3	4	2022-03-03 00:00:00.000	5000,00	Выдренко Егор Дмитриевич	Кирилова Кира Кириловна	Испания	5	4750.00
4	8	2022-03-03 00:00:00.000	3000,00	Иванов Аркадий Иванович	Кирилова Кира Кириловна	Турция	5	2850.00
5	6	2022-03-02 00:00:00.000	3250,00	Лазовский Юрий Николаевич	Цуран Елизаветта Алексеевна	Италия	15	2762.50
6	3	2022-03-02 00:00:00.000	3250,00	Лис Валерия Юрьевна	Лисица Алексей Иванович	Италия	15	2762.50
7	5	2022-03-01 00:00:00.000	2500,00	Слепцова Вероника Андреевна	Храпская Романа Александровна	Египет	10	2250.00
8	7	2022-03-02 00:00:00.000	3000,00	Царь Никита Сергеевич	Храпская Романа Александровна	Турция	5	2850.00

Рис. 3. Запрос на языке SQL с добавлением вычисляемого поля «Cost with discount»

Затем были разработаны запрос на языке SQL для создания представления; запрос на языке SQL для создания представления с вычисляемым полем, к которому затем была применена сортировка (рис.4).

```

CREATE VIEW ListOfOrders10
AS
SELECT *, CAST (B.Sum-B.Sum * B.Discount/100 AS Numeric(10,2)) [Cost with discount]
FROM ListOfOrders5 B

SELECT *
FROM ListOfOrders10
ORDER BY Country DESC

```

	OrderID	DateOfRegistration	Sum	Client	Employee	Country	Discount	Cost with discount
1	2	2022-03-02 00:00:00.000	3000,00	Боровко Алена Александровна	Храпская Романа Александровна	Турция	10	2700.00
2	7	2022-03-02 00:00:00.000	3000,00	Царь Никита Сергеевич	Храпская Романа Александровна	Турция	5	2850.00
3	8	2022-03-03 00:00:00.000	3000,00	Иванов Аркадий Иванович	Кирилова Кира Кириловна	Турция	5	2850.00
4	6	2022-03-02 00:00:00.000	3250,00	Лазовский Юрий Николаевич	Цуран Елизаветта Алексеевна	Италия	15	2762.50
5	3	2022-03-02 00:00:00.000	3250,00	Лис Валерия Юрьевна	Лисица Алексей Иванович	Италия	15	2762.50
6	4	2022-03-03 00:00:00.000	5000,00	Выдренко Егор Дмитриевич	Кирилова Кира Кириловна	Испания	5	4750.00
7	5	2022-03-01 00:00:00.000	2500,00	Слепцова Вероника Андреевна	Храпская Романа Александровна	Египет	10	2250.00
8	1	2022-03-01 00:00:00.000	2500,00	Бобко Екатерина Андреевна	Цуран Елизаветта Алексеевна	Египет	5	2375.00

Рис. 4. Запрос на языке SQL для создания представления с вычисляемым полем, к которому затем была применена сортировка

Разработка триггеров, пользовательских функций и хранимых процедур находятся в процессе. В дальнейшем будет осуществлено администрирование базы данных MS SQL Server и будет осуществлена разработка клиентской части на WFA C#.

Таким образом, проанализировав предметную область компании по оказанию туристических услуг, были определены цели оптимизации: управление информацией о заказах, клиентах, турах и т.д. Для выбранного процесса были определены выполняемые задачи и участвующие в нем объекты.

Проанализировав выполненную работу, можно сказать, что проект отвечает поставленным задачам и является актуальным, а также способствует автоматизации учета информации об осуществляющихся заказах.

Спроектированная информационная система предоставляет следующие возможности: просмотр и редактирование информации о заказах, клиентах, туроператорах, турах и сотрудниках.

Библиографические ссылки

1. Фейерштейн С., Прибыл Б. Oracle PL/SQL. Для профессионалов. 6-е изд. — СПб.: Питер, 2015. — 1024 с.: ил.
2. Боб Ворд (Bob Ward) Инновации SQL Server 2019. Использование технологий больших данных и машинного обучения / пер. с англ. Желновой Н. Б. — М.: ДМК Пресс, 2020. — 408 с.: ил.

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ WEB-САЙТА В ИНТЕРНЕТЕ

Ю. И. Мамаева, А. В. Мошковский

ГУО «Институт бизнеса

*Белорусского государственного университета», г. Минск;
mataevajulia2704@mail.ru; alesha.moshkovskiy4@gmail.com;
науч. рук. – О. В. Домакур, канд. экон. наук, доц.*

В статье проанализированы наиболее востребованные и эффективные методы продвижения сайте для повышения эффективности интернет-маркетинга и увеличения продаж.

Ключевые слова: интернет-маркетинг; продвижение сайта; реклама; социальные сети; вирусный маркетинг.

Актуальность продвижения сайта обусловлена, увеличением общего числа пользователей интернета, увеличением онлайн покупок, усилением конкуренции между продавцами в интернет.

С каждым годом попадание сайтов в топ поисковой выдачи становится все более затруднительным. Во-первых, растет конкуренция. Во-вторых, поисковые системы регулярно усугубляют ситуацию, когда сообщают об очередных обновлениях. Сегодня уже почти невозможно просчитать все факторы ранжирования и определить, какие из них наиболее важные. Чтобы эффективно продвигать сайты в интернете необходимо грамотно подобрать методы продвижения, а также действовать по четкому плану. Для каждого сайта требуется свой подход, шаблон действий следует подбирать индивидуальный путем проб и ошибок. Помимо этого, очень многое зависит от поставленных задач и бюджета проекта.

Существует огромное количество различных рекламных методов продвижения. На данный момент наиболее актуальными методами продвижения в интернете, являются: seo, контекстная реклама, таргетированная реклама, e-mail рассылка, вирусный маркетинг, продвижение в социальных сетях.

Поисковая оптимизация или seo (англ. search engine optimization) – это комплекс мер направленных на улучшение позиций сайта в поисковой выдаче по определенным запросам пользователей.

Выделяют три группы методов продвижения сайтов: внутренняя оптимизация (качество контента) сайта, влияющее на оценку поисковыми системами, внешняя оптимизация (обмен ссылками), контекстная рекламы. Повышение юзабилити (удобство пользования) и качества контента привлекает внимание пользователя, задерживает его на сайте, и обеспечивает высокие рейтинги в поисковых системах.

В результате оптимизации повышается посещаемость сайта, сокращается количество отказов (число пользователей ушедших с главной, либо с входной страницы), увеличивается продолжительность сессий (активность посетителя на сайте), повышается глубина просмотра (изучение посетителем разделы и подразделы и подразделы сайта)[1].

Продвижения в сервисах Google и Яндекс все более активно используют свои сервисы, такие как Яндекс.Услуги, Дзен, Знатоки, Яндекс.Справочник, GoogleMerchantCenter, для ранжирования сайта компании, и регистрация в этих сервисах позволяет быстрее попасть на первые места выдачи и попасть в поле заинтересованности целевой аудитории [2].

Социальные сети и маркетплейсы довольно часто занимают первые строчки в выдаче поисковых систем по коммерческим запросам, а большинство пользователей заходят на них напрямую и ведут поиск уже там, минуя Google и Яндекс. Однако новые каналы продаж не станут заменой традиционному SEO. Их стоит рассматривать именно как точки роста и дополнение к уже существующим каналам.

Продвижение в социальных сетях. Наличие представительства в социальных сетях дает обширные возможности для рекламы сайта. Существует несколько вариантов продвижения в социальных сетях. Первый способ – таргетированная реклама через рекламный кабинет. Сейчас любые социальные сети дают подробную инструкцию по настройке рекламы и во время процесса настройки дают автоматически подсказки. Второй способ – это реклама у блогеров. Для этого требуется написать блогеру, либо его менеджеру и оплатить его услуги. Третий способ – кооперация с другими сайтами или брендами осуществление взаимной рекламы. Для этого следует написать представителям ресурса и размещать на своей странице рекламу компаньона, он же в свою очередь делает то же самое для вас [3].

E-mail рассылка. Эффективным способом рекламы является база подписчиков, для которой можно создать собственную рассылку, которую можно спроектировать с помощью различных онлайн сервисов. Грамотно настроенная e-mail рассылка способна стать авто-воронкой продаж и увеличить количество посещений на сайт. Однако такой вид рекламы не нравится большому количеству клиентов и может, наоборот, оттолкнуть их от вашего сайта/продукта.

Контекстная реклама. Одним из самых эффективных и популярных способов для поиска и привлечения целевой аудитории является размещение контекстной рекламы, которая появляется в поисковике почти одновременно и некоторое время позже после запроса в поисковой строке браузера [3].

Вирусный маркетинг. Предполагает создание «заразительной» рекламы, которую люди из целевой аудитории будут добровольно и бесплатно передавать другу-другу в социальных сетях, мессенджерах, по почте и другими способами. Вирусная реклама распространяется в геометрической прогрессии: один человек передает сообщение двум, двое – четырем, четыре – восьми и так далее. Обычно о том, получилось ли сообщение вирусным, можно судить по первой неделе [4].

Вирусный маркетинг в Интернете и офлайн разделяют на несколько видов: сарафанное радио, слухи, провокация, скандал, вознаграждение за распространение.

Реферальный метод продвижения заключается в том, что человек за приглашение осуществить подписку своего знакомого или друга получает какой-либо бонус. Это может быть скидка на товар, либо денежное вознаграждение. Этот метод в последнее время стали активно использовать банки для привлечения новых клиентов [4].

С появлением интернета возможности воздействия на пользователей увеличились многократно. Однако в основе технологии лежит простой принцип – сделать продукт узнаваемым в среде целевой аудитории, увеличить продажи, повысить эффективность бизнеса.

Библиографические ссылки

1. *Шавела В. А.* SEO как инструмент повышения экономической эффективности хозяйственной деятельности организации / О.В. Домакур, В.А. Шавела // Новые информационные технологии в телекоммуникациях и почтовой связи : материалы XVI науч.-техн. конф. студ., аспирантов и молодых специалистов, Минск, 24-25 мая 2016 г. / Белорус. гос. акад. связи ; редкол.: А.О. Зеневич [и др.]. – Минск, 2016. – С. 92–94.
2. *Бачило С. В., Есинова И. В., Мишина Л. А.* Директ-маркетинг. Учебно-практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2017. – 212 с.
3. *Вебер Л.* Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в сети / Л. Вебер. – М: Мани, Иванов и Фербер, 2017. – 290 с.
4. *Бергер Й.* Заразительный. Психология сарафанного радио. Как продукты и идеи становятся популярными / Й. Бергер. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ НА ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

К. Д. Матросова-Устинович

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

matrosova13k@gmail.com;

науч. рук. – Н. В. Мальцевич, канд. экон. наук, доц.

За последние несколько десятилетий в науке об эмоциях произошла революция, способная создать сдвиг парадигмы в мышлении о теориях принятия решений. Помимо формальных отношений между руководителем и подчиненным, возникают неформальные, так называемые межличностные отношения, которые окрашены психологическими особенностями, личностными чертами руководителя и сотрудника и которые во многом определяют качество принятия управленческих решений. Процесс принятия решений выступает как наиболее сложный и богатый психологическим содержанием тип профессиональных решений. Под влиянием личностных факторов происходит перераспределение управленческих функций, прав, обязанностей и ответственности. Следовательно, необходимо учитывать при управлении индивидуальные особенности сотрудника и их эмоциональную окраску. Различные исследования показывают, что эмоции представляют собой мощные, всеобъемлющие и предсказуемые факторы принятия решений. В разных областях появляются важные закономерности в механизмах, посредством которых эмоции влияют на суждения и выбор. Актуальность исследования заключается в следующем: существует ошибочное мнение, что суждения при принятии решений должны быть лишены эмоций. Руководители, разделяющие это убеждение, рискуют неверно понять основу своей работы и решений окружающих. Игнорирование эмоций приведет к упущению возможности использования эмоций как инструмента для улучшения решений.

Ключевые слова: эмоции; исследование; выбор; принятие решений.

Эмоции – это не мистические сигналы; они исходят из знаний, опыта и быстрой обработки информации. Это работает следующим образом: вы получаете стимул, который создает эмоцию. Эмоция высвобождает в мозге определенный набор химических веществ и гормонов, которые приводят к возникновению чувств. Другими словами, ваши эмоции влияют на процесс принятия решений, вызывая определенные чувства. Эти чувства, осознаете вы это или нет, могут повлиять на ваше познание положительно или отрицательно.

Здравый смысл подсказывает, что положительные эмоции вызывают оптимизм, в то время как отрицательные эмоции вызывают пессимизм. Однако это не всегда так. Например, исследования Чарльза Дорисона, Джувона Клузовски, Сынхи Хан и Дженнифер Лернер [1] показали, что различия между эмоциями одной и той же валентности (т. е. одинаковой степени позитивности или негативности) имеют значение: эмоция гнева,

например, на самом деле порождает оптимизм, в то время как эмоция страха приводит к пессимизму.

При выборе между надежным выигрышем и азартной игрой, сердитые люди находят азартную игру более привлекательной, в то время как боязливые люди склонны выбирать надежный выигрыш. Этот результат связан с тем, что эмоции изменяют содержание мысли. Конкретно гнев увеличивает воспринимаемый контроль и уверенность – два ключевых фактора суждений о риске. Следовательно, разгневанные индивидуумы более оптимистично смотрят на рискованные ситуации и, напротив, страх подрывает чувство индивидуального контроля и уверенности, приводя к обратному эффекту. Также печаль и гнев, несмотря на то, что оба они негативны, оказывают противоположное влияние на то, как люди приписывают вину. Когда люди испытывают печаль, они учитывают ситуационные факторы. Напротив, в гневе люди воспринимают индивидуумов (в отличие от ситуации) ответственным за одно и то же событие. Таким образом, менеджеры, испытывающие гнев, могут быть склонны к обвинению отдельных сотрудников в их действиях и решениях. Эмоции с низким уровнем уверенности, такие как страх или грусть, заставляют людей думать более осторожно. Чувство неуверенности, связанное с этим эмоциями передают ощущение мета-уровня, что требуется больше размышлений. Позитивные же эмоции вызывают прилив бодрости и чувство уверенности, соответственно, активируют только поверхностные мысли и способствуют принятию неверного решения.

Чтобы проверить достоверность таких данных, было проведено собственное исследование среди студентов.

За основу исследования взяты результаты анкетного опроса посредством заполнения гугл-форм студентами 3-го курса специальности бизнес-администрирование. Всего принял участие 41 человек (группы 911 и 912).

Респондентам была представлена краткая информация о цели и актуальности исследования. Также было представлено «грустное» видео и «счастливое» видео, для пробуждения соответствующих эмоций. Группа 912 смотрела грустное видео (Great Love and The Bridge), группа 911- счастливое (Tangled ever After).

После просмотра видео каждая из групп прошла тест по методике С. В. Соловьева «Тест Сборник управленческих задач», состоящий из 15 вопросов, где набранное количество баллов означает: меньше 10 – «неудовлетворительно», 10–11 – «удовлетворительно», 12–13 – «хорошо», 14–15 – «отлично».

Укажите свои результаты

22 ответа

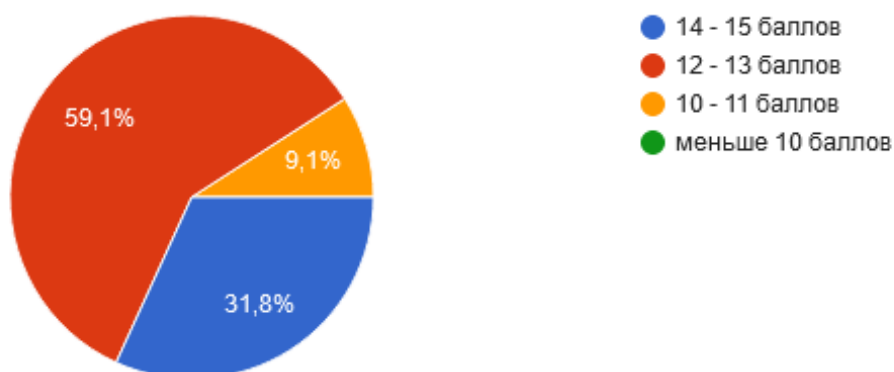


Рис. 1. Результаты опроса группы 912

Укажите свои результаты

19 ответов

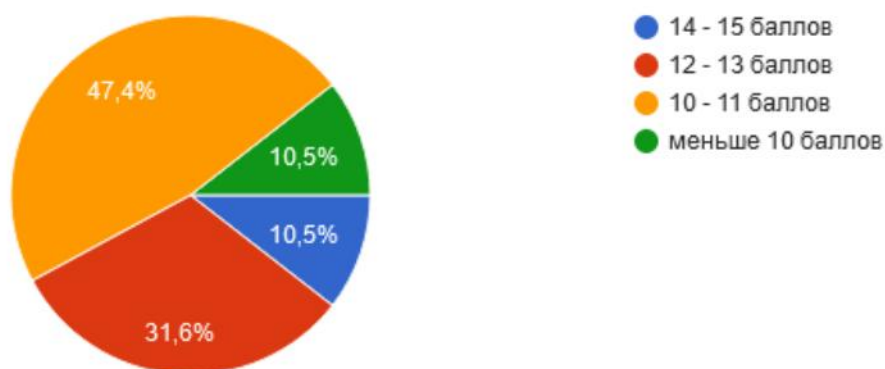


Рис. 2. Результаты опроса группы 911

По итогу опроса группы 912, которая смотрела «грустное» видео (рис.1), можно выделить следующие результаты: 9,1 % респондентов получили результат «удовлетворительно», 31,8 % получили результат «отлично» и большее количество респондентов (59,1 %) получило результат «хорошо». В то время, как в 911 группе (рис. 2) 10,5 % студентов получило результат «неудовлетворительно» (в 912 группе вообще никто не получил такого результата), 10,5 % получило результат «отлично», 31,6 % – «хорошо», и наибольшее количество респондентов получили результат «удовлетворительно». Полученные результаты показали существенное влияние эмоционального состояния на процесс принятия решений.

Полученные данные можно объяснить с помощью некоторых психологических теорий и концепций. Как цитирует Элис М. Айзен [2], в литературе по социальной психологии предполагают, что люди, которые чувствуют себя счастливыми, мотивированы поддерживать свои позитивные состояния и, таким образом, могут больше терять контроль в ситуации. Результаты настоящего эксперимента можно лучше объяснить ее исследованием о влиянии положительного аффекта на принятие решений в сложной ситуации. В своем исследовании [3] она обнаружила, что люди в состоянии положительного аффекта значительно быстрее показывали результат в процессе принятия решений. Но также такие результаты оказались менее когнитивно сложными. Результаты настоящего эксперимента также можно объяснить исследованием Дамасио, которое показало, что полностью эмоциональное решение очень быстрое по сравнению с рациональным решением. Оно реактивно (и в значительной степени подсознательно) и может быть полезно при столкновении с непосредственной опасностью или при принятии решений [4].

В целом эксперимент показал, что когда человек находится в хорошем настроении, процесс принятия решения происходит быстрее, чем в негативном настроении с нерешительными мыслями, что требует больше времени для обработки информации.

Таким образом, выявленная тенденция среди студентов специальности бизнес-администрирование 911 и 912 групп доказывает теорию о том, что грустные эмоции способны активировать мышление на более глубоком уровне (чем способствуют получению более эффективного решения) нежели позитивные эмоции, которые вызывают только поверхностный анализ ситуации.

Библиографические ссылки

1. Ч. Дорисон, Д. Клусовски, С. Хан, Д. Лернер «Эмоции в организационных суждениях и принятие решения», *Organizational Dynamics* 49 (2020) 100702.
2. Элис М. Айзен, (2001). Влияние положительного воздействия на принятие решений в сложных ситуациях: теоретические вопросы с практическими последствиями. *Журнал потребительской психологии* 11 (2): 75–85.
3. *Изен АМ* (1984), «Влияние позитивного аффекта на принятие решений и когнитивную организацию», в *NA – Advances in Consumer Research*, том 11, ред.
4. *Дамасио А.* (2000), *The Feeling of What Happens: Body and Emotion in the Making of Consciousness* (400).

АКТУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНКИ SOFT SKILLS В ИТ-СФЕРЕ

А. С. Михаловский, М. С. Зинченко, Е. В. Ракович

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

antonms2002@gmail.ru; 8487marina@gmail.ru; katya.rakovistyx@mail.ru

науч. рук. – А. А. Касперук, канд. культурологии, доц.

Сотрудникам, реализующим себя в какой-либо профессии, часто не хватает не профессионализма, а умения быть эффективным лидером как по отношению к другим - вести за собой, так и по отношению к себе - вести себя и управлять своей эффективностью. Именно здесь на помощь и приходят soft skills или «гибкие» навыки. Soft skills – это крайне важные навыки, которые развиваются на протяжении всей жизни. Чем раньше студенты осознают их значимость и начнут их развивать, тем дороже они будут стоить как специалисты и тем больше пользы принесут команде, компании, миру. Студенты, которые не хотят их улучшать, рискуют уступить место более слабым технически, но более эффективным во взаимодействии с другими людьми.

Ключевые слова: soft skills; гибкие навыки; мягкие навыки; инструменты оценки навыков; должность «Разработчик»; сравнение soft skills.

О важности гибких навыков для успешной карьеры говорят уже более ста лет. Фонд Карнеги еще в 1918 году провел исследование (A Study of Engineering Education by Charles Riborg Mann, The Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching, 1918 г.) и показал, что успешность работы инженерных кадров на 85 % зависит от хорошо развитых «общечеловеческих» навыков и лишь на 15 % – от технических [1]. Более поздние исследования подтверждают эти данные.

Что же такое soft skills? Термин «мягкие навыки» имеет множество определений. Проблемой развития «мягких» навыков в разное время занимались многие ученые и организации, которые по-разному рассматривали и определяли понятие «soft skills». В Оксфордском словаре soft skills определяются как личные качества, которые позволяют эффективно и гармонично взаимодействовать с другими людьми [2].

Посчитать затраченное время команды на развитие джуниора – непростая задача, так как это зависит от многих факторов, таких как, например: мотивация, коммуникативные навыки, понимание внутренних процессов компании. Сумма денежных затрат на нового сотрудника в разных компаниях варьируется от нескольких сотен до нескольких тысяч долларов в месяц.

Важно знать, какие же существуют инструменты оценки soft skills. Единственного верного способа для определения soft skills нет. Оценка должна быть комплексной. Вследствие чего, мы решили рассмотреть три универсальных и наиболее часто используемых инструмента оценки soft skills:

метод кейсов, метод PARLA и ассессмент-центр. Инструменты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Инструменты оценки soft skills

Метод кейсов	Этот способ оценки компетенций сотрудников чаще всего используют для проверки структурного мышления. Ситуационные тесты в этом методе – это главные инструменты работодателей для оценки кандидатов и работающих сотрудников. В их сценариях описываются типичные ситуации, возникающие на рабочем месте, на которые требуется реакция кандидата.
Метод PARLA	Этот метод оценки сотрудников подходит для прямого разговора о профессионализме сотрудника или кандидата. Во время интервью анализируются ситуации из его личного опыта. В каждой из них выделяют основную проблему (Problem), действия, которые работник предпринял для ее решения (Action), и полученный результат (Result). Существует также расширенный вариант методики, который включает в себя вопросы о том, какими знаниями и навыками сотрудник овладел в сложившейся ситуации (Learned) и какие из них он теперь применяет на практике (Applied).
Ассессмент-центр	Ассессмент-центр включает в себя более современную методику, позволяющую оценить потенциал и эффективность деятельности сотрудника, не ограничиваясь его нынешними успехами. В ассессмент-центрах разрабатывают деловые игры, интервью и задачи, которые помогают испытуемому показать его сильные стороны. В специально смоделированных ситуациях человек

Источник: собственная разработка авторов на основе [3].

Используя доступные инструменты и ресурсы определения soft skills, в целях актуализации самоменеджмента и планов индивидуального развития, «прокачке» необходимых навыков в контексте будущей работы в компании и должности в IT-сфере, было проведено собственное исследование текущего уровня гибких навыков среди студентов 3-го курса, специальности «Управление информационными ресурсами».

Для начала было принято решение выяснить, какие soft skills важны для профессий, связанных с IT. Для этого мы составили опросник о будущей желаемой сфере работы студентов, включив в него различные направления, связанные с IT (менеджмент, разработка, тестирование, управление персоналом, бизнес-аналитика, системное администрирование, проектирование информационных систем), по которым могут работать выпускники нашей специальности. Всего в опросе приняло участия 43 студента. По результатам проведенного опроса о будущей карьере наибольшее количество голосов (27,9 %) набрало направление «Разработчик».

Далее были проанализированы такие источники как:

O*NET (онлайновая база данных, содержащая сотни определений профессий, которые помогают студентам, соискателям, предприятиям и спе-

циалистам по развитию рабочей силы понять современный мир труда в Соединенных Штатах);

Rabota.by (открытая белорусская онлайн площадка, предлагающая широкие возможности для комфортного диалога между работодателями и соискателями);

Dell (американская корпорация, одна из крупнейших компаний в области производства компьютеров);

Ties (белорусская it-компания, проводившая исследования soft skills среди белорусских компаний) [4].

И выделены ключевые гибкие навыки для начинающих разработчиков, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Сравнение soft skills по различным источникам

	Soft skills
O*NET	Высокая скорость восприятия; аналитический склад ума; навыки time-management; навыки работы в команде.
Dell	Быстрая обучаемость; предпринимательский склад ума; хорошие коммуникативные навыки.
Rabota.by	Быстрая обучаемость; умение работать в команде; хорошие коммуникативные навыки; креативный склад ума.
Исследование «Ties»	Умение четко излагать мысли; структурность и четкость речи; умение анализировать; умение договариваться; умение слушать.

Источник: собственная разработка авторов.

Оценить уровень soft skills у студентов специальности «Управления информации ресурсами» мы решили на примере одного из рассмотренных выше инструментов – метода кейсов. Для этого мы выбрали бесплатные тесты с таких известных платформ как JobPersonality и TestOnJob. Студенты были протестированы на отобранные ранее нами следующие навыки: коммуникативность, самоорганизация, креативность, аналитичность, лидерство. В итоге, мы получили следующие общие средние результаты (максимально – 10 баллов):

Таблица 3

Результаты тестирования

Коммуникативность	Самоорганизация	Креативность	Аналитичность	Лидерство
8 баллов	5 баллов	5 баллов	7 баллов	7 баллов

Источник: собственная разработка авторов.

Участники, прошедшие предложенные нами тесты, смогли увидеть свои слабые и сильные стороны, осознали, какие навыки им еще следует развивать. По результатам опроса мы смогли сделать вывод о том, что пройденные тесты и наше исследование заставили студентов задуматься о важности soft skills в построении их будущей карьеры (72,1 %), также студенты дали высокую оценку пройденным тестам (58,1 % оценили на 4 или 5 баллов из пяти возможных) и 53,5 % студентов отметили, что планируют развивать свои гибкие навыки в ближайшем будущем.

В результате, рассмотрев актуальные методы оценки soft skills, мы смогли оценить уровень развития гибких навыков студентов 3-его курса специальности «Управление информационными ресурсами» для дальнейшей работы в IT-сфере по профессии «Разработчик». По результатам исследования установлено, что из 43 студентов на данный момент 19 обладают необходимыми навыками на высоком уровне и могли бы уверенно пройти собеседования на навыки soft skills, 16 студентов имеют навыки выше среднего и только 8 студентов – ниже среднего. В ходе опроса обратной связи 40 студентов высказали намерение дальнейшего развития гибких навыков.

Очевидно, что современные организации в ходе трансформации от VUCA к BANI миру будут искать ответы на вызовы быстрым внедрением новых технологий. Особую значимость приобретает акцент на важнейших soft skills трех-пяти профессий и должностей, на которых желают работать студенты специальности «УИР», в первые годы после выпуска.

Библиографические ссылки

1. A Study of Engineering Education by Charles Riborg Mann, The Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching, New York, 1918 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nationalsoftskills.org/downloads/Mann-1918-Study_of_Engineering_Educ.pdf. – Дата доступа: 04.04.2022.
2. Oxford English Dictionary. – 2nd edition. – Clarendon Press, 1989. – 624 с.
3. Proving the value of soft skills, United States of America, 2020. – 328 с.
4. Исследование TiES [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://devby.io/news/soft-skills-research-by-ties>. – Дата доступа: 08.04.2022.

ПРОБЛЕМЫ ОМНИКАНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

А. Э. Ненартович

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

anenartovich2017@yandex.ru;

науч. рук. – С. П. Мармашова, ст. преп.

В эпоху цифровизации все чаще организации переходят на комплексное применение каналов коммуникации, которое образует целостное и последовательное общение с клиентом – это называется омниканальность. В центре стратегии находится клиент и вокруг него создается система каналов связи. В результате использования омниканального маркетинга организация получает полную информацию о клиенте, повышение его лояльности, увеличение жизненного цикла клиента, возможность масштабирования и развития бизнеса и другие. Если такая стратегия дает организации столько преимуществ, почему же ее не используют повсеместно, а лишь части и технологии? Основная цель статьи: обозначить проблемы внедрения и использования стратегии омниканального маркетинга. Это поможет организациям подготовиться ко внедрению стратегии и подготовить ресурсную и материальную базу для ее использования, чтобы получить все выгоды от ее использования целиком.

Ключевые слова: омниканальный маркетинг; эпоха цифровизации; проблемы внедрения стратегии.

В эпоху цифровизации маркетинг воспринимается иначе. При осознанном и целенаправленном использовании цифровых технологий можно узнать о проблемах и потребностях клиентов, которые становятся основой для дальнейшего взаимодействия и позволяют гибко реагировать на изменения на рынке, не терять конкурентоспособности и соответствовать потребительским стандартам.

На современном уровне развития бизнеса, как качество, так и цены многих предлагаемых товаров и услуг достигли примерно одинакового уровня. Поэтому каждой отдельной компании становится все сложнее удержать старых и привлечь новых клиентов. Однако инновации могут нести в себе и опасность. При повышенной доли потребления часто у клиента возникает когнитивный диссонанс. Поэтому маркетинг, основанный на данных, автоматизация и технологии искусственного интеллекта будут продолжать свое развитие, и маркетинг будет становиться все более гуманным, разнообразным и инклюзивным [3].

Он уже не сводится к брендингу и рекламе, он в значительной степени направлен на разрешение проблем, обеспечение высочайшего качества обслуживания клиентов и длительную работу с ними.

Поэтому наиболее оптимальной стратегией, которая бы учитывала выше обозначенные потребности является омниканальный маркетинг.

Омниканальность – взаимная интеграция разрозненных каналов коммуникации в единую систему, с целью обеспечения бесшовной и непрерывной коммуникации с клиентом. Это единое сквозное сопровождение клиента по воронке продаж, где последний этап не продажа, а поддержка после продажи клиента, где он ставится амбассадором бренда. Главный принцип омниканальности – комплексное решение и фокус на клиенте и его потребностях, а не каком-то отдельном канале взаимодействия как источнике трафика или продаж. Стратегия, которая широко применяется в ретейле на рынках b2b и b2c для продвижения товара и привлечения постоянных покупателей.

Многие организации сейчас используют многоканальный маркетинг, в котором у каждого канала свои задачи и они не взаимосвязаны. Поэтому возможен переход через кроссканальность (согласованность в каналах), как первичный этап перехода к омниканальному маркетингу.[1] Организация среди конкурентов получает следующие преимущества:

- быстрое взаимодействие с брендом, что влечет большую узнаваемость;
- товары становятся более доступными для клиентов за счет использования разных источников потребления;
- персонализированное предложение для клиента, это позволяет ему чувствовать себя особенным.

Для организации данная стратегия позволяет получить:

- полную информацию о покупке за счет использования систем управления взаимодействия с клиентами;
- повышение уровня лояльности клиента к бренду;
- понимание на какой стадии взаимодействия клиент после составления пути клиента и выявления критических точек;
- уменьшение вероятности ошибок в маркетинге и затрат;
- увеличение жизненного цикла клиента и рост новых клиентов;
- возможность масштабирования и развития бизнеса.

Почему же такая стратегия не стала использоваться повсеместно? В результате исследования примеров внедрения омниканального маркетинга определено ряд проблем, которые не учитываются и несут за собой потери как временные, так и материальные. Условно их можно разделить на две группы.

1. До внедрения стратегии омниканального маркетинга:

- неосведомленность компаний о стратегии и технологий омника-нального маркетинга;
- отсутствия компетенций и навыков у специалистов компании для реализации стратегии;
- дороговизна оборудования для сбора, анализа и использования получаемой информации;
- длительный переход от других стратегий (необходимость большего анализа имеющейся статистики и проработки гипотез);
- необходимость проведения значительного числа маркетинговых исследований [4].

2. Во время использования стратегии омниканального маркетинга:

- стратегия сложная в управлении. Организация должна хорошо отработать и изучить каждый канал, где организация взаимодействует с клиентом. Важно полное понимание поведения клиентов;
- требует открытой коммуникации между отделами маркетинга, продаж, производством и другими, не должно быть конфликтующих приоритетов и изоляции работников по отделам. Важную роль играет мотивация и KPI отделов и сотрудников, в целом, она должна сводиться к одним целевым показателям;
- требует высокого контроля качества сервиса. Это необходимо для сохранения структуры коммуникации, выстроенной вокруг клиента и поддержания высокого уровня клиентоориентированности;
- сложность автоматизации отдельных процессов. Например, возврат товара приобретенного через источник отличный от покупки, определение стадии незавершённости покупки в разных каналах и другое [2].

Таким образом, зная о проблемах данной стратегии, можно подготовиться к качественному внедрению и использованию ее в организации.

Данные знания позволяют организации:

- минимизировать риски и потери;
- подготовить внутренние процессы к перестройке;
- сохранить наработанную базу клиентов.

Библиографические ссылки

1. *Джим Калбах* Путь клиента. Создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты визуализации. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2022. С. 34,39
2. *Дудник, Т.А* Управление логистическими процессами в омниканальной цифровой среде // Материалы конференции Логистические системы в глобальной экономике. – 2021. – № 11. С. 144–148. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46466689>. – Дата доступа: 02.04.2022.

3. *Хермаван Картаджайа, Филип Котлер, Айвен Сетиаван* Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. Москва: Эксмо, 2022. С.147.
4. *Сазонов, А.А., Сазонова, М.В.* Омниканальный маркетинг и beacon-технологии: опыт и перспективы в Европе // Журнал Управление. – 2021. – № 1. С. 112–126. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45161606>. – Дата доступа: 02.04.2022.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВАРИАНТОВ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

И. В. Пешкур

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

innapeshkur@gmail.com;

науч. рук. – Н. В. Мальцевич, канд. экон. наук, доц.

Статья посвящена сравнению и анализу альтернативных вариантов платежных систем в современной экономике. Проблемой данного исследования является необходимость поиска альтернативной платежной системы в текущих политических и экономических условиях. Объект исследования – платежные системы (SWIFT, CIPS, СПФС). Основная цель проведенного исследования – сравнить три предложенных платежные системы и проанализировать их. По итогам исследования проведено сравнение трех платежных, выявлены положительные и негативные стороны данных систем, а также определена возможность подключения к названным платежным системам.

Ключевые слова: SWIFT; CIPS; СПФС; альтернативные платежные системы

Рост международной торговли товарами и услугами привел к росту объема и стоимости трансграничных платежей. Международные системы обмена финансовыми сообщениями играют важную роль в глобальной финансовой инфраструктуре. Эти системы позволяют финансовым учреждениям отправлять и получать финансовые сообщения, содержащие информацию о транзакциях (например, об отправителе, получателе, типе транзакции и сумме), чтобы финансовые учреждения могли проверять законность транзакций прежде, чем они будут доступны получателям.

Большинство финансовых учреждений используют SWIFT для отправки и получения финансовых сообщений для трансграничных платежей. SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications) – по большому счету это система сообщений, созданная для того, чтобы облегчить передачу данных о произведенных либо планируемых расчетах. Сегодня SWIFT является основным способом передачи таких данных, и цифра о более 11000 клиентов говорит сама за себя. Конечно же, банки могут между собой меняться и другим способом сообщений (почтой и другими электронными сообщениями), но все это будет гораздо медленнее и конечно же дороже. И, несмотря на то, что SWIFT является абсолютно независимой организацией, он все же находится в Бельгии под юрисдикцией Евросоюза и обязан подчиняться решению стран-участниц Евросоюза. Необходимо отметить, что через SWIFT проходят только платежные документы, не деньги.

Отключение от SWIFT может серьезно ограничить поток денег в страну. По большому счету, предприниматели и предприятия не смогут получать деньги за предоставленные услуги либо проданные товары, и соответственно не могут их ни предоставить, ни продать. Это может привести к тому, что ассортимент импортных товаров уменьшится, возможен даже дефицит по отдельным позициям. Важно отметить, что платежи внутри страны не зависят от SWIFT.

Таким образом, важно рассмотреть альтернативные варианты платежных систем. Как минимум две сразу приходят на ум, это СПФС и CIPS. Подробная информация о системах представлена в таблице.

Сравнительная характеристика SWIFT, CIPS и СПФС

Критерий для сравнения	SWIFT	СПФС	CIPS
Год основания	1973	2014	2015
Расположение	Бельгия	Россия	Китай
Количество стран-участниц	200	9	103
Количество банков и финансовых организаций-участников	>11000	>300	>1200
Объем транзакций в день	42 миллиона сообщений на сумму более \$6 трлн.	60 тысяч сообщений	15 миллионов сообщений на сумму \$61 млрд
Приоритетная валюта	USD/EUR	RUB	RMB
Доля платежей	Более 80%	-	1-2%
Максимальный размер сообщений	Максимум 10 Мб	Максимум 20 Кб	-
Срок хранения информации	124 дня	3 дня	-
Льготные условия для корпоративных клиентов	Есть	Нет	-

Первая – это ответ России на SWIFT, проект СПФС (Система передачи финансовых сообщений). На сегодня к этой системе подключено всего лишь чуть более 400 участников. И конечно, если сравнить цифры 11000 и 400, то Россия однозначно проигрывает. К этой системе подключены все банки Российской Федерации, банки Беларуси и Казахстана, частично Армении и Киргизии, и еще некоторых постсоветских стран.

Второй альтернативой является CIPS (China International Payments System) для расчетов в юанях. Она была запущена в 2015 году в рамках стремления китайского правительства к интернационализации юаня. В то время как SWIFT – это система обмена сообщениями, CIPS – это система расчетов для транзакций в юанях. Но CIPS при этом использует SWIFT в качестве платформы для обмена сообщениями, хотя, как сооб-

щается, CIPS разрабатывает средства, которые в конечном итоге будут работать независимо от SWIFT.

Как видно из таблицы, практически по всем параметрам лидирующие позиции занимает SWIFT. За почти 50 лет система достигла 80 % мировых платежей, к системе подключены практически все страны мира и большинство финансовых учреждений всех стран. Конечно, СПФС и CIPS не такие массовые, как SWIFT, но в долгосрочной перспективе вполне возможно, что обе или одна из систем станут важной региональной и глобальной инфраструктурой.

Однако, чтобы СПФС стала привлекательной альтернативой коммерческим компаниям, система должна преодолеть технические ограничения. Система запрещает перевод средств за границу, не позволяет отправлять большое количество реестров в составе одного сообщения и предъявляет достаточно строгие требования к безопасности. В отличие от SWIFT, который работает круглосуточно, транзакции через СПФС можно осуществить только в будние дни в рабочее время, а размер сообщения ограничен 20 КБ.

Даже, несмотря на то, что Председатель российского Центрального банка объявил [1], что теперь СПФС открыт для большего числа международных участников, маловероятно, что крупные иностранные финансовые учреждения пожелают присоединиться. Во-первых, присоединение к СПФС сейчас потенциально может привести к вторичным санкциям. Во-вторых, в настоящее время в СПФС представлено всего несколько стран. Система уже доказала, что она в состоянии поддерживать операции между контрагентами без каких-либо изменений в условиях отключения от SWIFT, но из-за небольшого количества участников не может стать альтернативой для сохранения финансовых отношений прежнего масштаба. В-третьих, СПФС поддерживает операции в рублях, и неясно, сколько участников международного рынка захотят проводить свои операции в рублях, особенно в текущих условиях.

Тем не менее, CIPS могла бы стать региональной альтернативой SWIFT, например, на постсоветском пространстве. Однако существует целый ряд отрицательных факторов, которые препятствуют распространению финансовых связей с помощью CIPS:

1. CIPS использует SWIFT в качестве платформы для обмена сообщениями.

2. Статус юаня, который в отличие от доллара не является свободно конвертируемой валютой. Данные SWIFT показывают, что на юань приходилось 3,2 % мировых платежей в январе 2022 года по сравнению с почти 40 % на доллар США, 37 % на евро и 6 % на фунт стерлингов [2].

3. CIPS остается относительно ограниченным по объему и охвату. По состоянию на 31 января 2022 года у системы было 1280 пользователей в 103 странах, в том числе 75 непосредственно участвующих банков и 1205 косвенных участников [3].

Таким образом, на данный момент, кроме как для расчетов с Китаем, CIPS сложно широко использовать — пока это, скорее, дополнение, а не полноценная альтернатива. Но вместе с собственным развитием CIPS, которое, похоже, идет достаточно быстро, с увеличением количества операций в юанях в мире в целом, да и экономического влияния Китая вообще, возможностей для использования CIPS явно будет все больше. Однако и в будущем всё равно наверняка останется «юаневое» ограничение.

Библиографические ссылки

1. Aaryamann Shrivastava. Central Bank of Russia Launches SWIFT Replacement With 399 Users [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.yahoo.com/news/central-bank-russia-launches-swift-154004953.html>. – Дата доступа: 15.04.2022
2. Liana Wong, Rebecca M. Nelson. Congressional Research Service. International Financial Messaging Systems [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R46843>. – Дата доступа: 19.04.2022
3. Frank Tang. What is China's Swift equivalent and could it help Beijing reduce reliance on the US dollar? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.scmp.com/economy/china-economy/article/3168684/what-chinas-swift-equivalent-and-could-it-help-beijing-reduce>. – Дата доступа: 20.04.2022
4. Официальный сайт SWIFT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.swift.com>. – Дата доступа: 13.04.2022
5. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru>. – Дата доступа: 14.04.2022

ПЕНСИОННОЕ СТРАХОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

А. И. Пойта, В. С. Максимова

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

nastyapoyta@mail.ru; maksimova0107@gmail.com;

науч. рук. – Г. М. Корженевская, канд. экон. наук, доц.

Основная цель пенсионного обеспечения Республики Беларусь – последовательное повышение уровня жизни граждан пенсионного возраста, а также нетрудоспособных. Увеличение доли стареющего населения, отрицательный прирост населения, большое количество категорий работников, подлежащих досрочному выходу на пенсию – причины, вызывающие необходимость изучения вопросов дальнейшего развития пенсионного обеспечения. Перспектива такова, что в будущем работающие белорусы не смогут обеспечивать содержание пенсионеров. Поэтому сейчас все большей популярностью пользуется пенсионное страхование. На данный момент в Республике Беларусь используется только государственная пенсия и добровольное страхование дополнительной пенсии. В результате проведенного исследования был подробно изучен механизм функционирования еще одного вида добровольного пенсионного страхования – добровольного страхования дополнительной накопительной пенсии с финансовой поддержкой государства.

Ключевые слова: пенсионное страхование; дополнительная накопительная пенсия; пенсионная система; нетрудоспособное население; пенсионный возраст.

Пенсионное обеспечение в Республике Беларусь, основной целью которого является последовательное повышение уровня жизни граждан пенсионного возраста, а также нетрудоспособных, имеет большое социально-экономическое значение. В современных условиях пенсионная система не отвечает требованиям времени и нуждается в совершенствовании.

Сегодня пенсионная система Республики Беларусь содержит многоуровневые элементы, что позволяет обеспечить всеобщий охват. Основная доля достигается за счет государственного обязательного пенсионного страхования. Вместе с тем те граждане, которые оказались не вовлеченными в систему государственного пенсионного страхования, также не остаются без пенсии – их пенсионное обеспечение осуществляется за счет средств республиканского бюджета. Пенсионная система Республики Беларусь в основном функционирует по распределительному принципу, в то же время введены отдельные накопительные элементы.

В Республике Беларусь установлены следующие виды пенсий: по возрасту; по инвалидности; по случаю потери кормильца; за выслугу лет; за особые заслуги перед Республикой Беларусь; социальные.

Право на трудовую пенсию по возрасту увязано с достижением общеустановленного пенсионного возраста и наличием стажа работы с уплатой обязательных страховых взносов (страхового стажа). Гражданам, которые по каким-либо причинам не имеют права на пенсию, связанную с трудовой или иной общественно-полезной деятельностью, устанавливаются социальные пенсии. При занятости на работах в особых условиях труда и отдельными видами профессиональной деятельности предусмотрены основания для досрочного льготного пенсионного обеспечения.

Выплата трудовых пенсий осуществляется из средств Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь. Фонд социальной защиты населения не входит в состав государственного бюджета и формируется за счет страховых взносов работодателей, страховых взносов работающих граждан, а также части средств государственного бюджета Республики Беларусь. Пенсии не подлежат обложению налогами.

Численность получателей пенсий в органах по труду, занятости и соцзащите на 1 января 2021 года достигла 2 миллиона 425,3 тысяч человек. Уже 5-й год идёт сокращение числа пенсионеров. Перед этим в течение 10 лет длился рост. Всего за 5 лет пенсионеров стало на 194 тысячи человек меньше (на 7,4 %). Одновременно процентная доля пенсионеров в общей численности населения в Беларуси не является минимальной – на сегодня она составляет 26 % – это на уровне 2010 года [1].

Более того, страна побила и еще один рекорд: по скорости убыли пенсионеров. Так, с мая по август прошлого года их стало меньше на 29,2 тысячи человек [1].

Основных причин сокращения количества пенсионеров в Беларуси три:

- повышение возраста выхода на пенсию
- общее демографическое ухудшение
- ковид-пандемия, при которой резко выросла смертность населения: ведь известно, что люди именно более старшего возраста находятся в группе самого высокого риска.

Но сокращение количества пенсионеров дает государству большой эффект экономии: уменьшает нагрузку на пенсионный фонд. У государства остается больше «пенсионных денег», и даже увеличивая размер самой пенсии, оно все равно остается в плюсе.

Как сказано выше, за 5 лет получателей пенсий в Беларуси стало меньше на 194 тысячи человек. И это «экономит» почти 100 миллионов рублей в месяц, что позволяет увеличить пенсии оставшимся пенсионерам: каждому примерно на 40 рублей в месяц.

Согласно Указу Президента Республики Беларусь № 137 «О совершенствовании пенсионного обеспечения» с 1 января 2017 года началось постепенное повышение возраста для выхода на трудовую пенсию. Каждый год до 2022 возрастной лимит увеличивается на 6 месяцев. В 2022 году возраст выхода на пенсию для мужчин составил 63 года, для женщин – 58 лет [2].

Пенсионеры получают денежные пособия благодаря работающим согражданам. Однако население Беларуси стареет, трудоспособных граждан с каждым годом становится всё меньше. Перспектива такова, что в будущем работающие белорусы не смогут обеспечивать содержание пенсионеров. Поэтому сейчас все большей популярностью пользуется пенсионное страхование. В Беларуси страхованием пенсии занимаются государственная компания «Стравита» и частная «Приорлайф». Клиентам доступно страхование в трех валютах: белорусских рублях, евро и долларах.

Но с 1 октября 2022 года в Беларуси планируется еще осуществление добровольного страхования дополнительной накопительной пенсии [3]. Введение программы расширит для граждан возможности сформировать дополнительные сбережения на старость. За накопительные пенсии в Беларуси будет отвечать компания «Стравита». Главное отличие новой программы страхования от других накопительных пенсионных программ страховых организаций – государственное софинансирование. Оно заключается в том, что работникам, которые примут решение участвовать в новой программе и с 1 октября 2022 г. будут уплачивать из своей заработной платы дополнительный взнос на будущую накопительную пенсию, часть взносов на эту пенсию будет оплачена из государственных средств.

В настоящее время белорусы практически не участвуют в программах добровольного пенсионного страхования, поэтому данный вид развивается слабо, всего им охвачено не более 5 % населения.

В новой системе добровольного страхования можно будет участвовать не позднее, чем за 3 года до достижения общеустановленного пенсионного возраста. Накопленные средства они будут получать равными долями ежемесячно на протяжении 5 или 10 лет.

Сейчас обязательный взнос для работников в Фонд социальной защиты населения составляет 1 % от заработной платы. По новой системе работникам предложат уплачивать дополнительный процент от зарплаты на накопительную пенсию (максимальный размер работника до 10 % заработка). Размер взноса каждый сможет определить самостоятельно. Одновременно работодатель будет обязан делать доплаты соразмерно выбранного сотрудником процента, но не более 3 %.

Добровольное страхование дополнительной накопительной пенсии осуществляется в белорусских рублях. Средства, накапливаемые на персональных счетах, на рыночных условиях будут размещаться в депозиты, ценные бумаги. Норма доходности по договору дополнительного страхования устанавливается в размере ставки рефинансирования Национального Банка, действующей в соответствующем периоде срока страхования. Работники, которые захотят воспользоваться накопительной пенсионной системой, рассчитать сейчас будущий доход не смогут, поскольку он будет зависеть от размера отчислений, заработной платы и ставки рефинансирования.

Таким образом, в Республике Беларусь существует государственная пенсия, возможность пенсионного страхования, и еще планируется ввод добровольного страхования дополнительной накопительной пенсии. А значит, у пенсионеров будет право выбора в будущем.

Отметим, что в процессе подготовки и принятия нормативных правовых актов по совершенствованию пенсионной системы Республики Беларусь требуется учитывать демографический прогноз, прогноз экономического развития, изменения на рынке труда, для чего необходимой является наличие соответствующих научной и исследовательской базы в данной области.

Библиографические ссылки

1. Беларусь в цифрах 2021. Статистический справочник [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_28455/ – Дата доступа: 13.04.2022.
2. О совершенствовании пенсионного обеспечения [Электронный ресурс]: Указ Президента Республики Беларусь, 11 апреля 2016 г. № 137 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.
3. О добровольном страховании дополнительной накопительной пенсии [Электронный ресурс]: Указ Президента Республики Беларусь, 27 сентября 2021 г. № 367 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.

РЕГУЛИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫМ БАНКОМ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

А. И. Пойта, В. А. Сущеня

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
nastyapoyta@mail.ru;
науч. рук. – А. В. Егоров, канд. экон. наук, доц.*

Устойчивость банковской системы предполагает такое состояние, при котором банковский сектор обеспечивает эффективное распределение экономических ресурсов, позволяет адекватно оценивать финансовые риски и осуществлять управление ими, сохраняет способность выполнять свои функции в случае возникновения внутренних или внешних кризисных явлений. В настоящее время существует множество методик определения финансовой устойчивости банков, однако не существует единой системы показателей, которая бы в полной мере характеризовала финансовую устойчивость банка. Более того, в банковской практике применяется достаточно большое количество коэффициентов. В статье проводится анализ двух основных показателей финансовой устойчивости банков: достаточности капитала и ликвидности. В результате проведенного исследования были выявлены причины, создающие угрозу финансовой стабильности на текущий момент и предложены пути решения проблемы.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; показатели ликвидности; показатели достаточности капитала; инструменты финансирования; финансовые ресурсы.

Национальный банк Республики Беларусь полагает, что финансовая стабильность в 2021 г. была обеспечена. Финансовый сектор и финансовые рынки функционировали бесперебойно. Финансовым сектором страны выполнялись все ключевые показатели. Банки, Небанковские кредитно-финансовые организации и Открытое Акционерное Общество «Банк развития Республики Беларусь» выдержали нормативы безопасного функционирования, небанковские финансовые организации, страховой сектор и иные финансовые посредники функционировали устойчиво.

Стабилизация на валютном рынке проявилась в виде укрепления курса белорусского рубля при чистом предложении иностранной валюты со стороны всех участников валютного рынка. На депозитном рынке удалось обеспечить позитивную динамику вкладов населения во второй половине 2021 г. В результате объем срочных рублевых депозитов населения по итогам 2021 г. вырос на 12,5 % и достиг максимального уровня за последние полтора года [1]. Добиться позитивной динамики по вкладам населения в иностранной валюте удалось в том числе, посредством за-

метного роста процентных ставок. Бесперебойно и сбалансированно осуществлялось кредитование экономики.

Существенное влияние на финансовую стабильность оказывала неопределенность. Ее возросший уровень вызван как внешними, так и внутренними факторами. Реакция глобальных рынков на пандемию и скачки цен на сырьевые и энергетические товары, геополитические вызовы, а также санкционное давление на нашу страну формируют напряжение, которое дополняется неустойчивостью ресурсной базы банков и высоким уровнем инфляции. Неопределенность подпитывает ожидания, сдерживает сберегательную и инвестиционную активность и является серьезным вызовом для финансовой стабильности.

С другой стороны, благоприятная внешнеэкономическая конъюнктура способствовала улучшению платежного баланса и экономической активности внутри страны. Хорошие результаты во внешней торговле обеспечили приток валюты в страну, что оказало стабилизирующее влияние на финансовый рынок и повысило финансовую устойчивость субъектов хозяйствования.

В сложных условиях банками была обеспечена непрерывная финансовая поддержка реального сектора экономики. За 2021 г. субъектам хозяйствования банками было выдано кредитов на сумму 92,7 миллиардов рублей, что на 12,1 % больше уровня 2020 г. Наибольшая доля выданных кредитов в 2021 г. пришлась на промышленность и сферу торговли [1].

Кредитование физических лиц в отчетном году выросло на 5,9 % за счет кредитования на финансирование недвижимости, объем которого за год вырос на 10,9 %. Объем кредитования населения на потребительские нужды при этом сократился.

В целом финансовое положение предприятий в 2021 г. улучшилось. Выросла чистая прибыль и рентабельность, несколько снизилась доля убыточных организаций. Вместе с тем ряд предприятий продолжает работать неэффективно, требуя поддержки бюджета и банковского сектора. На этом фоне улучшение некоторых финансовых показателей не должно успокаивать. Возможное усиление санкционного давления, в том числе в адрес предприятий-экспортеров, может привести к сужению у них возможностей осуществлять сделки с иностранными компаниями. Все это может оказать негативное влияние на деловую активность в связи с сокращением как экспорта производимой продукции, так и импорта сырья и комплектующих. В таких условиях финансовое состояние некоторых предприятий может ухудшиться, что может привести к осложнению самостоятельного обслуживания долговых обязательств.

Показатели ликвидности банковского сектора по итогам 2021 г. выросли. Величина покрытия ликвидности по действующим банкам на 1 января 2022 г. составила 141,9 % (на 1 января 2021 г. – 122,9 %) при установленном нормативе не менее 90 %. Величина чистого стабильного фондирования по действующим банкам на 1 января 2022 г. составляла 123,8 % (на 1 января 2021 г. – 119,1 %) при установленном нормативе не менее 100 % [2].

В течение 2021 г. показатель достаточности нормативного капитала выполнялся всеми банками с запасом относительно установленных минимально допустимых значений. На конец года достаточность нормативного капитала по банковскому сектору составила 17,9 % при контрольном значении в 12,5 % [2].

Рентабельность активов и нормативного капитала банковского сектора с начала 2021 г. увеличилась на 0,3 и 1,1 процентных пунктов до уровня в 1,4 % и 10 % соответственно по состоянию на 1 января 2022 г., что также свидетельствует о сохранении устойчивого функционирования банков.

На текущий момент угрозу финансовой стабильности создают инфляционные риски, недостаточная устойчивость ресурсной базы банков, сохраняющееся санкционное давление. Осложнен доступ к внешнему финансированию, на мировых финансовых рынках ужесточаются финансовые условия вследствие инфляционных процессов.

Сейчас необходимо активно развивать инструменты финансирования, дополняющие банковское кредитование. Также целесообразно создать механизмы аккумуляирования длинных денег как внутри страны, так и от нерезидентов, которые позволят финансировать важные инвестиционные направления.

Одна из ключевых задач – повышение эффективности распределения финансовых ресурсов в целях укрепления финансовой стабильности и формирования на этой основе финансовых условий для устойчивого экономического роста в стране. Кредитная поддержка должна происходить в пределах ресурсной возможности банков и преимущественно на конкурентной основе в перспективные инвестиционные проекты, эффективным предприятиям, особенно с растущим экспортным потенциалом.

Библиографические ссылки

1. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nbrb.by/ – Дата доступа: 24.04.2022.
2. Об утверждении инструкции о нормативах безопасного функционирования для банков, открытого акционерного общества «Банк развития Республики Беларусь» и небанковских кредитно-финансовых организаций [Электронный ресурс]: постановление Правления Национального банка Респ. Беларусь, 28 сент. 2006 г., № 137 // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/Legislation/documents/PP_137_2016.pdf. – Дата доступа: 22.04.2022.

ПОСТРОЕНИЕ РЕГРЕССИОННОЙ МОДЕЛИ ДЛЯ ОЦЕНИВАНИЯ РАЗМЕРА АРЕНДНОЙ ПЛАТЫ ЗА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕРВЕРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е. С. Расолько, А. В. Соболевский

ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
hellenra2001@gmail.com; sobolevsky.a@mail.ru;
науч. рук. – Г. А. Хацкевич, д-р экон. наук, проф.

В работе приведено построение модели для оценивания размера арендной платы за использование сервера в Республике Беларусь.

Ключевые слова: модель; арендная плата; регрессионная модель; факторы; параметры

Многие организации имеют дело с обработкой большого количество данных, которые требуют расширения пространства для их хранения. Большинство бумажных носителей требует немало времени для обработки, а при их увеличении и огромных средств для хранения, из-за чего встает вопрос о том, как снизить затраты и увеличить эффективность обработки информации. Решением для данной проблемы будет создание корпоративной серверной базы данных.

Несмотря на то, что все данные будут храниться в облачном хранилище сервера, для поддержания самого сервера требуются немалые ресурсы компьютера, которые как раз и отвечают за быстродействие сервера и его стабильную работу.

Для построения регрессионной модели были выбраны основные факторы, которые будут влиять на стоимость аренды сервера, а именно:

- m – объем ОЗУ (оперативная память)
- s – объем дискового хранилища (SSD-накопитель)
- v – количество ядер процессора
- f – тактовая частота процессора

Для оценивания размера арендной платы за использование сервера была выбрана степенная модель:

$$p = a_0 * m^{a_1} * s^{a_2} * v^{a_3} * f^{a_4}$$

Математическое выражение данной степенной зависимости представлено ниже:

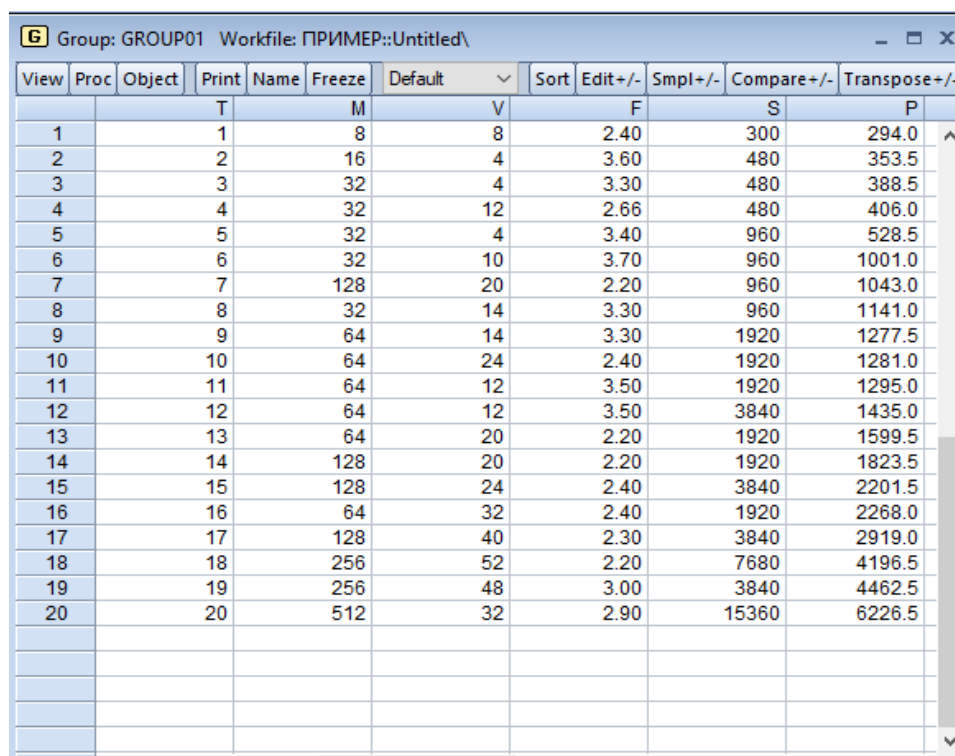
$$\tilde{y}_t = b_0 * x_1^{b_1} * x_2^{b_2} * x_3^{b_3} * x_4^{b_4} + \varepsilon_t$$

Оценку неизвестных параметров b_0, b_1, b_2, b_3, b_4 будем производить по МНК (метод наименьших квадратов). Чтобы провести оценку неизвестных параметров, линеаризуем нашу модель прологарифмировав ее:

$$\ln p = \ln a_0 + a_1 \ln m + a_2 \ln s + a_3 \ln c + a_4 \ln f$$

Для проведения исследования был использован пакет прикладных программ EViews 8, который применяется при моделировании, оценке, прогнозировании экономических показателей [1, 2, 3].

На рис. 1 представлены конфигурации серверов (Т) по покупательским ценам (Р) в Республике Беларусь, количество серверов – 20, единица измерения – бел. руб., все данные взяты с платформы по аренде серверов IdeaHost [4].



View	Proc	Object	Print	Name	Freeze	Default	Sort	Edit+/-	Smpl+/-	Compare+/-	Transpose+/-
			T		M	V	F	S	P		
1		1			8	8	2.40	300	294.0		
2		2			16	4	3.60	480	353.5		
3		3			32	4	3.30	480	388.5		
4		4			32	12	2.66	480	406.0		
5		5			32	4	3.40	960	528.5		
6		6			32	10	3.70	960	1001.0		
7		7			128	20	2.20	960	1043.0		
8		8			32	14	3.30	960	1141.0		
9		9			64	14	3.30	1920	1277.5		
10		10			64	24	2.40	1920	1281.0		
11		11			64	12	3.50	1920	1295.0		
12		12			64	12	3.50	3840	1435.0		
13		13			64	20	2.20	1920	1599.5		
14		14			128	20	2.20	1920	1823.5		
15		15			128	24	2.40	3840	2201.5		
16		16			64	32	2.40	1920	2268.0		
17		17			128	40	2.30	3840	2919.0		
18		18			256	52	2.20	7680	4196.5		
19		19			256	48	3.00	3840	4462.5		
20		20			512	32	2.90	15360	6226.5		

Рис. 1. Конфигурации серверов и стоимость их аренды

Для того, чтобы оценить неизвестные параметры, нужно прологарифмировать все значения этой таблицы. Полученные результаты представлены на рис. 2.

	T	LN_M	LN_V	LN_F	LN_S	LN_P
1	1	2.079442	2.079442	0.875469	5.703782	5.683580
2	2	2.772589	1.386294	1.280934	6.173786	5.867883
3	3	3.465736	1.386294	1.193922	6.173786	5.962293
4	4	3.465736	2.484907	0.978326	6.173786	6.006353
5	5	3.465736	1.386294	1.223775	6.866933	6.270043
6	6	3.465736	2.302585	1.308333	6.866933	6.908755
7	7	4.852030	2.995732	0.788457	6.866933	6.949856
8	8	3.465736	2.639057	1.193922	6.866933	7.039660
9	9	4.158883	2.639057	1.193922	7.560080	7.152660
10	10	4.158883	3.178054	0.875469	7.560080	7.155396
11	11	4.158883	2.484907	1.252763	7.560080	7.166266
12	12	4.158883	2.484907	1.252763	8.253228	7.268920
13	13	4.158883	2.995732	0.788457	7.560080	7.377446
14	14	4.852030	2.995732	0.788457	7.560080	7.508513
15	15	4.852030	3.178054	0.875469	8.253228	7.696894
16	16	4.158883	3.465736	0.875469	7.560080	7.726654
17	17	4.852030	3.688879	0.832909	8.253228	7.978996
18	18	5.545177	3.951244	0.788457	8.946375	8.342006
19	19	5.545177	3.871201	1.098612	8.253228	8.403464
20	20	6.238325	3.465736	1.064711	9.639522	8.736570

Рис. 2. Конфигурации серверов и стоимость их аренды
в прологарифмированном виде

После этого была построена линейная модель и рассчитаны неизвестные параметры. Результат регрессионного анализа представлены на рис. 3.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.486491	0.441489	3.366991	0.0042
LN_M	0.149123	0.099055	1.505461	0.1530
LN_V	0.555797	0.111530	4.983360	0.0002
LN_F	0.629617	0.290697	2.165889	0.0468
LN_S	0.386384	0.099645	3.877606	0.0015

R-squared	0.969404	Mean dependent var	7.160111
Adjusted R-squared	0.961246	S.D. dependent var	0.871125
S.E. of regression	0.171491	Akaike info criterion	-0.476256
Sum squared resid	0.441137	Schwarz criterion	-0.227322
Log likelihood	9.762555	Hannan-Quinn criter.	-0.427661
F-statistic	118.8167	Durbin-Watson stat	2.254688
Prob(F-statistic)	0.000000		

Рис. 3. Основные параметры регрессионного анализа модели

По полученным данным анализа можно дать оценку качества самой модели, важно проанализировать значение нормированного коэффициента детерминации R^2 , значения T -статистики параметров модели и значение F -критерия:

- Коэффициент детерминации показывает на тесноту связи параметров, и чем значение ближе к единице, тем модель будет считаться лучше. В нашем случае коэффициент детерминации равен 0,96. Поскольку его значение почти равно единице, можно сказать, что модель вполне адекватна.

- По критерию Стьюдента параметры a_0 , a_2 , a_3 , a_4 статистически значимы для данной модели. Расчетные их значения больше критических. Параметр a_1 представляет статистически не значимую величину, его расчетное значение меньше критических значений для всех уровней надежности.

- Значение F -статистики равно 118,8, что больше его критического значения. Следовательно, коэффициент детерминации является статистически значимым.

Также важно отметить, что значение критерия Дарбина-Вотсона равно 2,25 и попадает в промежуток $d_u < d < 4 - d_u$, из-за чего можно сделать вывод о том, что в модели отсутствует автокорреляция.

Для проверки качества спецификации модели был использован критерий Рамсея. Результат теста представлен на рис. 4.

Equation: EQ01 Workfile: ПРИМЕР::Untitled\			
View Proc Object Print Name Freeze Estimate Forecast Stats Resids			
Ramsey RESET Test Equation: EQ01 Specification: LN_P_C LN_M_LN_V_LN_F_LN_S_ Omitted Variables: Powers of fitted values from 2 to 4			
	Value	df	Probability
F-statistic	0.147477	(3, 12)	0.9293
Likelihood ratio	0.724117	3	0.8675
F-test summary:			
	Sum of Sq.	df	Mean Squares
Test SSR	0.015686	3	0.005229
Restricted SSR	0.441137	15	0.029409
Unrestricted SSR	0.425451	12	0.035454
Unrestricted SSR	0.425451	12	0.035454
LR test summary:			
	Value	df	
Restricted LogL	9.762555	15	
Unrestricted LogL	10.12461	12	
Unrestricted Test Equation: Dependent Variable: LN_P_ Method: Least Squares Date: 04/25/22 Time: 09:48 Sample: 1 20			

Рис. 4. Основные параметры качества спецификации модели по тесту Рамсея

Из результатов тестирования видно, что F-статистика по критерию Рамсея равна 0,15, что намного меньше, чем критическое значение. Следовательно, можно сделать вывод, что модель хорошо специфицирована.

Была проведена проверка модели на наличие мультиколлинеарности с помощью метода инфляционных факторов. Результат проверки представлен на рис. 5.

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.194913	132.5527	NA
LN_M_	0.009812	123.5878	6.243508
LN_V_	0.012439	69.02684	4.913978
LN_F_	0.084505	62.66681	2.108861
LN_S_	0.009929	379.4347	6.406625

Рис. 5. Мультиколлинеарность модели методом инфляционных факторов

По данному отчету можно сделать вывод, что в модели присутствуют элементы мультиколлинеарности. Так как значение VIF у факторов m и s больше 5. Это указывает на то, что при увеличении мощности процессора повышается и объем оперативной памяти, и появляется зависимость между этими переменными. Однако при увеличении числа серверов (например, 6 ГБ., 10 ГБ., 13 ГБ), мультиколлинеарность модели можно устранить.

После выполнения основных проверок по качеству и спецификации модели, ее можно использовать для прогнозирования цены за аренду сервера в будущем. Итоговый вид формульной модели представлен ниже:

$$p = e^{1,49} * m^{0,15} + v^{0,56} + f^{0,63} + s^{0,39}$$

На основании построенной модели была определена цена серверов при увеличении мощности комплектующих. Результат расчетов представлен в таблице.

Прогноз цен за аренду сервера

№ Сервера	Объем оперативной памяти, ГБ	Количество ядер процессора	Тактовая частота процессора, ГГц	Объем хранилища, ГБ	Стоимость, бел.руб
1	256	48	3,4	7680	5956,58
2	512	52	3,2	15360	8688,49
3	1024	52	3,7	30720	13798,97
4	2048	40	2,9	61440	14828,77

В результате была построена модель для оценивания-размера арендной платы за использование сервера в Республике Беларусь, которую можно использовать для построения прогноза, используя желаемые значения факторов.

Библиографические ссылки

1. Русилко Т. В. Эконометрика : учеб. пособие / Т. В. Русилко, Г. А. Хацкевич. – Гродно: ГрГУ, 2014. – 268 с.
2. Eviews. User Guide. Version 8. Irvine. California: IHS Global Inc, 2013.
3. Jesse Russell Econometric / Jesse Russell. – М.: VSD, 2017. – 717 с.
4. IdeaHost – Хостинг серверов на территории РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ideahost.by/>. – Дата доступа: 23.04 2022.

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПО АРЕНДЕ КАЛЬЯНОВ

И. Н. Лисица, А. В. Соболевский

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
Lialisica9356@gmail.com; sobolevsky.a@mail.ru.
науч. рук. – Е. Г. Гриневич, ст. преп.*

Рассматривается разработка корпоративной информационной системе для автоматизации работы предприятия по аренде кальянов, сбора и обработки информации для менеджеров. Разработанная информационная система предоставляет следующие возможности: автоматизация процесса оформления заказа кальяна, хранение информации о клиентах и сотрудниках, анализ эффективности работы организации. Данная информационная система является многопользовательским клиент-серверным приложением. Клиентская часть, реализована на языке ReactNative на платформе Microsoft Visual Code. Серверная часть представляет собой активную базу данных, реализованную на платформе MS SQL Server.

Ключевые слова: СУБД MS SQL Server; база данных; сервер; учет данных; система баз данных; услуги населению.

Цель данной научной работы – это создание системы по оказанию услуги аренды кальянов, которая поможет систематизировать и анализировать данные о заказах и их клиентов, повысить эффективность работы организации, упростить работу с базой данных клиентов и отслеживать необходимую информацию о персонале и клиентах.

В процессе разработки данной информационной системы мы использовали следующие программные средства: CASE-средство Erwin Data Modeler, СУБД Microsoft SQL, фреймворк для разработки мобильных и настольных приложений React Native (для android и IOS) [3], программную платформу Node.js with express.js, Heroku.

После составления концептуальной схемы нашей информационной системы, была смоделирована логическая схема, которая представлена на рис. 1.

После построения логической схемы, следующим шагом идет разработка самой базы данных. Средой разработки базы данных выступает СУБД MS SQL Server, так как он является одним из лучших средств для разработки реляционных баз данных из-за своей надежности, простоты использования и низкого риска потери данных [1, с. 12]. Для написания запросов была использована СУБД Microsoft SQL Server Management Studio, так как она является гибким в плане настроек и имеет очень широкий функционал. Результат выполнения запроса для создания таблицы и его заполнения представлено на рис. 2.

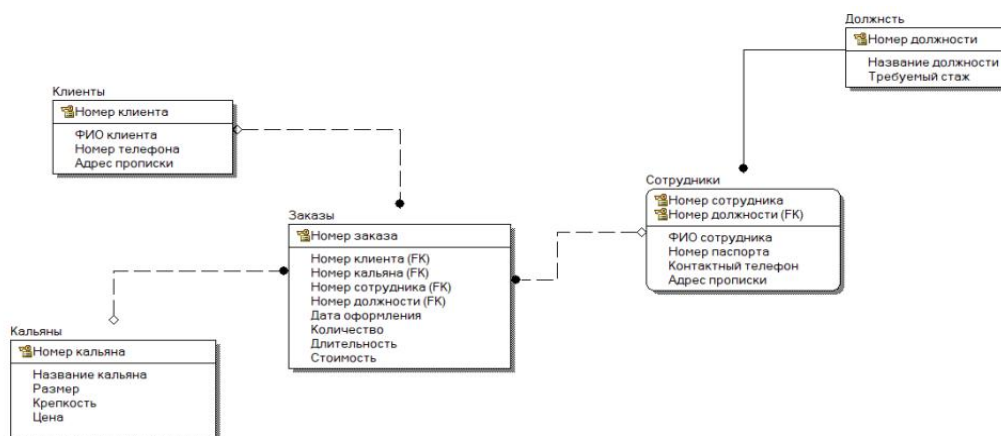


Рис. 1. Логическая схема базы данных

	OrderID	Client	Hookah	Employee	OrderData	OrderTime	Amount	Duration
1	1	3	2	6	2022-03-20	20:07:00	1	4
2	2	1	4	2	2022-06-20	22:55:00	2	24
3	3	2	1	3	2022-06-21	12:55:00	1	5
4	4	8	4	5	2022-06-21	15:43:00	1	5
5	5	5	2	3	2022-06-21	18:12:00	2	3
6	6	1	3	4	2022-06-21	23:55:00	6	48
7	7	4	2	1	2022-06-22	09:15:00	1	28
8	8	6	1	1	2022-06-22	14:38:00	3	72
9	9	1	2	4	2022-06-22	19:54:00	2	24
10	10	7	3	6	2022-06-23	22:25:00	1	90
11	11	3	1	4	2022-06-23	12:34:00	1	10
12	12	1	1	1	2022-06-23	15:16:00	1	3
13	13	2	3	5	2022-06-23	20:40:00	1	120
14	14	10	6	3	2022-06-24	15:46:00	1	70
15	15	8	2	1	2022-06-24	16:10:00	4	90
16	16	7	2	3	2022-06-24	17:56:00	8	120
17	17	9	5	2	2022-06-24	18:33:00	2	6
18	18	9	2	2	2022-06-24	22:01:00	1	9
19	19	10	3	4	2022-06-25	12:32:00	1	8
20	20	8	1	4	2022-06-25	18:42:00	3	60
*	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL

Рис. 2. Результат выполнения запроса для заполнения данными

Таким способом были созданы и заполнены остальные таблицы. При заполнении таблицы были использованы реальные данные организаций по представлению услуги аренды кальянов, а именно: цены на кальяны, должности сотрудников, наименование кальянов и т. д.

После того, как были разработаны таблицы, следующим шагом было создание запросов, которые будут использоваться для обработки данных, возможности менеджерам прочитать результативность работы организации и др.

Для примера был создан запрос, который выводит таблицу «Заказы» со всеми наименованиями и общей суммой заказа. Результат данного запроса представлен на рис. 3.

```

SELECT Orders.OrderID, Clients.HeaderFullName, Hookahs.HookahName, Employees.EmployeeFullName, Orders.OrderData, Orders.OrderTime,
Orders.Amount, Orders.Duration, CAST (Orders.Amount * Orders.Duration * Hookahs.Price AS money) [Cost]
FROM Orders inner join Clients on Orders.Client = Clients.ClientID
inner join Hookahs on Orders.Hookah = Hookahs.HookahID
inner join Employees on Orders.Employee = Employees.EmployeeID

```

OrderID	HeaderFullName	HookahName	EmployeeFullName	OrderData	OrderTime	Amount	Duration	Cost
1	Полякова Милана Михайловна	Фруктовый бум	Лебедев Тимофей Данилович	2022-03-20	20:07:00.0000000	1	4	128,00
2	Николаев Артемий Игоревич	Эль-классик	Лисица Илья Николаевич	2022-06-20	22:55:00.0000000	2	24	1344,00
3	Островский Владимир Тимурович	Тутти-фрути	Тарасенко Глеб Олегович	2022-06-21	12:55:00.0000000	1	5	125,00
4	Ширяев Платон Денисович	Эль-классик	Ершова Елизавета Вадимовна	2022-06-21	15:43:00.0000000	1	5	140,00
5	Степанова Любовь Павловна	Фруктовый бум	Тарасенко Глеб Олегович	2022-06-21	18:12:00.0000000	2	3	192,00
6	Николаев Артемий Игоревич	Райское наслаждение	Воробьева Валерия Алексеевна	2022-06-21	23:55:00.0000000	6	48	11520,00
7	Селезнева Виктория Владимировна	Фруктовый бум	Соболевский Артем Витальевич	2022-06-22	09:15:00.0000000	1	28	896,00
8	Титов Артемий Алексеевич	Тутти-фрути	Соболевский Артем Витальевич	2022-06-22	14:38:00.0000000	3	72	5400,00
9	Николаев Артемий Игоревич	Фруктовый бум	Воробьева Валерия Алексеевна	2022-06-22	19:54:00.0000000	2	24	1536,00
10	Успенская Алиса Максимовна	Райское наслаждение	Лебедев Тимофей Данилович	2022-06-23	22:25:00.0000000	1	90	3600,00
11	Полякова Милана Михайловна	Тутти-фрути	Воробьева Валерия Алексеевна	2022-06-23	12:34:00.0000000	1	10	250,00

Рис. 3. Результат выполнения запроса для вывода общего отчета

Также был создан запрос, который будет выводить количество заказов у каждого клиента и общую стоимость за все время.

После того, как была разработана база данных, следующим шагом была разработка клиентской части, в виде мобильного приложения. Для разработки мобильного приложения мы использовали framework ReactNative, Node.js with Express.js для разработки сервера [2], Heroku для создания хранилища сервера.

Результат разработки приложения можно увидеть на рис. 4.

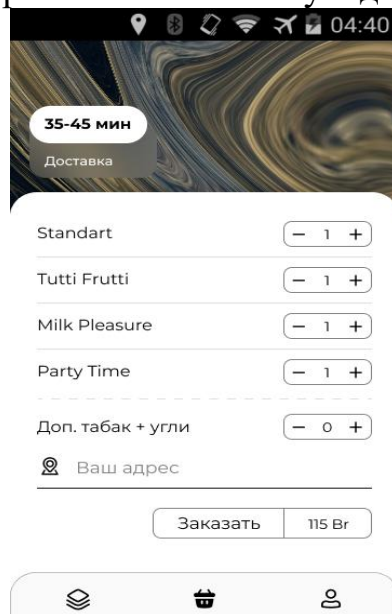


Рис. 4. Вкладка «Корзина» мобильного приложения

Таким образом, была разработана информационная система по аренде кальянов, которая повысит эффективность организации, коммуникабельность работников, уменьшит затраты на анализ данных. Также было разработано мобильное приложение, которое автоматизирует работу с клиентами и упростит работу для сотрудников.

Библиографические ссылки

1. Дунаев В. В. Базы данных. Язык SQL для студента / В. В. Дунаев. – М.: БХВ-Петербург, 2017. – 288 с.
2. LearnJavaScript [Электронный ресурс]. – Режим доступа: LearnJavaScript.org. – Дата доступа: 20.04.2002.
3. MozillaDeveloperNetwork [Электронный ресурс]. – Режим доступа: MozillaDeveloper.mozilla.org. – Дата доступа: 17.04.2022.

ИНТЕРНЕТ КАК СРЕДСТВО МАРКЕТИНГА

Т. А. Казак, Е. В. Спирина

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
tatianaak04@gmail.com
науч. рук. – О. В. Домакур, канд. экон. наук, доц.*

В статье проанализированы эффективные методы использования преимуществ Интернета для маркетинга и увеличения продаж.

Ключевые слова: интернет-маркетинг; продвижение; реклама; социальные сети; тизерная реклама.

В современном мире сеть Интернет играет огромную роль не только в маркетинге, но и в жизни любого человека. В настоящее время общество и все сферы его жизни проходят этап цифровой трансформации. Интернет все глубже проникает во все сферы жизни человеческого общества.

Выступая в качестве рекламного носителя, интернет служит инструментом маркетинговых коммуникации и средством для заключения сделок, совершения покупок и платежей (электронная коммерция). Все это превращает его во всемирный электронный рынок, на котором потребители в режиме 24/7 могут совершать покупки и платежи по всему миру. Более того, Интернет служит важным источником получения маркетинговой информации [1].

Интернет-маркетинг представляет собой действия, направленные на продвижение товаров и услуг в интернете с целью превращения посетителей сайта или пользователей социальных сетей в покупателей и увеличения прибыли фирмы.

У интернет-маркетинга есть три важных преимущества, которые отличают его от классического маркетинга:

Интерактивность. В интернете можно напрямую взаимодействовать с аудиторией, поддерживать связь с клиентами и контролировать ситуацию.

Таргетирование. Это механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только целевую и показывать рекламу именно ей.

Веб-аналитика. Она помогает понять, какие действия оказались максимально эффективными и привлекли на сайт больше посетителей, которые потом конвертировались в покупки.

Структура интернет-маркетинга включает такие элементы как уникальное торговое предложение (УТП), бизнес-цели организации, принципы работы, приоритеты и ценности. В их сочетании, Интернет-

маркетинг представляет возможность использования множества механизмов для влияния рекламодателей на потенциальных и реальных потребителей.

Популярными и эффективными методами и инструментами интернет-маркетинга являются сайт, SEO-продвижение, контекстная реклама, баннерная реклама, тизерная реклама, контент-маркетинг, e-mail-маркетинг, SMM (социальные сети).

Веб сайт компании – это быстрый способ проинформировать целевую аудиторию об организации, ее продукции. Он является основанием успешности бренда и создания положительного имиджа предприятия. Сайт используется как средство коммуникации со всеми участниками рыночных отношений: поставщики, посредники, реальные и потенциальные потребители.

SEO-продвижение – это поисковая оптимизация, позволяющая поднимать сайт в поисковой выдаче. Пользователь заходит в поисковую систему, вводит ключевые слова и переходит на сайты, которые Яндекс или Гугл выдает первыми в списке. Данный инструмент относительно бесплатный и дает долгосрочный эффект. Кроме этого, этот инструмент-маркетинга может масштабировать деятельность компании.

Контекстная реклама – это сообщения, которые соответствуют содержанию страницы, на которой они располагаются. При вводе поискового запроса, появляется список соответствующих сайтов.

Под баннерной рекламой понимается графическое изображение, которое рекламирует продукт или услугу. Баннер содержит текст, статические или динамическое изображение.

Тизерная реклама – вид рекламного сообщения, включающего в себя интригующие элементы, активно побуждающие пользователя кликнуть по яркой привлекательной картинке или завлекающему описанию и перейти на целевую страницу.

Контент-маркетинг – совокупность маркетинговых приемов, основанных на создании и/или распространении полезной для потребителя информации с целью завоевания доверия и привлечения потенциальных клиентов. Это может быть любая информация, которая будет интересна посетителям и покупателям: консультации экспертов, статьи, отзывы и т.д.

E-mail-маркетинг предполагает взаимодействие с целевой аудиторией по электронной почте. Недорогой и быстрый способ привлечения новых клиентов и напоминания о компании и ее продукции существующим покупателям.

SMM – маркетинг, целью которого является привлечение, удержание клиентов и продажи в социальных сетях. Пользователи узнают о суще-

ствовании компании, ее продукции в ленте новостей или, по отзывам и комментариям друзей, знакомых или блогеров [2].

Несмотря на все сложности, все большее число компаний включает Интернет-маркетинг в перечень используемых маркетинговых инструментов, но не стоит забывать, что везде есть свои преимущества и недостатки (таблица 1).

Преимущества и недостатки инструментов интернет-маркетинга

Преимущества	Сложности
Дополнительный канал общения с аудиторией.	Для раскрутки страницы нужно покупать рекламу. Получить большой охват бесплатными методами очень сложно.
Индексируется поисковиками и позволяет занять дополнительную позицию в выдаче.	Нужно постоянно мониторить комментарии пользователей и вовремя реагировать.
Возможность собирать отзывы клиентов.	Социальные сети периодически меняют алгоритмы формирования ленты пользователей, чтобы они видели больше контента других людей, а брендом – меньше.
Возможность собрать аудиторию вокруг тематики бизнеса.	Нужно регулярно постить контент, следить за активностью участников, отвечать на комментарии.
Улучшение репутации бренда.	Участники негативно реагируют на слишком частое упоминание бренда.

К основным причинам выбора Интернет-маркетинга относятся:

а) отсутствие пространственной локализации, возможность осуществлять деятельность вне привязки к конкретной территории или локальному рынку;

б) обеспечение возможности сокращения времени на поиск партнеров, осуществление сделок, разработку новой продукции и т.д.;

в) снижение асимметрии информации (ее неполноты и неравномерности распределения);

г) сокращение прочих транзакционных издержек, в том числе накладных расходов (командировочных, потерь от несостоявшихся, неправомерных или недобросовестных сделок); снижение риска, связанного с неопределенностью;

д) снижение трансформационных издержек за счет оптимального выбора структуры товарного ассортимента, сокращения времени на разработку и внедрение новой продукции, обоснованной политики ценообразования, уменьшения числа посредников и затрат на сбыт и т.д.;

е) рационализация структуры управления, в том числе путем ее сжатия по вертикали, сокращения и объединения ряда функций, солидаризации ответственности.

Несмотря на наличие целого ряда преимуществ, интернет-маркетинг не лишен и определенных недостатков:

Не слишком высокую скорость отдачи;

Виртуальность предлагаемых товаров и услуг как системный недостаток;

Вероятность разглашения персональных данных и/или взлома платежных систем;

Развитие интернет-мошенничества;

Быстрое и беспрепятственное распространение отрицательных отзывов о компании и ее продукции;

Нехватку грамотных специалистов в сфере интернет-маркетинга [3].

Анализируя сферу интернет-маркетинга, следует понимать его ориентированность на долгосрочную перспективу, связанную со становлением и развитием бренда, а также постепенным ростом доверия со стороны клиентов. Продвигая товары и услуги посредством интернет-маркетинга, компания также должна понимать, что у ее потенциальных клиентов не будет возможности потрогать или проверить предлагаемый к покупке продукт. Для решения данной проблемы продавцы обычно стараются размещать качественные фотографии и видеоролики об объекте продажи, также публикуют отзывы клиентов.

Одним из серьезных недостатков интернет-маркетинга выступает высокий риск реализации мошеннических действий со стороны недобросовестных пользователей, а также опасность взлома платежных систем и разглашения персональной информации. Сегодня от этого, к сожалению, никто не застрахован. Говоря об интернет-маркетинге, не стоит забывать и о негативной стороне развития интернет-технологий. Негативные отзывы и недостоверная информация конкурентов о вашем продукте в мгновение ока может разлететься по сети, что, в свою очередь, может негативно сказаться на бизнесе. Определенную проблему составляет и нехватка грамотных, квалифицированных кадров, что, приводит к низкому качеству предоставляемых ими услуг [4].

Анализируя все эти проблемы, с уверенностью можно заявлять о том, что интернет-маркетингу определенно есть куда расти и развиваться.

Основные сложности и преимущества интернет-маркетинга.

На сегодняшний день интернет-маркетинг настолько стал востребованным, что появились основные тренды, которые помогают развивать онлайн-бизнес, среди них следует отметить короткие видео, социальная ответственность и прозрачность брендов, D2C-модель в рекламе (пользователи готовы покупать у брендов напрямую, без посредников), 2022 году стоит отказаться от использования сторонних cookie-файлов.

Все больше людей предпочитают интернет-маркетинг, это показывается тем, что доля затрат на цифровые сервисы в текущем году выросли по сравнению с 2021 годом на 6,4 %, составив внушительные почти 65 %. При этом динамика увеличения бюджетов в 2021/2022 годах по сравнению с периодом 2020/2021 стала активнее. Возможно, величина бюджетов на эти способы продвижения достигла пика – на следующий год бюджеты на закупку digital-инструментов планируются без изменений [3].

Таким образом, Интернет-маркетинг состоит из различных частей, каждая из которых помогает решать главную задачу; донесения информации о компании или продукте до потребителя и стимулирование его на совершение покупки товаров и услуг. Совокупное использование различных способов позволяет получить гораздо больший охват аудитории, а значит и большую прибыль. Но следует учитывать все нюансы, и с помощью грамотного планирования, интернет-маркетинг будет принимать все большую популярность и охватывать большее количество человек.

Библиографические ссылки

1. *Акулич М. В.* Интернет-маркетинг. Учебник для бакалавров. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.
2. *Казанцев М.* Школа B2B-продаж. От понимания ситуации клиента к сделке / Михаил Казанцев. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 176 с.
3. Тренды маркетинга 2022, которые повлияют на бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/337589-trendy-marketinga-2022-kotorye-povliyayut-na-biznes>. – Дата доступа: 30.04.2022.
4. Индекс маркетинговых настроений 2021/2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/analitics/forecasts/2021/12/3/300656.phtml>. – Дата доступа: 01.05.2022.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «СТАТУСБАНК»)

Ю. А. Ушакова

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
j.ushakova.00@gmail.com;
науч. рук. – Г. А. Хацкевич, д-р экон. наук, проф.*

На современном кредитном рынке имеют значение не столько сами предлагаемые банковские продукты, сколько планирования способности банковских институтов делать правильные выводы из всего потока информации и в соответствии с ними принимать тщательно продуманные решения относительно маркетинговой деятельности организации.

Банковский маркетинг предназначен способствовать координации усилий, осуществляемых банком, требует четкого определения задач, обеспечивает единство подразделений банка в ходе достижения общей цели.

Наличие стратегии банковского маркетинга уменьшает риск принятия руководством ошибочных решений через недостоверность информации. Она является основой для дальнейшего контроля эффективности этой структуры, а также способствует повышению готовности банка к внезапным изменениям бизнес-среды.

Ключевые слова: маркетинговая политика; коммуникационная политика; веб-сайт, поисковый маркетинг; реклама; продвижение; социальные сети.

В целях поддержания имиджа и повышения уровня деловой репутации, ОАО «СтатусБанк» проводит коммуникационную политику, основными направлениями которой являются:

реклама (наружная, баннерная и пр.);

PR (связи с общественностью);

Интернет-ресурс (сайт банка).

С усилением конкуренции на банковском рынке рекламная активность банка значительно расширилась как с точки зрения каналов продвижения, так и с точки зрения объемов и частоты размещения информации. В настоящий момент ведется активная работа по формированию имиджа банка, продвижению банковских продуктов (услуг).

ОАО «СтатусБанк» постоянно использует и альтернативные СМИ, в особенности интернет. Банк постоянно расширяет круг информационных партнеров с целью наиболее адресного предложения продуктов целевой аудитории. Кроме того, банк активно продвигает свои продукты и услуги в регионах. Реклама регулярно размещается в региональных средствах массовой информации.

Большое внимание в работе по связям с общественностью (PR-деятельность), уделяется формированию положительного имиджа банка [1; 2].

Приоритетными целями маркетинговой деятельности являются:

повышение узнаваемости бренда;

развитие продаж и наращивание активной клиентской базы в онлайн формате;

развитие и продвижение современных банковских сервисов на базе технологических решений (в том числе развитие мобильных и интернет-каналов взаимодействия с клиентами);

оптимизация и цифровизация основных потребительских сервисов Банка;

повышение лояльности клиентов Банка за счет улучшения процессов на каждом этапе клиентского опыта;

построение персонализированных коммуникационных подходов во взаимодействии с клиентами на основании анализа запросов и потребностей;

предоставление актуальных и конкурентных продуктов и сервисов за счет построения сквозной аналитики и бенчмаркинга;

развитие клиента в части повышения его финансовой грамотности с целью увеличения активного использования технологий дистанционного банковского обслуживания;

реализация имиджевых мероприятий, направленных на формирование и повышение доверительного отношения к Банку [5].

Основные инструменты интернет-маркетинга, применяемые в ОАО «СтатусБанк»: веб-сайт, поисковый маркетинг в целом и SEO-технологии, продвижение в социальных сетях, контекстная реклама, web-анализ и web-аналитика [2; 3].

Одним из самых важных инструментов интернет-маркетинга для поддержания имиджа и репутации банка, коммуникации с клиентами и освещения информации об услугах, изменениях и важных событиях является сайт банка под доменным именем «stbank.by». Ввиду того, что все большая часть целевой аудитории пользуется средствами Интернет для получения необходимой информации, использование этого инструмента является очень эффективным. В связи с этим ОАО «СтатусБанк» постоянно совершенствует корпоративный сайт.

На данный момент сайт имеет следующие характеристики:

Адаптивность: удобная настройка сайта под все виды мобильных устройств. Сайт адаптирован под все мобильные устройства и имеет на них точно такой же функционал, как и основной ресурс для полноцен-

ных компьютеров, но в новом отображении, различном для планшетов и мобильных телефонов.

Геотаргетинг: удобный поиск офисов продаж, исходя из местоположения.

Формирование заявок на продукты онлайн.

Разработаны и внедрены формы обратной связи: «Открытая линия», а также возможность написать в «Viber» или любой другой мессенджер, отправить e-mail, заказать звонок, которые дают возможность посетителям сайта в режиме онлайн проконсультироваться и узнать интересующую их информацию по банковским продуктам и услугам у специалистов банка. Также для получения информации действует Call-центр банка [4].

У Статусбанка также есть аккаунты в социальных сетях Facebook, ВКонтакте, Instagram и Одноклассники, где публикуются новости, фотоотчеты, полезная и интересная информация.

Но набрать большое количество подписчиков в социальных сетях – это еще не вся работа, нужно все время общаться с аудиторией, поддерживать обратную связь, проводить опросы, создавать контент-план, публиковать полезные статьи и т.д. ОАО «СтатусБанк» следует посмотреть, как это делают банки-лидеры рейтинга и следовать их примеру.

Видимость сайта – также очень важный показатель, который позволяет выявить, насколько тот или иной сайт популярен в поисковых системах в сравнении с конкурентами. Видимость, в отличие от позиций, учитывает, насколько часто пользователи ищут в поисковых системах ту или иную информацию, а также наличие сайта не только в Топ-10, но и Топ-3, Топ-5 поисковой выдачи. Например, по запросу «взять кредит Минск» ссылка на сайт ОАО «СтатусБанк» находится только на четвертой странице в выдаче, что говорит о том, что банку следует лучше заниматься seo-продвижением, чтобы не уступать конкурентам, привлекать новых клиентов и получать прибыль.

Задачей маркетологов «СтатусБанка» в сфере контекстной рекламы является продвижение услуг банка в рекламных сетях Яндекса и Google и достижение показателя кликабельности на поиске не ниже 20 %. Для продвижения бренда они задействуют следующие каналы: поиск в Яндекс и Google, разрабатывают продающие тексты для объявлений.

В целом, инструменты интернет-маркетинга ОАО «СтатусБанк» работают неплохо, некоторые даже хорошо, позволяют быть банку конкурентоспособным, однако использование многих из них требует изменений, модернизации и улучшения.

Таким образом, можно сделать вывод, что разработка эффективных маркетинговых стратегий банка позволяет занять прочные рыночные по-

зиции и проводить верную политику в соответствии со стратегией рыночных ориентиров. Но при этом важно проводить постоянный маркетинг-аудит банка с целью выявления отклонений от заданной программы и своевременного их корректировки.

Библиографические ссылки

1. *Лютый И.А.* Банковский маркетинг: Учебник / И.А. Лютый, О.О. Солодка – 2-е изд. – Киев: Центр учебной литературы, 2010. – 776 с.
2. Официальный сайт ОАО «СтатусБанк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stbank.by/> – Дата доступа: 11.04.2022.
3. Продвижение банка в социальных сетях. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brandster.by/full-promotion/prodvizhenie-banka-v-socialnyh-setyah.html> – Дата доступа: 11.04.2022.
4. *Стелзнер М.* Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета. – Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 250 с. – Дата доступа: 11.04.2022.
5. Стратегический план развития на период 01.09.2021 – 31.12.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://stbank.by/upload/iblock/0c0/strategiya-010921_311223.pdf – Дата доступа: 11.04.2022.

РОЛЬ БЛОГЕРОВ В БИЗНЕСЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

П. С. Хомко, А. А. Семашко

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского государственного университета», г. Минск;

khomko2002@mail.ru; khomko2002@mail.ru;

науч. рук. – Э. В. Рыбакова, ст. преп.

В работе выделены способы подбора блогеров для увеличения прибыли бизнеса за счет маркетинговых инвестиций. Исследованы способы поиска подходящего лидера мнений. Представлена сгенерированная модель выбора блогера на примере сети Instagram.

Ключевые слова: блог; блогер; маркетинговый инструмент; реклама; подписчики; инфлюенсер.

В настоящее время социальные сети переполнены разнообразным контентом, который пользователи потребляют каждый день, в том числе различными видами рекламы. Несколько лет назад частные лица начали сотрудничать с бизнесом, который хотел разместить свою продукцию на социальных платформах блогеров, повышая осведомленность о товаре и самой компании. Таким образом, появился новый маркетинговый инструмент – блог.

Как показывают различные исследования, доверие к традиционной рекламе постепенно снижается. Все больше людей готовы прислушиваться только к рекомендациям друзей и знакомых. Более чем на 20 % всех компьютеров установлены приложения для блокировки рекламы [1]. Почти каждый пятый пользователь не увидит никаких всплывающих окон или рекламных сообщений. Неудивительно, что на фоне таких тенденций маркетинг влияния стремительно набирает обороты.

Влиятельным человеком или инфлюенсером считается тот, кто способен влиять на решения и мнения других людей благодаря огромному опыту, авторитету или знаниям в той или иной области. Если говорить о социальных сетях, то такие люди, несомненно, являются блогерами, которые зарекомендовали себя и свои знания в определенной области посредством регулярных публикаций. Они привлекают внимание публики, поэтому бренды могут успешно сотрудничать с такими активами социальных отношений в целях продвижения.

Эффективность Influencer marketing подтверждается многочисленными статистическими фактами:

более 67 % маркетологов считают продвижение через мнения влиятельных людей хорошим способом увеличения охвата аудитории;

бренды, которые использовали маркетинг влиятельных лиц, зарабатывали в среднем 6,85 долларов США на каждый доллар, потраченный на рекламу влиятельных лиц;

70 % миллениалов прислушиваются к мнению друзей и знакомых при совершении покупок;

30 % пользователей доверяют и покупают продукты, рекомендованные блогером, не являющимся знаменитостью [2].

Исходя из этого, затраты на маркетинг влияния обязательно должны быть включены в рекламный бюджет.

Реклама от популярных блогеров не является гарантией успеха. Есть много нюансов, которые нужно учитывать, чтобы сотрудничество принесло бренду популярность. Традиционный подход к подбору качественных блогеров устарел. Огромное количество подписчиков не является гарантией качественного продвижения [3].

Предлагаемый метод расчета процента вовлеченности, заключается в следующем: складываем количество лайков и комментариев на странице и делим эту сумму на количество постов блогера, а затем делим на количество подписчиков.

Чтобы правильно выбрать блогера для рекламы, следует опираться не на количество подписчиков, а на показатели вовлеченности и профессионализма. Для этого рекомендуем составить предварительный список и сравнить их по следующим критериям.

Целевая аудитория. Многие маркетологи совершают одну и ту же ошибку: они выбирают неправильную целевую аудиторию. Сотрудничать следует только с теми, подписчики которых соответствуют параметрам потенциального клиента. Также, следует обратить внимание, на то, что блогеры с небольшим количеством подписчиков (до 20 тысяч) имеют более тесный контакт со своей аудиторией. Они чаще выходят в прямой эфир, отвечают на вопросы и любят читателей. Доверие к ним гораздо больше.

Качество подписчиков. Многие блогеры прибегают к накрутке подписчиков, в результате чего читателями становятся в основном боты и торговые страницы. В этом легко убедиться, если посмотреть статистику роста числа подписчиков. В случае, когда число растет резкими скачками, можно говорить о накрутке цен.

Вовлечение пользователей. Чтобы рассчитать процент вовлеченности, необходимо сложить количество лайков и комментариев на странице и разделить эту сумму на количество постов блогера. В хорошем аккаунте количество комментариев равняется 8–10 % от количества лайков. При этом комментарии должны быть живыми и по теме.

Стоимость рекламы. Цены на рекламу сильно различаются и зависят от многих факторов. Исходя из имеющегося рекламного бюджета и статистики страницы блогера, следует рассчитать, какой из вариантов сотрудничества будет наиболее выгодным. Возможно, стоит отказаться от публикации одного поста от звезды в пользу серии постов от местного, не слишком крупного блогера, а может наоборот.

Также рекомендуем использовать сервисы для проверки блогеров, такие как Copyscape, ContentPlagiarismChecker, ArticleChecker. Из названия понятно, что эти сервисы помогают проанализировать блогеров и лидеров мнений на мошенничество и узнать количество качественной аудитории [4].

Определим факторы, которые описывают, от чего зависит цена. Обычно блогеры открыто цены не называют. Официальной статистики и точного прайс-листа нет. Вопрос «сколько стоит реклама блогера» равносителен вопросу «сколько стоит автомобиль». Все очень индивидуально и зависит от многих факторов.

Количество подписчиков. Чем больше читателей, тем больше охват аудитории и, соответственно, выше стоимость рекламы.

Аппетит блогера. Например, в Instagram легко можно найти два почти одинаковых аккаунта с одинаковым количеством подписчиков, но владелец одного захочет 200 долларов за пост, а другого – 50 [5].

Уровень вовлеченности. Например в Instagram средний уровень вовлеченности аудитории составляет 3,21 % по сравнению с 1,5 % в других социальных сетях. [6] Естественно, чем больше внимания приковано к странице, тем дороже стоит реклама на ней.

Содержание. Блогеру можно заказать рекламу практически любого формата: фото, прямые трансляции, видео, обзоры, рекомендации и так далее. Одни форматы будут стоить дороже, другие дешевле. Как правило, публикация видео и историй обходится дешевле, чем обычный пост, но у каждого блогера может быть свое мнение на этот счет.

Затраты на производство. Если реклама требует путешествия, макияжа, прически или демонстрации товара, то эти факторы необходимо включить в общую сумму [7].

Продолжительность и количество рекламы. Эти факторы оказывают непосредственное влияние на формирование стоимости. Также учитывайте эксклюзивность и требования.

Стратегия выбора блогера поддерживает устойчивый план того, как бизнес может относиться к маркетингу влияния [8].

Действительно, в 2022 году влиятельный маркетинг может стать бизнесом с оборотом в 8 миллиардов долларов. Сотрудничество с влиятельными лицами в Instagram на сегодняшний день является самым эффек-

тивным форумом для быстрого выхода брендов на новые рынки с общим уровнем вовлеченности 3,21 % по сравнению с 1,5 % во всех социальных сетях.

По оценкам маркетинговой компании Linqia, в 2021 году:

39 % опрошенных маркетологов имеют бюджет на цифровой маркетинг более 500 000 долларов США;

планируют увеличить расходы на маркетинг на 54 %; планируют инвестировать более 250 000 долларов в год в маркетинговые мощности;

17 % инвестируют в маркетинг более \$1 млн. [9]

Эти данные показывают преимущества использования маркетинга влияния для рекламы продукта или услуги компании.

В современном мире сложно быть уникальным и оригинальным для всех, поэтому продукт любой компании должен быть адресован только тем, кто в нем действительно нуждается. С одной стороны, это усложняет задачу. С другой стороны, помогает более точно определить, что нужно для рекламы нужного товара. Создание правильной маркетинговой стратегии может привести продукт компании к успеху, и платформа Instagram – один из самых простых способов сделать это.

Библиографические ссылки

1. Противостояние щита и меча: история борьбы с интернет-рекламой [Электронный ресурс] // Обзор ключевых этапов развития адблока. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/25383-боевая-рекламная-история>. – Дата доступа: 10.04.2022.
2. 80 Influencer Marketing Statistics For 2020 [Электронный ресурс] // Статистика маркетинга. – Режим доступа: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-statistics/>. – Дата доступа: 03.04.2022.
3. Как правильно подобрать блогеров для рекламной кампании [Электронный ресурс] // Где искать блогеров. – Режим доступа: <https://smmplanner.com/blog/kak-pravilno-podobrat-bloghierov-dlia-rieklamnoi-kampanii/>. – Дата доступа: 09.03.2022.
4. Рекомендуемые ресурсы и инструменты для ведения блога [Электронный ресурс] // рекомендуемые ресурсы для ведения блога. – Режим доступа: <https://probblogger.com/recommended-blogging-resources/>. – Дата доступа: 09.04.2022.
5. Блог о цифровом маркетинге [Электронный ресурс] // Сколько стоит Influencer Marketing? – Режим доступа: <https://www.digitalmarketing.org/blog/how-much-does-influencer-marketing-cost>. – Дата доступа: 08.04.2022.
6. Полное руководство по маркетингу влияния в Instagram [Электронный ресурс] // Маркетинг влияния: что это такое и зачем он нужен вашему бизнесу. – Режим доступа: <https://later.com/blog/instagram-influencer-marketing/>. – Дата доступа: 08.04.2022.
7. Как найти тарифы Blogger для размещения рекламы в блогах [Электронный ресурс] // Статистика естественного движения населения и демография для ауди-

- тории. – Режим доступа: <https://guestpost.com/blog/2019/07/blogger-rate-cards-advertise/>. – Дата доступа: 07.04.2022.
8. Influencer marketing [Электронный ресурс] // Изучите стратегию Influencer Marketing. – Режим доступа: <https://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/influencer-marketing.html>. – Дата доступа: 09.04.2022.
 9. Вот сколько на самом деле стоят инфлюенсеры в Instagram [Электронный ресурс] // Расчет стоимости инфлюенсеров в Instagram. – Режим доступа: <https://later.com/blog/instagram-influencers-costs/>. – Дата доступа: 15.04.2022.

РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ СЕТЕВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ С ОГРАНИЧЕНИЕМ ПО КОЛИЧЕСТВУ РАБОТНИКОВ

Цзян Чжаоянь

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета, БГУ», г. Минск;
jzy19991110@yandex.ru;
науч. рук. – Н. Н. Рачковский, канд. физ.-мат. наук, доц.*

Для известной задачи сетевого планирования с ограничением по количеству работников найден новый способ решения, предполагающий использование возможностей Excel: с помощью надстройки «Поиск решения» было получено оптимальное решение, которое оказалось лучше, чем приведенное в учебном пособии [1].

Ключевые слова: сетевое планирование, сетевой график, оптимизационная модель, задача математического программирования.

Менеджеру в процессе его профессиональной деятельности достаточно часто приходится решать оптимизационные задачи, суть которых состоит в нахождении оптимального варианта среди имеющихся. Гарантировать оптимальность найденного в результате решения такой задачи варианта может только использование в процессе этого решения математического аппарата. В свою очередь, математический аппарат можно применять только к математическим объектам; поэтому для решения экономической оптимизационной задачи нужно предварительно эту задачу представить с помощью математических объектов. В результате такого представления получается математическая модель рассматриваемой экономической задачи.

Создание математической модели для подобных задач условно разбивается на три этапа:

1. выбор переменных;
2. создание целевой функции;
3. составление ограничений.

При выборе переменных нужно учитывать то, что варианты, среди которых требуется выбрать наилучший, как правило, однозначно характеризуются определенным набором числовых параметров; это, в частности, означает, что вместо самих вариантов можно рассматривать эти наборы их числовых характеристик. Поэтому в качестве переменных часто бывает удобно взять указанные числовые характеристики рассматриваемых вариантов.

Целевая функция является по сути дела критерием оптимальности и отражает меру полезности вариантов.

Варианты, среди которых выбирается наилучший, как правило, должны удовлетворять определенным требованиям; эти требования, пред-

В данной работе предлагается решить эту задачу с помощью программы «Поиск решения» в Excel. Для этого мы составили ее математическую модель.

Переменные: время начала каждой работы: t_i , $i = \overline{1;7}$, и время окончания работы всего комплекса T . **Целевая функция:** требуется завершить комплекс работ в кратчайший срок ($T \rightarrow \min$). **Ограничения:** во-первых, каждая работа может начаться не раньше, чем закончатся все предшествующие ей работы; во-вторых, количество занятых работников n_t не должно превышать 10; в-третьих, все переменные должны быть неотрицательными. В результате получается следующая задача линейного программирования:

$$\left\{ \begin{array}{l} z = T \rightarrow \min \\ t_3 \geq t_1 + 3 \\ t_4 \geq t_1 + 3 \\ t_5 \geq t_1 + 3 \\ t_6 \geq t_5 + 7 \\ t_7 \geq t_6 + 3 \\ T \geq t_7 + 5 \\ T \geq t_4 + 2 \\ T \geq t_6 + 3 \\ t_1, t_2, t_3, t_4, t_5, t_6, t_7, T \geq 0 \\ n_t \leq 10 \end{array} \right.$$

Заметим, что основной проблемой при составлении ограничений этой математической модели является выведение формулы для вычисления n_t – количества работников, задействованных в каждый момент времени t . Возможно, именно потому, что, по-видимому, невозможно найти достаточно простую формулу для представления n_t , в учебном пособии [1, с. 225] и был предложен эвристический подход к решению этой задачи, позволяющий избежать громоздких вычислений вручную. Использование возможностей Excel позволило преодолеть эти трудности. Прежде всего пришлось изменить смысл переменных – в качестве их мы рассмотрели двоичные величины t_{ij} , показывающие, начинается ли выполнение работы a_i в момент времени j (на рис. 2 – это зеленые ячейки). Это привело к значительному усложнению модели, но применение надстройки «Поиск решения» обеспечило нахождение действительно оптимального решения. Процесс решения (вычислений) данной задачи занял целых несколько минут машинного времени, что свидетельствует о достаточной ее сложности.

На рис. 2 и рис. 3 приведены результаты решения рассматриваемой задачи с помощью Excel.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL		
1		Z=		17	min																																			
2		Xi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27										
3		a1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
4		a2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
5		a3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
6		a4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
7		a5	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
8		a6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
9		a7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
10																																								
11																																								

Рис. 2. Решение задачи

Параметры поиска решения

Оптимизировать целевую функцию: **SD\$1**

До: ☐ Максимум ☒ Минимум ☐ Значения: 0

Изменяя ячейки переменных: **\$C\$3:\$AD\$9;\$AJ\$10**

В соответствии с ограничениями:

\$AG\$3:\$AG\$9 = 1
 \$AJ\$10 >= \$AL\$6
 \$AJ\$10 >= \$AL\$8
 \$AJ\$10 >= \$AL\$9
 \$AJ\$5 >= \$AL\$3
 \$AJ\$6 >= \$AL\$3
 \$AJ\$7 >= \$AL\$3
 \$AJ\$8 >= \$AL\$4
 \$AJ\$8 >= \$AL\$7
 \$AJ\$9 >= \$AL\$5
 \$C\$3:\$AD\$9 = бинарное
 \$C\$62:\$AE\$62 <= 10

☐ Сделать переменные без ограничений неотрицательными

Выберите метод решения: Поиск решения линейных задач симплекс-методом

Метод решения
 Для гладких нелинейных задач используйте поиск решения нелинейных задач методом ОПГ,
 для линейных задач - поиск решения линейных задач симплекс-методом, а для негладких
 задач - эволюционный поиск решения.

Добавить
 Изменить
 Удалить
 Сбросить
 Загрузить/сохранить

Параметры

Справка Найти решение Закрыть

Рис. 3. Решение задачи

Таким образом, с помощью программы «Поиск решения» было получено оптимальное решение ($T = 17$), которое оказалось лучше, чем приведенное в учебном пособии [1, с. 227] ($T = 19$).

Библиографические ссылки

1. Сборник задач и упражнений по высшей математике: Мат. программирование: Учеб. пособие / А.В.Кузнецов, В.А.Сакович, Н.И.Холод и др.; Под общ. ред. А.В.Кузнецова, Р.А.Рутковского. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск: Выш. шк., 2002. – 447с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДОСОК KANBAN ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ СТУ- ДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЕ В. В. Шавейко

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
schaveyko.v@gmail.com;
науч. рук. – Н. К. Мельников, канд. экон. наук, доц.*

В условиях закрепления дистанционной формы обучения на законодательном уровне, а также распространением мобильных команд с гибким графиком и местонахождением, сфера образования должна идти в ногу со временем и стремиться к цифровизации и инновациям. Исследования показывают, что использование системы Kanban демонстрирует повышение эффективности бизнес-процессов в различных сферах деятельности в том числе и сфере образования. В данной работе рассмотрены возможности организации взаимодействия преподаватель-студент в рамках прохождения учебного курса посредством инструмента Trello. Также описаны возможности его интеграции с действующей платформой дистанционного обучения Moodle. В результате чего можно сделать вывод, что использование цифровой доски Kanban способно внести ясность и повысить эффективность образовательного процесса.

Ключевые слова: дистанционное обучение; цифровая доска Kanban; организация рабочего процесса; автоматизация учебного процесса; программа Trello.

Основываясь на статье 16 обновленного Кодекса об образовании Республики Беларусь от 14.01.2022 № 154-З, можно с уверенностью говорить о дистанционном обучении как о самостоятельном и полноценном наряду с очной и заочной формами соискательства. Под дистанционной формой обучения понимается преимущественно самостоятельное изучение материалов, а также обучение с использованием информационных технологий [1, с. 15].

Важными аспектами успешности обучения в дистанционной форме являются сохранение контакта между преподавателем и студентами, а также прозрачность учебного процесса. Впервые инструмент, отвечающий этим требованиям, появился в 1940-х годах в японской компании Toyota, а с 2007 года развивается как часть самостоятельной методологии – доска Kanban.

Доска Kanban – это инструмент визуализации рабочего процесса, призванный внести ясность и повысить эффективность за счет ограничения незавершенной работы [2].

По данным отчета «Состояние Kanban» (ориг. State of Kanban), представленного университетом Kanban в 2021 году, 76 % опрошенных ха-

рактиковали работу после его внедрения как более эффективную и только 1 % как неэффективную [3].

Вопреки популярному убеждению, что данная методология прижилась только в сфере разработки ПО, на этот сектор приходится только 20 % его использования. Как видно на рисунке ниже, достаточно широкое распространение методология получила в сфере консалтинга, финансов и инжиниринга, и все больше проникает в сферу образования (рис. 1).



Рис. 1. Сферы использования Kanban-досок, собственная разработка на основании [3]

Японское слово *kanban* означает «видимый сигнал» [2], что весьма актуально в процессе дистанционного обучения. Ввиду большого количества предметов и задач по ним, велика вероятность пропустить сроки их выполнения или же задание вовсе. Доска же «проливает свет» на предстоящую или идущую работу по предмету – студенты могут оценить объем своих задач (рис. 2).

Таблица

Оставьте отзыв | Сохранить как новый режим просмотра | Фильтр 6 X

Карточка	Список	Метки	Участники	Срок
В чем суть теории «созидательного разрушен	Нужно сделать		VS	14 апр
Семинар от 05.03.2022	Вебинары и семинары	*	*	5 мар
Вебинар от 01.03.2022	Вебинары и семинары	*	*	1 мар
Семинар от 03.03.2022	Вебинары и семинары	*	VS	3 мар
Комплекс документов «Семейство Фраскати»	В работе		*	14 апр
В чем суть теории «созидательного разрушен	Готово к проверке		VS	14 апр

Рис. 2. Режим отображения всех задач

На практике примером одного из наиболее доступных и интуитивно понятных инструментов реализации цифровой доски Kanban является Trello. Это облачная программа для управления небольшими командны-

ми проектами, разработанная Fog Creek Software [4]. Кроме всего прочего, Trello входит в топ-5 инструментариев Kanban, рекомендованных одноименным университетом к использованию [3].

Работу с программой Trello с целью использования в учебном процессе можно разделить на составляющие:

Создание досок для предметов и учебных проектов, присваивание им названия и приглашение студентов для участия в различных формах активности: открытые лекции, выполнение НИРС и т.д.

Разделение учебного процесса на удобные этапы колонками.

Создание карточек для задач и информации, назначение ответственных студентов и сроков выполнения.

Настройка встроенной функция таймера и напоминаний.

Добавление студентами результатов своей работы на карточку задачи.

Перемещение задач между этапами для отметки прогресса.

Использование цифровой Kanban-доски с инструментом Trello направлено на совершенствование процесса дистанционного обучения при прохождении цикла учебного курса.

На рисунке 3 – пример рабочей доски предмета с потоком студентов, которым назначен данный курс.

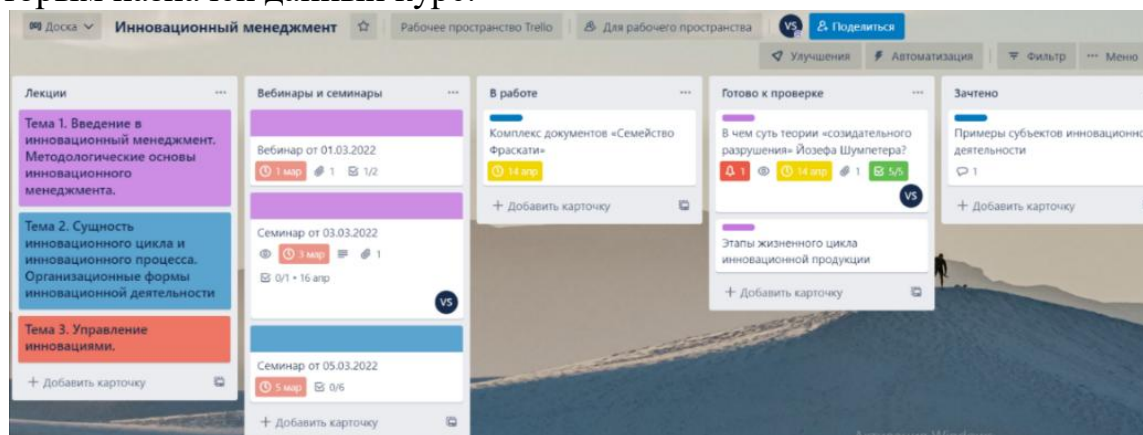


Рис.3. Пример оформления рабочей доски

Процесс основан на нескольких этапах, отображенных столбцами:

«Лекции». Столбец, где закреплён теоретический материал по лекциям, полезные ссылки. Студенты, в свою очередь, могут задавать вопросы в комментариях.

«Вебинары и семинары». Здесь каждому вебинару и семинару посвящена отдельная карточка, на которой можно найти как общие задания для подготовки, так и индивидуальные – Trello позволяет студентам их разбирать, назначая на себя или же преподавателю изначально отмечать определенного студента. Также можно обозначить дедлайн.

«В работе». Статус так называемой «точки принятия обязательств». Он создан для отображения уже разобранных заданий – преподаватель может видеть процесс подготовки к семинару, а студент в свою очередь задать вопрос посвященный конкретно его выполнению.

«Готово к проверке». Статус, сигнализирующий, что задание выполнено. Студенты могут прикреплять сюда презентации и файлы для централизованного включения на занятия – что существенно экономит время.

«Зачтено». Преподаватель перемещает сюда принятые задания – в комментариях ниже возможно отобразить оценку.

Возможности автоматизации рабочих процессов обширны: настраивая триггеры на основе правил, кнопки создания карточек и досок, календаря и другого. Например, при внесении небольших настроек карточки заданий будут самостоятельно переходить между статусами или же фильтроваться в зависимости от сроков выполнения.

Нельзя не упомянуть потенциал интеграции. Объединение Trello с образовательной платформой Moodle способно создать наилучшие условия для дистанционного образования: обширная база знаний (Moodle) и прозрачный процесс обучения с продуманной и автоматизированной системой уведомлений и контроля обучения (Trello). Данный симбиоз способен закрыть боль студентов от наличия большого количества файлов для распределения задания. По итогу мы получаем платформу, где при создании доски Trello для прохождения студентами курса, она автоматически заполняется информацией, хранящейся на Moodle. Студенты разбирают задания и объединяются в группы прямо на доске, при этом имеют возможность видеть задания и сроки по всем предметам сразу в собственном календаре.

Библиографические ссылки

1. Об изменении кодекса Республики Беларусь об образовании [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь от 14.01.2022 №154-З. – 2022. – 308 с.
2. History of Kanban [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kanbantool.com/kanban-guide/kanban-history>. – Дата доступа: 15.04.2022.
3. State of Kanban 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kanbanize.com/wp-content/uploads/website-images/kanban-resources/State-of-Kanban-Report-2021.pdf>. – Дата доступа: 16.04.2022.
4. Joel Spolsky's Trello Is A Simple Workflow And List Manager For Groups. – Режим доступа: <https://techcrunch.com/2011/09/13/joel-spolskys-trello-is-a-simple-workflow-and-list-manager-for-groups/>. – Дата доступа: 18.04.2022.

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ В ФОРМИРОВАНИИ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В КОМПАНИЯХ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е. И. Юшковский

*ГУО «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», г. Минск;
eyushkovsky1@gmail.com;
науч. рук. – О. В. Авдей, канд. экон. наук, доц.*

В настоящей работе отражены актуальные аспекты формирования себестоимости нефтепродуктов в Республике Беларусь (особенности методики формирования себестоимости продукции – прежде всего, по статье затрат Нефть), а также отмечена взаимосвязь коммерческих, управленческих решений и особенностей структуры себестоимости продукции, реализуемой на внутренний рынок и экспорт.

Ключевые слова: протокол концерна; лицензирование; себестоимость; нефть; схема работы; особенности методики; управленческие решения.

Исторически сложилось, что поставка нефти на территорию Республики Беларусь осуществляется из Российской Федерации (со времен советской кооперация по нефтепроводу «Дружба»). Соответственно технология двух нефтеперерабатывающих советских заводов (Мозырский и Новополоцкий НПЗ) организована для крекинга нефти типа «Urals». Формирование цены поставляемой нефти – это уровень межправительственных соглашений, где фиксируется конкретный объем поставок, исходя из возможностей технологической переработки нефти на 2 НПЗ (по 12 миллионов тонн в год). Переговоры ведутся напрямую. Концерн «Белнефтехим» ведёт переговоры с ВИНГ компаниями. Обсуждаются объемы и стоимость нефти. Поставки сырья из Российской Федерации осуществляются по долгосрочным контрактам (годовым контрактам).

Концерн «Белнефтехим» занимается государственным регулированием нефтехимической отрасли в Республике Беларусь: БНК, ГПО «Белоруснефть», Белорусская нефтяная биржа, Новополоцкий НПЗ, Мозырский НПЗ. «Газпром нефть» и «Роснефть» имеют 42,581 % акций в ОАО «Мозырский нефтеперерабатывающий завод». Также на территории Республики Беларусь функционируют дочерние предприятия российских вертикально интегрированных компаний.

Розничный рынок продажи нефтепродуктов представлен основными сетями АЗС следующих операторов: «Белоруснефть» (государственная компания; около 70 % рынка), «А-100», «Юнайтед Компани». АЗС российских компаний в Беларуси (20 % рынка) возглавляет «ЛУКОЙЛ»,

более 80 заправочных станций. Также в республике присутствуют заправочные станции «Газпром нефти» (49 АЗС), «Роснефти» и «Татнефти». Имеются нефтебазы и логистические предприятия (перевалочные базы для нефтепродуктов).

Основным документом, дающим право ввоза нефти и нефтепродуктов на территорию Республики Беларусь, является Протокол концерна «Белнефтехим», который определяет порядок ввоза и переработки нефти, ввоз и вывоз нефтепродуктов, квоты реализации нефтепродуктов на экспорт и внутренний рынок. Помимо квотирования, концерн «Белнефтехим» также осуществляет лицензирование розничной и оптовой торговли. Таможенный орган осуществляет контроль за ввозом и вывозом нефти и нефтепродуктов (статистические декларации на ввоз из РФ, экспортные декларации на вывоз из Республики Беларусь) [1, с. 4].

При принятии решения о целесообразности закупки и переработки объемов нефти следует принимать во внимание следующие условия при формировании ТЭО: фактор квотирования (определяет направления реализации: 70 % экспорт/30 % внутренний рынок), фактор ценообразования (экспорт – котировки агентства Platts, внутренний рынок – преискуранты концерна «Белнефтехим»), фактор технологической возможности предприятий Республики Беларусь (глубина переработки нефти-84 %), фактор действующего налогообложения в Республике Беларусь (порядок и величины уплачиваемых налогов: акциз и НДС).

Также нужно принимать во внимание увеличение затратной части ТЭО по причине увеличения стоимости нефти за счёт уменьшения скидки на нефть, поставляемой из Российской Федерации. По причине увеличения НДС (0-10 % скидка от мировой цены в текущем году; отсутствие экономически эффективных альтернативных поставок). С учетом этого увеличивается себестоимость готовой продукции (сокращается валовый доход).

Порядок формирования себестоимости нефтепродуктов регулируется через: «НКРБ», Основные положения формирования себестоимости товаров, работ и услуг, с учётом требований концерна «Белнефтехим».

В настоящее время сложились 3 варианта нефтепереработки в Республике Беларусь. Нефтеперерабатывающие предприятия работают при: стандартной схеме работы, давальческой схеме работы и смешенной схеме работы [2, с. 4].

При стандартной схеме работы белорусский НПЗ самостоятельно приобретает в собственность нефть (базис поставки Франко завод), осуществляет её переработку и реализацию нефтепродуктов через Белорусскую нефтяную компанию на экспорт и внутренний рынок.

Затраты, образующие себестоимость продукции, группируются в соответствии с их экономическим содержанием по следующим элементам: материальные затраты (нефть – 80 %, ЖД тариф – 10 %), акциз, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов и прочие затраты.

При Давальческой схеме работы нефтеперерабатывающее предприятие оказывает Давальцу услугу «Процессинг» на основании договора Давальческой переработки нефти (30-35\$ с тонны). Нефть и нефтепродукты остаются в собственности у Давальца (Дочернее предприятие российской ВИНГ компании). НПЗ выполняет специальные подрядные работы.

У Давальца структура себестоимости производимой продукции на Белорусском НПЗ формируется как у завода производителя со следующими особенностями: производственные расходы по переработке нефти представлены в виде стоимости «Процессинг», возмещение акциза Давальцем нефтеперерабатывающему предприятию (плательщиком является производитель по законодательству), НДС уплачивается Давальцем при реализации на территории Республики Беларусь (с 30 %).

В тоже время, нефтеперерабатывающее предприятие формирует себестоимость собственной услуги «Процессинг» (Прейскурант услуги). Услуга «Процессинг» состоит из суммарных эксплуатационных расходов по каждому технологическому процессу на 1 тонну «Давальческой нефти» (определяются, исходя из общих затрат в целом по нефтеперерабатывающему предприятию), а также прочими постоянными издержками.

При смешенной схеме работы предприятие ведет раздельный учет: «Давальческой нефти» и «Собственной нефти». Нефтеперерабатывающий завод формирует себестоимость производимых собственной услуги «Процессинг» и собственной продукции по вышеуказанным 1 и 2 схемам.

Самым актуальным аспектом в формировании себестоимости (80 % нефть) является порядок отнесения стоимости нефти на единицу производимой продукции при ТЭО месячного объема переработки и реализации, калькулирование цены производимой продукции, а также при принятии управленческого решения по определению направлений максимально экономически эффективной реализации готовой продукции (экспорт/внутренний рынок). В связи с разной структурой себестоимости, наличия косвенных налогов при реализации продукции на внутреннем рынке (НДС и акциз), необходимо проводить сопоставительный анализ валовых доходов (экспорт/внутренний рынок).

Методика «Отнесения стоимости нефти на объем конкретного нефтепродукта (на его тонну) пропорционально стоимости этого нефтепро-

дукта в общем объеме всех нефтепродуктов, произведенных из расчетного объема нефти».

1. Общая выручка от трех нефтепродуктов:

- $35,000 \text{ т.} * \$ 140 = \$ 4,900,000$ (мазут);
- $40,000 \text{ т.} * \$ 200 = \$ 8,000,000$ (дизель);
- $25,000 \text{ т.} * \$ 215 = \$ 5,375,000$ (бензин).

2. Находим процент, который приходится на конкретный нефтепродукт в общем объеме выручки:

- $\$ 4,900,000 * 100 \% / \$ 18,275,000 = 26,8 \%$ (мазут);
- $\$ 8,000,000 * 100 \% / \$ 18,275,000 = 43,7 \%$ (дизель);
- $\$ 5,375,000 * 100 \% / \$ 18,275,000 = 29,5 \%$ (бензин).

3. Стоимость нефти, которая пошла в переработку ($\$ 140$ за тонну) – $\$ 140 * 100,000 \text{ т.} = \$ 14,000,000$ (нефть).

4. Найденный процент используется для нахождения стоимости нефти в конечной стоимости нефтепродуктов:

- $\$ 14,000,000 * 26,8 \% = \$ 3,752,000$ (мазут);
- $\$ 14,000,000 * 43,7 \% = \$ 6,118,000$ (дизель);
- $\$ 14,000,000 * 29,5 \% = \$ 4,130,000$ (бензин).

5. Найденный процент используется для нахождения стоимости нефти в конечной стоимости нефтепродуктов (на тонну):

- $\$ 3,752,000 / 35,000 \text{ т.} = \$ 107,2$ (мазут);
- $\$ 6,118,000 / 40,000 \text{ т.} = \$ 152,9$ (дизель);
- $\$ 4,130,000 / 25,000 \text{ т.} = \$ 165,2$ (бензин).

Принятие управленческого решения по определению направлений максимально экономически эффективной реализации дизельного топлива (экспорт/внутренний рынок).

Внутренний рынок:

1. $\$ 425,16 / 1,2 = \$ 354,6$ (цена на внутренний рынок - НДС).
2. $\$ 354,6 - \$ 152,9 = \$ 201,7$ (- стоимость нефти).
3. $\$ 201,7 - \$ 18 = \$ 183,7$ (- ЖД тариф).
4. $\$ 183,7 - \$ 154,3 = \$ 39,4$ (- акциз).

Экспорт:

1. $\$ 200 - \$ 152,9 = \$ 47,1$ (экспортная цена - стоимость нефти).
2. $\$ 47,1 - \$ 18 = \$ 29,1$ (- ЖД тариф).

Исходя из предположения, что постоянные издержки одинаковы, проведём сравнительный анализ валовых доходов (экспорт – $\$ 29,1$, внутренний рынок – $\$ 39,4$). Внутренний рынок – более эффективный рынок сбыта на данный момент.

В настоящей работе отражены актуальные аспекты формирования себестоимости нефтепродуктов в Республике Беларусь (особенности методики формирования себестоимости продукции - прежде всего, по ста-

тые затрат Нефть, которая имеет более эффективный прикладной характер по отношению к другим методикам в частности, в РФ), а также отмечена взаимосвязь коммерческих, управленческих решений и особенностей структуры себестоимости продукции, реализуемой на внутренний рынок и экспорт.

Биографические ссылки

1. ekso.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ekso.by/press-centr/stati/polozhenie-o-poryadke-obrashheniya-uglevodorodnogo-syrya.html>. – Дата доступа: 27.03.2022
2. pravo.levonevsky.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic53/text988.htm>. – Дата доступа: 03.04.2022.

CONSEQUENCES OF THE GLOBAL SHORTAGE OF SEMICONDUCTORS IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY

E. E. Baranovski, N. A. Sutkin

School of Business of Belarusian State University, Minsk;

Baranovskitube@gmail.com;

supervisor – N. S. Danilova, Senior Lecturer

In recent years, the global economy has suffered due to problems with logistics, inflation and the situation on the labor market. In particular, supply-side shocks in the semiconductor industry have dramatically affected firms' ability to produce chipsets. The resulting destabilization is felt in many related sectors that need semiconductors to produce their own finished products. The article defines the consequences of negative phenomena in the semiconductor industry for the leaders of the global automotive market. The mechanism of price growth of their products is reflected. Scenarios for reducing the current shortage of semiconductors are considered.

Key words: Shortage of Semiconductors; Supply chains; Inflation; Automotive industry; Covid – 2019.

Around the world, in 2019 lives changed almost overnight. Workplaces and schools closed their doors, aircraft were grounded, and people found themselves confined within their own homes [4]. The growing demand for high-performance computers in the pandemic, when most people switched to remote work, the consequences of the pandemic in the medical sphere and the US-China trade wars launched under President Donald Trump and caused a shortage of chips in other industries.

There are a lot of semiconductors companies, for instance NVIDIA, TSMC, Samsung, Intel, SMIC and so on. But all these companies were not ready for this demand for semiconductors. At the very beginning of the pandemic, personal computers and other equipment for remote work or study were bought up. The demand for entertainment equipment increased: game consoles, televisions, smartphones and tablets. For the production of all this technology, semiconductors are needed. They provide user input, display, wireless connectivity, processing, storage, power management, and other essential functions to a wide array of essential products, life-saving equipment and critical infrastructure.

The trade confrontation between the United States and China also had a negative impact on the supply of semiconductors. In 2020, state authorities imposed restrictions on the largest Chinese chip manufacturer Semiconductor Manufacturing International (SMIC). As a result, there was a serious redistribution of supply chains of chips [5]. Major global manufacturers of equipment and entire industries have faced supply problems – in particular, automobile plants have stopped due to a shortage of semiconductors.

Increasing trade restrictions, factory closures from fires, climate disasters and COVID-19 related restrictions weakened the ship supply chain. Notably key inputs like silicon and aluminum were affected. All these factors lead to an increase in chips delivery time (Figure 1).

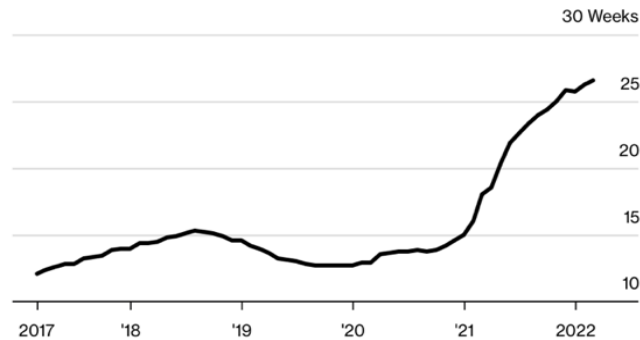


Fig. 1. Times for chips delivery

A weakened chip supply chain contributed to shortages of materials to build cars. (Semiconductor chips are essential components of modern cars). Fewer materials for car assembly caused a reduction in the production of new cars (Figure 2) and higher demand for used cars, which, in turn, led to higher prices and inflation [2].



Fig. 2. The decline in car production

Higher demand for used cars leads to higher prices which add to overall inflation [2]. As a result, the price inflation on the car market is carried out.

Let's start considering the impact of the shortage of semiconductors on the automotive market.

Ford originally anticipated a global production shortage of between 200,000 and 400,000 units, however, its latest estimates show that it could short as many as 1.1 million vehicles throughout 2021 despite posting a \$3.26 billion profit in the first quarter. Affected units include the Ford Bronco Sport,

Explorer, F-150, and Mustang, as well as the Lincoln Aviator and Nautilus – some pretty major and important models, including crucial new ones.

Ford says that it anticipates the shortage to cut even deeper during the second quarter and remains a problem until as late as 2022. The total estimate of lost profits for the year nears around \$2.5 billion [1].

General Motors – which originally accounted for a global shortage of \$2 billion in profits, has also been hit rather hard. At least five of its plants have been affected in some way by the semiconductor shortage. This includes Ingersoll, Spring Hill, Ramos Arizpe, and two plants in Michigan – Lansing Delta and Lansing Grand River. This affects the Buick Enclave, Chevrolet Blazer, Camaro, Cadillac CT4, CT5, XT4, the GMC Acadia and Sierra.

Honda suspended production of «most of its North American factories» in March. Production of the Accord, Civic, Insight and Odyssey have been limited in some manner throughout the shortage, as has the Acura RDX [3].

Jaguar Land Rover has also reportedly begun idling its Birmingham, U.K. – based plant which manufactures the Jaguar XE, XF, and F-Type. The stoppage also extends to the Land Rover brand which manufactures its Discovery Sport and Range Rover Evoque vehicles outside of Liverpool [3].

Toyota was initially unaffected by the shortage. The Japanese automaker – already arguably the industry leader in logistics management – had learned to stockpile electronics following the 2011 nuclear disaster at Fukushima and had remained in good standing for months compared to other automakers. But over time, it acknowledged that it would build fewer of some models, like the Tundra pickup, to ensure that it had continued capacity of units with higher margin or volume. However, the automaker recently had to idle its Toyotetsu plant in Ontario [1].

The BELGEE plant near Borisov, where Geely cars are assembled, was no exception. Deputy Prime Minister Yuri Nazarov suggested to continue producing cars at BELGEE until the end of the year, and not to stop production due to a shortage of emergency response chips. He was talking about the chips of the ERA-GLONASS emergency response system, which in 2021 became mandatory for cars manufactured on the territory of the EAEU [7].

Tesla – the Electrek profile website closely followed the price changes for Tesla cars in the American market: the Tesla Model 3 Standard Range Plus rose from \$ 36,990 in February to \$ 39,990 at the end of May, and the price of the Model Y Long Range AWD increased from \$ 49,990 to \$ 51,990 over the same period of time. Since February, Tesla has changed the prices of its cars almost half a dozen times [6]. Elon Musk is sure that the biggest challenge is supply chain, especially microcontroller chips. Never seen anything like it. Fear of running out is causing every company to over order – like the toilet paper shortage, but at epic scale. That said, it's obv not a long-term issue.

Based on the analysis carried out, it's safe to say that the automotive industry took the biggest blow. This industry, due to sometimes illiterate management and leadership, turned out to be the most vulnerable. The coronavirus has caused confusion among both consumers and manufacturers, and many companies have suspended the purchase of semiconductors. When the consumer market came out of a state of torpor, manufacturers faced problems related to delivery times, which exceeded the figures of previous years by almost two times. So many companies suspend production of some models or reduce total sales. This also implies an obvious increase in prices.

Every year in all industries, the demand for semiconductors is only growing, because worldwide digitalization and the rapid development of technologies imply the use of this product almost everywhere. In our opinion, the ways to solve this problem are quite obvious, but require large amounts of funding and time. First of all, subsidies and lower taxes in countries where chip production is established or is just gaining momentum will be the right decision. Thus, companies will be able to finance R&D, as well as increase production volumes.

References

1. Semiconductor shortage guide: Winners and losers of crisis [Electronic resource]. Mode of access: <https://capital.com/semiconductor-shortage-guide>. – Access date: 12.04.2022.
2. Shortages of intermediate goods and bottlenecks in the shipping sector and metals are hitting the car industry [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.oecd.org/economic-outlook/march-2022/economic-outlook?app=true>. – Access date: 14.04.2022.
3. The Global Microchip Shortage, explained—and What It Means for Your Next Car Purchase [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.thedrive.com/tech/40589/the-global-microchip-shortage-explained-and-what-it-means-for-your-next-car-purchase>. – Access date: 09.04.2022.
4. The material that powered pandemic life [Electronic resource]. Mode of access: <https://www.bbc.com/future/bspoke/made-on-earth/how-the-microchip-powered-pandemic-life.html>. – Access date: 05.04.2022.
5. Дефицит полупроводников останавливает мировой автопром [Electronic resource]. Mode of access: <https://quote.rbc.ru/news/article/605de55e9a7947b757afd891>. – Access date: 02.04.2022.
6. Илон Маск объяснил, почему автомобили Tesla дорожают – из-за «ценового давления в цепочке поставок» [Electronic resource]. – Mode of access: <https://itc.ua/news/ilon-mask-obyasnil-pochemu-avtomobili-tesla-dorozhayut-iz-za-czenovogo-davleniya-v-czepochke-postavok-v-osobennosti-poluprovodnikov/>. – Access date: 21.04.2022.
7. Как Беларусь переживает глобальный дефицит чипов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/kak-belarus-perezhivaet-globalnyj-defitsit-chipov/>. – Дата доступа: 20.03.2022.

MEMORY. INFORMATION STORAGE TECHNIQUES FOR SIMPLIFYING WORK

M. A. Korotchenko

*School of Business of Belarusian State University, Minsk;
mary.korotch@gmail.com;
research supervisor – I. V. Martynova, Senior Lecturer*

The article focuses on optimization of memory processes in order to simplify tasks and perform actions that require memorization of a large amount of information. Various mnemonics techniques are described, in particular, the method of loci, acrostic technique, chunking, peg word technique, and elaborative rehearsal. The analysis of materials on the topic is supported by empirical findings. Methods to improve the memory process are identified and their effectiveness is tested in an experiment among SB BSU students.

Key words: types of memory; memorization; mnemonics; mnemonic techniques; method of loci; chunking; peg word technique.

Introduction. Memory is a vital component of human life. Currently, there is a growing demand for optimization of memory processes in order to perform actions that require memorization of a large amount of information. Understanding the patterns of memory can contribute to improving the quality of educational and professional activities. The topic is relevant for all spheres, including business and management, as it helps to recognize and apply memory-enhancing strategies and simplify memorization. Research objectives are to identify possible methods to improve the memory process and assess their effectiveness. To do so, we have studied literature on the topic; conducted a survey and an experiment among a group of students; and analyzed the results obtained.

Memory and its types. Memory is the basis of human abilities, a condition of teaching, acquisition of knowledge, and formation of skills. Memorization is a process of memory that captures, traces, introduces new elements of sensation, perception, thought, or experience into the system of associative relationships [1].

Physiological studies of memory reveal three types of memory: sensory, short-term and long-term. American scientists Richard Atkinson and Richard Shiffrin developed one concept, describing short-term and long-term memory as a collaborative, interconnected activity.

The transition of information from short-term to long-term memory is associated with a number of features. By making a conscious effort, repeating the material, you can keep it in short-term memory for a longer period than a few dozen of seconds. In this way, it is possible to transfer to long-term memory the amount of information that exceeds the individual short-term memory. This mechanism is the basis of memorization through repetition [2].

Mnemonics, the system of techniques that improve memory, was first mentioned in Cicero's treatise «De oratore» («About the orator»). A poet, Simonides,

was to perform a lyrical poem at the feast arranged by the noble Thessalian Scopas. Informed that two young men were waiting for him in the street, the poet came out, and at this very moment, the roof of the dining hall collapsed. Scopas' and his guests' bodies could not be recognized by their loved ones in order to properly bury them. Simonides remembered the order in which people were seated at the table, and this allowed him to recognize all the dead. According to Cicero, the case prompted Simonides the principles of the art of remembering [2].

Thus, you should keep in mind the picture of some places and set mental images of memorable objects there. The order of the places will keep the order of the objects; the images of the objects will mean the objects themselves.

Mnemonic techniques are memory aids that help us organize information for encoding. They are especially useful when we want to recall larger bits of information, e.g. steps, stages, phases, and parts of a system. Such rules relate a set of objects that do not have an apparent logical link to another set whose structure is logically clear or easy to remember. Links are to elements of a familiar environment - a house with its rooms or a public place with visible buildings. This strategy uses visualizations, spatial memory, and familiarity with the environment to recall information quickly and efficiently. It is called the method of loci, or the memory journey, or the memory palace technique.

Another technique, Acrostic technique, is a sentence developed to help retrieve letters which represent something that needs to be remembered. The sentence is a catchy way to make the information more meaningful and easier to remember [2]. For example: Here is a mnemonic for remembering the new list of planets (post-Pluto): *My Very Educated Mother Just Served Us Nuts* - Mercury, Venus, Earth, Mars, Jupiter, Saturn, Uranus, Neptune.

Acronyms are words developed from the first letter of words that are to be remembered, for example, the acronym HOMES could be used for the Great Lakes: *Huron, Ontario, Michigan, Erie, Superior*.

Mnemonic strategy of chunking requires organizing information into manageable bits or chunks. Chunking is useful when trying to remember dates and phone numbers. Instead of trying to remember 5205550467, you remember the number as 520-555-0467 [2].

Another mnemonic device is called the peg word technique - forming a vivid image of what you want to remember and imagining it interacting with your peg words. For example, for remembering items, you might imagine a large gun (the first peg word) shooting a loaf of bread, then a jar of peanut butter inside a shoe, then large bunches of bananas hanging from a tree, then a door slamming on a head of lettuce with leaves flying everywhere. The idea is to provide good, distinctive cues (the weirder the better!) for the information you need to remember while you are learning it.

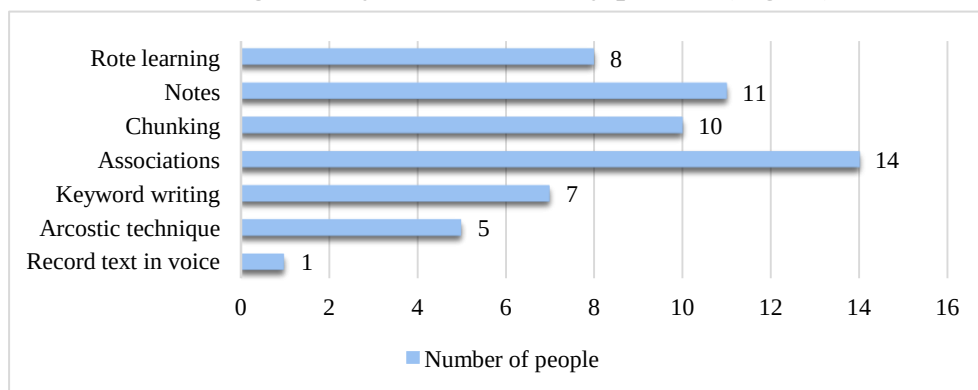
You could also enhance memory by using elaborative rehearsal: a technique in which you think about the meaning of the new information and its relation to knowledge already stored in your memory. For example, you could remember that 520 is an area code for Arizona and the person you met is from Arizona. This would help you better remember the 520 prefix. If the information is retained, it goes into long-term memory [2].

By encoding the information with an emotional valence, you may efficiently recall it, and the memory trace may be more vivid allowing more details to be accurately remembered. The more vivid or unusual the mnemonic, the easier it is to remember. The key to using any mnemonic successfully is to find a strategy that works for you.

Empirical findings. A questionnaire survey was conducted among students and graduates via Google Forms, which incorporated memorization tasks along with multiple-choice questions. Besides, another experiment was carried out in person in a group of students.

Out of 20 people who took part in the first survey, 80 % were first-year students. One of the tasks was the awareness test video, where the participants were to count the passes made by the team in white. As anticipated, the majority (80 %) answered correctly. However, only 20 % noticed the moonwalking bear in the background, while the majority (70 %) did not notice it, and 10 % sensed with peripheral vision that the crowd was increasing, but failed to notice the bear. That is, when paying attention to perform a specific task, people are reluctant to focus on other things shown. Thus, the more we focus on the desired information, the better this information is retained.

The preferable methods of memorizing information used by SB BSU students have been defined in the survey. The top three are associations (14 people out of 20), using notes (11 people), and chunking (10 people). Other frequently used methods are rote learning, acronyms or a memory picture (Figure).



Preferred methods of memorization

The experiment was conducted among a group of 10 people with the aim to determine the efficiency of a memory process using chunking and peg word technique. The students were informed beforehand of the method used. Later, they were

required to memorize a series of 20 digits for three minutes and then reproduce them on a piece of paper. The experiment showed that 6 out of 10 students had achieved the desired goal successfully, while the rest of them reproduced half of the numbers required. Those who memorized the numbers benefited from a well-structured sentence of ridiculous words.

The experiment helped to identify two key points. First, when memorizing monotonous information (a set of digits), creativity is vital - the more interesting and ridiculous are the associations, the more effectively the reproduction is in the future. Secondly, the success of storing information lies primarily in the chosen method. Namely, mnemonic techniques are individual and require a special check of suitability for each person.

Conclusion. The analysis shows that mnemonic techniques are actively spread among students together with a growing interest in improving memorization process. Mnemonics substantially enhances the ability of a person to remember, store and reproduce any kind of information. Thanks to various techniques discussed, everyone can work with a lot of information in education, work, business and everyday life. What is needed is a focus on the desired type of information to memorize, finding the suitable mnemonic technique, the consistent implementation of the method and the continuous maintenance of acquired skills.

It is necessary to conclude by saying that the study focused on the analysis of memory and memorization in terms of students' skills and is subjective, limited to SB BSU context only.

References

1. *Немов П. С.* Психология: Учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений: В 3 кн. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/nemov1/04.php (date of access: 12.03.2022).
2. *Bakken J. P.* Mnemonic Strategies: Helping Students with Intellectual and Developmental Disabilities Remember Important Information [Electronic Resource] // Global Journal of Intellectual & Developmental Disabilities. July, 2017. URL: https://www.researchgate.net/publication/324236734_Mnemonic_Strategies_Helping_Students_with_Intellectual_and_Developmental_Disabilities_Remember_Important_Information (date of access: 14.03.2022).

ACCESSIBILITY OF BUSINESS FOR PEOPLE WITH DISABILITIES IN THE REPUBLIC OF BELARUS

N. Korotytsin, A. Pisarchik

*School of Business of Belarusian State University, Minsk;
nick.karatytsyn.sbmt@gmail.com, nastyapisarchik1@gmail.com
research supervisor – I. V. Martynova, Senior Lecturer*

The paper highlights the problems of people with disabilities and looks into the ways of how businesses can solve them. Constraints that people with disabilities face are described, and possible ways to make off-line and on-line retail stores more disability-friendly are identified. The secondary analysis is supported by empirical data collected in a survey among SB BSU students. The results show that Belarus needs to implement broader measures for disabled people's inclusivity into business and society.

Key words: people with disabilities; disability barriers; disability awareness; business accessibility; inclusivity.

Our work focuses on the issues of people with disabilities in Belarus, primarily, on accessibility of business. The choice of the topic is due to our desire to help people with physical or mental disabilities and the necessity to recognize that disabled people are an important part of the society, having equal rights with other people. Many talented disabled people cannot unlock their creative potential because of the decreasing conditions of their existence. The topic is relevant as it is crucial to take measures in order to make their lives easier and promote their inclusion in the society.

The object under study is the category of disabled people as part of the society; the subject is the problems of people with disabilities and ways to solve them. The objectives are to identify the problems of disabled people and ways of solving them in Belarus and to find ways of attracting entrepreneurs to increasing the inclusion of disabled people into socio-economic life in the country. To achieve these aims, we have studied the demographic trends in Belarus, analyzed the information about the status and problems of people with disabilities and identified some ways of solving the problems.

The number of people with health problems and disabilities is increasing worldwide due to (1) a rise in chronic health conditions, (2) worsening environmental situation and (3) population ageing [1]. Other reasons are (4) a low level of medical care in developing countries and (5) migration in countries with a large territory and population.

According to the World Health Organization, «over 1 billion people are estimated to experience disability. This corresponds to about 15 % of the world's population, with up to 190 million (3.8 %) people aged 15 years and

older having significant difficulties in functioning, often requiring health care services» [1].

There are about 575.000 disable people in Belarus, who belong to the different groups depending on the type of disability. They make up 6 % of the total population [2]. That is why it is important for the state to create the best conditions for successful socialization and self-realization of this part of the county's population.

Disability is conceptualized as being a multidimensional experience for the person involved. There may be effects on organs or body parts, and on a person's participation in certain areas of life. There are innumerable types of disabilities that can affect a human being. It is known that the constraints in movement and mental thinking of disabled people result in the increasing number of human inconveniences and place them in a difficult situation in society. They often undergo discrimination, which can be seen in inability to get a good job and education, health services and others.

What concerns getting employment, the disabled experience difficulties because employers restrict their rights, make certain types of work inaccessible due to physical constraints of people in various types of work. All this creates additional tension in society, makes a big number of people «unnecessary» or «in no demand». The proportion of disabled workers aged 18 and over in the total number of disabled people of the corresponding age group is 16–17 %. However, without getting an education, a person cannot get a job. There are only 14 %, who have a higher education and almost 4% have never studied anywhere [3]. In terms of education, disabled people face such difficulties as inaccessible audience, transport problem, lack of distance learning programs.

All these problems have a negative effect on the social life of people with disabilities. Moreover, barriers faced by the disabled limit the development of the economy, according to the World Economic Forum (WEF). There are such myths as the inability of disabled people to use services independently, and the inability, if necessary, to choose another store, bank or telecom operator. One of the reasons for the change of a service provider is the lack of adaptability. This category of customers is interested in the accessibility of all types of services – from the availability of functionality for online ordering of products to the ability to come to the store and choose products themselves.

The Convention on the Rights of Persons with Disabilities of the UN General Assembly was adopted in 2006. It prescribes the countries that ratified it to increase access to information and communication channels for people with disabilities, create equal opportunities with everyone to use services, receive education, work and fully participate in social life. The world is moving to-

wards a new paradigm where infrastructure, products and services should be accessible to everyone without exception.

One of the examples to consider is a retail business. When we talk about the adaptation of offline stores, we can mention the following measures:

- special parking spaces,
- no barriers at the entrance,
- wide doors, ramps installed wherever there is a technical possibility, a call button for help, wide aisles,
- the height of the tables at the checkout and shelves, the depth of the shelves convenient for people with health restrictions,
- products suitably located,
- toilets for people with limited mobility.

All this as a result makes it possible to get into the store and make purchases on your own or with minimal help.

When we talk about the online sphere, the following should be accessible:

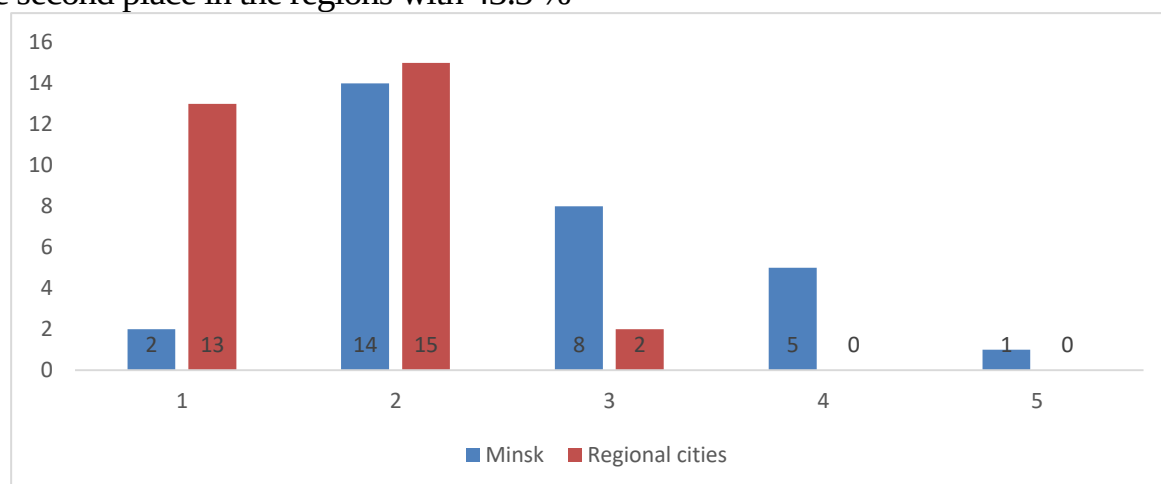
- ordering products online or by phone,
- additional options such as helping to deliver packages, delivering to the address, bringing food into the house, putting it in the refrigerator,
- detailed product descriptions,
- right color scheme for visually impaired people.

Creating the disabled-friendly environment is a benefit for a business. One of the reasons is the size of the customer base, because this group of people makes up a sufficient percentage of potential customers. Moreover, as a result of developing the necessary features for disabled users, outstanding innovations often appear that improve the interaction experience of all users. Such basic elements of affordable design as audio accompaniment or high color contrast will be useful not only for visually-impaired users, but also for elderly people with poor eyesight, foreign users, people with attention deficit disorder or autism, people with brain injury, users with slow Internet or outdated devices.

We have conducted a survey, done statistical analysis of the data collected via Google Forms, and interpreted the results. The 30 survey participants are SB students. According to their assessments, 93.3 % of the respondents pay attention to special equipment for people with disabilities in public places. Therefore, we decided to find out their opinion about the accessibility of public places in the Republic of Belarus for this category of people.

Despite the fact that Belarus is developing in this sphere more and more every year, our study shows that 53.3 % of respondents believe that offline stores in Belarus are poorly adapted to people with disabilities, 40 % picked the option “Mainly in big cities” and only 6.7 % considered that our cities are well equipped for the disabled.

To make our research more specific in terms of different parts of Belarus, we have compared the capital city and regional cities in terms of business accessibility. The diagram presents the comparison on the scale from 1 to 5, where 1 is «very bad», 2 is «bad», 3 is «acceptable», 4 is «good», 5 is «very good». In both cases, the rating of 2 is the most common one, 46.7 % in Minsk and 50 % in the regions [Fig.1]. This assessment is equated to poor infrastructure for the disabled. As we may also notice, there are ratings of 4 and 5 in the estimates of Minsk, while 1 is on the second place in the regions with 43.3 %



Businesses adaptability to people with disabilities in Minsk and in regional cities.

The life of people with disabilities is very hard: it is difficult to get education and earn a living, to be heard, to communicate with other people and to stand for your rights. As we can see from our research work, Belarus is still far from perfect in all areas related to people with disabilities. We have enumerated some specific measures that can help online and offline businesses to improve the lives of disabled people. This will not only make the life of these people more comfortable in society, creating the disabled-friendly environment will be also a benefit for a business. It will increase the size of the customer base, as this group of people makes up a sufficient percentage of potential customers.

References

1. Disability and health [Electronic resource] // World Health Organization. URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health> (date of access: 04.04.2022).
2. Отчет об ОРВ проекта Закона Республики Беларусь «О правах инвалидов и их социальной интеграции» [Electronic resource] // ПРООН в Беларуси. URL: https://www.by.undp.org/content/dam/belarus/docs/LED2020/Attachment_RIA_PWD_Report_Belarus.pdf (date of access: 05.04.2022).
3. Statistical Yearbook of the Republic of Belarus, 2021 [Electronic resource] // National Statistical Committee of the Republic of Belarus. URL: https://www.belstat.gov.by/en/ofitsialnaya-statistika/publications/statistical-publications-data-books-bulletins/public_compilation/index_41477/ (date of access: 05.04.2022).

MAIN BUSINESS GROWTH STRATAGIES FOR TECH COMPANIES

D. M. Kovalchuk

School of Business of Belarusian State University, Minsk;

daryiakavalchuk@gmail.com;

supervisor – E. V. Matskevich, Senior Lecturer

The article is devoted to the aspects of the most popular growth and financing strategies for companies in technology sector. It focuses on opportunities for already mature businesses. The following strategies were reviewed: attracting equity funds, initial public offering and mergers & acquisitions. Case study of EPAM Systems which is the most successful IT company with Belarusian roots shows the importance of above-mentioned strategies. Since IT sector in Belarus is the most dynamic, it is of interest to provide a list of options for IT companies and their managers about how to grow further.

Key words: technology sector; financing strategies; growth strategies; equity fund; initial public offering; mergers & acquisitions.

In the modern economy to survive fierce competition, an appropriate and feasible strategy is to be developed. The efficiency of an enterprise is largely determined by its financial strategy, which largely determines other functional strategies and plays an important role in increasing competitiveness, ensuring the effective attraction and use of financial resources, coordinating their flows, which ultimately ensures the growth of the market value of the enterprise and welfare of its owners.

This article focuses on the most popular growth strategies in IT industry such as attracting equity funds, IPO and M&A strategy [1].

Equity funds

Generally speaking equity funds not only provide financial support but also strategic consultancy. It is important for them to grow the company as much as possible in order to sell the company in a few years and make profit from the exit.

While such form of attracting capital is popular in the USA there is only one private equity fund in Belarus – «Zubr Capital». It specializes in IT sector and has already a few successful exits such as from «Targetprocess» [2].

M&A Strategy

TNCs in the IT industry, which have adopted mergers and acquisitions as the basis for their development strategy to achieve success in its implementation, should turn to the experience of the most successful companies in this business even at the development stage. In this case, it is worth paying attention to the technology sector – the epicenter of mergers and acquisitions, where the technology giants of Silicon Valley demonstrate various variations of mergers and acquisitions strategies by their own examples. Let's turn to table 1 below [3].

M&A strategies of tech giants

Indicators	Apple	Microsoft	Amazon	Meta Platforms
Market Capitalization, \$	2,85T	2,3T	1,7T	612,1B
Revenue, \$	365,8B	168,1B	469,8B	117,9B
EBITDA, \$	130,8B	94,9B	74,3B	54,7B
Employees	154,000	181,000	1,300,00	72,000
M&A deals	128	251	93	94

Based on the data in the table, it becomes clear that the technology giants owe their market value, expressed by capitalization, not to organic growth (at least not completely), but to the flow of mergers and acquisitions - the basis of the corresponding strategy. Of course, it can be argued that all these companies have achieved success, as they have a global recognition, reputation and brand, behind which are many years of their activity in the market, as well as the adoption and active implementation of the strategy of mergers and acquisitions.

In Belarusian market technology sector dominates by number of deals. IN 2021 out of 64 deals closed 56 of them were in tech sector [4].

IPO strategy

Major reasons for an IPO are:

- Getting access to new sources of funding;
- Ensuring the benefit of the company's current investors;
- Attracting the attention of market participants to the company.

According to EY, IPO remains the most popular strategy among IT companies. It is no wonder why since technology offerings have become synonymous with billion-dollar launches. Technology continued its dominance by deal numbers for the seventh consecutive quarter (since Q3 2020). In 2021 number of IPO in technology sector was almost 2 times bigger than in any other sector [5].

As for the Republic of Belarus, attracting funding, and especially foreign investment, is one of the priorities of foreign economic policy. But the use of such an instrument for raising funds as an IPO is limited by the fact that the stock market in the country is very poorly developed due to the insufficient supply of financial instruments, the absence of an institution of collective investment in the country, and a restrained policy in the field of privatization and denationalization.

Case of EPAM Systems

In 2006 EPAM Systems attracted \$20,6M investment from Siguler Gruff & Co following by \$50M investment Da Vinci Capital, Euroventures and

Renaissance Wealth Management in 2008. In 2010 the company received \$19,3M investment from VTB Capital.

In 2012 EPAM went public. The company sold 6 million shares at \$12 each in its IPO while having expected to sell \$7.4 million shares at \$16 to \$18 apiece. According to experts, the problem was not in the EPAM business but in a difficult situation in the markets, especially in Europe. Nevertheless from the first day of EPAM's IPO on February 8, 2012 the company was outperforming S&P 500 index and peer group. The figure 1 below assumes invested 100\$ in above mentioned securities [6].

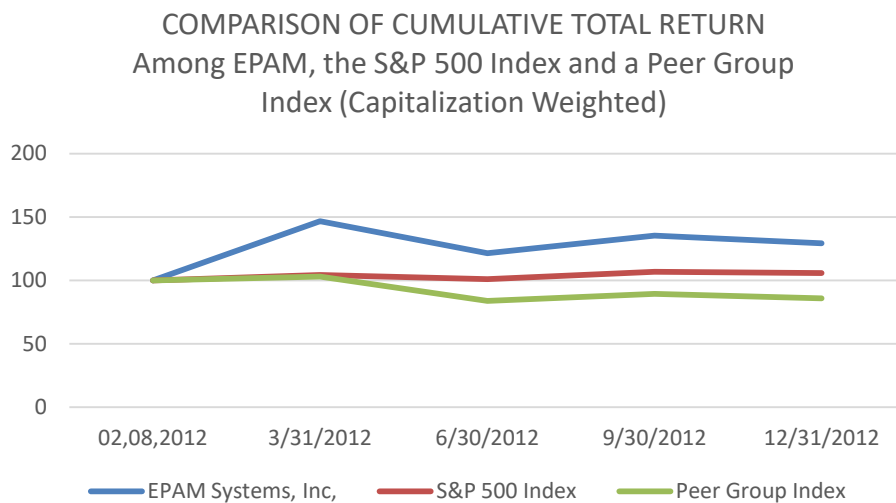


Fig. 1. Comparison of cumulative total return among EPAM, the S&P 500 Index and a Peer Group Index (Capitalization Weighted)

IPO was a necessary and important step in company's development. EPAM was able to attract significant amount of funding, build trust by providing transparency to its financials and operations. Since IPO EPAM's shares increased by 37 times (before events in Ukraine). Companies stock remains volatile and very sensitive to external changes.

Furthermore, EPAM is actively growing with M&A strategy. To keep up with increasing demand and to expand ability to support its customers the quickest way is to acquire companies in target sectors. Another important factor is labor market shortage. By acquiring the company EPAM also gets its highly qualified employees, as noted before, most critical asset. EPAM has acquired 26 companies in total, 6 of them in 2021. The last acquisition took place on January 28, 2022 [7]. Out of 41,3 % revenue growth in 2021 4,3 % was contributed by M&A deals and it is expected to reach 6 % by the end of 2022. EPAM's M&A growth strategy is illustrated on figure 2 [7].

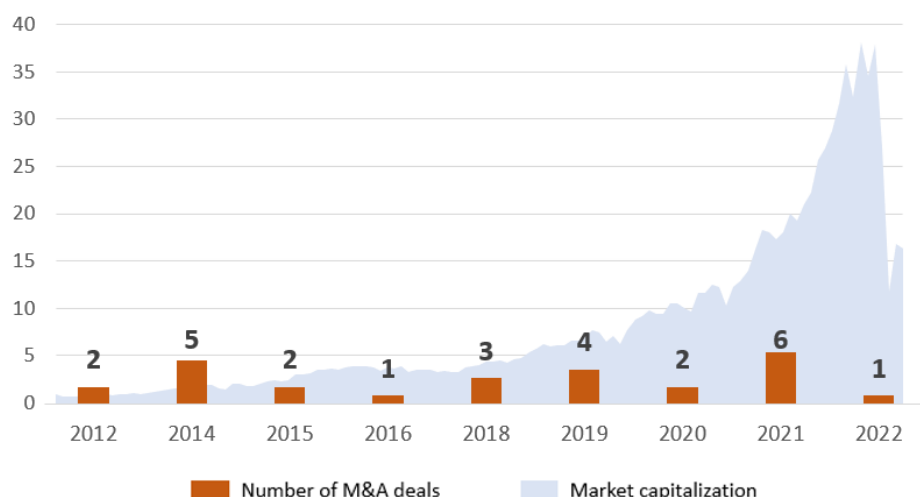


Fig. 2. M&A growth strategy

Hence, attracting equity funds, IPO and M&A strategies are great value maximizing strategies that should not be overlooked by managers. While the Belarusian market remains underdeveloped it is still possible to implement above mentioned strategies.

References

1. *Полюшко Ю. Н.* Роль и значение финансовой стратегии в общей стратегии организации // Экономика и управление: проблемы, решения – 2020. – С. 66–71.
2. Zubr Capital [Electronic source] / About. – Mode of access: <https://zubrcapital.com/>. – Date of access: 04.04.2022.
3. Yahoo Finance [Electronic source] / Company screening – Mode of access: <https://finance.yahoo.com/screener>. – Date of access: 08.04.2022.
4. Capital times [Electronic source] / M&A-обзор рынка Беларуси. ИТОГИ 2021–2022. – Mode of access: <https://www.capital-times.com/ma-by-2021-full>. – Date of access: 04.04.2022.
5. EY [Electronic source] / IPO trends – Mode of access: https://www.ey.com/en_gl/ipo/trends. – Date of access: 05.04.2022.
6. EPAM Systems [Electronic source] / SEC Form 10K. – 2012. – Mode of access: <https://investors.epam.com/node/13421/html>. – Date of access: 04.04.2022
CapitalIQ [Electronic source] / EPAM Systems. – Mode of access: <https://www.capitaliq.com/CIQDotNet/company.aspx?companyId=4773318>. – Date of access: 07.04.2022.

THE IMPACT OF COGNITIVE BIASES ON SB BSU STUDENTS' JUDGEMENTS AND DECISIONS

D. M. Liubich, D. P. Pismennaya

*School of Business of Belarusian State University, Minsk;
mail@sbmtl.by;*

supervisor – A. V. Pyko, Ph. D. on History of arts, Associate Prof.

The relevance of our research work lies in the fact that Human thinking is imperfect. Cognitive biases cannot be completely eliminated, but being able to recognize them will help you to have more control and make more rational decisions. According to the results of our survey, only 25 % of respondents were aware of the existence of such a concept as cognitive biases. Therefore, studying this issue will help to draw more attention to this phenomenon and, hopefully, become an impetus for positive changes in the way of one's thinking. The aim of this survey is to determine whether students of SB BSU fall under the influence of cognitive biases, whether they notice signs of irrational thinking, and subsequently, based on the results obtained, give advice that will help to identify these biases and take control over their thinking trends and decision-making process.

Key words: cognitive biases; decision making; irrational thinking; incoming information; rational decisions.

Decision making is an integral part of our lives. We are overwhelmed with information and in these attempts to simplify decision making, important factors can be left out, or so-called cognitive biases can be stumbled. Cognitive bias is a systematic thinking error that occurs when people process and interpret information about the world around them, and affects the decisions and judgments they make [1].

The following tasks have been done to achieve the aim of this research: students of SB BSU were interviewed, practical advice will be presented at the end of the article.

We conducted a survey in which students of different courses of our School of Business took part. 80 people took part in the survey.

Next, 2 hypotheses will be given that we put forward based on a subjective assessment of the current state, and an analysis of the survey, according to the results of which the hypotheses will be refuted or confirmed.

The Hypotheses are the following:

1. The decision-making process of the majority of students is irrational.
2. Most students make decisions under the influence of cognitive biases without even knowing it.

To test this hypothesis, the following questions were formulated:

1. How fast do you make decisions?
2. Do you analyze incoming information?
3. Can you always argue your point of view?

To our surprise, on the first question, 51 people or 63.7 % of the respondents answered that they need time to think about their decision and only 36.3 % of students found that the decision-making process does not take much time. According to the results of the second question, it was found that 61.3 % of students often analyze incoming information, 30 % of students always do this, and only 8.8 % rarely analyze incoming information.

A similar situation with the question «can you always argue your point of view». 73.8 % of respondents can do it often, 17.5 % always and only 8.8 % rarely. The «never» answer option was not selected by any of the participants in either this or the previous question.

A rational decision is a thoughtful, balanced decision made on the basis of a choice, comparison of options and consideration of many factors; in other words, a profitable expedient solution. Therefore, based on the results of the 3 previous questions, we refute our first hypothesis, since the vast majority of respondents is engaged in the analysis of incoming information, takes time to compare various alternatives, supporting their point of view with arguments. Thus it cannot be said that the decision-making process of students is ALWAYS irrational.

2. Most students make decisions under the influence of cognitive biases without even knowing it

We all think we are rational and believe that all our decisions are the result of our conscious choices. In fact, most of the decisions and judgments we make are based on prejudices, stereotypes, and biases, or, in other words, cognitive distortions [2].

As mentioned above, only 25 % of students are aware of such a concept as cognitive biases, the remaining 75 % hear about it for the first time. However, as one well-known rule says: «ignorance of the law excuses no one», so now we will dwell on cognitive biases in more detail.

Having compiled case questions that helped identify the presence of these biases in student's decision-making, the following results were obtained [3].

- Confirmation bias;

Confirmation bias is a person's tendency to seek and interpret such information, or prefer information that is consistent with their point of view, belief, or hypothesis [2].

This cognitive bias occupies the top position in our ranking, as 65 % percent of respondents agreed with the statement «I give preference to such information, which is consistent with my point of view, belief or hypothesis», thereby confirming the presence of this bias.

- Halo effect;

When your overall impression of a person influences how you feel and think about their character. This is especially true for physical attractiveness, which influences how you rate their other qualities [2].

43.8 % of respondents noted the existence of such a trend, agreeing with the statement that “My assessment of actions/opinions depends on my attitude towards them”.

- Groupthink;

Groupthink is a psychological phenomenon that occurs in a group of people within which conformism or a desire for social harmony leads to incorrect or irrational decision making [2].

The subconscious desire to agree with the rest of the group replaces rational thinking. 20 % of students notice this trend in themselves and claim to make decisions based on the majority

- Overgeneralization.

With this cognitive distortion, we come to a conclusion based on a single aspect, a «piece» of what happened. If something bad happens once, we convince ourselves that it will happen again and again. We begin to see a single unpleasant event as part of an endless chain of defeats [2].

17.5 % of students agreed that If something bad happens once, they convince themselves that it will happen again and again.

- The Dunning-Kruger effect;

This is when people believe that they are smarter and more capable than they really are. For example, when they cannot admit their own incompetence [2].

6.3 % of students identified such a distortion in themselves, confirming that they often give advice about things they do not understand. 12.5 % of students noted that they do not notice any of the above distortions at all.

The survey results show that almost 90% of those who voted noticed cognitive distortions in themselves, without even realizing it. Therefore, the second hypothesis turned out to be correct.

In the survey, we considered only 5 cognitive biases, and there are actually a lot of them. It is difficult to be able to recognize everything and be able to abstract from them, but one can and should try. Forewarned is forearmed, as they say.

Here are some tips that will help you recognize the trap of thinking in time and not fall into it.

1. Think about the little things.

Before you make a decision, be sure to ask yourself a simple question. For example, when considering moving to another city, ask yourself, «What am I going to do there this weekend?». The brain will switch from a large-scale

task to a smaller one, and you will discover additional pros or cons of moving that might have eluded you before [3].

2. Don't think positively.

Other things being equal, we tend to overestimate our strength and ignore possible threats from outside. Our brains often prefer to ignore warning signals and pretend that danger does not exist, rather than suggest possible escape routes and fallbacks. When you once again think that the task is simple and you will certainly cope with it, just ask yourself what could go wrong [3].

3. Get enough sleep.

Another reason for making bad decisions is lack of sleep. People who don't get enough sleep often make mistakes, and yet a staggering number of people are sleep deprived today. As fatigue accumulates, people pay less attention to analysis, become distracted, and therefore tend to make decisions based on stereotypes [3].

References

1. *Nepryakhin N.* What is critical thinking / Soft skills. – 2019. [Electronic resource] – Access mode: <https://trends.rbc.ru/trends/>. – Access date: 12.04.2022.
2. 8 cognitive biases professionals face. – 11.08.2020. [Electronic resource] – Access mode: <https://vc.ru/life/>. – Access date: 12.04.2022.
3. What is critical thinking and how to develop it / Foxford. – 29.03.2022. [Electronic resource] – Access mode: <https://media.foxford.ru/>. – Access date: 12.04.2022.

TOOLS AND TECHNOLOGIES FOR COMPANIES' PROMOTION IN SOCIAL NETWORKS

E. A. Voyushina

*School of Business of Belarusian State University, Minsk;
ekkvoyushina@gmail.com;
supervisor – H. A. Vashyla ,Senior Lecturer*

In modern world, digital marketing is vastly dominating traditional marketing due to the increasing amount of time spent on the phone by the average person. The success of business promotion largely depends on the use of electronic tools and technologies. Part of digital marketing is promotion in social networks. What tools help modern marketers get the most out of this approach? The answer on this question is described in this scientific work entitled «Tools and technologies for companies' promotion in social networks».

Key words: promotion in social networks, SMM tools and technologies, digital marketing, primary research, survey.

Social network is a digital form of communication between people. It allows people messaging, sharing different information, ideas and creating digital content. Social networks are based on the Internet and allow users to connect through their phones and laptops. Forms of digital content which can be shared in social medias include photos, videos, texts, different document types, etc. According to the source SmartInsights, 58.4 % of world population are the users of social networks on the moment of January 2022

Social networks strategies for promotion cannot be implemented without special marketing tools. Nowadays there are thousand free and paid ones, which help marketers to reach their marketing campaign goals. It can be said that SMM specialist works very slow and ineffective without them.

Before starting my analysis, I want to prove the actuality of my topic in order to show that subsequent researches may be applicable and relevant. For this I made primary research in the form of *survey* in which 57 people took part. The following questions were asked with their respective highest responses:

Do you think every brand/company should have social media page? Answers: 63.2 % – Yes, 22.8% – Rather yes than no, 8.8 % – depends on brand, 5.5 % – No, 0 % – Rather no than yes.

Do you think that every brand/company should promote itself on social media? Answers: 43.9 % – Yes, 38.6 % – Rather yes than no, 10.5 % – depends on brand, 5.3 % – No, 1.8 % – Rather no than yes.

Are you familiar with any tools and technologies for business promotion in social networks? Answers: 89.5 % – Yes, 7 % – No, 3.5 % – It's hard to answer.

Are you following any brands/companies on social media? Answers: 86 % – Yes, 14 % – No.

Let's analyze the most popular social networks tools for content, analytics, posting and solving of other tasks.

Social medias analytics – this tool you can find in each social media analytical dashboard (Facebook, Instagram, VKontakte, etc.). Here you can see information about CTR (Click Through Rate), impressions and audience profiling.

SMM tools for analytics:

Popsters – content analytics in social networks. Popsters analyzes engagement, finds the most popular posts, gets the time and days of the week when subscribers are most active, compares different pages, including different ones, on the sites. Research results can be obtained in the form of collected reports, which are immediately ready for clients.

Publer.wildo – analysis of competitors' advertising campaigns. Publer analyzes ad placements across all advertising platforms. This SMM service sees not only your ads, but also all entries according to the specified parameters (for example, ad text or link), so it helps to keep track of competitors.

Media-VK – analysis of competitor communities. This SMM tool will peep the statistics of the competitors' community on VKontakte. Builds simple portraits of participants, analyzes the intersection of communities.

Instruments for publications planning:

SMM planner – auto-posting on social networks. Simple and convenient SMM autoposter service, works with all popular sites, supports all new formats.

SMM tools for tracking social media mentions:

YouScan – social media monitoring. This SMM tool monitors brand mentions in real time, analyzes the data and sends notifications about unusual activities – for example, when there is a sharp surge of negativity.

IQbuzz – online reputation management service. Similarly with other SMM services that perform the task of monitoring, it monitors brand mentions in social media and online media and collects mention statistics.

Audience Scraping Tools:

PepperNinja. A simple parser that is suitable for both professionals and beginners – its interface is easy to understand. Collects all available types of activities, supports automation of audience collection: it is enough to make the settings once, and the service itself will regularly collect

Target Hunter. This SMM service includes more than 150 SMM tools for gathering an audience. With it, you can collect user bases according to a variety of criteria. Algorithms can also be automated and upload updated databases immediately to the advertising account.

Content preparation tools:

Trello. It will allow you to sort topics into «boards» that are conveniently arranged in a way suitable for your project: Open tasks, Tasks in progress, Completed, divided by team members or subtasks.

Canva. Helps to make different types of creatives and visuals. You can choose different formats from posts to stories.

Glavred. Finds sloppy wording and suggests how to simplify them.

These tools are the main ones of promotion in social networks. Of course, there are hundreds and thousands more and all of them have their benefits. In order to create good promotion in social networks, marketers should be able effectively use them and make good combinations of tools for reaching marketing campaign goals.

All the mentioned tools are the main ones of promotion in social networks. Of course, there are hundreds and thousands more and all of them have their benefits. In order to create good promotion in social networks, marketers should be able effectively use them and make good combinations of tools for reaching marketing campaign goals. Knowing and understanding these tools and technologies will increase the effectiveness of social networks promotion of your company

References

1. Kotler P. Consumer Neuroscience, 2017.
2. Baryshev A.F. Marketing. Russia: Academia – 2015.
3. Digital marketing [Electronic Resource] // Mailchimp. – Mode of access: <https://mailchimp.com/marketing-glossary/digital-marketing/> – Date of access: 18.04.2022.
4. Global social media statistics research summary 2022 [Electronic Resource] // Smart Insights. – Mode of access: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>. – Date of access: 18.04.2022.
5. What is SMM? [Electronic Resource] // Send Pulse. – Mode of access: <https://sendpulse.com/support/glossary/social-media-marketing>. – Date of access: 18.04.2022.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЦИРКУЛЯРНАЯ ЭКОНОМИКА И ИНСТИТУТЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

М. А. Алисейко, В. В. Рутковская

Белорусский государственный университет, г. Минск;

jollyalois@gmail.com; daryaqaq@gmail.com;

науч. рук. – Т. И. Глеба, канд. экон. наук, доцент

В статье проводится анализа институционального развития циркулярной экономики в Республике Беларусь. На основании проведенного анализа предложены рекомендации по улучшению уровня эффективности внедрения циркулярной экономики в Республике Беларусь.

Ключевые слова: циркулярная экономика; линейная экономика; цели устойчивого развития; безотходное производство; институт.

Циркулярная экономика – это модель организации экономики, появившаяся сравнительно недавно и в последнее время стремительно набирающая популярность.

Циркулярная экономика представляет собой альтернативу линейной модели, заменяя принцип «take-make-dispose» на «reduce-reuse-recycle» и другие концепции, состоящие из большего количества уточнений, например, концепция 9R [1]. Основное определение было выведено следующее: модель экономики, построенная на максимальном вовлечении произведенных товаров и услуг в процесс воспроизводства с целью прохождения материалами максимального количества циклов.

Данная модель стала основным ответом на решение 12 цели устойчивого развития «Ответственное потребление и производство». Изначально направление развивать циркулярную экономику было очерчено в документе 1992 года «Повестка дня на XXI век», которая позже трансформировалась в 8 целей и 21 задачу устойчивого развития, а они в свою очередь в 2015 году были заменены 17 глобальными ЦУР. В ЕС впервые единое видение внедрения принципов было представлено в 2014 году, единый фреймворк для оценки достижений в этой области был опубликован вместе с мониторингом в 2018 году, и в 2020 году был запущен новый План действий по внедрению циркулярной экономики (SE-AP) [2].

Циркулярная экономика является приоритетным направлением развития национальной экономики не только из-за экологической безопасности, а из-за возможности в перспективе сократить издержки до минимума и выйти на безотходное производство. Для страны с экспорториен-

тированной и импортоспособной экономикой, как Республика Беларусь, наличие инновационных, подходящих под все циркулярные стандарты рынка продукта чрезвычайно важно. По оценкам ученых, внедрение принципов циркулярной экономики в Республике Беларусь может дополнительно увеличить ВВП на 12–15 % [6].

Для изучения следует рассмотреть политику по внедрению принципа циркулярности, а именно институты, возникшие в процессе установления циркулярной экономики; нормативно-правовые акты, закрепляющие нормы, стандарты циркулярности, а также основные направления развития; комплекс мер, которые проводят указанные институты, основываясь на нормативно-правовых актах.

В белорусском законодательстве уже предприняты шаги по закреплению понятия «циркулярная экономика». В проекте Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 г. декларируется введение принципов циркулярной экономики (вовлечение ресурсов в оборот с учетом многократного их использования) [4]. Однако конкретные меры стимулирования циркулярной экономики могут быть внедрены в белорусское законодательство только в том случае, если не вступят в противоречие с существующими законодательными нормами, и при этом обеспечат получение дополнительных преимуществ от их применения. Поэтому актуальной задачей является определение того, каким образом и на каких принципах можно выстроить систему регулирования циркулярной экономики для Республики Беларусь с учетом действующих законодательных ограничений. Во-первых, это единственный документ подобной тематики, полностью посвященный зеленой экономике. В 2019 году Директива №7 Президента Республики Беларусь затрагивала экологичный аспект в плане обращения с твердыми коммунальными отходами. Существуют также стратегии по снижению пластика в производстве и сфере услуг, например, с 2021 все рестораны обязали убрать пластиковые столовые приборы. Все же, этих единичных постановлений не хватает для целостной концепции и возможной быстрой трансформации экономики на циркулярные рельсы, как это произошло в Литве или в Чехии. Во-вторых, существующая дихотомия между «зеленой экономикой» и «циркулярной экономикой» не вносит ясности среди этих двух категорий, которые должны развиваться параллельно и соразмерно, но разными инструментами и отдельными путями. Эти недостатки плана по сравнению с законодательными актами ЕС могут вызвать затруднения при его исполнении.

За развитием циркулярной экономики в РБ сегодня стоит такой финансовый институт, как Банк развития Республики Беларусь [6]. Банк развития Республики Беларусь осуществляет финансирование инвести-

ционных проектов: в рамках государственных программ в соответствии с планом финансирования, утверждаемым Советом Министров Республики Беларусь. Особенностью данного источника финансирования является строго целевое использование. Сметы расходов по каждому субъекту инновационной инфраструктуры утверждаются распорядителем средств инновационного фонда по согласованию с Государственным комитетом по науке и технологиям Республики Беларусь. Финансирование также может осуществлять сторонняя организация в виде грантов (прим. ПРООН), так называемых бизнес-ангелов, Европейский банк реконструкции и развития.

Помимо финансирования циркулярных инициатив, необходимо регулировать их на национальном и наднациональном уровне. В Республике Беларусь такими институтами выступают на национальном уровне различные министерства, например, министерство природы и министерство экономики. Совет Министров и Президент также имеют законодательную силу при установлении курса циркулярной экономики. Учет данных и сбор статистического материала осуществляет также Белстат. На наднациональном уровне, например, ЕАЭС, не было обнаружено регулирующих актов.

Также стоит отметить три проблемы, стоящие на пути становления циркулярного производства в Беларуси.

1. Подавляющая часть промышленных отходов в Беларуси составляют отходы химической промышленности, а именно отходы солей (98 %, [2]). Существуют глобальные проблемы с учетом минеральных отходов и возможностью их рециклинга.

2. Отсутствие законодательной базы и мониторинговой системы показателей циркулярности. На данный момент в Республике Беларусь разработана в согласии с рекомендациями ОЭСР система статистических показателей «зеленого роста», характеризующая процессы экологизации экономики [5]. Этот перечень действительно включает в себя некоторые показатели, входящие и в оценочный фреймворк ЕС, как, например, интенсивность образования отходов, но существует еще много непокрытых и необследованных сфер, которые необходимо учитывать и собирать с них статистический материал. Существующая нехватка данных не способствует анализу развития циркулярной экономики в Республике Беларусь и может стать серьезным препятствием. Эту проблему могло бы решить наднациональное регулирование по мотивам рамочных соглашений ЕС, однако существующие интеграционные объединения, в которые входит Беларусь, не устанавливают подобное регулирование.

3. Отсутствие финансирования циркулярных инициатив. По мнению экспертов Белорусского экономического исследовательско-образовательного центра, в краткосрочной перспективе масштабной циркулярной трансформации белорусских предприятий не ожидается [3]. Общим барьером для всех групп респондентов опроса, проводимым центром, при внедрении принципов циркулярной экономики является недостаток финансовых ресурсов. Это связано с тем, что большинство сотрудников предприятий полагает, что внедрение циркулярной экономики необходимо начинать на стадии проектирования и разработки продукта. Опрос показал, что основным драйвером циркулярного перехода белорусский бизнес видит государственную поддержку как на основе разработки и реализации специализированных госпрограмм, так и при помощи налогового стимулирования, а также развитие инфраструктуры переработки вторичных материальных ресурсов [2].

Таким образом, авторами была дана оценка, что циркулярная экономика в Беларуси находится в стадии зарождения и в законодательной базе пока не отделима от зеленой экономики, в чем автор видит серьезную угрозу для дальнейшего развития. Существует ряд препятствий со стороны государства, которые необходимо решить посредством принятия новых НПА, разработкой системы мониторинга циркуляризации и развитием сферы зеленых инвестиций. При развитии этих областей и увеличения финансирования перехода предприятий на циркулярные бизнес-модели, у Беларуси есть возможность сделать скачок и совершить быстрый переход, как у стран с похожей на нас историей экономики и моделями построения рынка

Библиографические ссылки

1. *Авилова, Л. А.* Циркулярная экономика как вектор инновационной трансформации бизнес-модели промышленных предприятий. / Л. А. Авилова. – Белгород: Экономика. Информатика, 48 (3), 2021. – 446–454 с.
2. В направлении циркулярной экономики: оценка прогресса Беларуси в системе стран ЕС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://beroc.org/publications/policy_papers/v-napravlenii-tsirkulyarnoy-ekonomiki/. – Дата доступа: 23.04.2022.
3. Возможности циркулярной трансформации регионов Беларуси: на примере Брестской и Могилевской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.beroc.org/upload/iblock/1df/1df22619276562affdec06ed9de75b73.pdf>. – Дата доступа: 15.04.2022.
4. Национальный план по Зеленой экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://economy.gov.by/ru/nac_plan-ru/. – Дата доступа: 15.04.2022.
5. Статистические показатели "зеленого роста" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/okruzhayushchaya-sreda/pokazateli-zelenogo-rosta/>. – Дата доступа: 11.04.2022.
6. Циркулярная экономика и зеленый банкинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belchemoil.by/news/analitika/cirkulyarnaya-ekonomika-i-zelenyj-banking>. – Дата доступа: 10.04.2022.

АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е. Д. Алисиевич

Белорусский государственный университет, г. Минск;

katealisievich2002@mail.ru;

науч. рук. – А. В. Вериги, канд. экон. наук, доц.

В данной статье рассматриваются теоретические основы функционирования фондовой биржи Республики Беларусь, а также используемые на нем финансовые инструменты. На основании статистических данных проанализированы общие итоги функционирования рынка ценных бумаг Республики Беларусь за три года.

Ключевые слова: фондовая биржа; инвестиции; фондовый рынок; рынок ценных бумаг; акции; облигации.

В современных реалиях, совместно с банковским сектором, фондовые биржи являются неотъемлемой частью финансовой системы любого государства [1].

В Республике Беларусь ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» обслуживает валютный, фондовый, срочный и денежный рынки. Данная торговая площадка является закрытой, то есть торговать на ней имеют право только ее члены.

Биржа осуществляет следующие виды деятельности: организация торгов, клиринг, деятельность по организации системы электронного документооборота, оказание информационных услуг.

Основной целью деятельности биржи является содействие формированию в Республике Беларусь полноценного организованного финансового рынка, отвечающего потребностям его участников, предоставляющего государству эффективные рыночные механизмы реализации денежно-кредитной и бюджетной политики, выполнения им контрольных и регулирующих функций [2].

Для фондового рынка в рыночной экономике имеется особенное место. Обусловлено это тем, что он представляет собой нестандартную форму по купле-продаже нестандартного товара, а именно ценных бумаг.

Фондовый рынок является, своего рода, механизмом, который соединяет желающих приобрести и желающих продать имеющиеся ценные активы.

В распоряжении белорусского инвестора имеются следующие инструменты:

- Акции ОАО;
- Акции ЗАО;
- Государственные долгосрочные и краткосрочные облигации Республики Беларусь;

- Облигации Национального банка Республики Беларусь;
- Облигации местных исполнительных и распорядительных органов (муниципальные облигации);
- Облигации банков;
- Облигации предприятий.

Динамика торгов акциями и облигациями на белорусской валютно-фондовой бирже за 2019-2021 гг. представлена в таблице.

Динамика торгов акциями и облигациями на Белорусской валютно-фондовой бирже, 2019–2021 гг., млн бел. руб

Сектор рынка	Объем сделок, млн руб.			Изменение, %		Доля в общем объеме операций 2019-2021, %		
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020	2019	2020	2021
Рынок акций, в т.ч.:	766,6	1234,4	566,9	6,1	-54,1	2,6	4,4	1,9
купля-продажа, в т.ч.:	349,4	274,9	222,1	-25,9	-21,3	45,6	22,3	39,2
акции ОАО	179,7	116,8	68,1	59,6	-41,8	51,5	42,5	30,7
акции ЗАО	169,7	158,1	154	-52,8	-2,6	48,5	57,5	69,3
иные операции с акциями	417,1	939,4	344,8	68,9	-63,3	54,4	77,7	60,8
Рынок облигаций, в т.ч.:	29010,6	26887,9	28700	-7,3	6,8	97,4	95,6	98,1
купля-продажа, в т.ч.:	24604,2	19228,2	23707,2	-21,9	23,3	84,8	71,5	82,6
гос. ценные бумаги	2558,2	3550,7	6100	38,8	71,6	10,4	18,5	25,7
облигации НБ	677,9	132,2	3,6	-80,5	-97,3	2,8	0,7	0,02
облигации местных займов	111,7	140,9	3,6	26,1	-97,4	0,5	0,7	0,015
облигации банков	17924,2	11059,2	13800	-38,3	24,8	72,8	57,5	58,2
облигации предприятий	3332,1	4345,1	3800	30,4	-12,7	13,5	22,6	16,02
РЕПО	4105,7	7345,1	4400	78,9	39,5	14,2	27,3	15,3

Окончание таблицы

Сектор рынка	Объем сделок, млн руб.			Изменение, %		Доля в общем объеме операций 2019-2021, %		
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020			
иные операции с облигациями	300,7	314,6	588,1	4,6	86,9	1,0	1,2	2,1
ИТОГО	29777,2	28122,2	29266,9	-33,7	4,1	100	100	100

Источник: собственная разработка на основе [3, 4].

Анализируя таблицу, стоит отметить, что общая сумма сделок с акциями за 2021 год составила 566,9 млн рублей, что по сравнению с объемом операций в 2020 г. и 2019 г. уменьшился в 2,2 и 1,4 раз соответственно.

Что касается рынка облигаций, то можно заметить, что основная динамика рынка ценных бумаг сконцентрирована именно на данном сегменте. На сделки с облигациями приходится более 95,6 % оборота на рынке. Общая сумма сделок со всеми видами облигаций составила в 2021 г. 28700 млн рублей, увеличившись на 6,8 % по сравнению с объемом операций с облигациями в 2020 г. и уменьшившись на 1,1 %, сравнивая с 2019 г.

В течение последних двух лет доля рынка акций в общем объеме операций резко уменьшилась с 4,4 % до 1,9 %. В то время как, доля рынка облигаций в общем объеме за последние два года увеличилась. В 2020 г. доля в общем объеме составляла 95,6 %, а в 2021 г. равнялась 98,1 %.

В современной мировой экономике слабые места, ошибки, допущенные деятельностью финансовых институтов, наказываются рынками быстрее и суровее, чем несколько лет назад. А по мере изменения политических, экономических условий финансовые институты могут внезапно оказаться в центре финансового кризиса. Хотя колебания и корректировки являются нормальной частью функционирования фондового рынка, необходимо совершенствовать инструменты финансового рынка, чтобы они были менее подвержены экономическим кризисам.

Фондовый рынок Республики Беларусь еще достаточно молод, в этой связи актуальным является развитие инструментов финансового рынка. Расширение спектра набора инструментов позволит выйти фондовому рынку на новый уровень, привлечь инвесторов как национальных, так и зарубежных, а также проводить более разнообразные операции на рынке, увеличивать объем сделок.

Библиографические ссылки

1. *Белоглазова, Г. Н., Киевич, А. В.* Модернизация регулирования финансовых систем: поиск новых моделей / *Банковское дело*. 2011. № 7. С. 14–20.
2. *Волков, М. В.* Структура и классификация рынка ценных бумаг. Операции с ценными бумагами в деятельности банков. Управление портфелем ценных бумаг / *М.В. Волков // Финансы и кредит*. – 2005. – № 10 (178). – С. 31–40.
3. Объемы выпусков ценных бумаг в обращение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bcse.by/ru/informationcenter/pressrelease>. – Дата доступа: 25.11.2021.
4. Отчет о работе Департамента по ценным бумагам Министерства финансов Республики Беларусь в 2021 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/upload/depccen/otchet/2021/2021.pdf>. – Дата доступа: 25.11.2021.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. В. Арисов

Белорусский государственный университет, г. Минск;

arisov.tema@mail.ru;

науч. рук. – Ю. Э. Морозова, ст. преп.

В статье исследуется маркетинговый подход, выступающий основным к организации деятельности предприятия, т.к. большинство предприятий стремится использовать новую для них концепцию для целей адаптации к существующим, весьма нелегким для них, условиям. Определено, что маркетинг ориентирован на создание организационных, экономических и юридических условий для эффективного функционирования и развитие предприятия в целом.

Ключевые слова: маркетинг; маркетинговая деятельность; эффективность; анализ; отгрузка, сбытовая политика.

В современной рыночной экономике важнейшим элементом эффективной работы предприятия является наличие четко выработанной маркетинговой стратегии. Это обусловлено текущими рыночными тенденциями: усилением конкуренции и максимальной ориентацией предприятий на запросы потребителей [1]. Ключевым звеном маркетинга и своего рода финишным комплексом во всей деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до потребителя, является система сбыта продукции, которая в маркетинге имеет первостепенную важность и в условиях изобильных рынков на нее расходуются огромные средства.

Рассмотрим данный вопрос на примере ОАО «МЭТЗ ИМ. В. И. КОЗЛОВА» – крупного многопрофильного предприятия по выпуску электрооборудования, миссией которого выступает разработка, производство и поставка:

- силовых (сухих и масляных) трансформаторов; комплектных трансформаторных подстанций;
- трансформаторов малой мощности и пускорегулирующей аппаратуры; устройств комплектных низковольтных (панелей); прочих видов продукции с учетом специализации предприятия.

ОАО «МЭТЗ ИМ. В. И. КОЗЛОВА» осуществляет сбытовую деятельность как на внутреннем рынке (Республика Беларусь), так и на внешнем (страны СНГ, страны дальнего зарубежья). Основным рынком сбыта продукции предприятия является Российская Федерация. По предварительной оценке темп роста экспорта в 2022 году в долларах США соста-

вит 80,4 %. Маркетинговая деятельность ОАО «МЭТЗ ИМ. В. И. КОЗЛОВА» осуществляется отделом маркетинга и торговли (далее – ОМТ).

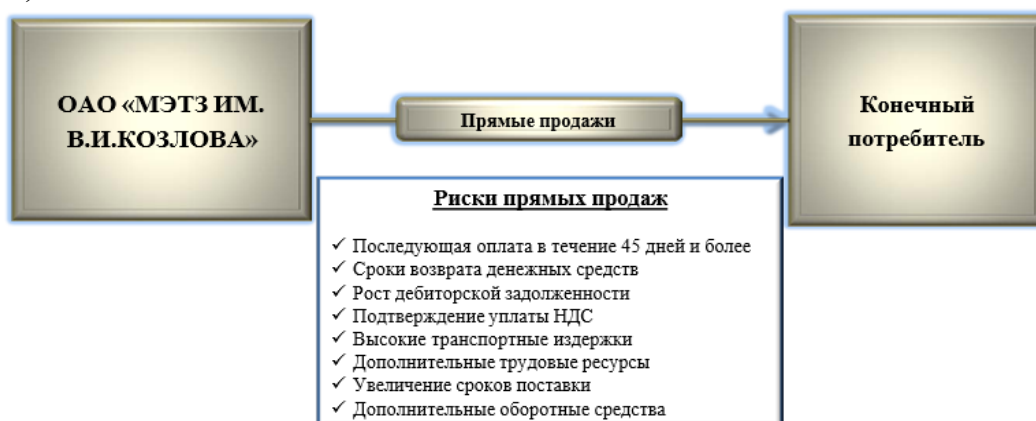


Рис. 1. Схема реализации продукции конечному потребителю
Примечание – Источник: <http://www.pravo.by>



Рис. 2. Схема реализации продукции на экспорт
Примечание – Источник: <http://www.pravo.by>

В 2022 году структура продаж в разрезе рынков сбыта по прогнозируемым данным в долларовом выражении сложится следующим образом: Российская Федерация – 65,4 %; внутренний рынок – 17,2 %; страны дальнего зарубежья – 11,1 %; страны СНГ (без Российской Федерации) – 6,3 %.

Среди промышленных компаний-потребителей следует выделить ОАО «Беларуськалий», СЗАО «РУЭЛТА», СООО «Техно Экспресс»; среди энергетических компаний – предприятия Государственного производственного объединения электроэнергетики «Белэнерго».

В 2022 году предприятие намерено сохранить объемы поставок на белорусский рынок на уровне 2021 года, наращивание объемов возмож-

но за счет разработки и реализации новой продукции, востребованной организациями энергетики и строительной отрасли.

Степень зависимости сбытовой деятельности предприятия от российского рынка стабильно высокая, что, в случае образования в данном регионе негативных экономических процессов, отрицательно сказывается на работе предприятия и приводит к существенному «проседанию» объема продаж, в связи с чем вопрос товарной диверсификации, а также диверсификации рынков сбыта остается для завода крайне актуальным. Поставка продукции на экспорт осуществляется через дилеров предприятия – субъектов товаропроводящей сети (далее ТПС) и склады дочернего предприятия ООО «Минский Трансформатор», а также по прямым договорам поставки [2]. Удельный вес продаж через ТПС в объеме экспорта с 2017 года постепенно снижался и по итогам 2019 года составил 68,7 %, а в 2021 году вырос до 75,7 %.

Достоверность прогнозов потребности рынка силового оборудования, закрепленного за ОМТ, является одним из показателей, характеризующих функционирование процесса «Маркетинг». За 12 мес. 2021 года средняя достоверность прогноза потребности рынка составила 93,7 %, при задании не менее 81 %. Ввиду того, что плановые показатели в декабре 2021 года выполнены, корректирующие мероприятия не предпринимались.

Однако, поступили некоторые претензии к качеству продукции:

- низкий (высокий) уровень масла по маслоуказателю;
- поломка маслоуказателя;
- течь масла в различных местах корпуса силовых трансформаторов.

Сведения о поступающих претензиях ежемесячно предоставляются руководящему составу.

Учитывая вышесказанное, в целях корректировки маркетинговой работы, можно предложить следующее:

- достичь сокращения сроков производства трансформаторов 10–35 кВ на 10-15 дней;
- разработать техническую документацию и запустить в производство ТМГ-3200/35/0,4 У/Ун-0, ТМГ-4000/35/0,4; ТМГ-6300/35/0,4;
- усилить контроль течи масла при испытаниях продукции.

Так, в 2022 году работа по наращиванию объемов продаж, освоению новой и модернизации выпускаемой продукции, повышению эффективности производства, может способствовать снижению затрат на 1,5 %, и росту рентабельности продаж (на уровне 5,5 %).

В связи с недавним скоротечным развитием пандемии коронавируса (COVID-19) многими странами, включая РФ – основным торговым партнером Республики Беларусь, были введены карантинные меры. Совместно со снижением мировых цен на энергоресурсы и падением курса белорусского

рубля, это оказало существенное влияние на уровень и масштабы деловой активности участников рынка. Ожидается, что как сама пандемия, так и меры по минимизации ее последствий могут повлиять на деятельность компаний в различных отраслях.

В качестве недостатков организации и управления маркетингом можно выделить недостаточную эффективность ценового стимулирования продаж. Кроме того, следует отметить наличие резервов по экономии расходов на маркетинговую деятельность и развитию автоматизации маркетинговой деятельности предприятия.

С целью поддержания необходимого уровня осведомленности о предприятии работниками ОМТ необходимо предпринять предупреждающие мероприятия, а именно:

- доводить сведения до потребителя об обновленных технологиях предприятия, разработках и выпуске новых видов продукции;
- специалистами и дилерами предприятия проводить работу по продвижению продукции, в т.ч. посредством видео-презентаций и видеоконференций;
- как специалистами, так и дилерами предприятия вести систематическую рекламную кампанию в сети интернет и пр.;
- проводить постоянное обновление и дополнение сайта предприятия, а также оптимизировать аналогичные сайты на территории федеральных округов Российской Федерации.

В целях повышения эффективности деятельности исследуемого предприятия на внешних рынках необходимо: активизировать работу по установлению специальных цен на реализуемые партии продукции в зависимости от объемов поставок; управлению ценовой политикой; применению индивидуальной тактики и стратегии продаж с учетом особенностей рынка той или иной страны, разработке индивидуальной для каждого рынка логистики продаж; сокращению сроков изготовления продукции.

Итак, руководству следует обратить внимание на слабые стороны деятельности предприятия и продолжать развивать свою деятельность в данном направлении, следуя принятым стратегиям.

Библиографические ссылки

1. *Басовский, Л. Е.* Теория экономического анализа: Уч. пособие. Мн.: «ИНФРА-М», 2018. – 222 с.
2. Консолидированная финансовая отчетность ОАО «Минский Электротехнический Завод Имени В.И. Козлова» за 2018–2021 гг.
3. *Строгин, А. В.* Анализ маркетинговой деятельности и маркетинговой стратегии предприятия: учебное пособие/ А.В. Строгин. Мн.: МИУ, 2019. – 223 с.

КРИТЕРИИ ВЫБОРА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТОМ

П. Д. Астрейко, Т. Ю. Зеленская

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
astreikopolinadmitrievna@gmail.com; tanyazelenslayaaa@mail.ru;
науч. рук. – Н. И. Шандора, ст. преп.*

В статье проводится анализ основных систем управления контентом, проводится их сравнительная характеристика, а также выбирается наиболее оптимальная с точки зрения удобства использования, гибкости, поддержки плагинов, языка реализации, требованиям к ресурсам и безопасности.

Ключевые слова: система управления контентом; WordPress; 1С-Битрикс: управление сайтом; Joomla; Drupal; OpenCart.

В настоящее время сложно представить бизнес без интернет-ресурса. Ведь при его помощи происходит взаимодействие с целевой аудиторией и клиентами, производится анализ конкурентов, выявляются сильные и слабые стороны, выстраивается грамотная маркетинговая стратегия и подбираются корректные каналы продвижения.

Можно сказать, что сайт любого современного бизнеса – это его визитная карточка. И если она не будет информативной, уникальной и вовлекающей – никто не захочет покупать продукцию или заказывать оказываемые компанией услуги.

Для того, чтобы интернет-ресурс был конкурентоспособным на рынке, требуется всесторонне его развивать и совершенствовать. В первую очередь необходимо подобрать оптимальную систему управления контентом, которая будет удовлетворять всем потребностям конкретного бизнеса.

Для определения наиболее эффективной и гибкой системы управления контентом среди пяти наиболее популярных в 2021 году, требуется произвести комплексное сравнение по ряду показателей, а также проанализировать динамику их популярности среди пользователей. Показатели для сравнительной характеристики:

- гибкость системы;
- поддержка плагинов;
- ресурсы;
- легкость освоения;
- бесплатность/платность;
- техническая поддержка пользователей;
- редактирование и администрирование прав доступа;
- язык интерфейса;
- язык реализации.

Сравнительная характеристика пяти основных систем управления контентом

Характеристика	Wordpress	1С-Битрикс: управление сайтом	Joomla	Drupal	OpenCart
Гибкость	да	да	да	да	да
Поддержка плагинов	да	да	да	нет	да
Легкость освоения	да	да	да	нет	нет
Бесплатность	да	нет	да	нет	нет
Техподдержка	да	да	да	нет	да
Настройка прав доступа	да	да	да	да	да
Язык	локализация	русский	локализация	локализация	локализация
Требования к ресурсам	средняя	высокая	средняя	высокая	средняя
Язык реализации	PHP	PHP	PHP	PHP	PHP

Система управления контентом WordPress поддерживает большое количество плагинов, а также легка в освоении. Большим преимуществом также является бесплатность данной платформы. Этот факт влияет на популярность использования среди широкого спектра разнонаправленных бизнесов.

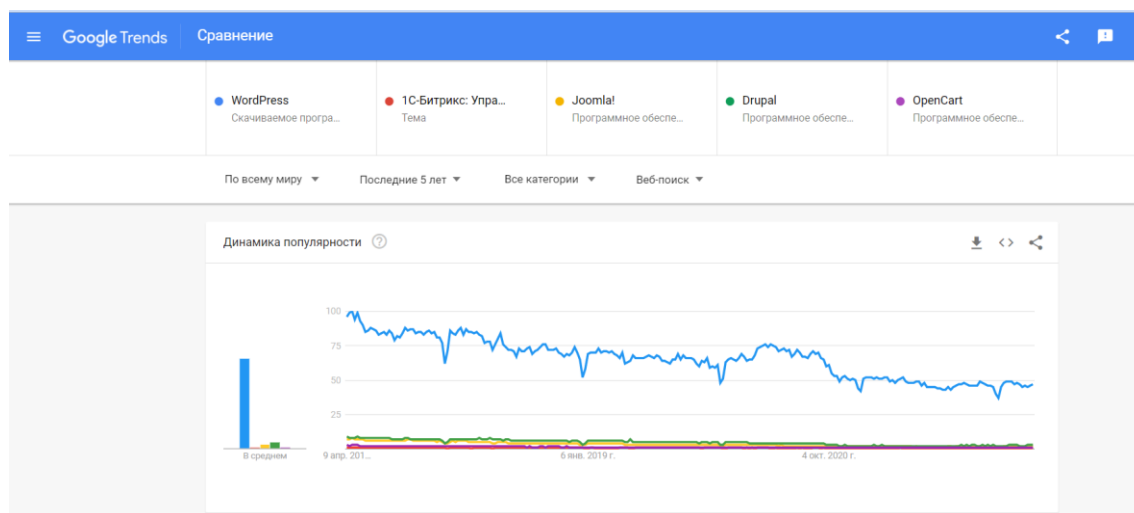
Главный конкурент данной системы управления контентом является 1С-Битрикс: управление сайтом, который имеет высокие требования к ресурсам, что обеспечивает дополнительную безопасность и гарантирует сохранность всех введенных данных. Однако интерфейс представлен исключительно на русском языке, что значительно сокращает спектр пользователей, которые будут иметь возможность пользоваться данной системой управления контентом.

Также при выборе оптимальной системы управления контентом требуется учесть выбор пользователей. Данный показатель оценивается на основе сезонности, тренда и спрогнозированного спроса.

При помощи онлайн-сервиса Google Trends становится возможным отследить тенденции на рынке по выбранным показателям, изучить гео-

графию интереса к конкретному товару или услуге, а также уровень узнаваемости компании и конкурентов.

Динамика популярности систем управления контентом WordPress, 1С-Битрикс: управление сайтом, Joomla!, Drupal, OpenCart на основе данных Google Trends среди пользователей всего мира за последние 5 лет (рис. 1.6).



Динамика популярности 5 выбранных CMS за 2017–2021 года

Примечание – Источник: Google Trends

Система управления контентом WordPress значительно лидирует по показателю популярности среди пользователей всего мира по сравнению с остальными вариантами. Это обусловлено следующими преимуществами CMS:

- платформа с открытым кодом;
- большая коллекция готовых модулей;
- широкий выбор шаблонов (как платных, так и бесплатных), позволяющих адаптировать CMS под нужды конкретного бизнеса;
- наличие специализированных плагинов для оптимизации и автоматизации процессов исходя из потребностей конкретного бизнеса;
- простота в освоении и настройке.

Проанализировав всю представленную информацию, можно сделать вывод, что с точки зрения гибкости, легкости освоения, бесплатности и возможности подключения большого количества плагинов и всевозможных расширений система управления контентом WordPress является оптимальным вариантом и подходит для разнонаправленных тематик различной сложности и не требует специализированной квалификации и знаний для освоения и первичной настройки.

Библиографические ссылки

1. Google Trends [Electronic resource]. – Mode of access: <https://trends.google.ru/trends/?geo=BY>. – Date of access: 10.03.2022.
2. Выбор CMS: Обзор популярных движков для сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://venyoo.ru/blog/vybor-cms-obzor-populyarnyh-dvizhkov-dlya-sajta-kakuyu-cms-vybrat/>. – Дата доступа: 01.03.2022.
3. Drupal – Open-Source CMS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.drupal.org/>. – Дата доступа: 15.03.2022.
4. OpenCart.ru: разработка сайтов и модулей на платформе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.opencart.ru/>. – Дата доступа: 15.03.2022.
5. Как выбрать CMS в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nic.ru/info/blog/cms/?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com. – Дата доступа: 01.03.2022.
6. Обзор CMS Joomla [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://joomla.ru/docs/articles/cms-joomla/1821-joomla-opportunities>. – Дата доступа: 15.03.2022.
7. Обзор CMS WordPress [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://site-builders.ru/cms-wordpress>. – Дата доступа: 10.03.2022.
8. Расширения Joomla [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://joomla.ru/downloads/extensions>. – Дата доступа: 15.03.2022.
9. Сравнение пяти популярных CMS: особенности, плюсы, минусы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/vdsina/blog/514764/>. – Дата доступа: 01.03.2022.
10. Характеристики CMS 1-С Битрикс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cmsmagazine.ru/instrument/bitrix/>. – Дата доступа: 15.03.2022.

ГЕНДЕРНЫЙ АНАЛИЗ ТРУДОСПОСОБНОГО НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Т. С. Астрейко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

tatianaastreyko@gmail.com;

науч. рук. – Т. И. Маслюкова, канд. физ.-мат. наук

В статье проводится анализ трудоспособного населения и рассматривается взаимосвязь оплаты труда и пола работника в Республике Беларусь.

Ключевые слова: труд; гендер; трудовые ресурсы; заработная плата; население.

Основу устойчивого развития государства составляет политика, направленная на достижение гендерного равенства. При этом устойчивым является не только развитие, отвечающее потребностям определенного поколения, но и достижение равенства возможностей (среди поколений, различных групп населения по полу, возрасту, уровню жизни и др.). Гендерное равенство подразумевает равные возможности мужчин и женщин по доступу к важнейшим ресурсам и благам, выполнение ими основных социальных функций независимо от их половой принадлежности и т. д. Гендерные вопросы являются важным направлением деятельности международных организаций, а ключевые моменты, регламентирующие вопросы гендерного равенства, закреплены в ряде международных документов.

Под дискриминацией на рынке труда понимается ситуация, когда работодатели не принимают на работу представителей какой-либо группы на условиях оплаты, эквивалентных уровню заработной платы более предпочтительных категорий лиц. Выделяются иммиграционные (тайная занятость), расовые, половозрастные, религиозные притеснения, выражающиеся в дискриминации: в оплате труда; при найме на работу, в сфере человеческого капитала, при выборе профессии, в профессиональной сегрегации, измеряемой индексом различий Дункана.

Рыночный механизм труда представляет собой одним из очень трудных, так как в отличие от прочих рынков особенность его заключается в том, что объектом контрактов выступает сам человек, его способность к труду.

Главными ориентирами белорусского рынка труда выступают поддержание высокого показателя занятости населения, уменьшение безработицы и подъем заработной платы.

Анализ изменений в сфере занятости и рынка труда республики за промежуток с 2016 по 2020 гг. позволил представить очень характерные особенности и перспективы его формирования в условиях переходной экономики. Для Беларуси характерен большой уровень занятости – 75,47 %.

Динамика трудовых ресурсов в Республике Беларусь

Год	Трудовые ресурсы – всего, тыс. человек	Занятые – всего, тыс. человек	Уровень занятости, %	Численность безработных, тыс. человек	из них:		Уровень зарегистрированной безработицы
					мужчины	женщины	
2016	6075,7	4346,9	70,55	136,1	46,1	90,0	3,13
2017	6106,1	4414,1	72,29	67,9	22,1	46,8	1,55
2018	6108,0	4610,5	75,48	37,3	14,7	22,6	0,80
2019	6078,5	4665,9	76,76	35,1	15,7	17,4	0,75
2020	6057,0	4571,1	75,47	24,9	12,9	12,0	0,50

Примечание – Источник [1]

Рынок труда в республике Беларусь находится в стадии формирования. В 2021 году он характеризуется ростом численности трудовых ресурсов, высокой интенсивностью движения рабочей силы и ее низкой стоимостью. Также хочу отметить, что на современном рынке труда происходит вызов: сокращается трудоспособное население. Из-за сокращения и старения населения ВВП в 2025 году будет на 15 % ниже потенциального, что наблюдается на рисунке 1.

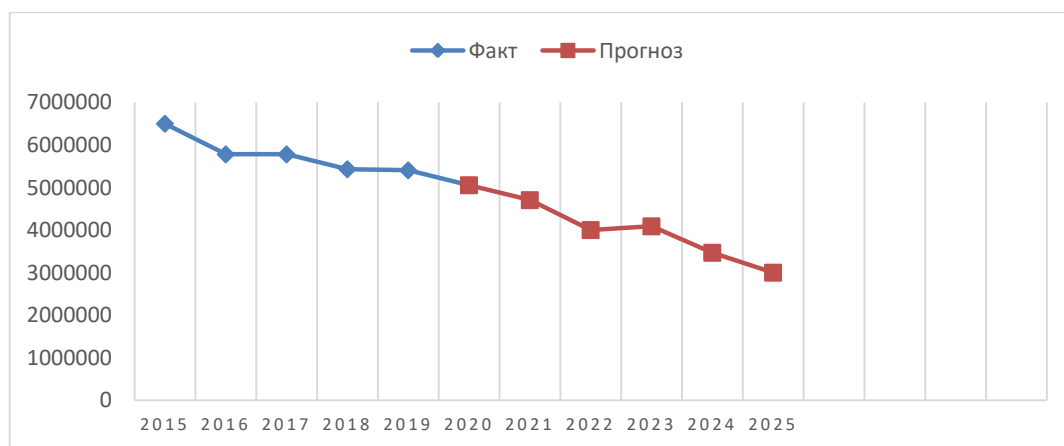


Рис. 1. Население в возрасте 20–65 лет

Примечание – Источник: собственная разработка

Наблюдая убывающий тренд из рисунка, 1 мы видим, что количество трудоспособного населения сокращается с каждым годом, это объясняется так. Основной причиной снижения занятости в экономике Беларуси является старение населения. В настоящее время Беларусь находится в середине двадцатилетнего демографического перехода, когда на пенсию выходит больше людей чем входит на рынок труда. В последние годы ежегодно в среднем на пенсию выходит 130–140 тысяч человек. Примерно 20 % из них остаются на рынке труда, продолжая совмещать пенсию и работу. При этом входят на рынок труда 90 тыс. человек.

По данным Белстата, в III квартале 2021 года в экономике страны было задействовано 68,2 % населения в возрасте 15–74 лет. Для сравнения, во II квартале 2021 года этот показатель составил 67,6 %. Среди женщин уровень занятости ниже, чем среди мужчин: 64,7 % против 72,2 %. При этом безработными признаны 2,7 % женщин и 4,6 % мужчин. Уровень занятости в городах выше, чем в сельской местности. Но и безработных в них больше, чем в деревнях.

Женщине гораздо сложнее найти работу нежели мужчине. Причем это сложилось исторически. Раньше женщины вообще не работали, роль женщины — это роль матери, хранительницы очага. А роль мужчины – это роль добытчика, который должен кормить и содержать семью. Когда же женщины сравнивались с мужчинами в своих правах, стали работать и часто обходить мужчин по карьерной лестнице, казалось бы, стало все отлично. Но это не совсем так и даже совсем не так. При устройстве на работу часто действуют негласные стереотипы и из кандидатов на одну должность выберут скорее мужчину, нежели женщину.

При количественно близком уровне экономической активности женщины получают в среднем меньшую заработную плату. Для устранения экономических основ гендерного неравенства необходимо изменить структуру спроса на рынке труда, практику найма и продвижения персонала, повысить значимость и престижность занимаемых женщинами должностей.

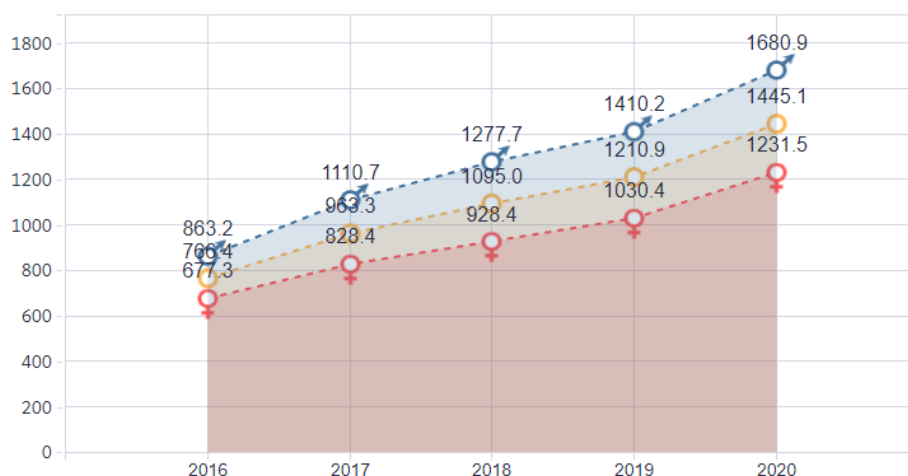


Рис. 2. Номинальная заработная плата по полу 2016-2020гг.

Примечание – Источник [1]

Библиографические ссылки

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 20.04.2022.

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ТРУДА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Т. С. Астрейко

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
tatianaastreyko@gmail.com;
науч. рук. – М. В. Драгун*

В статье приводятся данные исследования мотивов к труду студентов, как потенциальных молодых специалистов организаций. На основании полученных результатов автором предлагаются возможные стимулы, адаптированные для каждого из исследуемых мотивов труда.

Ключевые слова: мотив труда; стимул; мотивация; студент; молодой специалист.

Ни одна современная компания не может эффективно существовать, не «обновляя» свой штат сотрудников за счет молодых специалистов – вчерашних студентов. Очевидно, что появление в компании таких сотрудников требует пересмотра и/или адаптации системы применяемых стимулов, системы мотивации труда. Для того, чтобы разобраться какие мотивы к труду доминируют у сегодняшних студентов нами был проведен опрос в 2021г. В опросе приняли участие студенты Белорусского государственного университета, экономического факультета 3-го курса направлений специальностей: Менеджмент (международный) (далее – ММ) и Менеджмент (инновационный) (далее – ИМ). В рамках проводимого исследования, респондентам было предложено оценить по степени значимости (для себя) от 0 до 10 мотивы труда. Результаты опроса представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты опроса студентов БГУ специальностей «менеджмент»

Мотивы труда (балл от 0 до 10)	ММ	ИМ	Поток (ММ+ИМ)
Возможность карьерного роста	9,43	9,8	9,57
Возможность самореализации	8,71	9,1	8,87
Высокая заработная плата	9,21	9,9	9,48
Хороший коллектив	8,5	8,7	8,57
Социальные гарантии	6,29	8	6,96
Возможность добиться признания и уважения	7,71	7,9	7,78
Удобная организация труда	7,36	9,3	8,13
Возможность завязать полезные связи, знакомства	8,21	9,1	8,57
Возможность приносить пользу обществу	6,64	5,4	6,17
Возможность работать по специальности	5,14	3,9	4,65
Творческий характер деятельности	7	4,9	6,17
Престиж профессии	7,5	7,5	7,5

Окончание таблицы

Мотивы труда (балл от 0 до 10)	ММ	ИМ	Поток (ММ+ИМ)
Дополнительное профессиональное обучение	7,29	7,4	7,35
Известное имя компании	6,71	6,1	6,48
Корпоративные мероприятия	6,57	7,4	6,91
Высокий уровень контроля вышестоящего руководства	6,14	5,2	5,78
Четкие и однозначно поставленные задачи / цели	7,5	8,2	7,78

Примечание – Разработано автором на основании данных опроса.

Как видно из табл. 1 для опрошенных студентов (средние данные по двум группам) доминирующими мотивами труда являются:

- возможность карьерного роста,
- возможность самореализации,
- высокая заработная плата,
- хороший коллектив,
- удобная организация труда,
- возможность завязать полезные связи (знакомства).

Наименее важно для студентов оказалось:

- возможность работать по специальности,
- высокий уровень контроля вышестоящего руководства,
- возможность приносить пользу обществу,
- известное имя компании,
- корпоративные мероприятия.

При этом, результаты опроса обеих групп в целом схожи, но имеют ряд отличий. Так тройку лидеров факторов мотивации труда у студентов группы ММ составляют: возможность карьерного роста (первое место), высокая заработная плата (второе место), возможность самореализации (8,71). Тройка лидеров факторов мотивации труда группы ИМ следующая – высокая заработная плата (первое место), возможность карьерного роста (второе место), возможность самореализации (третье место). Факторы, набравшие наименьшее количество баллов в группе ММ это – возможность работать по специальности (5,14 балла), высокий уровень контроля вышестоящего руководства (6,14 балла), социальные гарантии (6,29 балла); в группе ИМ это – возможность работы по специальности (3,9 балла), творческий характер деятельности (4,9 балла), высокий уровень вышестоящего руководства (5,2 балла).

Основываясь на результатах проведенного исследования, в табл. 2 представлены стимулы, которые могут быть применены по отноше-

нию к студентам. Предлагаемые стимулы систематизированы для каждого из исследованных мотивов труда.

Таблица 2

Направления стимулирования труда студентов

Мотивы	Стимулы
Возможность карьерного роста	Повышение категории каждые 2 года; Курсы по повышению квалификации; Перспектива руководящей должности.
Возможность самореализации	Выбор направления проявления своих качеств, талантов, навыков; Свобода действий; Предоставление специальной работы, проектов, отвечающих интересам.
Высокая заработная плата	Финансовая состоятельность; Доступность любых благ; Карьерный рост.
Хороший коллектив	Понимание и разделение интересов; Дружелюбная атмосфера; Новые знакомства.
Социальные гарантии	Наличие условий, с помощью которых обеспечиваются условия жизнедеятельности; Пособия для детей (скидки); Мед. страхование и т.д.
Возможность добиться признания и уважения	Отношения с людьми; Обеспечить себе будущее; Заниматься любимым делом.
Удобная организация труда	Комфортные условия, которые свидетельствуют о заботе начальства о работниках; Удобное рабочее место; Хорошее территориальное нахождение.
Возможность завязать полезные связи, знакомства	Качественное общение, обоюдный интерес; Больше количество возможностей; Знакомства, которые пригодятся в карьере или бизнесе (будущей жизни).
Возможность работать по специальности	Прекрасная возможность составить хорошее резюме в будущем; Профессиональное развитие; Перспектива карьерного роста
Творческий характер деятельности	Возможность реализации в той сфере, которая нравится; Создание чего-то нового; Неординарный подход.
Престиж профессии	Востребованность профессии на государственном уровне; Привлекательность; Престиж; Значимость.
Дополнительное профессиональное обучение	Карьерный рост; Профессиональные программы; Новые знания, умения.
Известное имя компании	Успешность бизнеса; Узнаваемость бренда; Высокая доходность.
Корпоративные мероприятия	Развитие; Новые знакомства; Крепкий командный дух, сплочённый коллектив; Положительный имидж компании.
Четкие и однозначно поставленные задачи / цели	Быстрое выполнение плана; Строго структурированные цели; Понимание необходимости.

Примечание – Разработано автором.

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить доминирующие мотивы студентов, как будущих молодых специалистов, среди которых: карьерный рост, самореализация, достойная заработная плата, хороший коллектив, удобная организация труда и др. Также опреде-

лены мотивы, которые важны в значительно меньшей степени, среди них: возможность работать по специальности, высокий уровень контроля вышестоящего руководства, социальные гарантии. На основании полученных данных, автором предложены возможные к применению стимулы, систематизированные для каждого из исследуемых мотивов.

Библиографические ссылки

1. *Лобанова, Т. Н.* Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Учебник и практикум для академического бакалавриата / Т.Н. Лобанова. - М.: Юрайт, 2015. - 399 с.
2. *Балашов А. П.* Теория менеджмента: Учеб. пособие. – М.: Вузовский учебник: ИНФРАМ, 2014. – 352 с.
3. *Подласый И. П.* Педагогика: 100 вопросов — 100 ответов: учеб. Пособие для студентов вузов / И. П. Подласый. – М.: Изд. ВЛАДОС ПРЕСС, 2006.

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ И ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ

Т. С. Астрейко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

tatianaastreyko@gmail.com;

науч. рук. – А. В. Вериго, канд. экон. наук, доц.

В статье определена роль методов управления как аналитического инструментария в повышении эффективности управления трудовыми ресурсами. Изучены различные подходы к определению методов и инструментов управления трудовыми ресурсами. Обозначена их роль в контексте повышения эффективности деятельности организации.

Ключевые слова: ресурсы; методы управления; труд; производительность труда.

Эффективное управление трудовыми ресурсами играет важную роль в повышении эффективности деятельности организации. Управлению трудовыми ресурсами посвящено большое количество экономической литературы. Однако в настоящее время недостаточно полным является исследование направлений применения статистических методов в управлении трудовыми ресурсами. Этим определяется актуальность данной статьи.

Основной задачей управления трудовыми ресурсами является формирование производственного поведения сотрудников, обеспечивающего достижение организационных целей.

В научных работах В. В. Глухова [1, с. 103] выделяют основные задачи, стоящие перед системой управления человеческими ресурсами в организации, которые, по мнению авторов, состоят в следующем:

- – обеспечение производственного и управленческого процесса предприятия квалификационными кадрами;
- – создание условий для продуктивного и результативного использования, имеющихся у сотрудников организации навыков и умений;
- – внедрение механизмов по совершенствованию системы мотивации и оплаты труда сотрудников предприятия с целью роста эффективности его использования;
- – обеспечение предпосылок для удовлетворенности работниками организации трудовым процессом и системой управления в организации в целом;
- – создание условий для саморазвития работников и повышение их профессиональной квалификации;
- – формирование механизмов, способствующих становлению и развитию благоприятного климата в организации;
- – предоставление возможности работникам организации принимать непосредственное участие в формировании стратегии и тактики развития

организации, выдвижении предпринимательских и управленческих инициатив.

Методы управления – способы осуществления управленческих действий на персонал для достижения целей управления производством.

Существуют 3 метода управления, которые отличаются различными способами воздействия на людей:

1. Административные – базируются на власти, дисциплине и взысканиях.
2. Экономические – основываются на правильном использовании экономических законов производства.
3. Психологические – базируются на способах мотивации и морального воздействия на людей и известны как «метод убеждения».

Эти методы отличаются способами и результативностью воздействия на персонал.

Внедрение на предприятии методов управления трудовыми ресурсами предполагает четкую организацию и практическое осуществление профессиональной деятельности. Так, сравнивая между собой достигнутые результаты с запланированными, можно оценить эффективность проводимой на предприятии политики управления кадрами.

Методы и инструменты управления трудовыми ресурсами

Методы		
Административные	Экономические	Социально-психологические
Создание структуры органов управления	Технико-экономический анализ	Социально-психологический анализ
Ратификация административных норм и нормативов	Технико-экономическое обоснование	Социально-психологическое планирование
Правовое регулирование	Технико-экономическое планирование	Создание креативной атмосферы
Издание приказов, указаний, распоряжений	Экономическое стимулирование	Участие сотрудников в управлении
Прием, отбор, размещение кадров	Финансирование	Социальная и моральная мотивация
Согласование методик и предложений	Мотивация трудового процесса	Удовлетворение культурных и духовных нужд
Создание положений, должностных инструкций, стандартов предприятия	Инвестирование	Установление социальных норм поведения

Методы		
Разработка иной регламентирующей документации	Капиталовложение, выдача кредитов	Выработка у работников инициативности и ответственности
Установление административных штрафов и премий	Установление экономических санкций и поощрений	Установление моральных санкций и поощрений

Примечание – Собственная разработка автора на основе источника [2, с. 209].

Административные методы в основном опираются на власть руководителя, его права, присущую коллективу дисциплину и ответственность. Руководитель представляется здесь как администратор, субъект власти, опирающийся на предоставленное ему в этом право. Однако административные методы не следует отождествлять с волевыми и субъективными методами руководства, то есть администрированием.

Экономические и социально-психологические методы имеют косвенный характер управленческого воздействия, т. е. при их применении нельзя рассчитывать на автоматическое получение результата, что затрудняет определение силы и эффективности их воздействия.

Экономические методы основаны на использовании материальных мотивов поведения людей.

Социально-психологические – на использовании социальных (взаимоотношения в коллективе) и личностных (уважение, власть, успех, самореализация) мотивов поведения.

Экономическим методам отводится центральное место. Это обусловлено тем, что отношения управления определяются в первую очередь экономическими отношениями и лежащими в их основе объективными потребностями, и интересами людей [3].

Представленные методы имеют безусловно важный характер, однако, на наш взгляд, с целью повышения эффективности управления производительностью труда, необходимо развивать направления применения статистических методов в управлении трудовыми ресурсами. Разработка и применение жесткодетерминированных и стохастических моделей для конкретного предприятия, учитывающих его индивидуальные особенности деятельности, позволит провести всесторонний анализ различных факторов, влияющих на изменение производительность труда как непосредственно, так и опосредованно и, как следствие, увеличить количество доступных инструментов, способствующих повышению производительностью труда работников.

Таким образом, чтобы воздействие на коллектив было наиболее результативным, необходимо не только знать моральные

и психологические особенности отдельных исполнителей, социально-психологические характеристики отдельных групп и коллективов, но и всесторонне учитывать взаимосвязи между детерминирующими производительность труда факторами.

Библиографические ссылки

1. *Глухов В. В.* Основы менеджмента: учеб.-справ. пособие. – С-Пб. : спец. Лит. , 1995. – 327 с.
2. *Моргунов, Е. Б.* Управление персоналом: исследование, оценка, обучение: учеб. для бакалавров / Е. Б. Моргунов. – М.: Юрайт, 2013. – 561 с.
3. *Ермалович Л. П.* Управление персоналом: учебно-методический комплекс / сост.: Л. П.Ермалович. – Минск, 2014. – 245 с.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ VR/AR-ТЕХНОЛОГИИ КАК МЕТОД ГЕЙМИФИКАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Е. А. Богодель

Белорусский государственный университет, г. Минск;

Liza.bogodel@gmail.com;

науч. рук. – Н. И. Шандора, ст. преп.

Тренажеры в образовательном процессе стали появляться, когда возникла необходимость подготовки специалистов в больших количествах, для отработки практических навыков однотипного вида (оборудования), либо со схожими действиями, в том числе для военных нужд. В связи с растущей цифровизацией мирового сообщества, а также с созданием техники и рабочих мест, связанных с большими рисками как для одного человека, так и для человечества в целом, начали создавать индустрию тренажерных и симуляционных технологий, которые можно считать также VR-технологиями.

Ключевые слова: образовательный процесс; VR/AR-технологии; тренажеры; геймификация; инструменты моделирования.

Инструменты моделирования (ИМ) могут преобразовывать абстрактные концепции в интерактивный визуальный контент, облегчая учащимся понимание производительности и взаимосвязи между различными частями системы. Посредством использования этих технологий студенты отрабатывают навыки для работы специалиста, при этом без риска нанесения вреда себе, оборудованию и окружающей среде. Учащиеся могут проходить разные сценарии, например, аварийные ситуации, которые сложно отработать в реальном мире, но нужно уметь реагировать на них. Тем самым они укрепляют свои теоретические знания с помощью использования систем моделирования, что позволяет лучше понимать материал.

Также, в ИМ есть функция отслеживания успеваемости и предоставления развернутых отзывов, исходя из чего можно выбрать область дополнительного совершенствования навыков, где будут предоставляться определенные учебные ресурсы. Обучение может проходить в любое время и в любом месте. Во время использования этих функций, преподаватель может следить и контролировать содержание и процесс обучения, тем самым обновляя или изменяя материалы [3].

Обучение на основе моделирования является рентабельным в долгосрочной перспективе, но первоначальная стоимость разработки часто является высокой. Так как для создания моделей и сценариев, используемых при обучении, необходимы знания в области разработки. Однако в долгосрочной перспективе предоставляется возможность экономии денег, так как достижение целей в развитии навыков ускоряется,

что в последствии сокращает время обучения на физическом оборудовании и уменьшает риски поломки. В том числе, ИМ можно использовать многократно. С развитием технологий ИМ будут продолжать реализовываться более реалистичные и сложные сценарии ситуаций.

Будущее образования с помощью средств моделирования является очень перспективным, так как данная технология постоянно совершенствуется и во многих отраслях появляются новые варианты использования. Например, создание VR-технологии помогло разнообразить обучение и активно используется в образовании, показывая положительные результаты и отзывы. Исходя из исследований, обучение в таком виде способствует лучшему запоминанию материала по сравнению с текстовым и видео- контентом. Главной особенностью использования этой технологии – эффективность использования для тренировок психомоторных и когнитивных навыков, которые неразрывно связаны с запоминанием и пониманием визуальной и пространственной информации.

Ожидается, что рынок AR и VR вырастет с 27,96 млрд долларов США в 2021 году до 252,16 млрд долларов США к 2028 году; по оценкам, он будет расти в среднем на 36,9 % в течение 2021–2028 годов. Пандемия COVID-19 оказала на него большое влияние; 71 % пользователей заявляют, что проводят больше времени в VR [4].

Компании также ускорили внедрение VR-технологий. 56 % предприятий внедрились AR или VR в той или иной форме, а 35 % рассматривают ее.

Образовательные тренажеры на основе ИМ используются в различных отраслях и начинают более активно применяться, зачастую в ситуациях с высоким риском, к которым сложно подготовиться на реальных примерах.

Обучение: одним из наиболее очевидных является использование виртуальной реальности для обучения сотрудников. Возможность поставить сотрудника на место других людей (будь то коллега или клиент) обеспечивает уникальный опыт, который иначе был бы невозможен. По мере совершенствования технологии это станет ценным инструментом во всех корпоративных тренингах, в том числе в ситуациях, требующих принятия сложных решений.

Путешествия: экскурсия по отелю (номерам, окрестностям), для того, чтобы посетители заранее знали, чего ожидать. VR может быть полезна для дорогих путешествий (например, медовый месяц или роскошные курорты). Что касается пользователя, то он увидит (и почувствует) место со своей точки зрения, вместо того, чтобы смотреть онлайн-видео или рассматривать 2D-фотографии.

Здравоохранение: есть много применений для практикующих врачей, исследователей и пациентов. В медицинской школе было бы бесценно помочь студентам научиться справляться с ситуациями, которые могут возникнуть, когда они станут врачами (например, обучение первой помощи). VR уже используется для хирургического обучения.



Тренажер для тренировки оказания медицинской помощи

Примечание – Источник: [2]

Розничная торговля: розничные торговцы могут помочь потенциальным потребителям поставить себя в ситуации, когда они хотят «примерить» одежду или предметы и получить представление о том, как они взаимодействуют с окружающей средой. Например, будущая невеста может примерить свадебное платье и поместить его в реальную свадебную обстановку.

Военная сфера: VR уже является ценным инструментом в симуляциях боя, конфронтации и т.д. Она может заменить дорогие, а иногда и опасные упражнения в реальной жизни. Возможность смены сценариев делает его привлекательным для всех отраслей военной и оборонной промышленности.

Развлечения: возможность обеспечить иммерсивный опыт изменит развлечения. Уже давно существуют игры с помощью VR-технологий и аттракционы.

Авиация: реалистичные кабины с технологией VR используются для обучения коммерческих пилотов по программам обучения, включающим живое обучение с виртуальным полетом.

Мода: пример, VR-магазин Dior на его французском веб-сайте. Бренд предлагает покупателям 3D, 360-градусный опыт электронной коммерции. Пользователи виртуально просматривают предложения магазина, увеличивают предпочтительные товары и покупают их в Интернете.

Производство: дизайнеры и инженеры легко экспериментируют со сборкой и внешним видом автомобилей, прежде чем вводить в эксплуатацию

дорогие прототипы с помощью VR. Такие бренды, как Jaguar и BMW, используют эту технологию для ранних проектных и инженерных проверок. VR-технологии экономят миллионы долларов автомобильной промышленности, сокращая количество прототипов, создаваемых на одну линейку автомобилей.

Музеи: с помощью мобильного телефона, проектора, гарнитуры или веб-браузера посетители попадают в места, недоступные в недавнем прошлом. В Национальном музее естественной истории в Париже постоянная инсталляция виртуальной реальности позволяет посетителям исследовать различные виды животных и их связи. А также примером использования AR-технологий находится на улице Революционной, города Минска, где появился первый в Европе виртуальный памятник IT-специалисту. Увидеть его можно только через экран смартфона – памятник сделан с помощью AR.

В целом технологии моделирования достигли невероятных успехов со времен Второй мировой войны [1]. Его первоначальное использование расширилось из-за экспериментов и изменило методы обучения. В настоящее время используются приложения для обучения и тестирования во многих отраслях, технологии моделирования будут продолжать совершенствоваться, становясь более реалистичными и захватывающими, предоставляя пользователям невероятно богатый опыт обучения. Несмотря на то, что технологии развиваются такими темпами, что предсказывать будущее сложно, можно быть уверенным, что образовательные инструменты моделирования будут играть важную роль в этом будущем.

Библиографические ссылки

1. Грибов, И. А. Информационное общество: от виртуальной реальности к реальной виртуальности / И. А. Грибов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 9(23) – С. 47–51.
2. Как VR-тренажеры помогают людям разных профессий [Электронный ресурс] / – Режим доступа: https://blog.onlime.ru/2019/01/23/kak_vr_trenazhery_pomogayut_lyudyam_raznyh_professiy. – Дата доступа: 13.05.2022.
3. Орлова О. В., Титова В. Н. Геймификация как способ организации обучения / О. В. Орлова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2015. – №9 (162). – С. 60–64.
4. Virtual reality (VR) market – growth, trends, COVID-19 impact, and forecasts (2022 – 2027) [Electronic resource]: Mordor Intelligence. – Mode of access: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/virtual-reality-marketimmediate>. – Date of access: 22.02.2022.

НЕЧЕТКО-МНОЖЕСТВЕННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ПРИМЕРЕ СОАО «КОММУНАРКА»

Д. Ю. Буданчикова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

budanchikova.04@mail.ru;

науч. рук. – И. В. Большакова, ст. преп.

В статье на примере СОАО «Коммунарка» рассматривается один из подходов в управлении предприятием, связанный с теорией нечетких множеств. Описывается сущность данной теории, возможные задачи, возникающие в процессе управления предприятием, на основе которых формируются примеры, позволяющие наглядно применить нечетко-множественный подход в управлении СОАО «Коммунарка».

Ключевые слова: нечеткие множества; операции над нечеткими множествами; нечетко-множественный подход; управление предприятием; СОАО «Коммунарка».

Теория нечетких множеств – новый этап в становлении нечеткой логики. На самом деле, нечеткое множество – совокупность упорядоченных пар, в записи которых присутствует какая-либо переменная и число [1]. Управление предприятием – это непрерывный процесс влияния на производительность организации для достижения определенных задач. Знание и применение свойств теории нечетких множеств позволяет решать различного рода задачи управления предприятием [2].

В качестве предприятия выбор пал на кондитерскую фабрику «Коммунарка», одного из крупнейших производителей кондитерских изделий в Республике Беларусь. Деятельность любой организации зависит от наличия сырья, материалов, поэтому выделяют такую задачу как выявление необходимых ресурсов и источников их обеспечения. Необходимо выбрать поставщика, предложенные услуги которого будут в наибольшей степени соответствовать критериям. Пусть задано множество поставщиков $E = \{x_1, x_2, x_3, x_4\}$, где x_1 – признанный на мировом рынке поставщик «Номер один»; x_2 – достаточно популярный в стране поставщик «Номер два»; x_3 – известный в узких кругах поставщик «Номер три»; x_4 – только начавший свое дело поставщик «Номер четыре».

Из всевозможных критериев выделим четыре основных: качество товара, цена, удаленность поставщика от потребителя, надежность поставки. Сформируем множество равнозначных критериев: $S = \{C_1, C_2, C_3, C_4\}$, где C_1 – качество предлагаемого товара; C_2 – цена; C_3 – удаленность поставщика от потребителя; C_4 – надежность поставки. Относительно этих критериев и будем решать задачу.

Во-первых, необходимо определить степень соответствия претендента с помощью нечетких множеств. Чтобы оценить каждого поставщика, уточним, что характеристическая функция может принимать любое зна-

чение только в интервале $[0, 1]$: если значение ближе к 0, то поставщик не соответствует указанному критерию, если же к 1, то вероятнее всего он является наилучшим кандидатом. Составим четыре нечетких множества относительно выбранных критериев, чтобы в дальнейшем сравнить между собой поставщиков.

$$A_{c_1} = \{(x_1, 0.9), (x_2, 0.7), (x_3, 0.6), (x_4, 0.3)\};$$

$$A_{c_2} = \{(x_1, 0.3), (x_2, 0.7), (x_3, 0.4), (x_4, 0.5)\};$$

$$A_{c_3} = \{(x_1, 0.2), (x_2, 0.8), (x_3, 0.7), (x_4, 0.4)\};$$

$$A_{c_4} = \{(x_1, 0.9), (x_2, 0.7), (x_3, 0.4), (x_4, 0.2)\}.$$

В решении данной задачи нам поможет такая операция, как пересечение нечетких множеств, для чего необходимо просто найти наименьшее значение по каждому индексу. Наиболее практичным вариантом будет поиск пересечения относительно множеств поставщиков, а не критериев, так как это быстрее приведет нас к ответу. Найдем минимальные значения в каждом из четырех множеств и из этих минимальных найдем наибольшее:

$$D = \{(x_1, 0.2), (x_2, 0.7), (x_3, 0.4), (x_4, 0.2)\}.$$

Можно заметить, что x_2 имеет наибольшее значение характеристической функции из четырех полученных. Это позволяет сделать вывод о том, что претендент x_2 – достаточно популярный в стране поставщик «Номер два» – в большей степени соответствует указанным предприятием критериям.

Вторая задача связана с обеспечением выпуска высококачественной продукции. Необходимо проанализировать работу каждого цеха, охарактеризовав его, чтобы выявить какой из них нуждается в новом оборудовании. Пусть задано множество $E = \{x_0, x_1, x_2, x_3\}$, где x_0 – новое оборудование; x_1 – конфетный цех; x_2 – шоколадный цех; x_3 – конфетно-шоколадный цех.

Сформируем нечеткое множество критериев: $C = \{C_1, C_2, C_3\}$, где C_1 – многофункциональность; C_2 – прибыльность; C_3 – соответствие передовым технологиям.

Если значение характеристической функций будет ближе к 0, то технологическое оснащение цеха не соответствует положительным характеристикам выбранного критерия, если же ближе к 1, то цех не нуждается в замене оборудования, так как используемое достаточно хорошо справляется со своей задачей.

$$A_{x_1} = \{(C_1, 0.27), (C_2, 0.56), (C_3, 0.59)\};$$

$$A_{x_2} = \{(C_1, 0.55), (C_2, 0.72), (C_3, 0.83)\};$$

$$A_{x_3} = \{(C_1, 0.65), (C_2, 0.49), (C_3, 0.31)\}.$$

В данном примере воспользуемся операцией дополнение, для которой необходимо от единицы вычесть известные значения заданного множества:

$$\forall x \in E: \mu_{A_i}(C) = 1 - \mu_{A_{x_0}}(C).$$

Множество A_{x_0} будем считать эталоном для сравнения, т. е. характеристики оборудования для нас будут приоритетными, и именно относительно них будут оцениваться цеха:

$$A_{x_0} = \{(C_1, 0.35), (C_2, 0.51), (C_3, 0.69)\}.$$

Проанализировав заданные изначально значения всех цехов относительно выбранных критериев и проведя простые арифметические операции с каждым из них, заметим, что только одно множество в идеале подходит нашему условию – A_{x_3} (оно является дополнением множества A_{x_0}). Таким образом, новое оборудование лучше всего дополнит конфетно-шоколадный цех и увеличит эффективность его производства.

Стоит упомянуть и такую задачу управления предприятием, как создание эффективной рекламы. Рекламная деятельность СОАО «Коммунарка» включает в себя много направлений. Необходимо выяснить, какой тип рекламы является наиболее эффективным и наименее затратным. Пусть заданы множества $A_1 = \{2\,200\,000, 2\,290\,000, 2\,300\,000\}$ и $A_2 = \{2\,320\,000, 2\,380\,000, 2\,590\,000\}$, элементами которых являются переменные x_1, x_2, x_3 – три примерных значения реализуемого количества только молочного шоколада за один месяц до запуска рекламы и через один месяц после ее запуска соответственно.

Необходимо рассчитать коэффициенты эффективности трех видов рекламных кампаний, чтобы выбрать наилучший вариант. Коэффициент эффективности рекламной кампании вычисляется по формуле:

$$E(t) = \frac{S_2(t) - S_1(t)}{C(t)} = \frac{Q_2(t) * P_2(t) - Q_1(t) * P_1(t)}{C(t)},$$

где $S_1(t), S_2(t)$ – совокупная прибыль от рекламной кампании, полученная от продаж товара до и после рекламы; $Q_1(t), Q_2(t)$ – совокупные продажи товара до и после рекламы соответственно. Нам нужна прибыль от продажи только одного вида продукции, прибыль от продажи одной плитки молочного шоколада среднего ценового сегмента составляет

примерно 1,86 рублей. Рекламная кампания будет продолжаться один месяц. Необходимые данные возьмем из таблиц 1-3, приведенных ниже.

Таблица 1

Объем реализации выпущенной продукции в течение года

Кондитерские изделия	Количество реализованной продукции до рекламы (тонн)	Количество реализованной продукции после рекламы (тонн)
Шоколад	4465	4746
Все изделия	10792	12656

Примечание – собственная разработка на основе статистических данных [3]

Таблица 2

Прибыль от реализации продукции в течение года

Прибыль от реализации продукции до рекламы	Прибыль от реализации продукции после рекламы	Единица измерения
5,9	7,4	млн. руб.

Примечание – собственная разработка на основе статистических данных [3]

Таблица 3

План затрат на рекламу в течение года

Направление рекламной деятельности	Денежные расходы (руб.)
Реклама в газетах, журналах	320000
Реклама на ТВ	90000
Реклама в метро	110000

Примечание – собственная разработка на основе статистических данных [3]

Подставив приведенные в работе данные в формулу, получим три разных значения коэффициента, где E_1 – реклама на ТВ, E_2 и E_3 – реклама в метро и печатных изданиях соответственно.

$$E_1(t) = \frac{((2290000,2380000,2590000) - (2200000,2260000,2300000)) \cdot 1,86}{90000} = (1,86; 2,48; 6,0);$$

$$E_2(t) = \frac{((2290000,2380000,2590000) - (2200000,2260000,2300000)) \cdot 1,86}{110000} = (1,52; 2,03; 4,9);$$

$$E_3(t) = \frac{((2290000,2380000,2590000) - (2200000,2260000,2300000)) \cdot 1,86}{90000} = (0,5; 0,7; 1,7).$$

Чтобы выбрать наилучший коэффициент эффективности рекламной деятельности, необходимо сравнить и определить, какой из трех коэффициентов достигает наибольшего значения на своем интервале. Так, в случае необходимости СОАО «Коммунарка» получить рекламу для их нового продукта, организация может приобрести больше рекламы на ТВ, это направление рекламных услуг будет наиболее эффективным.

Таким образом, возможность лингвистической интерпретации полученных в ходе вычислений результатов позволяет многие неясные, на первый взгляд, показатели сделать более четкими для усвоения. Большое количество свойств и возможных операций с нечеткими множествами делает нечетко-множественный подход в управлении предприятием достаточно легким для понимания и простым в применении. Также недостаточная степень подкрепленности данной теории подходящими примерами побуждает находить собственные способы решения задач с применением нечетких множеств на практике или совершенствовать уже имеющиеся.

Библиографические ссылки

1. *Большакова И. В.* Нечеткие доходности в портфельной теории (метод треугольных нечетких чисел) // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. – 2021. – № 2. – С. 50-59.
2. *Кофман А., Алуха Х. Х.* Введение теории нечетких множеств в управлении предприятиями: Пер. с исп. – Мн.: Выш. Шк., 1992. – 224 с.
3. Официальный сайт кондитерской фабрики «Коммунарка». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kommunarka.by>. – Дата доступа: 19.04.2022.

ПРИНЦИПЫ И КАЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ЕЕ УСТОЙ- ЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

Ван Лан

Белорусский государственный университет, г. Минск;

anverigo@yandex.ru;

науч. рук. – А. В. Вериго, канд. экон. наук, доц.

В статье рассмотрены принципы построения системы показателей исследования финансовой устойчивости банковской системы. Представлены основные качественные характеристики банковской системы как системного объекта, обеспечивающие ее устойчивое развитие.

Ключевые слова: банковская система; принципы построения системы показателей; устойчивость банковской системы.

Финансовая устойчивость банковской системы – это внутренняя характеристика способности банковской системы нивелировать внутренние диспропорции и абсорбировать внешние шоки на уровне, достаточном для сохранения возможности выполнения всех своих функций, не применяя при этом внешних ресурсов экономической системы государства и способствуя эффективности национальной экономики. Однако в настоящее время недостаточно полным является исследование методов управления финансовой устойчивостью банковского сектора. Этим определяется актуальность данной статьи.

Формирование устойчивой банковской системы наряду с другими вопросами предполагает рассмотрение и обоснование соответствующих методов, соблюдение которых позволит минимизировать издержки, связанные с ее неэффективным функционированием. Устойчивость банковской системы, будет целиком определяться, прежде всего, качественными характеристиками формирующейся рыночной среды. Именно они, как нам представляется, легли в основу ряда следующих общих методов, применимых к банковской системе [1, 2].

Финансовая устойчивость банковской системы как многоступенчатый индикатор для измерения и оценки (количественной и качественной) которого требуется разработка адекватной системы частных показателей в целях создания надежной основы для процесса принятия решений на всех уровнях и содействия облегчению регулируемости устойчивости кредитной организации.

При построении системы показателей исследования финансовой устойчивости банковской системы, должны учитываться следующие принципы:

- комплексность, которая представляет собой формирование комплекса показателей, всесторонне отражающего деятельность банка;
- системность предполагает характеристику объекта исследования как системы, при этом комплекс показателей должен иметь упорядоченную структуру;
- репрезентативность, т.е. достаточность сформированного комплекса показателей при отсутствии дублирования;
- достоверность, предполагающая использование надежных источников и методик получения информации;
- сопоставимость, достигаемая на основе применения единых методов анализа информации и используемой отчетности, методик расчета показателей.

Основными качественными характеристиками банковской системы как системного объекта, обеспечивающими ее устойчивое развитие, будут выступать следующие:

1) банковская система представляет собой целостный комплекс взаимосвязанных элементов. Целостность банковской системы по вертикали определяется ее уровнями, которые в большинстве развитых стран предполагают наличие центрального банка, коммерческих, а также различных кредитно-финансовых институтов. Горизонтальная плоскость целостности банковского сектора предполагает наличие достаточного уровня банковских учреждений;

2) банковская система образует особое единство с внешней средой. Общепризнано, что ее развитие, институциональные изменения определяются, прежде всего, состоянием экономического базиса, производства, которое банковская система как элемент рыночной инфраструктуры призвана обслуживать. Выступая частью экономической системы, банковский сектор не может не реагировать на те процессы, которые протекают в экономике;

3) банковская система может быть определена как подсистема другой, более сложной системы. В качестве составной части она входит в другую – кредитную систему. В свою очередь, кредитная система выступает частью финансовой и т. д.;

4) элементы банковской системы выступают как подсистемы. Анализ деятельности основных элементов банковской системы позволяет рассматривать их как обособленные подсистемы или микросистемы. Степень обособленности определяется присущими им функциями, а также выполняемыми операциями, закрепленными в законодательном порядке.

5) многосторонний контроль деятельности банковской системы. Устойчивость банковской системы является предметом общественного интереса. Во всех странах реализация общественного интереса к банков-

ской системе протекает путем осуществления контроля и надзора за ее финансовым положением. Его необходимость определяется следующими моментами: обеспечение стабильности банковской системы посредством предотвращения системного кризиса; защита экономических субъектов от неэффективного управления банками; борьба государства с криминализацией банковской сферы.

6) Сбалансированность процессов формирования финансовых ресурсов банковской системы и финансовых вложений. Банковская система концентрирует значительные финансовые ресурсы, и любые издержки, связанные с дестабилизацией экономики, могут привести к потере ею устойчивости и стабильности. Основа данной взаимосвязи кроется в характере деятельности кредитных институтов. Обычно ресурсы привлекаются банками на краткосрочной основе, поскольку вкладчики заинтересованы в их сохранности и доступности. Размещение же банками средств осуществляется на более длительный срок и в условиях наличия различных рисков. Поэтому любое нарушение как в структуре формирования финансовых ресурсов, так и в структуре финансовых вложений, ведущее к их дисбалансу, напрямую влияет на устойчивость финансового состояния банковского сектора.

7) Сочетание государственного управления банковской системой с ее самоуправлением. Объективной основой реализации данного принципа стал переходный характер банковской системы, вызванный ее ориентацией на формирование системы рыночного типа [3].

Формирование устойчивой банковской системы наряду с другими вопросами предполагает рассмотрение и обоснование соответствующих методов, соблюдение которых позволит минимизировать издержки, связанные с ее неэффективным функционированием.

Таким образом, главной целью обеспечения финансовой устойчивости кредитной организации является создание условий накопления ее ресурсных возможностей для расширения спектра оказываемых услуг и повышения уровня конкурентоспособности. Реализация поставленной цели осуществляется за счет: повышения эффективности управления собственной ресурсной базой; сохранения качественных параметров функционирования кредитной организации; формирования способностей банка к противостоянию негативному воздействию внешних и внутренних факторов; снижения уровня рискованности банковских операций, повышение прибыльности и формирование запаса финансовой прочности кредитной организации.

Библиографические ссылки

1. Организация деятельности коммерческих банков: учеб.пособ. / Г.И. Кравцова, Н.К. Василенко, И.К. Козлова и др.; под общ. ред. Г.И. Кравцовой. – Минск: БГЭУ, 2017. – 512 с.
2. Можанова, И. И. Финансовая устойчивость коммерческих банков и нефинансовых организаций: теоретический и практический аспекты / И.И. Можанова // Финансы и кредит. – 2014. – №4 (580). – С. 36–42.
3. Тимофеева, З. А. Концептуальные основы исследования экономического содержания финансовой устойчивости банковской системы / З.А. Тимофеева // Финансы и кредит. – 2014. – № 6 (582). – С. 10–19.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПРИБЫЛИ КАК ОСНОВНОГО ФИНАНСОВОГО ПОКАЗАТЕЛЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Ван Суюй

Белорусский государственный университет, г. Минск;

1181384255@qq.com;

науч. рук. – О. В. Машевская, канд. экон. наук, доц.

В статье рассматриваются теоретические подходы к пониманию сущности прибыли, описываются функции прибыли, а также рассмотрен порядок расчета формирования прибыли.

Ключевые слова: прибыль; финансовые показатели; факторный анализ прибыли; функции прибыли.

В рыночной экономике прибыль занимает центральное место, выражая разносторонние экономические связи в воспроизводственном процессе и выступая в качестве главной цели предпринимательской деятельности. Стремление к увеличению прибыли превращает ее в ведущую движущую силу и основной источник экономического и социального развития не только отдельных организаций, но и страны в целом.

Прибыль принадлежит основное место в общей системе стоимостных показателей и рычагов управления экономикой. Она является мерилем эффективности деятельности организации, источником ее развития, самофинансирования, материального поощрения труда работников, выплаты процентов по вкладам, дивидендов и др.

Сущность прибыли рассматривается экономистами с различных точек зрения. Как результативный (оценочный) показатель она характеризует эффективность функционирования организации, успех предпринимательства и является экономической основой для расширения деятельности хозяйствующего субъекта. Изменяющиеся общественно-исторические условия развития стран наложили отпечаток на создание различных теорий и подходов к трактовке понятия прибыли. В экономической литературе, в частности, представлены [1, 2, 3]:

- – теория меркантилизма (Т. Мен, А. Монкретьен);
- – теория классиков политической экономии (Ж .Б. Сэй, Дж. Б. Кларк);
- – теории, трактующие прибыль как трудовой доход (Дж. Милль, А. Маршалл);
- – теория «воздержания» (Н. У. Сениор, Л. М. Пронский);
- – марксистская теория прибыли.

На основании анализа современных подходов к оценке прибыли, предлагаем собственное понимание данной экономической категории: прибыль – положительный финансовый результат деятельности субъекта хозяйствования, предусматривающий первоначально определенных инвестиций (или затрат), и ведущий к росту капитала предприятия за определенный период времени и характеризующий абсолютную эффективность работы.

Прибыль выполняет три основные функции:

- – оценочную – по размеру прибыли оценивается эффективность деятельности субъектов хозяйствования;
- – распределительную – через прибыль и рентабельность решается задача наиболее эффективного распределения ресурсов среди альтернативных видов деятельности;
- – стимулирующую – получение и рост прибыли являются основными стимулами развития экономики.

Рассмотрим порядок расчета формирования прибыли.

Прибыль от реализации продукции, работ, услуг образуется как разница между доходами и расходами от реализации продукции (работ, услуг).

По видам хозяйственной деятельности прибыль бывает:

1. Валовая прибыль:

$$\Pi_v = B - C, (1.1)$$

где Π_v – валовая прибыль; B – выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг; C – себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг;

2. Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг:

$$\Pi_p = \Pi_v - УР - РР, (1.2)$$

где Π_p – прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг; $УР$ – управленческие расходы; $РР$ – расходы на реализацию;

3. Прибыль от текущей деятельности:

$$\Pi_{т.д.} = \Pi_p - ПД_{т.д.} - ПР_{т.д.}, (1.3)$$

где $\Pi_{т.д.}$ – прибыль от текущей деятельности; $ПД_{т.д.}$ – прочие доходы по текущей деятельности; $ПР_{т.д.}$ – прочие расходы по текущей деятельности;

4. Прибыль от инвестиционной, финансовой и иной деятельности ($\Pi_{и.д.}$):

$$\Pi_{и.д.} = Д_{и.д.} - Р_{и.д.}, (1.4)$$

где $\Pi_{и.д.}$ – прибыль от инвестиционной, финансовой и иной деятельности; $Д_{и.д.}$ – доходы от инвестиционной финансовой и иной деятельно-

сти; $P_{и.д.}$ – расходы от инвестиционной, финансовой или иной деятельности;

5. Прибыль до налогообложения – прибыль организации за отчетный период (ОП):

$$ОП = П_{т.д.} + П_{и.д.}; (1.5)$$

где ОП – прибыль до налогообложения;

6. Чистая прибыль:

$$ЧП = ОП - НП \pm O_{н.а.} \pm O_{н.о.} - ПНП, (1.6)$$

где ЧП – чистая прибыль; НП – сумма начисленного налога на прибыль; $O_{н.а.}$ – изменение отложенных налоговых активов; $O_{н.о.}$ – изменение отложенных налоговых обязательств; ПНП – прочие налоги и сборы, исчисляемые из прибыли.

При изучении динамики доходов, расходов и прибыли исчисляются базисные и цепные темпы роста (снижения). Также изучается влияние факторов на прибыль организации. На размер доходов, расходов и прибыли оказывает влияние большое количество факторов. Их можно подразделить на внешние и внутренние.

К факторам первого порядка относятся изменения:

- – прибыли от основного вида деятельности (реализации продукции, работ, товаров, услуг);
- – прибыли от текущей деятельности;
- – результатов от финансовой, инвестиционной и прочей деятельности.

К факторам второго порядка относятся изменения:

- – объема реализованной продукции (товаров);
- – структуры реализованной продукции (товаров);
- – полной себестоимости реализованной продукции (товаров);
- – цен на реализованную продукцию (товары) и т.д.

Взаимосвязь факторов первого и второго порядков с общей прибылью прямая, за исключением изменения себестоимости, снижение которой приводит к росту, а повышение – к снижению прибыли [4, с. 218].

Факторы первого и второго порядка рассчитываются путем сравнения фактических и плановых (прогнозных) данных. Факторы второго порядка, которые характеризуют изменение прибыли от реализации продукции (товаров, работ, услуг), не могут быть рассчитаны указанным выше способом.

Изучение динамики общей прибыли целесообразно начинать с рассмотрения того, как изменились основные ее составляющие, поскольку их сумма дает общее изменение прибыли:

$$\Delta\P = \Delta\PРП + \Delta\text{СТД} + \Delta\text{СИД} + \Delta\text{СФД}, (1.7)$$

где $\Delta\P$ – изменение суммы прибыли; $\Delta\PРП$ – изменение прибыли от реализации продукции, товаров, услуг; $\Delta\text{СТД}$ – изменение доходов и расходов по текущей деятельности; $\Delta\text{СИД}$ – изменение доходов и расходов по инвестиционной деятельности; $\Delta\text{СФД}$ – изменение доходов и расходов по финансовой деятельности.

Определив размер прибыли, необходимо проанализировать ее структуру. Для того чтобы организация была финансово устойчива, прибыль от реализации продукции (товаров) должна составлять основную часть общей прибыли. В принятых выше условных обозначениях величина прибыли от реализации продукции может быть выражена следующим образом [5]:

$$\Pi = \sum r_q - \sum z_q, (1.8)$$

где $\sum r_q$ – выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг); $\sum z_q$ – затраты, связанные с деятельностью и реализацией продукции (товаров), выполнением работ или оказанием услуг.

При этом необходимо знать не только фактические значения этих показателей за базисный и отчетный периоды, но также и условные величины:

- – выручку от реализации фактически произведенных в отчетном периоде товаров и услуг, пересчитанную исходя из цен базисного периода ($\sum p_0 q_1$);
- – полную себестоимость реализованной в отчетном периоде продукции, пересчитанную по себестоимости базисного периода ($\sum z_0 q_1$).

Имея такую информацию, можно определить влияние вышеперечисленных фактов на изменение прибыли от реализации всех товаров и услуг, а также сделать выводы относительно финансовой состоятельности организации.

Библиографические ссылки

1. Бердников, А. А. Анализ прибыли и рентабельности организации: теоретический аспект / А. А. Бердникова // Молодой ученый. – 2018. – №2. – С. 111–113.
2. Бланк, И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – К.: «Ника-Центр», 2019. – 544 с.
3. Володько, О. В. Экономика организации / Володько О. В., Грабар Р. Н., Зглюй Т. В. – Минск: Вышэйшая школа, 2017. Электронно-библиотечная систе-

- ма Znanium [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=189562> – Дата доступа: 28.04.2022.
4. *Пястолов, С. М.* Анализ финансово–хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие для вузов / С. М. Пястолов. – М.: Изд. центр «Академия», 2018. – 336 с.
 5. *Савицкая, Г. В.* Показатели финансовой эффективности предпринимательской деятельности: обоснование и методика расчета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pokazateli-finansovoy-effektivnosti-predprinimatelskoy-deyatelnosti-obosnovanie-i-metodika-rascheta>. –Дата доступа: 29.04.2022.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОЦЕССА СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ПОД ВЛИЯНИЕМ ЦИФРОВИЗАЦИИ

В. А. Васильцов

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vasiltsov.by@gmail.com;

науч. рук. – Т. Ю. Гораяева, канд. экон. наук, доц.

В статье проводится анализ истории развития и современных тенденций в сфере коммуникации, основанных на цифровизации. Также проведен анализ статистики использования актуальных сетей и выделены их особенности для процесса связи с общественностью.

Ключевые слова: связь с общественностью; цифровая трансформация; социальные сети; цифровой маркетинг; тренды; благотворительность.

В современных условиях усиливается влияние цифровых технологий на все сферы жизни людей. Можно сказать, что сегодня мы все живем в цифровом обществе. Обществе, где практически каждый имеет выход в интернет, аккаунты в соцсетях и прочие атрибуты 21-го века. Развитие в цифровой сфере происходит очень быстро, однако мир успешно адаптируется к каждому новому витку развития.

Одними из самых явных стали изменения в сфере коммуникации. Еще 20 лет назад для связи в сети мы использовали электронную почту. Позднее, в 2000-ых годах начал появляться тренд на социальные сети. Тогда и зародились популярные по сей день Facebook, LinkedIn, Twitter, ВКонтакте [1]. Вместе с соцсетями стало развиваться и новое направление маркетинга – маркетинг в социальных сетях (SMM). Первыми к SMM обратились крупнейшие компании – Disney, Coca-Cola, Texas Hold'em Poker. Они создали коммерческие аккаунты, которые они наполняли полезным и интересным контентом. Также они общались с пользователями, отвечали на их вопросы [2].

Ближе к 2010 году SMM начал развиваться и в русскоязычном сегменте интернета, а самой популярной соцсетью на тот момент была «ВКонтакте». Позднее стал набирать популярность и Instagram. В 2014 году более 80 % руководителей предприятий указали, что социальные сети являются неотъемлемой частью их бизнеса. Бизнес-руководители увеличили свои доходы от маркетинга в социальных сетях на 133 %. [3].

Сегодня мы видим, что с каждым днем влияние социальных сетей становится более ощутимо. Во-первых, социальные сети имеют высокий рейтинг доверия у поисковых систем. Во-вторых, в социальных сетях пользователей уже насчитывается десятки миллионов. С помощью соци-

альных сетей можно объединять своих клиентов, а они в свою очередь косвенно будут привлекать больше новых клиентов. В-третьих, с помощью социальных сетей можно получать отзывы о своей работе, что поможет развиваться в зависимости от требований клиентов.

В современных условиях цифровой маркетинг применяется не только в деятельности коммерческих организаций, основной целью деятельности которых является извлечение прибыли. Цифровая среда также активно используется в деятельности благотворительных организаций. Их деятельность чаще всего направлена на определенные группы людей, а результаты чаще всего определяются социальным эффектом. Для таких организаций связь со своей аудиторией играет куда большую роль, чем для бизнеса, ведь без этой связи такие организации не могут функционировать.

Цифровой маркетинг для благотворительных организаций имеет свои особенности. Контент-маркетинг через блоги и социальные сети предоставляет для организаций возможность взаимодействовать со своей аудиторией и повышать свою узнаваемость. Электронная почта является весьма эффективным и основным средством цифрового маркетинга, однако все больше уступает место социальным сетям.

Рассмотрим, как применяются современные технологии в цифровом маркетинге у благотворительных организаций на основе отчета 2021 *Nonprofit Communications Trends Report*. Согласно проведенному исследованию, можно выделить следующие наиболее важные каналы связи благотворительных организаций с аудиторией:

1. Электронная почта
2. Веб-сайт / блог
3. Социальные сети

Если говорить про социальные сети отдельно, то по важности они располагаются в следующем порядке:

1. Facebook
2. Instagram
3. Twitter
4. YouTube
5. LinkedIn

Частоту связи следует подбирать относительно своей деятельности, однако более успешные организации ежедневно делают какие-либо публикации для поддержания контакта с аудиторией.

Более подробно возможности, которые предлагают Youtube, Instagram, Twitter и Facebook для благотворительности.

Для благотворительности YouTube предоставляет возможности сервиса YouTube Giving. Он дает возможность добавить кнопку пожертво-

вания к видео. При этом YouTube покрывает стоимость любых транзакционных сборов, поэтому организации получают 100 % выручки.

Как все знают, Instagram – это соцсеть, ориентированная на визуальную составляющую (фото и видео). Многие благотворительные организации использовали это в своих интересах, делясь контентом, который вдохновляет, информирует и развлекает. Но помимо того, что благотворительные организации вызывают отклик у своей аудитории эффектными фотографиями и видео, они также могут использовать Instagram для своего постоянного сбора средств.

Ярким примером такого подхода являются короткие кампании по сбору средств в Instagram Stories. Они длятся всего 24 часа, поэтому возникает ощущение срочности, которое побуждает пользователей делать пожертвования раньше. Кроме того, данные благотворительные организации могут транслировать сбор средств в прямом эфире в Instagram Live, что также позволяет им отмечать отдельных сборщиков средств за их щедрость.

Instagram отлично подходит для организаций с яркой визуальной идентичностью. Важная ремарка, благотворительные организации получают 100 % любых средств, собранных через Instagram, т.к. соцсеть не берет комиссии с благотворительных сборов.

Твиттер часто является местом, где появляются новости, а благодаря использованию хэштегов тенденции могут распространяться очень быстро. Внимательно отслеживая популярные твиты, благотворительные организации могут видеть, какие конкретные дела и истории вызывают обсуждение, и находить новые возможности для продвижения выбранного ими дела.

Хэштеги, без сомнения, являются определяющей особенностью Twitter. Например, #CharityTuesday, который используется для распространения информации и поощрения пожертвований, содержит более 11,3 тыс. твитов. Благотворительные организации также могут создавать уникальные хэштеги, чтобы привлечь внимание к своим кампаниям.

Facebook пока остается самой большой социальной сетью. Сегодня Facebook предлагает бесплатные инструменты для роста аудитории и увеличения пожертвований. К ним относятся: кнопка «Пожертвовать» для страницы благотворительной организации, настраиваемые стикеры для историй и возможность запуска кампаний по сбору средств в режиме реального времени (Facebook Live).

Отличным трендом, запущенным самой Facebook являются сборы средств на день рождения, которые позволяют людям просить друзей или близких сделать пожертвование на выбранное ими дело вместо подарка на день рождения. По состоянию на сентябрь 2019 года сборщики

средств на день рождения собрали более 1 миллиарда долларов, и этот показатель продолжает расти.

В период «изоляции» общества, связанной с пандемией Covid-19, цифровые технологии как никогда показали не только свою важности, но и свою способность практически полностью заменить традиционный вид работы. Для ведения благотворительной деятельности используются социальные сети и цифровые платформы, которые изначально создавались для общения и сбора информации о людях. Они не просто помогают в ведении деятельности благотворительным организациям, а составляют полноценную область в этой деятельности. Также важно что эти платформы оказывают не только положительный экономический эффект на организацию, но и способствуют большему охвату аудитории и лучшей осведомленности пользователей о существующих проблемах. В результате мы получаем то, что люди оказывают поддержку уже не при просьбе о помощи, а просто потому, что они знают, что эта помощь нужна. Успех от их использования полностью сопоставим с полноценными рекламными кампаниями и «живыми» мероприятиями по сбору средств и прочей активности.

Библиографические ссылки

1. Словарь терминов promopult.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://promopult.ru/library/Социальная_сеть#:~:text=Первая%20социальная%20сеть%20появилась%20в,запущены%20LinkedIn%2C%20MySpace%20и%20Facebook – Дата доступа: 15.04.2022.
2. История появления соцсетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://martrending.ru/smm/kratkaya-istoriya-poyavleniya-socialnyh-setey> – Дата доступа: 15.04.2022.
3. Маркетинг в соцсетях. Wikipedia.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Маркетинг_в_социальных_сетях – Дата доступа: 13.04.2022.
4. Развитие интернет-маркетинга: что нас ожидает в ближайшем будущем? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/razvitie-internet-marketinga> – Дата доступа: 12. 04.2022
5. Our guide to social media for fundraising campaigns [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.goodbox.com/2021/10/the-best-social-media-fundraising-campaigns/> - Дата доступа: 16.04.2022.
6. *Васильцов, В., Гораева, Т.* (2021). Анализ мировых тенденций благотворительной деятельности в условиях пандемии covid-19 и цифровой трансформации общества. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.fortus-science.ru/index.php/KM/article/view/364> – Дата доступа: 18.04.2022.

РОССИЙСКИЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ПАЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ

Е. С. Вилкова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ekaterina.vilkova2017@yandex.by;

науч. рук. – Т. Г. Струк, канд. экон. наук, доц.

В статье рассмотрен опыт развития паевых инвестиционных фондов в России и сделаны выводы о возможности его использования в Республике Беларусь.

Ключевые слова: паевые инвестиционные фонды; управляющая компания; инвестиционная привлекательность; цифровизация.

Процесс зарождения коллективного инвестирования в Российской Федерации начался с реформ 1990-х годов, когда впервые было закреплено понятие инвестиционного фонда, деятельность которого заключается в выпуске акций и привлечении временно свободных средств для реинвестирования. В 1992 г. в стране появились чековые инвестиционные фонды (ЧИФ). Основная задача их деятельности состояла в привлечении выданных населению ваучеров – приватизационных чеков. Чековые инвестиционные фонды принимали также денежные средства для дальнейшего инвестирования, но в сравнении с банковским депозитом механизм получения дохода в данном случае для большей части населения был непонятен.

Дальнейшее развитие коллективного инвестирования в РФ связано с Комплексной программой мер по обеспечению прав вкладчиков и акционеров, утвержденной Указом Президента РФ 21 марта 1996 г. № 408. На данный момент в Российской Федерации сформирована достаточно обширная правовая база, регулирующая инвестиционную деятельность. В законе «Об инвестиционных фондах» от 29 ноября 2001 г. № 156-ФЗ деятельность паевых инвестиционных фондов определяется как «отношения, связанные с привлечением денежных средств и иного имущества путем размещения акций или заключения договоров доверительного управления в целях их объединения и последующего инвестирования в объекты, а также с управлением (доверительным управлением) имуществом инвестиционных фондов, учетом, хранением имущества инвестиционных фондов и контролем за распоряжением указанным имуществом».

Деятельность инвестиционного фонда характеризуется следующими признаками:

- привлечение денежных средств или имущества от многих инвесторов;

- объединение имущества инвесторов в едином имущественном комплексе (фонде), управление которым передается профессиональным управляющим;

- вложение средств, находящихся в имущественном пуле, в ценные бумаги и иные объекты инвестирования на диверсифицированной основе в целях получения прибыли и дохода в виде процентов, дивидендов и других доходов, причитающихся собственникам объектов инвестирования или прибыли от перепродажи объектов инвестирования.

Первые паевые инвестиционные фонды в РФ были созданы в конце 1996 г. За короткий промежуток времени они показали свою надежность, что позволило повысить их инвестиционную привлекательность. В 2005 г. количество паевых инвестиционных фондов и управляющих компаний выросло в 2 раза. К началу 2008 г. на рынке паевых инвестиционных фондов функционировало около 300 управляющих компаний и более 1000 инвестиционных фондов. Следует отметить, что период с 2003 по 2007 г. отличался своей стабильностью и именно на него приходится пик развития паевых инвестиционных фондов. Так, в 2007 г. количество управляющих компаний выросло более чем на 40 %, а резкий спад, вызванный общим снижением экономической активности вследствие эпидемиологической обстановки в стране, наблюдался в период с 2019 по 2021 гг. Затем рост количества ПИФов возобновился, что было связано с появлением у населения опыта приобретения и получения прибыли по ПИФ; заинтересованностью банков в диверсификации своих доходов за счет роста комиссионных доходов при продажах ПИФ; продолжением цифровизации и развития дистанционных продаж финансовых инструментов, существенно повысивших их доступность.

Как показывают данные, приведенные в таблице, на 10.05.2022 в России насчитывается 553 фонда, из них большую часть составляют открытые – 46,29 % и закрытые – 29,84 %, а интервальных фондов всего лишь 1,63 %.

Количество паевых инвестиционных фондов в России в 2022 году

Фонды	Количество	Уд. вес, %
Всего	553	100
Интервальные	9	1,63
Биржевые	123	22,24
Закрытые	165	29,84
Открытые	256	46,29

Денежные средств паевого инвестиционного фонда, полученные управляющей компанией, не становятся ее собственностью, поскольку законодательство предусматривает разделение имущества пайщиков и имущества управляющей компании. Это придает надежность вложе-

ниям, защищает вложения пайщиков от незаконных манипуляций с вложенными средствами в паевой фонд. Кроме того, паевой инвестиционный фонд, не являясь юридическим лицом, представляет собой обособленный имущественный комплекс, управляемый профессиональными менеджерами на договорной основе.

Управляющая компания фонда также заключает договоры с аудиторской организацией об обязательной аудиторской проверке имущества, находящегося в фонде, о бухгалтерской отчетности, правильности определения стоимости чистых активов и стоимости инвестиционного пая, а также о правомерности совершенных сделок с имуществом фонда. По результатам проверки аудиторская организация составляет заключение, которое управляющая компания обязана приложить к ежегодному отчету.

Необходимо отметить, что для обеспечения деятельности паевого инвестиционного фонда управляющая компания паевого инвестиционного фонда должна заключить договоры с другими профессиональными участниками финансового рынка – со специализированным регистратором, специализированным депозитарием, независимым оценщиком, аудиторской организацией, агентами по покупке и продаже инвестиционных паев. При этом для эффективного выполнения функции внутреннего контроля существует требование законодательства о том, что не должны являться аффилированными лицами управляющая компания, специализированный регистратор, специализированный депозитарий, независимый оценщик, а также аудиторская организация. Такая инфраструктура предусмотрена в целях обеспечения защиты имущественных прав инвесторов от незаконных действий при управлении денежными средствами и имуществом фонда. Профессиональными финансовыми посредниками между частными инвесторами (физическими и юридическими лицами) и эмитентами (прямыми инвесторами) являются также коммерческие банки, которые формируют и инвестируют общие фонды банковского управления.

Успешность развития бизнеса по управлению активами во многом зависит от профессионализма портфельных управляющих. Простая и прозрачная модель работы взаимного фонда позволяет в периоды особо успешной деятельности какого-либо управляющего инвестициями участвовать в распределении сверхприбыли широкому кругу индивидуальных инвесторов.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- в Российской Федерации накоплен самый значительный в СНГ опыт функционирования и законодательного регулирования

деятельности паевых инвестиционных фондов, который может найти применение в Республике Беларусь;

- наиболее динамично развивающимся видом ПИФов являются паевые инвестиционные фонды открытого типа;

- важными факторами развития инвестиционных фондов является финансовая грамотность населения, доступность связанных с ними финансовых инструментов, профессионализм их сотрудников.

Библиографические ссылки

1. *Абрамов А.* Эффективность паевых инвестиционных фондов: теоретические подходы и опыт России, Экономическая политика, Москва, 2015. С. 60–86.
2. Данные по фондам, акциям, облигациям и индексам для частного инвестора в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investfunds.ru/funds-statistics/>. – Дата доступа: 01.05.2022.
3. Закон об инвестиционных фондах Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34237/. – Дата доступа: 01.05.2022.
4. *Жегалова А. С.* Паевые инвестиционные фонды в системе коллективного инвестирования в Российской Федерации, Самара, 2014. С. 147.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОМПАНИИ: ОЦЕНКА УРОВНЯ И ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ЕЕ РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЧТУП «ВИЛЬДТ»)

Е. Ю. Вильдт

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vildt.lizik23@gmail.com;

науч. рук. – А. Г. Ветелкина, ст. преп.

В статье проводится анализ конкурентоспособности предприятия, которая является неотъемлемой частью функционирования любого предприятия в условиях конкуренции. Ни одно предприятие не может существовать без конкурентных преимуществ, ведь предприятие не сможет стать лидером на рынке, а также неконкурентоспособное предприятие не сможет защитить свою позицию и просто уйдет с рынка. Во время тяжелой эпидемиологической ситуации в мире предприятия, которые обладают мобильностью и конкурентоспособностью, имеют более высокую конкурентную позицию, так как своевременно реагировали на рыночные изменения и смогли адаптироваться под эти изменения, в следствии чего стали более конкурентоспособными.

Ключевые слова: конкурентоспособность; конкурентное преимущество; компания. Конкурентоспособность – свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений.

В условиях конкуренции каждая фирма должна защищать и укреплять свои конкурентные позиции в отношении потребителей и поставщиков, наемных работников, а также конкурентов

Для того чтобы определить конкурентоспособность компании на рынке, необходимо выявить факторы, влияющие на способность компаний занимать лидирующие или отстающие позиции в конкурентной борьбе. Сформирована центральная система факторов конкурентоспособности бизнеса, включающую внешние и внутренние факторы.

Конкурентное преимущество – экономическая категория, обозначающая присутствие у экономического субъекта уникальных характеристик, которые отличают данный экономический субъект от других аналогичных субъектов.

Н. З. Сафиуллин считает, что понятия «конкурентное преимущество» и «конкурентная стратегия» не стоят на одном уровне, так как конкурентная стратегия является одним из факторов конкурентного преимущества. Он предлагает собственную модель, демонстрирующую иерархическую связь между рассматриваемыми категориями: «конкуренция стоит на высшем уровне, затем конкурентоспособность, конкурентные преимущества и, на последнем – конкурентные стратегии» [1].

Существует несколько подходов к оценке конкурентоспособности предприятия. К ним можно отнести: оценка конкурентоспособности на основе рейтинговой оценки, оценка конкурентоспособности на основе расчета рыночной доли, оценка конкурентоспособности на основе нормы потребительной стоимости, многоугольник конкурентоспособности, оценка конкурентоспособности на основе SWOT-анализа.

ЧТУП «Вильдт» осуществляет розничную торговлю спортивным инвентарем: кроссовки, спортивные сумки, спортивные костюмы и тд следующими магазинами:

1. магазин «FootTerra», ТРЦ «Галилео,
2. магазин «FootTerra», ТЦ «Магнит,
3. магазин «mini FootTerra» ТД «Ждановичи,
4. магазин «FootTerra», ТЦ «Замок».

Конкурентный анализ

Показатель	Влияние фактора	FootTerra		СНИКЕРБАР		ЕХХЕ	
		Оценка	Взвешанная оценка	Оценка	Взвешанная оценка	Оценка	Взвешанная оценка
1. Кол-во потребителей в год (1-1000чел, 5-5000 чел, 10-10000)	0.30	8.0	2.4	5.0	1.5	2.0	0.6
2. Средняя цена кроссовок (до 200-10, от 300 до 400-5, от 400 и выше - 1)	0.10	10.0	1.0	5.0	0.5	5.0	0.5
3. Наличие дополнительных аксессуаров (1 - нет, да- 10-да)	0.05	10.0	0.5	1	0.1	10.0	0.5
4. Наличие сайта (1 -нет, да- 10-да)	0.10	10.0	1.0	10.0	1.0	10.0	1.0
5. Наличие доставки и онлайн заказа (1 -нет, да- 10-да)	0.10	10.0	1.0	10.0	1.0	10.0	1.0
6. Наличие соц сетей (1 -нет, да- 10-да)	0.05	10.0	0.5	10.0	0.5	10.0	0.5

Окончание таблицы

Показатель Влияние фактора		TootTerra		СНИКЕРБАР		ЕХХЕ	
		Оценка	Взвешанная оценка	Оценка	Взвешанная оценка	Оценка	Взвешанная оценка
7. Кол-во магазинов в Минске (3-1 магазин, 6-2 магазина, 10-3 и более)	0.10	10.0	1.0	3.0	0.3	3.0	0.3
8. Оригинальность товара (1 -нет, да- 10-да)	0.05	10.0	0.5	10.0	0.5	.0	0.3
9. Разнообразие товара (1 -нет, да- 10-да)	0.10	8.0	0.8	8.0	0.8	8.0	0.8
10. Наличие трендового товара (1 -нет, да- 10-да)	0.05	6.0	0.3	10.0	0.5	8.0	0.4
Итого	1		9.0		6.7		5.9

Примечание – Источник: собственная разработка.

Исходя из конкурентного анализа, мы отобрала два основных конкурента ЧТУП «Вильдт», это Сникербар и ЕХХЕ. Данные конкуренты были отобраны по схожести торговых площадей, а также ассортимента продукции и ее оригинальности. Исходя из таблицы видно, что ЧТУП «Вильдт» занимает 1 место среди двух конкурентов.

Количество потребителей в год напрямую связано с количеством магазинов в г. Минск, т.к. оба конкурентов реализуют свою продукцию только в одном фирменном магазине, расположенном в Минске. За счет чего общая торговая площадь у конкурентов меньше, чем у анализируемого предприятия, а также меньше складские запасы, количество товаров в целом, следовательно, выручка обоих предприятий не будет превышать выручку ЧТУП «Вильдт».

Средняя цена кроссовок у ЧТУП «Вильдт» меньше, чем у конкурентов, т.к. на данном предприятии не реализуется продукция бренда «Nike» и Adidas», т.к. в Минске есть крупные дистрибьюторы данного бренда, и конкурировать с ними было бы очень сложно. ЧТУП «Вильдт» реализует продукцию таких брендов, как «Skechers», «CAT», «Asics», «Merrell», «Joma», «FILA» и так далее. Реализация данных брендов является объективной для ЧТУП «Вильдт», так как у данных брендов нет официальных дистрибьюторов в Минске и конкуренция минимальная. Следовательно, цена будет приемлемой для потребителей и меньше, чем у анализируемых конкурентов.

Количество торговых точек у конкурентов 1, за счет чего ЧТУП «Вильдт» является более конкурентопривлекательным, так как у потребителей есть выбор где совершить покупки в удобном для них месте.

У всех трех анализируемых компаний есть действующий сайт, где отображается вся информация о компании, а также наличие товара и их цены, указаны контактные номера, куда может обратиться любой потребитель за

консультацией, а также указаны адреса, где непосредственно реализуется вся продукция.

У всех анализируемых предприятия также есть возможность онлайн покупки с доставкой на дом по городу Минск, товар можно заказать непосредственно на сайте, а также есть специальный чат с сотрудницами предприятия, для консультации перед совершением онлайн покупки.

Предприятия имеют социальные сети (инстаграм), где продвигают свой товар, с помощью рекламы выходят на новых клиентов, с помощью чего могут увеличить объем продаж. У всех компаний в истаграме есть живые фотографии товара с подробным описанием, что помогает потребителям более подробно увидеть товар, а также запросить у сотрудников более подробную информацию.

Оригинальность товара у предприятия ЧТУП «Вильдт» подтверждена соответствующими сертификатами качества, а сайте конкурентов написано, что реализуется только оригинальная продукция.

По критерию «наличие трендового товара» лидирующие позиции занимают Сникербар и ЕХХЕ, т.к. у данных компаний отличается целевой сегмент, их главных целевой сегмент – студенты, которые следуют трендам моды. Так как у ЧТУП «Вильдт» главными целевыми сегментами являются профессиональные спортсмены, а также молодые семьи, студенты занимают меньшую долю.

Исходя из проведенного анализа, видно, что наиболее значимым критерием является количество потребителей в год, и составляет 0,3 от всех критериев, это обусловлено тем, что количество потребителей напрямую влияет не только на финансовое состояние предприятия, а также на его место в условиях конкурентной борьбы.

Также самое можно сказать и про количество магазинов в городе Минск, так как присутствует локальная конкуренция, важно чтобы предприятия находились в одних городах, т.к. в разных городах возможны отличия во вкусах потребителей и сравнение предприятий не будет особо иметь смысла.

На сегодняшний день любому предприятию необходимо иметь социальные сети, а также предоставлять возможность приобретения товара онлайн, у потребителей существует большое количество альтернатив. Сюда можно отнести интернет платформы Ozon, Lamoda, Wildberries и так далее.

Данные набор критериев является неполным. Немаловажными факторами конкурентоспособности предприятия является его финансовая составляющая, так как в свободном доступе таких данных нет, то их невозможно брать в расчет и сравнивать с ЧТУП «Вильдт».

Библиографические ссылки

1. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с.

АНАЛИЗ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЗАО «МТБАНК»

Н. С. Виноградов

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vinigradovchsv1@gmail.ru;

науч. рук. – И. В. Большакова, ст. преп.

В статье проводится анализ основных количественных показателей конкурентоспособности банков: емкость и доля банковского рынка, коэффициент вариации рыночных долей, индексы Бейна, Розенблюта, Херфиндаля-Хиршмана и др. На основании проведенного анализа построен рейтинг ЗАО «МТБанк».

Ключевые слова: банковский рынок; межбанковская конкуренция; конкурентоспособность банка; количественные показатели конкурентоспособности; ЗАО «МТБанк».

Оценка банковской конкурентоспособности необходима для модернизации и разработки эффективных стратегий для банковских организаций. Для разносторонней оценки конкурентоспособности ЗАО «МТБанк» и банков Республики Беларусь был использован ряд экономических показателей, непосредственно влияющих на рыночную власть: доля и ёмкость рынка, индексы Бейна, Розенблюта, Херфиндаля-Хиршмана и другие [1].

Ёмкость банковского рынка позволяет планировать расширение банка на рынке, принимать ряд решений и аргументов для вкладчиков. Показатель рассчитывается по формуле:

$$V_m = \sum_{i=1}^N \frac{V_i}{n},$$

где V_i – активы i банка; n – количество банков на рынке страны.

Доля банковского рынка (ДБР) характеризует общую часть рынка, которая принадлежит банку, вычисляется по формуле:

$$q_i = \frac{V_i}{\sum V_i}.$$

Коэффициент Бейна («норма доходности» НД) показывает экономическую прибыль на одну денежную единицу собственного инвестированного капитала:

$$r = \frac{TR - TC}{K} * 100,$$

где TR – совокупный доход банка; TC – совокупные издержки; K – капитал.

Таблица 1

**Анализ емкости, доли банковского рынка и норм доходности
для банков Республики Беларусь**

№	Банк	Активы нетто, тыс. бел. руб.	Капитал, млн. бел. руб.	Прибыль (убыток), тыс. бел. руб.	НД, %	Емкость рынка	ДБР, %
1	Беларусбанк	38130359	5681,8	244819	6,67	1733198,1	43,36
2	Белагропромбанк	13371139	1826,1	38654	0,07	607779,04	15,20
3	Приорбанк	5308669	898,1	84409	3,96	241303,14	6,04
4	Белинвестбанк	5071639	605,4	27060	7,67	230529,1	5,77
5	Банк БелВЭБ	4670210	619,2	16532	3,59	212282,3	5,31
6	Сбер Банк	4601929	747,1	116766	1,88	209178,6	5,23
7	Альфа-Банк	3641880	568,3	87861	0,31	165540	4,14
8	Белгазпромбанк	3611871	774,4	44253	17,21	164175,9	4,11
9	Банк ВТБ	2239333	326,1	28687	10,99	101787,9	2,55
10	МТБанк	1680916	401	24627	12,59	76405,3	1,91
11	Банк Дабрабыт	1518506	179,2	16057	4,07	69023	1,73
12	БНБ-Банк	745269	95,8	6075	3,85	33875,9	0,85
13	Технобанк	709938	90,4	6922	4,07	32269,9	0,81
14	Паритетбанк	608763	113,3	452	14,84	27671,05	0,69
15	РРБ-Банк	408128	50,7	1573	11,98	18551,3	0,46
16	БСБ Банк	374711	57,5	7833	92,19	17032,32	0,43
17	БТА Банк	374711	51,5	511	7,91	17032,3	0,43
18	Банк Решение	261885	54	1101	85,20	11903,9	0,30
19	ТК Банк	209059	188,2	3320	0,42	9502,7	0,24
20	Абсолютбанк	174631	67,6	3032	10,46	7937,8	0,20
21	Цептербанк	151394	47,1	187	4,43	6881,5	0,17
22	СтатусБанк	82569	68,4	1351	2,19	3753,13	0,09
Σ		87947509	13511,2	762082	306,53	3997614,1	100%

Примечание – Источник: разработка автора, рассчитанная на статистических данных [2]

ЗАО «МТБанк» занимает десятое место по «ёмкости банковского рынка» и двенадцатое место по показателю «доли банковского рынка» (табл. 1).

Для определения уровня концентрации на рынке можно использовать коэффициент вариации рыночных долей (КВРД):

$$\gamma = n \sqrt{\frac{1}{n} \sum \left(q_i - \frac{1}{n} \right)^2},$$

где n – число банков в отрасли; q_i – рыночная доля банка.

Ранговый индекс Розенблюта (ИР) рассчитывается на основе сопоставления рангов предпринимательских фирм на рынке одноименных товаров и долей этих фирм на рассматриваемых рынках и имеет вид:

$$HT = \frac{1}{2 \sum R_i \cdot q_i - 1},$$

где R_i – ранг банка на рынке; q_i – доля банка.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана позволяет дать оценку распределения рыночных долей между субъектами конкурентного рынка банковских услуг и может быть найден по формуле:

$$HHI = \frac{S_i}{S},$$

где S_i – собственный капитал i -й фирмы на рынке.

Таблица 2

Анализ коэффициента вариации рыночных долей, индексов Розенблюта и Херфиндаля-Хиршмана для банков Республики Беларусь

№	Банк	Доля рынка, %	КВРД	ИР	Собственный капитал, млн. бел. руб.	ИХХ
1	Беларусбанк	43,36	1,820367	0,752537	5681,8	0,420525
2	Абсолютбанк	0,2	0,203887	0,100398	1826,1	0,135154
3	Альфа-Банк	4,14	0,018972	0,109029	898,1	0,066471
4	Банк БелВЭБ	5,31	0,035870	0,111882	605,4	0,044807
5	Банк ВТБ	2,55	0,093772	0,105365	619,2	0,045829
6	Банк Дабрабыт	1,73	0,132215	0,103576	747,1	0,055295
7	Банк Решение	0,3	0,199233	0,100599	568,3	0,042061
8	Белагропромбанк	15,2	0,499908	0,143692	774,4	0,057315
9	Белгазпромбанк	4,11	0,020572	0,108948	326,1	0,024136
10	Белинвестбанк	5,77	0,057279	0,113036	401	0,029679
11	БНБ-Банк	0,85	0,173454	0,101724	179,2	0,013263
12	БСБ Банк	0,43	0,193216	0,100859	95,8	0,007090
13	БТА Банк	0,43	0,193216	0,100859	90,4	0,006691
14	МТБанк	1,91	0,123554	0,103974	113,3	0,008386
15	Паритетбанк	0,69	0,180734	0,101403	50,7	0,003752
16	Приорбанк	6,04	0,069921	0,113729	57,5	0,004256
17	РРБ-Банк	0,46	0,191434	0,100936	51,5	0,003812
18	Сбер Банк	5,23	0,032229	0,111688	54	0,003997
19	СтатусБанк	0,09	0,208797	0,100188	188,2	0,013929
20	Технобанк	0,81	0,175338	0,101640	67,6	0,005003
21	ТК Банк	0,24	0,202051	0,100477	47,1	0,003486
22	Цептербанк	0,17	0,205126	0,100345	68,4	0,005062

Примечание – Источник: разработка автора, рассчитанная на статистических данных [2]

Коэффициент вариации рыночных долей близкий к единице (или более) говорит о том, что какая-то фирма занимает подавляющую долю рынка. По результатам табл. 2 есть все основания полагать, что один из субъектов бизнеса, представленный на рассматриваемом секторе рынка

(ОАО «АСБ Беларусбанк») приобрел монопольную позицию. По данному показателю ЗАО «МТБанк» находится на 10 месте среди банков Республики Беларусь, а по индексу Розенблюта занимает 15 место.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана может принимать значения от 0 до 1, где 0 означает минимальную концентрацию; от 0 до 0,1 – низкий уровень; от 0,1 до 0,18 – средний; более 0,18 – высокий уровень концентрации. Показатель индекса Херфиндаля-Хиршмана почти для всех белорусских банков (в том числе и ЗАО «МТБанк») характеризует низкий уровень концентрации. Средний уровень концентрации имеет ОАО «Белагропромбанк», а высокий уровень концентрации у ОАО «АСБ Беларусбанк».

Сравнение расчётных экономических показателей говорит, что количественные показатели конкурентоспособности ЗАО «МТБанк» и банков Республики Беларусь имеют неоднозначные позиции. Для подведения конкретного вывода исследования было решено произвести рейтинговый синтез посредством ранжирования банков по каждому показателю и дальнейшей суммы рангов на рассчитанных показателях банков Республики Беларусь [3]. Лидером при данном анализе стал ОАО «АСБ Беларусбанк», аутсайдером ОАО «СтатусБанк», а ЗАО «МТБанк» расположился на 14 месте.

Рекомендации для повышения конкурентоспособности ЗАО «МТБанк» могут носить следующий характер: увеличение количества отделений (тем самым увеличение числа клиентов); увеличение маркетинговых мероприятий (для привлечения большего количества инвесторов); увеличение уставного фонда и величины вкладов (за счет увеличения количества инвесторов и числа клиентов).

Библиографические ссылки

1. *Сергеева Т.В.* Банковская конкуренция [Текст]: автореф. дис. канд. экон. наук Т. В. Сергеева. – СПб., 2003. – 23 с.
2. Аналитический интернет-портал банковской деятельности MyFin [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/> – Дата доступ: 21.04.2022.
3. *Зобова Л. Л.* Глобальная конкуренция как разновидность пространственной конкуренции [Текст] // Л.Л. Зобова, Е.К. Орлова. – Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 4. – С. 197–204.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

К. Г. Войтович

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vojtovickarina7@gmail.com;

науч. рук. – А. Г. Ветелкина, ст. преп.

Значимость человеческого потенциала увеличивается по мере роста скорости технологического прогресса, с развитием информационных технологий и усилением конкурентной борьбы. Из этого следует, что инвестиции в усовершенствование человеческих ресурсов играет более важную роль, чем совершенствование производственных мощностей.

Ключевые слова: HR-партнер; Agile методология; цифровизация.

Персонал предприятия является самым сложным объектом управления, так как в отличие от материальных активов, персонал организации имеет человеческий фактор, поэтому постоянное совершенствование методов управления персоналом является одной из главных целей организации, особенно в сфере информационных технологий, учитывая скорость, с которой меняется данная отрасль.

Роль HR-партнера с каждым годом становится все популярнее, в первую очередь потому, что эта должность может помочь стабилизировать организацию во времена перемен и потрясений, как например с начала пандемии Covid-19.

HR-партнер играет важную роль, выступая в качестве связующего звена между стратегическими целями бизнеса и людьми.

HR-партнер работают с руководителями отделов, менеджерами и ключевыми заинтересованными сторонами, чтобы раскрыть потенциал всех областей бизнеса, и они могут оказать огромное влияние на то, как создается, так и управляется организация.

HR-партнер имеет несколько популярных названий, например бизнес-партнером по персоналу или бизнес-партнер по управлению персоналом, однако все эти определения несут в себе одно значение. Так, HR-партнер является стратегической позиции, ответственные за обеспечение ценности организации и управления процессами принятия решений. Проще говоря, HR-партнер – это опытный специалист по управлению персоналом, который работает напрямую с менеджерами, директорами, бизнес-лидерами и так далее для разработки кадровой стратегии, которые способствуют поддержанию роста, производительности, цели организации и удержанию сотрудников.

HR-партнер выполняет четыре основные роли.

Основные роли HR-партнера

Название роли	Описание
Операционный менеджер	Измерение и мониторинг существующей кадровой политики и процедур.
Аварийно-спасательные ситуации	Предоставление решений для организационных чрезвычайных ситуаций.
Стратегический партнер	Разработка и внедрение общекорпоративных стратегий для решения организационных проблем
Посредник сотрудников	Создание устойчивых решений индивидуальных проблем сотрудников

Источник: [1].

Однако, в основном данная роль заключается в обеспечении того, чтобы кадровая политика и процедуры организации помогали компании достигать своих стратегических и долгосрочных целей.

В настоящее время проектные технологии, которые повышают эффективность деятельности организации, стремительно набирают популярность. Самой популярной системой управления персоналом в сфере информационных технологий является Agile-система. В управлении персоналом Agile способствует локализации и как итог ликвидации недостатков в процессах и пробелах в системе работы подразделений, основной деятельностью которых является управление персоналом. Главной причиной распространенного внедрения системы в сфере информационных технологий является то, что организации в данной сфере чаще других подвержены быстро меняющимся тенденциям и изменениям в условиях цифровизации [1].

Agile методология – это подход, предполагающий присутствие всех, кто занимается разработкой определенного проекта. При этом каждый специалист выполняет свою работу. Agile методология дает возможность увидеть, что всех участников процесса объединяет одна цель – создание качественного проекта для своего потребителя [2].

Внедрение системы Agile в управлении персоналом в сфере информационных технологий способствует эффективной организации работы сотрудников и помощь в определении того, какие сотрудники работают неэффективно и мешают остальным.

Для корректной работы Agile-системы организации необходимо построить систему эффективной коммуникации между сотрудниками, такие как способность решать конфликты и достигать компромиссов в рамках рабочих проектов.

Agile-система подразумевает собой новый подход и мышление, который в результате проведения ряда мероприятий становится стандартом взаимодействия в организации. Agile-система помогает упростить сложные структуры организации и вывести ответственность на новый уровень.

В заключении можно сделать несколько выводов:

- Изучение теоретических методов управления персоналом на предприятиях в сфере информационных технологий в современных условиях показали, что существует множество универсальных определений управления персоналом, однако в сфере информационных технологий основным отличием управления персоналом является присутствие гибкости в процессах, общепринятые уровни классификации сотрудников и этапы процесса найма, мотивации и методов управления персоналом.

- HR–партнер – это набирающая популярность роль в организациях, которая способствует систематизации, упрощению и корректному управлению персоналом в организации за счет выделения отдельного сотрудника, в обязанности которого входит анализ рынка, стратегических целей организации, взаимодействие с сотрудниками и принятие обоснованных решений в критических для предприятия ситуациях.

- Изучение методологии внедрения Agile-системы в управление персоналом на предприятии в сфере информационных технологий можно отметить, что самой популярной системой управления персоналом в сфере информационных технологий является Agile-система. Внедрение системы Agile в управлении персоналом в сфере информационных технологий способствует эффективной организации работы сотрудников и помощь в определении того, какие сотрудники работают неэффективно и мешают остальным. Внедрение Agile системы происходит с использованием 3 этапов введения и при внедрении в организацию Agile коуча и Scrum-мастера.

Библиографические ссылки

1. Responsibilities of an HR Business Partner: [<https://factorialhr.com/blog/hr-business-partner/>]
2. Characteristics of an Agile Organisation: [<https://factorialhr.com/blog/agile-organization/>].

ЯПОНСКАЯ СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА: СУЩНОСТЬ, ПОЗИТИВНЫЙ ОПЫТ И ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. И. Горбач

Белорусский государственный университет, г. Минск;

KenKaiJink@gmail.com;

науч. рук. – М. В. Минько, ст. преп.

В статье проводится характеристика японской системы менеджмента, национальная специфика использования японской системы менеджмента, современные направления трансформации японской модели менеджмента, а также возможность применения отдельных методов японской системы в Республике Беларусь.

Ключевые слова: японский менеджмент; история; современность; характеристики; особенности использования; применение в Беларуси.

Развитие национальной экономики предусматривает использование знаний и опыта в сфере отечественной и международной системы управления. Среди иностранных примеров популярной на сегодня остается японская система менеджмента, которая используется в разных странах. Внедрение в производство, организацию компаний апробировали на себе многие зарубежные марки на территории Америки, Европы, Юго-Восточной Азии, России. Интерес представляет и японский менеджмент с точки зрения адаптации его к применению в Республике Беларусь.

Японский менеджмент в экономике как понятие сегодня рассматривается как определенные действия, направленные на организацию системы производства в рамках компании, корпорации, производства.

В литературе по японскому менеджменту утверждается, что «японские принципы менеджмента отличаются от всех других благодаря особым культурным ценностям Японии. В частности, ранние исследования Хайера и его коллег говорят о том, что принципы менеджмента тесно связаны с культурными ценностями страны» [3, с. 14]. В статье автор ссылается на исследования Абеглена, который обнаружил два важных фактора, отличающих японские предприятия от американских:

1. отсутствие жесткой организации предприятий и социальных групп;
2. сравнительное отсутствие индивидуализма и безличности в отношениях.

Кузнецова Н. анализирует работу Дора, что провел детальное сравнение одного английского и одного японского предприятия, и также выделил сходные черты: «члены семьи работающего в английской компании

имеют ограниченные связи с его фирмой, в то время как члены семьи работающего в японской компании являются побочными членами семьи компании; в английской фирме должности управленческого персонала прямо определяют их функции; в японской компании ответственность за выполнение каких-то функций закрепляется за группой людей и может переходить от человека к человеку внутри таких групп» [3].

Нельзя не согласиться с Н. Кузнецовой, что «за последние несколько лет» как менеджеры-практики, так и теоретики «начали признавать важность организационной культуры для создания климата в организации. Внешние и внутренние проблемы данной культуры всегда переплетены между собой и возникают одновременно» [3]. Основываясь на трудах Рединга и Мартин-Джона, исследователь приводит специфику и особенности административного влияния в странах Юго-Восточной Азии. Ученый обращает внимание на модель японского стиля управления человеческими ресурсами, где выделяется идеология, методика и выход. Так, например, вид идеологии «группировка» базируется на методике совместного использования и выходом рассматривается поведение. Не менее интересными цепочками являются: ориентация на общество – участие-работа в группе, а также стратегия – программа помощи (зарплата и продвижение) – развитие навыков.

Сегодня среди исследователей высказывается мнение что, методы японского стиля управления, которые оказались эффективными для формирования стимулов к труду и удовлетворения работой у себя на родине, не могут быть успешно применены за границей без создания условий, сопутствующих им. Одно из этих условий — взгляд японцев на значение работы. Способность японских служащих осознавать значение работы не является врожденной. Работники научились ей у других индивидов и групп в Японии. Чтобы развить подобную способность у иностранных работников, требуется обширная и интенсивная внутри-организационная подготовка, и разработка специальных программ. Пока не будет создана новая культура, в которой японские и иностранные служащие будут одинаково оценивать и разделять общие интересы, японский стиль управления навряд ли станет действительно эффективным в воспитании повышенной удовлетворенности работой у иностранных работников.

Японская модель менеджмента опирается на исторически сложившиеся традиции, групповую сплоченность, заложенную генетически усердность и устремленность в работе японцев к созданию качественной продукции.

По мнению Зыковой Н. В. «весь успех, который происходил и происходит в Японии, связан с ориентированием на человеческий фактор,

ведь самый главный ресурс страны – это человек и его труд. Это не могло произойти без соблюдения всех принципов функционирования работы компаний» [2, с. 159].

Сегодня некоторые исследователи отмечают, что «в связи с изменениями, происходящими внутри Японии и в мировой экономике, а также процессами глобализации, японская модель управления начала трансформироваться, чтобы оставаться актуальной и эффективной» [1, с. 12]. Компании, которые и дальше хотели успешно функционировать на японском и международном рынке вынуждены были корректировать курс традиционного менеджмента.

Еще одной тенденцией, демонстрирующей отклонение от традиционной системы менеджмента, становится переход от системы старшинства к системе продвижения, основанной на заслугах. Все чаще крупные компании уделяют меньше внимания трудовому стажу сотрудника, делая больший упор на его заслуги, в определении продвижения по службе и назначения заработной платы. Современные японские компании становятся более гибкими, адаптируясь к текущей экономической ситуации в регионе и мире.

В современной методологии менеджмента исследователи обращают внимание на метод статистики в японской системе управления. «Чтобы не быть субъективными, японские менеджеры постоянно, где есть хоть малейшая возможность, для определения ситуации на текущий момент применяют методы статистики. Они верят в цифры. Японцы стараются писать все аспекты бизнеса количественно. Все безупречно, что является заслугой хорошего управляющего» [5, с. 138]. Для улучшения качества работы и поддержания дисциплины японские менеджеры «больше поддерживают вознаграждение, чем наказания. Увольнение самая жесткая мера и применяется в случае принятия взяток, воровства, жестокости, саботажа, нарочному нарушению инструкций старших» [5].

Говоря про японский менеджмент, следует обратить особое внимание на его использование в белорусской экономической модели в части отношения к качеству продукции. Некоторые элементы японского менеджмента, например, «5S», внедрены в систему менеджмента Минского моторного завода. Производственная философия, включает пять составляющих: аккуратность, порядок, чистоту, стандартизованность, дисциплину. Данная система позволяет увеличить производительность труда и существенно усовершенствовать производственный процесс за счет рациональной организации рабочих мест, улучшения качества труда.

Новые принципы управления проходят апробацию на предприятии «Белавтодор» ОАО, «Слуцком сыродельном комбинате». По результа-

там этого эксперимента планируется продолжать совершенствовать менеджмент в государственных компаниях.

Таким образом, японский менеджмент в белорусской экономической системе может занять определенную нишу, поскольку его основные (концептуальные) подходы в организации управления, являются часто типичными для белорусского менеджмента. Нам не стоит полностью копировать японский опыт (как и другой зарубежный опыт), но отдельные, наиболее подходящие для белорусской ментальности, методы управления стоит заимствовать. Детальное и углубленное изучение методов японского менеджмента на основе примеров внедрения в отечественные производства, компании может помочь выявить наиболее оптимальные модели управления, стратегии развития, что в перспективе будут содействовать повышению производительности труда, конкурентоспособности отечественных компаний и в целом белорусской экономике.

Библиографические ссылки

1. *Анищенко, А. Э.* Причины трансформации японской модели управления [Электронный ресурс] / А. Э. Анищенко – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/prichiny-transformatsii-yaponskoy-modeli-upravleniya>. – Дата доступа: 05.05.2022.
2. *Зыкова, Н. В.* Особенности японской модели менеджмента [Электронный ресурс] / Н. В. Зыкова – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-yaponskoy-modeli-menedzhmenta>. – Дата доступа: 08.05.2022.
3. *Кузнецова, Н. В.* Универсальность японского менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/universalnost-yaponskogo-menedzhmenta>. – Дата доступа: 01.05.2022
4. *Миронова, Ю. С.* Опыт японского менеджмента в системе управления затратами [Электронный ресурс] / Ю. С. Миронова // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-yaponskogo-menedzhmenta-v-sisteme-upravleniya-zatratami>. – Дата доступа: 02.05.2022.
5. *Пищулина, Е. С.* Особенности японской системы управления [Электронный ресурс] / Е. С. Пищулина // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-yaponskoy-sistemy-upravleniya>. – Дата доступа: 08.05.2022.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БЕЗОПАСНОСТИ ИНТЕГРАЦИОННОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ

Е. И. Горошевич

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ugoroshevich04@mail.ru;

науч. рук. – Е. Г. Господарик, канд. экон. наук, доц.

В статье проводится анализ показателей экономической безопасности: макроэкономические показатели, показатели конкурентоспособности, показатели развития интеграционных процессов, показатели уровня и качества жизни населения, показатели лояльности населения к интеграционному объединению на примере такого интеграционного объединения как ЕАЭС. На основании проведенного анализа предложены рекомендации по улучшению уровня экономической безопасности ЕАЭС.

Ключевые слова: экономическая безопасность; ЕАЭС; макроэкономические показатели; показатели конкурентоспособности; показатели развития интеграционных процессов; показатели уровня и качества жизни населения; показатели лояльности населения к интеграционному объединению.

ЕАЭС – это международное объединение, созданное с целью стабильного развития национальных экономик стран-союзников и осуществление свободного товарооборота между ними. В 2022 году в Союз входят Россия, Казахстан, Республика Беларусь, Армения и Киргизская Республика.

Для полной оценки состояния экономической безопасности ЕАЭС рассмотрим динамику некоторых показателей.

Рассмотрим такой показатель как отношение дефицита государственного бюджета стран ЕАЭС к ВВП.

Таблица 1

Отношение дефицита государственного бюджета стран ЕАЭС к ВВП (2013-2021), %

Страна	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Армения	1,51	1,88	4,8	5,52	4,75	1,6	1	5,1	2,5
Беларусь	0,21	0	0	0	0	0	0	1,6	0,3
Казахстан	0	0	2,22	2,62	4,2	0	1,9	6,6	3,3
Киргизия	0,66	0,47	1,43	4,39	2,8	0,3	0,5	2,8	1,9
Россия	0,41	0,27	2,39	2,99	1,4	0	0,8	3,4	3,3
Пороговое значение	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Источник: [2]

Из таблицы мы видим, что три страны из пяти имеют профицит государственного бюджета. У Армении и Киргизии наблюдается дефицит бюджета, но его отношение к ВВП ниже порогового значения. При этом видна положительная динамика.

Так же можно заметить резкий скачок показателя во всех странах-членах в 2020 году.

В целом, дефицит государственного бюджета не является угрозой как для экономической безопасности самих государств, так и для интеграционного объединения.

Далее рассмотрим динамику уровня инфляции в странах-членах ЕАЭС.

Таблица 2

Инфляция в странах ЕАЭС (2014-2021 гг.), %

Страна	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Армения	2,8	3,7	-1,4	2,6	2,5	0,7	1,2	7,2
Беларусь	18,1	13,7	14	4,6	4,9	4,7	5,5	9,5
Казахстан	6,6	6,7	14,6	7,1	5,4	5,4	6,7	6,7
Киргизия	7,5	6,5	2,9	3,7	0,5	3,1	6,3	6,8
Россия	11,7	12,9	5,4	2,5	2,9	4,5	3,4	6,7
Расчетное значение ЕАЭС	-	8,7	5	8	5,5	3,6	5,7	7,3
Пороговое значение	20	20	20	20	20	20	20	20

Источник: [3]

В странах – членах ЕАЭС наблюдается неравномерная динамика темпов роста потребительских цен. Однако ни у одной из стран уровень инфляции не превышает порогового значения. Уровень инфляции не является угрозой экономической безопасности ЕАЭС.

Рассмотри такой важный показатель как доля стран-членов ЕАЭС в мировом экспорте.

Таблица 3

Доля стран ЕАЭС в мировом экспорте (2012-2021 гг.), %

Страна	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Армения	0,0136	0,0143	0,0148	0,0118	0,0151	0,02	0,01	0,01
Беларусь	0,2014	0,1762	0,1672	0,1381	0,1491	0,17	0,14	0,13
Казахстан	0,2462	0,0519	0,0520	0,1940	0,1832	0,21	0,27	0,26
Киргизия	0,0511	0,0519	0,0520	0,0453	0,0535	0,05	0,01	0,01
Россия	1,7605	1,7265	1,573	1,1361	1,1279	1,32	2,29	2,18
ЕАЭС	2,2728	2,2364	2,0409	1,5253	1,5288	1,77	2,72	2,59

Источник: [4]

С 2012 года доля стран ЕАЭС имеет устойчивую тенденцию к понижению значения показателя.

Причинами такого поведения показателя можно назвать проблемы экспорта стран и падение цен на сырьевые товары.

У стран-членов наблюдаются крайне серьезные проблемы в сфере экспорта.

Рассмотрим показатель доли стран-членов в мировом импорте.

Таблица 4

Доля стран ЕАЭС в мировом импорте (2013-2019 гг.), %

Страна	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Армения	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01
Беларусь	0,2	0,19	0,16	0,1	0,14	0,14	0,13
Казахстан	0,28	0,24	0,22	0,19	0,23	0,27	0,26
Киргизия	0,03	0,03	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01
Россия	2,06	1,85	1,36	1,82	2,01	2,29	2,18
ЕАЭС	2,6	2,34	1,78	2,13	2,4	2,72	2,59

Источник: [5]

Из приведенных выше статистических данных видим, что с 2014 года началось снижение доли стран-членов ЕАЭС в мировом импорте, однако в 2016 году показатель начинает расти. Данный показатель показывает зависимость стран ЕАЭС от поставок готовой продукции.

Анализ показателей указывает на несоответствие их экономическому потенциалу страны, более того такой уровень показателей не соответствует национальным интересам. В условиях углубляющейся интеграции использование финансовых инструментов, рычагов и методов финансового механизма ЕАЭС должно быть направлено на укрепление кооперационных связей и деловых контактов между организациями (предприятиями) стран ЕАЭС в целях роста промышленного производства на таможенной территории ЕАЭС.

Дальнейшее углубление интеграции в части создания общих рынков электроэнергии, газа, нефти и нефтепродуктов, транспорта и финансов; гармонизация национальных законодательств государств – членов ЕАЭС в целях исключения торговых барьеров; координация в рамках полномочий ЕЭК работы по проведению согласованных политик во всех сферах экономики будут способствовать повышению эффективности действия финансового механизма ЕАЭС.

Библиографические ссылки

1. Экономическая безопасность ЕАЭС: монография / под ред. И.В. Андроновой. – Москва: РУДН, 2020. – 430 с.: ил.
2. Официальный сайт Евразийской экономической комиссии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Евразийская экономическая комиссия (eurasiancommission.org)
3. Евразийский банк развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Евразийский банк развития - ЕАБР (eabr.org)
4. The World Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: World Bank Group – International Development, Poverty, & Sustainability
5. World Integrated Trade Solution [Электронный ресурс]. – Режим доступа: World Integrated Trade Solution (WITS) | Data on Export, Import, Tariff, NTM (worldbank.org)

АНАЛИЗ ПРЕДПОСЫЛОК К РАЗРАБОТКЕ КОНЦЕПЦИИ ЦИФРОВОЙ ВАЛЮТЫ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. А. Гречко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

hrechka.ulad@gmail.com;

науч. рук. – Т. И. Глеба, канд. экон. наук, доц.

науч. рук. – Г. Г. Головенчик, канд. экон. наук, доц.

Статья концентрируется на понятии цифровых валют центральных банков (ЦВЦБ) и, главным образом, раскрывает предпосылки к формированию такой системы в Республике Беларусь, в статье анализируется готовность цифровой инфраструктуры в Республике Беларусь, а также предлагаются ключевые архитектурные решения в области ЦВЦБ. Кроме того, затрагиваются другие аспекты разработки и внедрения, а также влияние ЦВЦБ на финансовую стабильность и монетарную политику. Обозначается подход Национального банка Республики Беларусь к данному вопросу.

Ключевые слова: цифровые валюты центральных банков; информационно-коммуникационные технологии; цифровой банкинг; цифровая экономика.

Стремительное возрастание роли цифровых технологий в финансовом секторе, появление инновационных способов их предоставления являются причиной повышенного внимания центральных банков к вопросам выработки новых инструментов для осуществления более быстрых, безопасных и прозрачных платежей. В результате цифровой трансформации изменяется экономическая активность, сокращается роль наличных денег, что стимулирует появление цифровых форм денег и кардинально меняет ситуацию в финансовой сфере.

Ключевым моментом во внедрении цифровой валюты центрального банка (далее – ЦВЦБ) является степень технологической готовности информационно-коммуникационной инфраструктуры, наличие доступа к домашнему и мобильному интернету, степень использования удаленных финансовых услуг. В Беларуси сложились благоприятные условия для эмиссии ЦВЦБ: в 2016 году количество абонентов сети Интернет преодолело знаковую отметку в 100 %, а также наблюдается тенденция к приращению числа абонентов за счет именно беспроводного доступа в интернет, что говорит о большом распространении мобильных устройств, а это в свою очередь дает доступ к мобильным цифровым технологиям [1].

С 1 октября 2016 г. в Беларуси функционирует Межбанковская система идентификации (далее – МСИ), позволяющая клиентам банков, однократно пройдя процедуру идентификации в одном из кредитно-

финансовых учреждений, получать удаленное банковское обслуживание с помощью цифровых каналов. По состоянию на 2021 г. в МСИ содержались данные о 6,7 млн. физических лиц, 129,0 тыс. юридических лиц, 169,5 тыс. индивидуальных предпринимателей. В Республике Беларусь развиваются системы дистанционного банковского обслуживания (далее – СДБО). Наиболее распространенным каналом СДБО для физических лиц является интернет-банкинг – более 7,2 млн. физических лиц, или 85,8 % от общего количества физических лиц – пользователей СДБО [1].

С распространением мобильных устройств наиболее динамично развивается мобильный банкинг, пользователями которого стали более 4,7 млн. физических лиц, или 56,1 % от общего количества физических лиц – пользователей СДБО [1]. В Республике Беларусь подход к введению ЦВЦБ должен быть проанализирован с нескольких аспектов.

Во-первых, достаточно затратным оказывается процесс исследования и разработки в области ЦВЦБ. В связи с этим перспективной видится идея импорта технологий в сфере ЦВЦБ из стран стратегических партнеров Республики Беларусь, которые достигли значительных успехов в разработке и тестировании ЦВЦБ. В случае принятия Национальным банком Республики Беларусь решения об эмиссии цифрового белорусского рубля целесообразно было бы рассматривать именно розничную модель. Это показывает опыт предложенных 13 концепций Народного банка Китая и 4 концепций Банка России, из которых выбрали именно розничные модели.

С другой стороны, инфляционные ожидания населения и умеренные темпы инфляции требуют со стороны Национального банка Республики Беларусь определенных мер по укреплению белорусского рубля. Исследования Банка международных расчетов, показывают, что внедрение ЦВЦБ поможет применять инновационные способы монетарной политики, которые в теории намного эффективнее традиционных [2]. Более того, эксперты указывают на потенциал новых возможностей для центральных банков с введением ЦВЦБ с точки зрения политики обеспечения ценовой и финансовой стабильности, информационной безопасности [2].

Однако, относительно высокий уровень долларизации национальной финансовой системы может нивелировать преимущества, которые приобретает центральный банк при выпуске ЦВЦБ. Поэтому внедрение концепций ЦВЦБ стратегических партнеров Республики Беларусь и их использование в расчетах вместо долларов, свободная конвертация белорусского цифрового рубля в российский и цифровой юань, низкая стоимость транзакционных затрат поможет простимулировать международную торговлю [1, 2].

Таким образом, внедрение ЦВЦБ Национального банка Республики Беларусь несет за собой как множество издержек разного типа: затраты на разработку и построение архитектуры, оптимизация или перестройка существующей финансовой инфраструктуры, зависимость от технологических решений в области ЦВЦБ стратегических партнеров, сложности с привлечением клиентов для цифровой валюты, так и множество очевидных и не совсем очевидных преимуществ: сниженная стоимость транзакций, стимулирование инновационных решений в финансовой сфере и повышение конкуренции и, наконец, новый инструментарий в руках Национального банка, который может быть эффективно использован в монетарной политике и обеспечении финансовой стабильности.

Библиографические ссылки

1. Информационное общество в Республике Беларусь // Белстат [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/50e/50e0f7e0b7e5875db07fb6c8350e8ec8.pdf> – Дата доступа: 08.05.2022.
2. Central bank digital currencies: foundational principles and core features // Bank of international settlements [Electronic resource] – Mode of access: <https://www.bis.org/publ/othp33.htm> – Date of access: 09.05.2022.

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ОЦЕНКИ БАНКОВСКИХ РИСКОВ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ ОПТИМИЗАЦИИ

М. С. Гриц

Белорусский государственный университет, г. Минск;

hrytsmaksim@gmail.com;

науч. рук. – А. И. Короткевич, д-р экон. наук, доц.

В статье предложена экономико-математическая модель, позволяющая оптимизировать риски банка с учетом необходимости максимизировать финансовые результаты деятельности кредитной организации.

Ключевые слова: банк; риски; модель оптимизации; чистые процентные доходы.

Задача предлагаемой модели состоит в оптимизации структуры привлекаемых и размещаемых денежных ресурсов банка так, чтобы чистые процентные доходы были максимальными с учетом рисков банка [1, 2]. При этом ограничения вызваны как особенностями рынка и банка нормативами Национального банка Республики Беларусь.

Особенности банковского рынка и возможности банка могут говорить нам о минимально и максимально возможных значениях переменных. В качестве переменных будут использованы статьи баланса. Данные о максимально и минимально возможных значениях были предоставлены маркетинговой службой банка.

К нормативам, которые накладывает Национальный банк на деятельность банка и которые учтены в модели, выделим [3]:

- норматив покрытия ликвидности (не менее 100 %, однако, в 2022 году Национальным банком было разрешено использование значение не менее 80 %.);

- норматив достаточности нормативного капитала с учетом консервационного буфера, % (не менее 12,5 %).

Нормативы достаточности нормативного капитала – это установленное предельное процентное соотношение размера (части) нормативного капитала банка и рисков, принимаемых на себя банком.

Норматив достаточности нормативного капитала определяется по следующей формуле (1):

$$ДК = 100\% * \frac{НК}{КР + А * (ОП + РР)} \quad (1)$$

где НК – величина нормативного капитала;

КР – величина кредитного риска, которая определяется как сумма активов, взвешенных по уровню кредитного риска, которые рассчитываются в соответствии с пунктом 24 Инструкции №137;

РР – величина рыночного риска;

A – число, равное 10, если идет расчет значения достаточности нормативного капитала;

ОР – величина операционного риска.

Норматив покрытия ликвидности предназначен для того, чтобы оценить, способен ли банк обеспечить запас высоколиквидных необременённых активов на таком уровне, который является достаточным для своевременного и полного выполнения обязательств банка в стрессовых условиях, которые характеризуются значительным недостатком ликвидности в банковской системе в следующие тридцать дней.

Величина покрытия ликвидности рассчитывается как отношение суммы высоколиквидных активов к чистому ожидаемому оттоку денежных средств в следующие тридцать дней (2):

$$\text{ВПЛ} = A_v / \text{ЧОО}, (2)$$

где A_v – высоколиквидные активы;

ЧОО – чистый ожидаемый отток.

Высоколиквидные активы – показатель, введенный Национальным банком для оценки ликвидности активов банка. Высоколиквидные активы состоят из активов 1-го уровня и 2-го уровня. К активам 1-го уровня относятся наличные денежные средства, драгоценные металлы и камни, средства на счетах в Национальном банке (на корреспондентском счете и депозитах до востребования), ценные бумаги стран группы А к активам 2-го уровня относят те активы, надежность и ликвидность которых чуть меньше: ценные бумаги стран группы «В», ценные бумаги Республики Беларусь в иностранной валюте.

Чистый ожидаемый отток денежных средств – разница между оттоком и притоком в следующие тридцать дней.

В сумму оттока включаются начисленные процентные расходы и иные расходы, которые должны быть выплачены в течении следующих тридцати дней. К ожидаемому притоку относятся все начисленные процентные доходы и любые другие доходы, ожидаемые к получению в следующие тридцать дней.

Перейдем к этапу идентификации переменных и математизации целевой функции и ограничений [2].

Целевая функция, которая ставит своей целью максимизацию чистых процентных доходов банка, имеет следующий вид (3):

$$f = \sum_{i=1}^m x_i d_i - \sum_{j=1}^n x_j d_j \rightarrow \max (3)$$

где x_i – сумма средств, инвестированных в i -й вид актива, тыс. руб.;

d_i – доходность i -го вида актива, в процентах;

x_j – сумма средств, привлеченных из j -го источника, тыс. руб.;

d_j – депозитный процент по j -му виду пассивов, в процентах.

Система ограничений будет выглядеть следующим образом.

$$C_{\min(i)} \leq x_i \leq C_{\max(i)}, \quad (4)$$

$$C_{\min(j)} \leq x_j \leq C_{\max(j)}, \quad (5)$$

$$x_i, x_j \geq 0, \quad (6)$$

$$\text{ВПЛ} \geq 1, \quad (7)$$

$$\text{НДНК} \geq 0,125. \quad (8)$$

где $C_{\min(i)}, C_{\max(i)}$ – минимальное и максимально возможное значение средств, которые можно инвестировать в i -й вид актива соответственно, млн. руб.;

$C_{\min(j)}, C_{\max(j)}$ – минимальное и максимально возможное значение средств, которые можно привлечь из j -го вида источника соответственно, млн. руб.;

ВПЛ – величина покрытия ликвидности;

НДНК – норматив достаточности нормативного капитала.

Таким образом, для оптимизации рисков банка разработана экономико-математическая модель, обеспечивающая максимизацию чистых процентных доходов на основе оптимизации привлекаемых и размещаемых денежных ресурсов банка с учетом рисков.

На основе экономико-математической модели, обеспечивающей максимизацию чистых процентных доходов с учетом рисков, была проведена оптимизация привлекаемых и размещаемых денежных ресурсов ОАО «Сбер банк».

Рассмотрим допущения, сделанные в ходе построения данной модели для лучшего понимания механизма оптимизации:

- оптимизация покрывает чистые процентные доходы банка, то есть моделируются процентные доходы и расходы банка. Чистые процентные доходы и были выбраны в качестве целевой функции для модели оптимизации банковских рисков.

- данные о минимальных и максимальных значениях были разработаны маркетинговой службой банка в рамках анализа баланса банка. В ходе экспертных оценок консенсусным являлось мнение о доверительном интервале, построенном на базе 10 % отклонения значений статей баланса. Учтем, что анализ проводился на средних значениях статей баланса 2021 года.

- доходности инструментов были взяты реальные, 2021 года. Отметим, что точность модели на данных 2021 года была 99,6 %. Отклонение было вызвано прочими полученными процентными

доходами. Экспертная оценка состоит в адекватности построенной модели.

– данные о риске и ликвидности также были взяты средние за 2021 год. Модель построена в агрегированном виде из-за конфиденциальности данных о точной аллокации активов.

– норматив достаточности нормативного капитала был рассчитан с учетом консервационного буфера, то есть нормативное значение было установлено – 12,5 %.

– в целом, экспертная оценка сходится в адекватности модели и консервативности применяемого сценария построения доверительного интервала, построенного на 10 % отклонении.

Заметим, что суть предложения заключается в ребалансировке банковского портфеля, что говорит нам о том, что значения валюты баланса должны остаться такими же, как и в первоначальном варианте – изменения происходят только между статьями баланса. Также допущением модели является то, что собственный капитал является неизменным.

Применив модель к данным ОАО «Сбер банк» за 2021 г., получили следующие результаты. Рассмотрим изменения в структуре портфеля размещения банка (таблица 1).

Таблица 1

**Изменения в структуре активов, предлагаемые с использованием
инструментария оптимизационной модели банковских рисков
ОАО «Сбер банк»**

Статьи баланса	Модель, %	2021 г., %	Изменение, п.п.
Денежные средства	2,7	3,0	-0,30
Драгоценные металлы и драгоценные камни	0,1	0,1	-0,01
Средства в Национальном банке	9,1	10,2	-1,02
Средства в банках	7,5	8,3	-0,75
Ценные бумаги	18,4	20,5	-2,05
Кредиты клиентам	57,9	53,3	4,60
Производные финансовые активы	0,0	0,0	0,00
Долгосрочные финансовые вложения	0,2	0,2	-0,02
Основные средства и нематериальные активы	3,5	3,9	-0,39
Доходные вложения в материальные активы	0,0	0,0	0,00
Имущество, предназначенное для продажи	0,0	0,0	-0,01
Отложенные налоговые активы	0,0	0,0	0,00
Прочие активы	0,4	0,4	-0,04
Итого активы	100,0	100,0	0,00

Источник – собственная разработка автора.

Как видно из таблицы 1 статья «Денежные средства» уменьшилась на 0,3 п.п, с реального значения в 3,0 % до моделируемого в 2,7 %. Также незна-

чительно на одну сотую процентного пункта снизилась и доля статьи «Драгоценные металлы и драгоценные камни». Значительно уменьшилась доля статьи «Средства в Национальном банке»: на 1 процентный пункт до 9,1 % в структуре баланса. Доля средств в банках упала на 75 базисных пунктов. Упала же статья «Ценные бумаги» на 2 процентных пункта до 18,4 %, а «Кредиты клиентам» выросли на 4,6 процентных пункта. Остальные статьи баланса подверглись незначительной корректировке в ходе расчета модели. Производные финансовые активы, долгосрочные финансовые вложения, доходные вложения в материальные активы, имущество, предназначенное для продажи, отложенные налоговые активы, прочие активы практически не изменили свою долю в структуре баланса.

Рассмотрим изменения в структуре портфеля привлечения (таблица 2). Значения статей «Обязательства» и «Собственный капитал» не менялись, в собственном капитале никакой ребалансировки не проводилось, поэтому данные будут представлены результирующей строкой.

Таблица 2

**Изменения в структуре пассивов, предлагаемые с использованием
инструментария оптимизационной модели банковских рисков
ОАО «Сбер банк»**

Статьи	Модель, %	2021 г., %	Изменение, п.п.
Средства Национального банка	0,0	0,0	0,00
Средства банков	21,4	21,2	0,14
Средства клиентов	56,4	56,0	0,41
Ценные бумаги банка	6,0	6,6	-0,66
Производные финансовые обязательства	0,4	0,4	0,04
Отложенные налоговые обязательства	0,0	0,0	0,00
Прочие обязательства	0,9	0,8	0,08
Всего обязательства	85,0	85,0	0,00
Всего собственный капитал	15,0	15,0	0,00
Итого обязательства и собственный капитал	100,0	100,0	0,00

Источник – собственная разработка автора.

Как видно, из таблицы 2 такие статьи баланса, как «Средства Национального банка», «Производные финансовые обязательства», «Отложенные налоговые обязательства», «Прочие обязательства» практически не используются банком, что и дает, по сути, близкое к нулю изменение в данных статьях. Изменились такие статьи баланса, как средства банков, средства клиентов и ценные бумаги банка.

Ценные бумаги банка уменьшились в результате оптимизации на 0,66 процентных пункта. Средства на корреспондентских счетах увеличились до 455 млн руб., а средства банков, которые приносят доход, уменьшились на 35 млн руб. до 615 млн руб. В смоделированном варианте больше стало

средств на текущих счетах с 1417 млн руб. по сравнению с реальным значением в 1279 млн руб. Депозитов же, наоборот, стало меньше с 1572 млн руб. до 1415 млн. руб.

Рассмотрим, что стало с результирующими показателями нормативов (таблица 3).

Таблица 3

Сравнение Нормативных показателей в смоделированном и реальном сценариях

Показатель	Модель, %	2021 г., %	Изменение, п.п.	Норматив, %
Норматив достаточности нормативного капитала	18,3	18,5	-0,2	12,50
Величина покрытия ликвидности	148,5	177,0	-28,4	80 (100)

Источник – собственная разработка автора.

Важно отметить, что величина покрытия ликвидности согласно Инструкции №137 должна быть выше 100 %, однако, Национальный банк разрешил применять в 2022 год значение в 80 %. А норматив достаточности нормативного капитала применен с консервационным буфером.

Норматив достаточности нормативного капитала снизился на 0,2 процентных пункта. Величина покрытия ликвидности снизилась на 28,4 процентных пункта. Оба норматива выполняются банком.

Таблица 4

Экономический эффект

Наименование показателя, тыс. руб.	Значение
Процентные доходы, полученные в модели	207433
Процентные доходы 2021 год	178356
Прибыль	29077
Налог на прибыль, %	25%
Чистая прибыль	21808

Источник – собственная разработка автора

Как следует из таблицы 4 в результате оптимизации процентные доходы банка выросли на 29 млн руб. или на 16 %. Консервативная оптимизация дала прирост чистой прибыли на 21,8 млн руб.

Таким образом, в рамках предложения – ребалансировки банковского портфеля, чистая прибыль банка выросла на 21,8 млн руб. Процентные доходы выросли на 29 млн руб. Все нормативы безопасного функционирования, задействованные в модели, выполняются. Также модель пригодна для принятия ряда других управленческих решений в банке.

Библиографические ссылки

1. Севрук, В. Т. Банковские риски / В. Т. Севрук. – М.: Дело ЛТД, 2017. – 694 с.

2. *Гармаш, А. Н.* Экономико-математические методы в примерах и задачах: Учебное пособие / А. Н. Гармаш, И. В. Орлова, Н. В. Концевая. – М.: Вузовский учебник, 2018. – 576 с.
3. *Короткевич, А. И., Очкольда, И. И.* Денежное обращение и кредит: учебное пособие / А. И. Короткевич, И. И. Очкольда. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 358 с.

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО ТОВАРА НА РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ JET)

Д. Д. Данилова, Д. Н. Собалевская

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ddanilova2107@gmail.com; tryasunova@bsu.by

науч. рук. – О. Е. Трясунова, ст. преп.

В статье рассмотрен жизненный цикл инновационного товара на рынке, его актуальность и сравнение с другими инновационными товарами.

Ключевые слова: инновационный товар; жизненный цикл; кикшеринги самокатов; рынок инноваций.

Существуют разные виды инновационных товаров, например, сетевые накопители энергии, биопластик из растительных отходов, металлинзы. В данном исследовании для анализа в качестве инновационного товара были выбраны электросамокаты, так как данный товар является весьма актуальным и его популярность постоянно растет.

Рынок инноваций – это совокупность организационно-экономических отношений, которые возникают в процессе обмена результатами инновационной деятельности и согласования интересов его участников по срокам, ценам и масштабам данного обмена. Подобные отношения возникают между участниками такого рынка с целью создания, внедрения и распространения нововведений.

Жизненный цикл инновационного проекта состоит из следующих этапов:

1. Зарождение инновации. Происходит производство, выпуск и реализация нового открытия или идеи, начинается процесс его самостоятельного функционирования. Эта стадия является и сложной, и главной, так как перспективы и прибыльность новшества будут зависеть от важности, необходимости и сферы применения нового изобретения. Затрачиваются большие суммы на его разработку и выпуск.

2. Рост инновации. Если новый продукт заинтересовывает потребителей и находит своих пользователей, то переходит на новый этап – рост. Прибыль, получаемая от реализации, растет, достигая периода окупаемости.

3. Зрелость. Характеризуется тем, что рынок перенасыщается продуктом, прекращается рост объема продаж ввиду достижения предела.

4. Насыщение рынка. Характеризуется уменьшением объема продаж и соответственно прибыли от реализуемой продукции.

5. Отмирание. Продукт становится неконкурентоспособным на рынке и непривлекательным для потребителей и вытесняется с рынка.

Инновационные товары имеют достаточно короткий жизненный цикл. В связи с этим было проведено исследование о жизненном цикле электросамокатов, а также выведены некоторые риски для владельцев кикшерингов.

Жизненный цикл товара – это время существования товара на рынке, промежуток времени от замысла изделия до снятия его с производства и продажи.

Факторы, влияющие на срок «жизни» электросамокатов:

- Определенные условия хранения батареи электросамокатов.
- Срок работы аккумулятора ~ 2 – 3 года.
- Согласно инструкции производителей, катание на самокате возможно при температуре до – 10 °С.

Из всех вышеперечисленных факторов следует вывод, что жизненный цикл инновационного товара зависит от условий, необходимых для функционирования технологий, которые он использует. Инновационные товары в наше время чаще всего используют различные технологии, которые могут быть достаточно привередливы к условиям их использования, что влияет на жизненный цикл данных товаров и может как увеличивать его, так и сокращать.

Продвижение инновационного продукта на рынок предполагает особую ценовую политику в отношении этого продукта. Цена является центральным звеном в комплексе инновационного маркетинга. Через цены на инновации строятся все экономические отношения инновационного предприятия.

Анализ в данной статье произведен исходя из уровня цен на услуги проката электросамокатов.

Кикшеринги самокатов – сервисы для совместного использования электросамокатов без станций, которые решают проблему передвижения на небольшие расстояния в черте города.

В 2021 году в Минске начал работать шеринг электросамокатов JET, предлагающий свои услуги с помощью мобильного приложения.

Для аренды электросамоката JET необходимо:

- Скачать приложение и зарегистрироваться в сервисе.
- Найти на карте или на ближайшей парковке электросамокат.
- Отсканировать QR по правилу, через встроенную функцию в приложении.

В разных городах стоимость аренды может быть различной. Фактическую стоимость аренды можно увидеть в приложении или на значке электросамоката. Также можно купить один из бонусных пакетов: чем больше стоимость бонусного пакета, тем большая сумма будет зачислена на счет потребителя в качестве бонусов.

Сравнение компании JET с конкурентами

Компания	Стоимость поминутной оплаты	Стоимость старта поездки	Акции
JET	24 коп/мин	бесплатно	Бонусы при скачивании приложения
Eleven	30 коп/мин	2 бел. руб	С картами Альфа Банка MasterCard – 30% скидка. Соответственно: 21 коп/мин., старт поездки – 1,4 бел. руб.
Kolobike	21 коп/мин	1 бел. руб	С картами Visa (выпущенных белорусскими банками) – новые пользователи, которые привяжут карту Visa, получают 2 бел. руб. на счет Kolobike, за каждые 10 поездок в течение 30 дней – пользователи получают 2 бел. руб. на счет Kolobike.

Из плюсов кикшеринга JET – бесплатный старт. Минута пользования сопоставима с Kolobike и чуть дороже чем у Eleven. Минусы – залог для поездки 5 рублей.

Можно сделать вывод, что конкуренция на рынке инновационных товаров присутствует, чему по большей степени способствует стоимость за одну поездку и качество самого самоката, удобство использования приложения и время на регистрацию.

Рынок самокатов на данный момент является инновационным и все больше людей начинают пользоваться самокатами в своей повседневной жизни. Кикшеринги самокатов наиболее полезны тем, кто должен очень много передвигаться по густонаселенному городу.

При разработке нового изобретения не стоит растягивать процесс планирования внедрения на рынок. Каждый день в мире появляется инновационное изобретение, поэтому большое количество времени, затраченное на разработку, может стать причиной того, что разрабатываемый проект будет уже неактуальным. Поэтому, чем быстрее инновация внедряется на рынок, тем больше шансов для успеха.

Для того, чтобы новое изделие в наибольшей степени удовлетворяло потребности потребителей, фирма должна проанализировать мнения и пожелания потребителей. На основе этих мнений формулируется некоторый образ будущего продукта.

Процесс ценообразования инновационной продукции крайне сложен, так как, как правило, отсутствуют достоверные критерии, позволяющие объективно и однозначно оценить творческий труд, необходимый для

создания новшества. В обычной практике ценообразования цена товара базируется на совокупных затратах на его производство, а также на конкурентных усилиях производителя.

Библиографические ссылки

1. Виды и типы инноваций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://logistics.ru/learning/news/vidy-i-tipy-innovaciy>. – Дата доступа: 15.05.2022
2. Инновационное развитие организаций в современных экономических условиях : сборник материалов IV Форума молодых исследователей кафедры инноватики и предпринимательской деятельности, посвященного 100-летию БГУ, Минск, 28 мая 2021 г. / БГУ, Экономический фак., Каф. инноватики и предпринимательской деятельности, СНИЛ «Центр инновационных проектов и трансфера знаний» ; [редкол.: В. Ф. Байнев (гл. ред.) и др.]. – Минск : БГУ, 2021. – С. 183 – 189.
3. Как использовать и хранить электросамокат зимой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.boonget.ru/articles/kak_hranit_elektrosamokat_zimoj. – Дата доступа: 12.05.2022.
4. Транспортно-логистический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infotrans.by/2021/07/29/v-minske-zarabotal-novyj-shering-elektrosamokatov-urent-uzhe-tretij-posle-eleven-i-kolobike/>. – Дата доступа: 14.05.2022.
5. Advantages & Disadvantages of Electric Scooters [Electronic resource]. – Mode of access: <https://environmental-conscience.com/electric-scooters-pros-cons/> – Date of access: 15.05.2021.

ВЛИЯНИЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

Д. И. Дашук

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
dashyk_dasha@mail.ru;
науч. рук. – В. С. Мастяница, канд. физ-мат. наук, доц.*

В статье проводится анализ влияния научно-технического прогресса на отдельные макроэкономические показатели и на экономический рост в целом, а также исследуется роль производственной функции Кобба-Дугласа в прогнозировании развития предприятия. В соответствии с проведенным анализом были определены основные пути, обеспечивающие ускоренный экономический рост.

Ключевые слова: научно-технический прогресс; прогнозирование; метод наименьших квадратов; экономический рост; производственная функция Кобба-Дугласа.

Технологические изменения являются важнейшим фактором, определяющим темпы экономического роста. Научно-технический прогресс играет еще более важную роль, чем накопление капитала. Именно научные и технологические изменения могут привести к дальнейшему увеличению производства на душу населения. Экономический рост же достигается путем применением улучшенных технологий использования ресурсов. Научно-технический прогресс активно влияет на все экономические процессы, которые происходят внутри государства, обеспечивая тем самым либо экономический рост, либо, наоборот, экономический спад.

Для того чтобы оценить степень влияния научно-технического прогресса на развитие предприятия и спрогнозировать объемы его производства, воспользуемся исходными данными за 20 лет, представленными в табл.

Данные об объеме выпуска, затратах труда и капитала предприятия за 20 лет

i	Q	K	L
2002	841,3	45,63	29
2003	507,05	22,36	28
2004	509,41	22,21	40
2005	970,69	50,1	36

Окончание таблицы

i	Q	K	L
2006	993,84	44,99	42
2007	915,1	41,65	43
2008	927,01	48,29	45
2009	1261,37	47,35	54
2010	1297,88	55,51	49
2011	890,99	49,23	47
2012	1164,03	42,19	57
2013	1428,9	65,48	55
2014	1339,25	46,96	59
2015	1499,9	69,21	55
2016	1273,09	56,83	57
2017	1082,52	48,84	57
2018	1517,47	61,68	57
2029	1341,68	56,36	66
2020	1449,58	76,04	66
2021	1856,76	76,06	69

Примечание – Источник: собственная разработка

Чтобы определить параметры A , α , β функции Кобба-Дугласа, воспользуемся эконометрическими методами [1].

Функция Кобба-Дугласа – это нелинейная множественная регрессия:

$$Q = AK^{\alpha}L^{\beta}\varepsilon.$$

Чтобы применить метод наименьших квадратов (МНК), ее необходимо линеаризовать путем логарифмирования:

$$Q = \ln(AK^{\alpha}L^{\beta}\varepsilon) = \ln A + \alpha \ln K + \beta \ln L + \ln \varepsilon.$$

Теперь можно найти параметры α , β , γ помощью МНК [2]:

$$\sum (\ln Q - \gamma - \alpha \ln K - \beta \ln L)^2 \rightarrow \min.$$

Для расчетов воспользуемся «Поиском решения», но сначала необходимо вычислить логарифмы. Зададим произвольные значения парамет-

ров (например, $\gamma=1$, $\alpha=0,5$, $\beta=0,5$) и вычислим ошибки модели в логарифмах, квадраты ошибок и их сумму. В результате минимизирования суммы квадратов через «поиск решения» получим следующие значения параметров: $\alpha=0,70905$; $\beta=0,46799$; $Y=2,4181$; $A=11,22458$.

Функция Кобба-Дугласа с учетом и без учета научно-технического прогресса для рассматриваемого предприятия имеет вид:

$$Q^* = 11,2K^{0,709}L^{0,468} \cdot e^{2,418},$$

$$Q^* = 11,2K^{0,709}L^{0,468}.$$

Сумма $\alpha + \beta = 1,18$, в данном случае наблюдается возрастающая отдача от масштаба.

Для проверки точности модели вычислим среднюю относительную ошибку MAPE.

$$MAPE = \frac{1}{n} \sum \left| \frac{Q - Q^*}{Q} \right| \cdot 100\%.$$

В результате расчетов средняя относительная ошибка составила 7,43%, что меньше 10%, значит модель достаточно точная.

Для того, чтобы спрогнозировать объемы выпуска предприятия на 21-й год, необходимо спрогнозировать K и L.

Построим график K и добавим линии тренда. По коэффициенту R^2 необходимо выбрать наилучший тренд. В примере это линейная модель с $R^2 = 0,6$ (рис. 1).



Рис. 1. Прогнозирование капитала на 21-й год

Примечание – Источник: собственная разработка

Используя полученное уравнение тренда, спрогнозируем K на 21-й год:

$$K_{21} = 1,879 \cdot 21 + 31,61 = 71,069.$$

Аналогично спрогнозируем L. Но для него наилучшей оказалась степенная модель:

$$L_{21} = 26,02 \cdot 210,3001 = 64,8594.$$

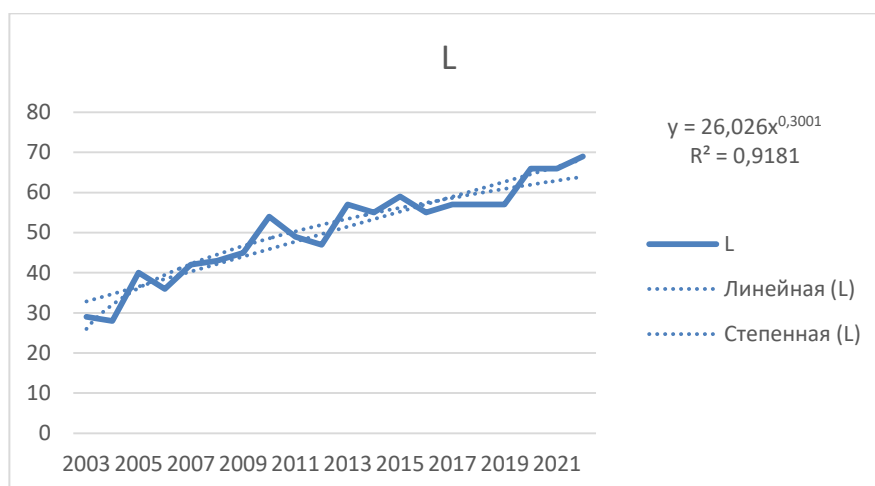


Рис. 2. – Прогнозирование труда на 21-й год
Примечание – Источник: собственная разработка.

Наконец, вычислим прогноз объема выпуска:

$$Q_{21} = AK_{21}^{\alpha} L_{21}^{\beta} = 11,2 \cdot 71,1^{0,71} \cdot 64,9^{0,47} = 1625,9$$

На 21-ый год деятельности предприятия можно ожидать объем выпуска 1625,9 ден.ед. Стоит отметить тот факт, что объем выпуска по сравнению с предыдущим годом уменьшился. Что касается труда и капитала, то здесь также замечено снижение показателей на 21-й год.

Такой подход можно использовать для прогнозирования развития конкурентного бизнеса, когда мы не можем назначать объем трудовых ресурсов и капитала на следующий год.

Таким образом, в результате расчетов основных показателей производственной функции Кобба-Дугласа и прогнозирования на их основе, мы можем сделать вывод о том, что научно-технический прогресс оказывает существенное влияние на деятельность как отдельного предприятия, так и экономики страны в целом. Это можно отследить, сравнивая прогнозы объемов выпуска с учетом и без учета научно-технического прогресса: разница велика и значительна.

Библиографические ссылки

1. Экономико-математическое моделирование: [учебно-методическое пособие] / Колемаев В.А. Москва: «Юнити-Дана», 2005. – 295 с.
2. Сборник задач и упражнений по высшей математике для экономических специальностей: [учебно-методическое пособие] / В. С. Мастяница, С. В. Рогозин, М. В. Дубатовская. - Минск: БГУ, 2018. – 335 с.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА КАЛИЙНЫХ УДОБРЕНИЙ

А. Д. Делендик

Белорусский государственный университет, г. Минск;

arishkadelendik@gmail.ru;

науч. рук. – Н. А. Мельникова, канд. экон. наук, доц.

В статье проводится анализ формирования прибыли государственного предприятия. Прибыль играет важную роль, так как она способствует обеспечению эффективной деятельности компании, помогая ей оставаться конкурентоспособной и привлекательной для инвесторов. На основании проведенного анализа предложены рекомендации по увеличению прибыли предприятия.

Ключевые слова: финансовое состояние; прибыль; ликвидность; налог на прибыль; платежеспособность; рентабельность.

В работающей рыночной экономике, независимое предприятие вправе само решать куда расходовать свою чистую прибыль, прибыль, оставшуюся после уплаты всех налогов и других обязательных платежей. Отсюда легко делается вывод о том, что крайне важно грамотно управлять формированием прибыли в соответствии с ускоренным движением жизни.

Предприятию необходимо управлять формированием прибыли так, чтобы Общество имело возможность постоянно совершенствовать производство, развивать новые формы ведения хозяйства, быть передовым с позиции НТР и социальных аспектов.

ОАО «Беларускалий» является одним из самых прибыльных предприятий Республики Беларусь. Оно является единственным Республике Беларусь и одним из крупнейших мировых производителей хлоркалия в мире. Однако не смотря на то, что предприятие является таким гигантом, как и у любого бизнеса у него могут возникать проблемы.

Одной из наиболее важных и значимых проблем ОАО «Беларускалий» является большая закредитованность. На 1 января 2018 года долгосрочный долг предприятия составил 377 млн белорусских рублей. Большая закредитованность предприятия обосновывается масштабной инвестиционной деятельностью ОАО «Беларускалий» на которую и требуются кредиты [4, с. 4].

ОАО «Беларускалий» инвестирует в строительство. Это строительство Горлыкского ГОКа в Туркменистане, Петриковского горно-обогатительного комбината, Доросинского рудника, строительство «Белкалий-Миаго» (проект реализуется совместно с компанией Migao Corporation – лидером китайского рынка специализированных калийсодержащих удобрений). Самыми дорогостоящими инвестициями

ОАО «Беларуськалий» являются вложения в Петриковской горно-обогатительный комбинат, размер инвестиций составляет 1,5 млрд долларов [6].

Помимо строительства, организация проводит активную социально-инвестиционную деятельность. Наиболее значимыми проектами считаются реконструкция детского оздоровительного лагеря «Дубрава», санатория «Березка», реконструкция гостиницы «Алеся», реконструкция стадиона «Шахтер», возведение кафедрального собора Рождества Христова в г. Солигорске, строительство жилого комплекса для работников, строительство детского сада, помощь городским властям в строительстве школы, поликлиники и прочие инвестиции.

Все эти мероприятия требуют значительных инвестиционных вложений, а значит появляется необходимость в кредитах.

Видно, что предприятие имеет большой долг и высокие инвестиционные расходы, однако благодаря тому, что спрос на производимую продукцию постоянно растет, значит, увеличивается производство и поставки на мировую арену. Это подтверждает очень высокий уровень организованности предприятия, так как мировой рынок требует точных сроков поставки и превосходного качества продукции.

Иногда предприятие несет огромные убытки, связанные с перевозкой производимой продукции. ОАО «Беларуськалий» осуществляет перевозку как в собственных вагонах, так и в арендованных. Убытки связаны именно со вторым способом, так как в таком случае поставки зависят от собственника вагонов. Убытки возникают в моменте простоя судов, из-за нарушения графика поставки продукции в пункты перевалки.

Практически каждый год организация имеет непокрытый дефицит связанный с отсутствием планирования поставок готовой продукции. Из этого можно сделать вывод о том, что ОАО «Беларуськалий» необходимо создать парк из собственных вагонов. Такой парк поможет в устранении финансовых потери и обеспечит независимость поставок от посредников, а значит и экономическую безопасность государству.

Следующей глобальной проблемой остается высокий уровень налогообложения прибыли.

Также, проблемы формирования прибыли связаны прежде всего с установлением уровня налогооблагаемой прибыли. Распределение прибыли касается проблем взаимоотношений с фискальными органами и акционерами.

Повышение таможенной пошлины (с 20 до 55 евро за тонну) может негативно сказаться на финансовых результатах предприятия: прибыли от реализации, чистой прибыли, может потребовать привлечение заем-

ного капитала для строительства Петриковского ГОК, из-за дефицита собственных оборотных средств и др. [3].

Также целесообразно Обществу пересмотреть свой подсчет амортизации. Так как для отдельных объектов основных средств можно использовать метод ускоренной амортизации. Этот метод имеет несколько преимуществ:

1. ускоренная амортизация позволяет сделать процесс обновления основных средств более быстрым;
2. позволяет накопить средства для технического перевооружения;
3. снизить налог на прибыль;
4. исключить физический и моральных износ основных средств (это дает возможность увеличить объем производства, снизить себестоимость и повысить качество продукции).

Такой метод амортизации можно применять к современным дорогостоящим производственным линиям, к оборудованию, которое быстро устаревает и к компьютерной технике.

Увеличение амортизационных отчислений приведет к снижению налогооблагаемой базы, а следовательно, к уменьшению отчислений в бюджет и внебюджетные фонды.

Также проблемой для ОАО «Беларуськалий» является сезонность сельскохозяйственной продукции. Калийные удобрения применяются для выращивания важных продуктов питания для населения. Снижение платежеспособности сельхоз производителей приводит к снижению закупки калийных удобрений. Платежеспособность может снижаться из-за негативного влияния погодных условий (например засуха) или из-за прекращения поддержки государства (например Индия).

Нельзя не отметить такую проблему как столкновение мировой экономики с коронавирусом, который привел к закрытию границ между странами, снижению контактов среди населения и организациями, введению карантина и объявлению чрезвычайных положений.

При этом ОАО «Беларуськалий» продолжает производить и продавать калийные удобрения в соответствии с спросом покупателей. Все условия договоров с покупателями соблюдаются полностью. Случаев отказа заключения контрактов по причине распространения коронавируса не зафиксировано. Традиционно мировой рынок калийных удобрений приходит в движение после подписания контрактов самым крупным покупателем – Китаем.

Следующей проблемой является отсутствие программного единства. Сейчас на предприятии нет автоматизированной системы управления основанной на единой платформе. В компании работает несколько программ, которые автоматизируют разные участки работы. Из-за этого

снижается скорость обработки информации и усложняется предоставление общих отчетов. А все это ведет к снижению эффективности управления организацией и временному лагу в принятии управленческих решений.

Чтобы решить проблему можно обратиться к отечественным разработчикам, которые уже зарекомендовали себя или к зарубежным.

Крупнейшими разработчиками АСУ для крупных предприятий в Республике Беларусь являются ООО «Модис-М», ООО «Современные информационные технологии», Компания «ІВА» (ЗАО «Международный деловой альянс»), Корпорация «Галактика».

Если учитывать масштабность организации и внутренние особенности, то рекомендуется внедрение концепции управления по методологии ERP. Разработчиком данной концепции на рынке СНГ, с учетом особенности отечественных предприятий является «Корпорация «Галактика».

Данная система даст возможность скооперировать в единое информационное пространство (единую базу), бухгалтерский и налоговый учет, управление персоналом и управление процессом производства.

Таким образом, проанализировав деятельность ОАО «Беларуськалий» можно сделать вывод о том, что у предприятия существует ряд проблем, которые необходимо устранять. Для дальнейшего стабильного функционирования, предприятию необходимо реализовать ряд мероприятий по устранению данных проблем, что даст возможность снизить себестоимость продукции, увеличить конкурентоспособность и укрепить его позиции на мировом рынке.

Библиографические ссылки

1. *Короткевич А. И., Шпарун Д. В., Табала Д. Ч.* Финансы: учебно-методический комплекс. – Минск: БГУ, 2018 г. – 369 с.
2. *Сидорова, А. И.* Финансовый анализ / А. И. Сидорова, М. А. Жукова. – Минск: БГЭУ, 2018. – 120 с.
3. О предприятии ОАО «Беларуськалий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kali.by/company/> – Дата доступа 27.04.2022г.
4. Бухгалтерский баланс ОАО «Беларуськалий» за 2018 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kali.by/upload/%E2%84%9613%20%202019.pdf>. – Дата доступа 27.04.2022
5. Отчет о прибылях и убытках ОАО «Беларуськалий» на 31.12.2018 г [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kali.by/upload/%E2%84%9613%20%202019.pdf>. – Дата доступа 27.04.2022г.
6. ОАО «Беларуськалий» строит горно-обогатительный комбинат в Петрикове [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gomel.today/petrikov-142/> – Дата доступа 27.04.2022 г.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И ТЕХНОЛОГИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

В. Д. Ермак

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vladislav.yermak1@gmail.com;

науч. рук. – Е. Г. Господарик, канд. экон. наук, доц.

В данной статье исследуется количественная взаимосвязь показателей человеческого капитала и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на экономический рост. Анализируемой выборкой представлены 20 стран, 10 из которых развивающиеся и 10 высокоразвитые. Благодаря сравнению коэффициентов экзогенных показателей была оценена степень влияния показателей образования, валового внутреннего дохода (ВНД) и ИКТ на экономический рост в высокоразвитых и развивающихся странах. На основе построенных эконометрических моделей панельных данных рассчитаны прогнозные значения ВВП для выборки развивающихся и развитых стран. Также были оценены ошибки прогнозирования для моделей со случайными и постоянными эффектами для получения в дальнейшем более точных и достоверных прогнозируемых значений экономического роста.

Ключевые слова: экономический рост; моделирование влияния; панельные данные; человеческий капитал; информационно-коммуникационные технологии; прогнозирование; ошибка прогнозирования.

В нынешнем мире в условиях рыночной экономики каждое государство стремится к росту благополучия граждан своей страны и уровня счастья в стране, чтобы этого добиться, государству необходимо проводить грамотную политику для устойчивого экономического роста. Как известно, детерминант для экономического роста существует огромное количество, и в данной работе в качестве факторов, объясняющих ВВП, выбраны показатели человеческого капитала и ИКТ.

Развитие технологий, особенно информационных и коммуникационных технологий, имело огромное влияние на экономическое состояние и другие аспекты человеческой жизни на протяжении последних нескольких лет. Их влияние особо заметно в период драматических изменений, связанных с пандемией коронавирусной инфекции COVID-19. В этот период средства ИКТ позволили «новой нормальности» быстро вжиться в повседневную жизнь всех людей. Человеческий капитал имеет огромное влияние на ВВП. Виды отдачи человеческого капитала для индивида включают в себя повышенную пригодность к трудоустройству, более высокие заработки и перспективы карьерного роста, создание большей добавленной стоимости, повышенную производительность труда и другое.

Эмпирической базой для построения эконометрической модели были выбраны 20 стран за период 1990–2020 года. Две группы стран: разви-

вающиеся страны – Беларусь, Китай, Российская Федерация, Казахстан, Армения, Мексика, Аргентина, Колумбия, Польша и Южная Африка; развитые страны – Япония, США, Германия, Соединенное Королевство, Новая Зеландия, Дания, Канада, Франция, Люксембург и Нидерланды.

Существуют следующие методы оценки модели с панельными данными (Panel-data):

1. Обычный МНК (метод наименьших квадратов);
2. Модель с фиксированными эффектами:
 - a. МНК с фиктивными переменными;
 - b. Фиксированная модель внутри групповой модели;
 - c. Метод первых разностей;
3. Модель со случайными эффектами.

На примере динамической модели с помощью обычного метода наименьших квадратов (МНК) рассмотрим уравнение:

$$\begin{aligned} \ln(GDP_{i,t}) = & \beta_0 + \beta_1 Expected\_years\_schooling_{i,t} \\ & + \beta_2 \ln(GNI\_per\_capita_{i,t}) + \beta_3 ICT\_goods\_exports_{i,t} \\ & + \beta_4 ICT\_goods\_exports_{i,t} + \beta_5 Internet\_users_{i,t} \\ & + \beta_6 Life\_expectancy_{i,t} + \beta_7 Mean\_year\_schooling_{i,t} \\ & + \varepsilon_{i,t} \end{aligned}$$

где $GDP_{i,t}$ – ВВП i -ой страны за период времени t , выраженный в постоянных ценах долларов США 2015 года; $Expected\_years\_schooling_{i,t}$ – средний ожидаемый уровень обучения граждан; $GNI\_per\_capita_{i,t}$ – ВНД на душу населения, выраженный в постоянных ценах долларов США 2015 года; $ICT\_goods\_exports_{i,t}$ – экспортируемые товары ИКТ в процентном отношении ко всем экспортируемым товарам; $Internet\_users_{i,t}$ – доля населения, которые являются пользователями интернета; $Life\_expectancy_{i,t}$ – средняя продолжительность жизни населения при рождении; $Mean\_year\_schooling_{i,t}$ – средняя продолжительность обучения граждан в i -ой стране за период времени t . Т.е. $i=1, 2, \dots, N$, где N – общее количество стран в выборке, а $t=1, 2, \dots, T$, где T – общее количество рассматриваемых ежегодных периодов.

По итогу получили, что модель с фиксированными эффектами лучше других моделей описывает колебания уровня ВВП. Рассмотрим следующую таблицу с результатами оценок моделей:

Таблица 1

Переменная	Развивающиеся страны	Высокоразвитые страны
Константа	17,863*** (0,227)	17,723*** (0,698)
Ожидаемое кол-во лет в образовании	0,046*** (0,007)	-0,046*** (0,008)
ВНД на душу населения (логарифм)	0,820*** (0,024)	0,265*** (0,053)
Доля экспорта товаров ИКТ	-0,003 (0,002)	0,002 (0,002)
Пользователи интернета, % населения	0,001*** (0,0003)	$-7 \cdot 10^{-5} \sim \text{ноль}$ (0,0005)
Средняя продолжительность жизни при рождении	0,001*** (0,003)	0,103*** (0,008)
Среднее количество лет в образовании	0,008 (0,007)	-0,026* (0,014)
Число наблюдений	197	200

Результаты оценки модели фиксированных эффектов для развивающихся и развитых стран за 1990-2020 года

Примечание *** – показатель значим при 1 процентном уровне, ** – при 5 процентном уровне, * – при 10 процентном уровне, иначе – показатель статистически не значим; в скобках указано стандартное отклонение.

Сравнивая полученные модели, можно заметить, что в развитых странах показатели ожидаемого количества лет в образовании, пользователи интернета в процентах от всего населения, а также ожидаемое количество лет в образовании перестали положительно сказываться на ВВП. Это связано с тем, что высокоразвитые государства достигли той оптимальной точки по этим показателям, что рост этих показателей не приносит того же эффекта на ВВП. Показатель пользователей интернета в развивающихся странах оказался сильно статистически значим, а в высокоразвитых странах он оказался вовсе незначимым. Исходя из этого, можно сказать, что уровень пользователей интернета и в целом развитие ИКТ в развивающихся странах, оказывает значимое влияние на экономический рост.

Проведя тестирование модели с фиксированными эффектами на примере развивающихся и высокоразвитых стран получили следующие оценки ошибок MAPE и MAE.

$$MAPE = \frac{1}{N} \sum_{t=1}^N \frac{|Y(t) - \hat{Y}(t)|}{Y(t)} * 100\%$$

$$MAE = \frac{1}{N} \sum_{t=1}^N |Y(t) - \hat{Y}(t)| * 100\%$$

Таблица 2

Результаты оценок средней абсолютной ошибки в процентах и средней абсолютной ошибки

	Высокоразвитые страны	Развивающиеся страны
MAPE	5.245%	3.445%
MAE	309,358,002,709.59 \$	65,403,355,858.63 \$

Как видно из полученных оценок модель с фиксированными эффектами для развивающихся стран прогнозирует с меньшей ошибкой (3.445 %), чем модель для высокоразвитых стран (5.245 %). Данная ошибка является низкой в обоих моделях, что доказывает хорошую достоверность полученных эконометрических моделей для обеих групп стран. По средней абсолютной ошибке также видно, что ошибка для развивающихся стран почти в 5 раз меньше, чем для высокоразвитых. Стоит брать во внимание, что уровни ВВП в высокоразвитых странах в несколько раз превышают уровень ВВП в развивающихся странах, поэтому лучше всего стоит исходить из показателя средней абсолютной ошибки в процентах.

Обе модели показали очень высокую точность при прогнозировании значений на 2019. Поэтому с помощью данных моделей с фиксированными эффектами можно предсказать уровень ВВП развивающихся стран с 3.4 % ошибкой, а для высокоразвитых с 5.2 % ошибкой.

Библиографические ссылки

1. ЕАЭС-2050: глобальные тренды и евразийская экономическая политика : моногр. / Е. Г. Господарик, М. М. Ковалев. – Минск : Изд. центр БГУ, 2015. – 152 с.
2. Эконометрика II. Практикум: учеб.-метод. пособие / Ю. Г. Абакумова [и др.]; под ред. Ю. Г. Абакумовой. – Минск: БГУ, 2020. – 167 с.
3. Сборник задач по эконометрике временных рядов и панельных данных. – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. – 64 с.
4. United Nations Development Programme [Electronic resource]. – Mode of access: <https://hdr.undp.org/en/data> – Date of access: 23.05.2022.
5. World Bank Open Data [Electronic resource]. – Mode of access: <https://data.worldbank.org> – Date of access: 23.05.2022.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ОПЕРАЦИЙ БАНКОВ С ПЛАТЕЖНЫМИ КАРТАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

И. В. Ефименко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

efimenkoi924@gmail.com;

науч. рук. – С. Н. Данченко, ст. преп.

В статье проводится сравнительный анализ становления и функционирования рынка платежных карт в некоторых странах. Выявлена взаимосвязь ведения бизнеса и развития рынка банковских карт. На основе проведенного анализа сделан вывод о целесообразности развития банковской инфраструктуры с учетом зарубежного опыта как для общества, так и для бизнеса.

Ключевые слова: банковская система; введение бизнеса; международная карта; операции банков; платежная карта.

В современных условиях развития бизнеса происходит процесс интеграции экономик отдельных государств и изменение условий функционирования платежных систем, что находит свое проявление, прежде всего, в развитии безналичных форм расчетов. Одним из инструментов безналичных расчетов является банковская карта, ее широкое применение одновременно характеризует степень интегрированности банковской системы, общества и бизнеса, а также развития банковских операций и платежного оборота.

Практический интерес для Беларуси представляет опыт Китая в области создания национальной платежной системы CUP.

В Китае банковские карточки используются уже более 20 лет. Первым их начал эмитировать коммерческий банк «Банк Китая». Но интенсивное развитие этого сегмента рынка началось с создания платежной системы CUP. Платежная система CUP была основана в марте 2002 г. и отвечает за создание и функционирование национальной межбанковской платежной системы по карточкам.

Система CUP – акционерное общество, учредителями которого являются правительство и коммерческие банки. Среди ее ключевых задач – поддержка в оперативном и равномерном развитии рынка банковских карточек Китая и вывод государства на новый уровень с активным ростом и большими возможностями карточной бизнес – индустрии [1, с. 115].

China Union Pay сотрудничает со многими коммерческими китайскими банками. Задачей такого взаимодействия является формирование и раскручивание национального карточного бренда, обеспечение правильного и активного управления этим важным банковским инструмен-

том, помощь в укреплении безопасности национальной экономики Поднебесной. Сегодня система объединяет примерно 3 сотни кредитных учреждений в КНР.

В настоящее время карточками с логотипом CUP можно рассчитываться в 26 странах мира, включая Россию и Казахстан. Обеспечивается эта возможность на основе договоров коммерческих банков Китая с банками других государств с учетом законодательства страны [1, с. 126].

Опыт Китая может быть использован и в Беларуси. Речь идет об организационных и экономических аспектах создания и функционирования системы, использовании административного ресурса в стимулировании внедрения корпоративных и кредитных карточек, о тарифах на эквайринг, о минимизации кредитного риска по кредитным карточкам, об управлении рисками в карточных системах, использовании карточек национальной системы в других странах [1, с. 221].

Принципиально новый период становления платежных карт в США стартовал из — за присоединения двух самых крупных банков в Америке к системе пластиковых карт, таких как «Bank of America» и «Чейз Манхэттен Банк». Это случилось в 1958 году.

Первой действительно массовой кредитной картой стала карта позволяющая продлить кредит. Эту карту выпустил «Банк оф Америка», сейчас Visa. С помощью такой карты вырос объем операций с 75 миллионов до 335 миллионов, а количество клиентов с 1 миллиона до 2,7 миллионов держателей [2, с. 299].

Так в 1966 году случилось мероприятие, в результате которого система карт подверглась воздействию на весь следующий ход развития. «Bank of America» организовал отдельное предприятие, в котором сконцентрировались абсолютно все операции по пластиковым картам этого банка.

Этой системой заинтересовались даже зарубежные банки, например банк Великобритании. Но, как бы «Bank of America» не старался быть монополистом по операциям с пластиковых карт на рынке, на северо-востоке Соединенных Штатов в 1960-х годах появился ряд ассоциаций по выпуску карт. На их базе в 1967 году был создан «Interbank Card Association», в котором много банков захотело объединиться, в итоге эта ассоциация стала второй самой крупной компанией банковских карт. Отличием было от банка Америки то, что банки участники имели право самостоятельности в решение некоторых вопросов. Их карточки объединяло только буква «I». После этого системы централизовали и все должны были выпускать по одним правилам карточки, что стало причиной выпуска единой пластиковой карты [2, с. 201].

Так в 1966 году случилось мероприятие, в результате которого система карт подверглась воздействию на весь следующий ход развития. «Bank of America» организовал отдельное предприятие, в котором сконцентрировались 27 абсолютно все операции по пластиковым картам этого банка. Важнейшим в этом всё было то, что эта организация начала выпуск лицензий для других банков, чтобы они могли выпускать карты «Bank of America», это дало огромный толчок множеству мелких банков стать частью системы пластиковых карт. Они получали все нужное оборудование, но были обязаны поставить свои операции по пластиковым картам на строгий контроль банку. Он и устанавливал и определял правила и стандарты для всех остальных банков.

С 1993 года сильно поменяла собственную стратегию и РФ в компании «Еuroрау»: она быстро увеличила приём банков России в члены ассоциации платёжной системы, для более удобной работы было открыто отделение в Москве. Пока «Visa» сдержанно вела себя по отношению к России, «Еuroрау» очень скоро довёл количество российских банков до нескольких десятков. В результате создали ассоциацию русских участников «Еuroрау», которая помогает быстрее и лучше улаживать совместные для банков проблемы.

В текущее время «Visa» уже не сдерживает свое внимание к России, делается соответственная русская ассоциация, находят ответы на вопросы региональных уровней, например клиринга и определяется Русский банк для расчётной системы.

Есть такие карты как «потребительские карточки» их выпускает компания не финансовая для оплаты товаров и услуг в сети своей компании, они занимают особое место среди всех карт [3, с. 23–27]. В РФ очень тяжело выделить успешную компанию, выпускающую эти карты. В этой связи необходимо подчеркнуть два принципиально важных момента, с одной стороны такие карточки не считаются универсальными картами.

Главными их различиями является нереальность получения денежных средств и узкое применение в коммерческой сети организации – эмитента. В данном понимании универсальные карты, которые выпускает банк, имеют перед ними существенное преимущество. Если посмотреть с другой стороны в государствах с развитой системой денежных услуг потребительские карты занимают весомую долю рынка, нередко обходя по количеству другие карты. Карты «Олби» и «Орткард» эмитировавшиеся в России были образцами сравнительно популярных карт, хотя, увы, это были слишком короткие программы этого рода [3, с. 44–47].

С 2015 года началась эмиссия банковских карт на базе платёжной системы «Мир». Сейчас карту «Мир» выпускают многие российские

и иностранные банки, представленные в России. Карты соответствуют всем российским и международным стандартам безопасности.

Карту «Мир» принимают на всей территории России. Она позволяет оплатить товары и услуги, снять деньги в банкомате, перевести средства в любой точке страны, где обслуживают банковские карты. Держатели карт могут провести любые операции как при помощи банковских терминалов, так и дистанционно – в интернете или через мобильное приложение [4].

На сегодняшний день выпущено более 65 млн. карт «Мир», они действуют на всей территории РФ, включая Крым. Также картой можно пользоваться в Армении, Абхазии, Южной Осетии, Беларуси, Казахстане, Кыргызстане и Турции.

Таким образом, развитие банковских платежных карт является важным направлением на финансовом рынке любой страны. А постоянное развитие банковской инфраструктуры и появление новых сервисов делает использование платежных карт всё более выгодным как для общества, так и для бизнеса.

Библиографические ссылки

1. История Китая с древнейших времен до наших дней. М.: Наука, 1975, с. 321.
2. *Овсейко, С. В.* Международные расчеты: право и практика / С. В. Овсейко – Минск: Амалфея, 2009. – 348 с.
3. Опыт других стран: есть чему поучиться / С. Алексашенко [и др.] // Экон. политика. – 2011. – № 1. – С. 23–54
4. История пластиковых карт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kreditbox.ru/post_1307705114.html – Дата доступа: 07.05.2022.

НОВЫЕ ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ СТРАНЫ: МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ И УЧАСТИЕ В МЕЖДУНАРОДНОМ РАЗДЕЛЕНИИ ТРУДА

Е. Ю. Жоголь

Белорусский государственный университет, г. Минск;

miss.zhogol@gmail.com;

науч. рук. – Т. И. Глеба, канд. экон. наук, доц.

В статье исследуются новые индустриальные страны (НИС), особенности их моделей развития. На основании проведенного анализа оценивается участие новых индустриальных стран в международном разделении труда, а также специфика их участия в соответствии с моделью развития.

Ключевые слова: новые индустриальные страны (НИС); азиатская модель развития; парадигма «летающих гусей»; латиноамериканская модель развития; экспорто-ориентированная модель; модель импортозамещения.

В конце XX в. в мировом хозяйстве выделилась группа новых индустриальных стран, которые характеризовались более высокими темпами хозяйственного развития, которые превышали аналогичные показатели других развивающихся и промышленно развитых стран. Особенности их развития обусловили появление группы НИС.

НИС можно охарактеризовать как группу стран, в которых за последние десятилетия произошел качественный скачок социально-экономических показателей. Экономика таких стран за достаточно короткий промежуток времени перешла из категории отсталости, характерной для большинства развивающихся стран, в категорию высокого социально-экономического развития, которое присуще промышленно развитым странам мира, что позволило новым индустриальным странам сравняться с развитыми по уровню дохода, диверсифицированности экономики и уровню технологического развития.

Единой классификации НИС на сегодняшний день не существует. Но наиболее часто их группируют по так называемым «волнам». В данный момент выделяют четыре волны НИС [1]:

- «первая волна» («восточноазиатские тигры»): Южная Корея, Сингапур, Тайвань, Гонконг;
- «вторая волна»: Аргентина, Бразилия, Мексика, Чили, Уругвай;
- «третья волна»: Малайзия, Таиланд, Индия, Кипр, Тунис, Турция, Индонезия;
- «четвертая волна»: Филиппины, Китай.

Азиатские НИС во многом повторили японскую хозяйственную модель, адаптировав многие хозяйственные методы Японии и уделив первостепенное внимание образованию, высокому уровню национальных сбе-

режений, государственной политике содействия экономическому росту, ставке на международную промышленную специализацию и кооперацию. Не случайно экономисты сравнивают Восточную Азию с «летающей гусиной стаей» (англ. *wild flying geese*), где Япония играет роль вожака, за которым следуют НИС в парадигме «летающих гусей» [2, с. 15].

На сегодняшний день сложились две модели развития НИС: экспорто-ориентированная модель, которая получила широкое распространение среди НИС Азии и модель импортозамещения, характерная для НИС Латинской Америки. Модель импортозамещения главным образом направлена на развитие импортозамещающих отраслей, в то время как экспортоориентированная модель НИС Азии направлена на наращивание объемов экспорта [3].

Республика Беларусь стремится наращивать экспортное производство и стимулировать импортозамещение, поэтому подробный анализ этих моделей является весьма актуальным.

С 2010 года совокупный объем экспорта товаров НИС Юго-Восточной Азии заметно увеличивался, однако в 2020 несколько сократился из-за пандемии. Лидирующие позиции по доле в мировом экспорте товаров среди НИС Юго-Восточной и Восточной Азии занимает Китай с долей в мировом экспорте в 2020 году 11,6 % (для сравнения – доля США в мировом экспорте в 2020 году – 6,4 %), весомые доли в мировом экспорте товаров имеют Южная Корея, Сингапур, Тайвань, Гонконг (табл. 1).

Таблица 1

Экспорт товаров НИС Юго-Восточной и Восточной Азии (млрд. долл. США)

Государства	Годы				Доля в мировом экспорте товаров, 2020 г., %
	2010	2015	2018	2020	
Южная Корея	466,4	526,7	604,9	512,5	2,3%
Тайвань	274,6	285,3	335,9	347,2	1,55%
Сингапур	351,9	351,6	412,9	362,5	1,6%
Малайзия	198,6	199,9	247,5	243,1	1,1%
Филиппины	51,4	58,8	67,4	63,8	0,3%
Индонезия	158,0	150,3	180,2	163,3	0,7%
Таиланд	193,3	214,3	252,9	231,5	1%
Гонконг	400,7	510,5	568,4	547,8	2,5%
Китай	1 577,7	2 273,5	2 486,7	2 590,2	11,6%
Итого	3 672,2	4 570,9	5 156,8	5 061,9	22,65%

Примечание – Источник: [4]

Таким образом, экспорт НИС Азии в 2020 году составил 22,65 % от объема мирового экспорта, что доказывает активное участие стран данного региона в международном товарообороте [4].

На сегодняшний день, азиатский регион лидирует по данному показателю, однако еще в начале этого столетия ситуация складывалась иным образом: развитые страны Европы и Северной Америки первенствовали в этой категории.

Стоит отметить также то, что НИС азиатского региона именно с начала этого века стали активно экспортировать товары, связанные с информационно-коммуникационными технологиями. В целом за 2000–2015 гг. доля всех развивающихся стран в мировом экспорте высокотехнологичной продукции возросла с 42,9 до 74,5 %, в том числе среди стран Восточной и Юго-Восточной Азии – с 38,7 % до 70,4 % [5].

Стратегия импортозамещения сыграла свою положительную роль для латиноамериканских НИС (Бразилия, Аргентина, Мексика), позволив им создать диверсифицированную национальную экономику и занять видное место в мировом производстве ряда важнейших товаров.

Для данной модели развития НИС характерны следующие особенности: расширение внутреннего производства товаров-аналогов импорта; переориентация потребителей на дешевые отечественные товары; производство; наращивание экспорта товаров, замещающих импорт; замещение импорта товаров импортом технологий и др.

НИС Латинской Америки активно участвуют в мировой торговле. Далее будет приведена информация о структуре экспорта некоторых НИС с моделью импортозамещения (табл. 2). Стоит отметить, что основной отраслью промышленности, продукция которой идет на экспорт в данных странах, является пищевая и легкая [6].

Таблица 2

Структура экспорта НИС Латинской Америки, 2019 г.

НИС Латинской Америки	Основные статьи экспорта
Аргентина	Кукуруза, пшеница, соевые бобы, злаки, мясо и мясные продукты, грузовики и др.
Бразилия	Нефть, железные руды, соевые бобы, кофе, кукуруза, злаки, мясо и мясные продукты и др.
Мексика	Компьютеры, видеодисплеи и прочая электроника, машины, нефть, медицинские инструменты и др.
Чили	Металлы (медь, молибден, железо), фрукты, рыба и иные морепродукты и др.

Примечание – Источник: [6]

Таким образом, судя по основным статьям экспорта, НИС латиноамериканского региона действительно имеют богатый природно-ресурсный потенциал, специализируются в основном на пищевой и легкой промышленности, за исключением лишь некоторых стран, которые экспортируют продукцию нефтяной промышленности, например, Бразилия, и продукцию тяжелой промышленности (металлы и руды). Латинская Америка в целом как регион оценивается развитыми странами как источник сырьевых ресурсов, что позволяет странам данного региона принимать активное участие в международной торговле и международном разделении труда.

Библиографические ссылки

1. Чаликова-Уханова, М. В. Этапы становления новых индустриальных стран / М. В. Чаликова-Уханова // Восьмые востоковедные чтения. – Иркутск, 2017. – С. 130 –138.
2. Зверев, Ю. М. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебное пособие / Ю. М. Зверев / Калинингр. ун-т. – Калининград, 2000. – 82 с.
3. Лимарева, Ю. А. Сравнительная характеристика моделей экономики открытого и закрытого типа в группе новых индустриальных стран / Ю. А. Лимарева, Т. В. Щербакова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2014. – № 33. – С. 99–104.
4. World Bank Open Data [Electronic resource]. – Mode of access: <https://data.worldbank.org> – Date of access: 09.05.2022.
5. Цветкова, Н. Н. Информационно-коммуникационные технологии в странах Востока: производство товаров ИКТ и ИТ-услуг. – М.: ИВ РАН, 2016. – 15 с.
6. Explore world trade. Products [Electronic resource]. – Mode of access: <https://oec.world/en/home-a>. – Date of access: 09.05.2022.

ФОРМИРОВАНИЕ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ БАНКА: СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ

А. А. Иваненко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

aivnnk@mail.ru;

науч. рук. – Д. В. Шпарун, канд. экон. наук, доц.

В статье проведен анализ формирования ресурсной базы ЗАО «МТБанк» и разработаны направления ее увеличения за счет внедрения механизма привлечения новых потенциальных клиентов путем проведения временной акции и новой банковской услуги «Всегда рядом».

Ключевые слова: банк; ресурсная база; депозиты; прибыль.

Формирование ресурсной базы банка является неотъемлемым элементом банковской политики и представляет собой совокупность [1]:

- а) последовательно связанных действий по привлечению денежных средств клиентов в банки на условиях возвратности и платности;
- б) методов и способов ее (политики) осуществления, обеспечивающих эффективное управление депозитами с целью достижения приемлемого уровня рентабельности и ликвидности банка.

Главная ее целью является создание такого баланса интересов, при котором бы осуществлялось привлечение вкладов физических и юридических лиц для финансирования различных банковских операций и проектов, но при этом сохранялась положительная разница между процентными доходами банка и его процентными выплатами [2].

Каждый коммерческий банк определяет пропорции формирования и их способы самостоятельно, зачастую определяя виды депозитов, их сроки, а также проценты по ним.

Проведенный анализ формирования ресурсной базы ЗАО «МТБанк» [3] позволил сделать следующие выводы:

– наибольшую часть ресурсов ЗАО «МТБанк» составляют привлеченные средства, основная часть которых формируется на депозитной основе в результате зачисления средств на текущие, расчетные и другие счета до востребования;

– средства клиентов представлены свободными остатками на текущих счетах клиентов, вкладами (депозитами) клиентов и средствами в расчетах по операциям с клиентами. В анализируемом наблюдается устойчивое увеличение величины депозитов и иных ресурсов, поступающих в результате пассивных операций банка.

В структуре средств клиентов по принадлежности наблюдается неоднозначное изменение доли средств физических лиц. Так на 01.01.2020 г. В их доля составила 50,08 %, на 01.01.2021 г. – 24,34 %, а на момент 01.01.2022 доля вновь возросла до 35,85 %. Доля же средств коммерческих организаций увеличилась с 41,69 % на 01.01.2019 г. до 62,15 % на 01.01.2022 г. (рост за данный интервал составил 20,46 п. п.) в изучаемом периоде за 2019–2021 гг. в ЗАО «МТБанк» произошли отрицательные изменения в объеме депозитных операций физических лиц, который может быть объяснен падением привлечения данных средств на срочной основе и в иностранной валюте. В качестве положительного момента можно отметить увеличение доли средств физических лиц, привлеченных во вклады (депозиты) за 2019–2021 гг. в национальной валюте.

За анализируемый период наблюдает снижение эффективности финансово-экономические показатели деятельности ЗАО «МТБанк», о чем свидетельствует падение финансовых результатов за 2019–2021 гг. Так, прибыль банка за анализируемый период снизилась со 71106 тыс. руб. в 2019 г. до 52711 тыс. руб. в 2021 г. Как следствие снижение прибыли банка, в анализируемом периоде наблюдается устойчивое снижение показателя рентабельности банковских услуг. Если в 2019 году рентабельность банковских услуг банка составляла 35,15 %, то к 2021 году она снизилась до 18,21 %. Такая негативная тенденция обусловлена снижением в целом маржинальности банковских услуг на белорусском рынке.

В целом по исследованию ЗАО «МТБанк» можно заключить, что для того, чтобы банк продолжил оставаться на высоких позициях на действующем рынке, ему необходимо внедрять наиболее передовые технологии для привлечения свободных денежных средств физических и юридических лиц, а также расширять ассортиментный портфель с целью его оптимизации и планомерной работы по улучшению депозитной политики, которая является отражением безопасности банка и стабильности его ресурсов. Так, для увеличения ресурсной базы ЗАО «МТБанк» предлагается внедрение:

- механизма привлечения новых потенциальных клиентов за счет проведения временной акции;
- новой банковской услуги «Всегда рядом».

Суть проведение временной акции заключается в повышении процентной ставки в течение 2 месяцев для депозитов на 5 и 7 месяцев (т.к. данные виды депозитов являются самых популярных среди населения), а также в течение трех месяцев для вкладов сроком на 14 месяцев.

В таблице 1 представлено сравнение депозита сроком на 5 месяцев при внесении 3000 белорусских руб. с использованием (19,5 % + 2 п.п.) и без использования временной акции (19,5 %).

Таблица 1

**Сравнение депозита с использованием и без использования временной акции
сроком на 5 месяцев**

Процентная ставка с акцией = 21,5 %			
Текущая процентная ставка банка = 19,5 %			
Месяца	Вклад с акцией	Вклад без акции	Разница
1	53,75	48,75	5,00
2	53,75	48,75	5,00
3	48,75	48,75	0
4	48,75	48,75	0
5	48,75	48,75	0
Итого	253,75	243,75	10,00

Источник: разработка автора.

Как видно из данных, представленных в таблице 1, в течение двух месяцев начисление процент будет по ставке 21,5 %, далее – по действующей процентной ставке в размере 19,5 % годовых, при размещении 3000 руб. При использовании такого варианта начисления процентов разница в денежном эквиваленте с действующей процентной ставкой составит 10,00 белорусских руб.

В таблице 2 представлена сравнительная характеристика депозита с использованием (19 % + 2 п.п.) и без использования акции (19 %) сроком на 7 месяцев.

Таблица 2

**Сравнение депозита с использованием и без использования временной акции
сроком на 7 месяцев**

Процентная ставка с акцией = 21 %			
Текущая процентная ставка банка = 19 %			
Месяца	Вклад с акцией	Вклад без акции	Разница
1	52,50	47,50	5,00
2	52,50	47,50	5,00
3	47,50	47,50	0
4	47,50	47,50	0
5	47,50	47,50	0
6	47,50	47,50	0
7	47,50	47,50	0
Итого	342,50	332,50	10,00

Источник: разработка автора.

Далее в таблице 3 рассмотрим сравнение депозита с использованием (21 % + 3 п.п.) и без использования временной акции (21 %) сроком на 14 месяцев.

Таблица 3

**Сравнение депозита с использованием и без использования временной акции
сроком на 14 месяцев**

Процентная ставка с акцией = 24 %			
Текущая процентная ставка банка = 21 %			
Месяца	Вклад с акцией	Вклад без акции	Разница
A	1	2	3
1	60	52,5	7,5
2	60	52,5	7,5
3	60	52,5	7,5
4	52,5	52,5	0
5	52,5	52,5	0
6	52,5	52,5	0
7	52,5	52,5	0
8	52,5	52,5	0
9	52,5	52,5	0
10	52,5	52,5	0
11	52,5	52,5	0
12	52,5	52,5	0
13	52,5	52,5	0
14	52,5	52,5	0
Итого	757,5	735	22,5

Источник: разработка автора.

Начисление процентов в течение первых трех месяцев после открытия будет происходить по ставке 24 % годовых, далее – по текущей процентной ставке банка, предоставляемой на данный срок, равной 21 % годовых. Разница в денежном эквиваленте между депозитом с акционным процентом и без составит 22,5 белорусских руб. Период проведения данной акции можно установить любой (два, три, пять месяцев) или иной, по усмотрению банка.

В таблице 4 спрогнозируем прирост чистого процентного дохода ЗАО «МТБанк» в результате проведения временной акции.

Таблица 4

**Прогноз прироста чистого процентного дохода ЗАО «МТБанк» в результате
проведения временной акции**

Наименование показателя	Вариант 1	Вариант 2
1. Численность трудоспособного населения страны, тыс. чел.	5 093,845	5 093,845
2. Уровень освоения депозита на рынке, %	0,2	5
3. Число потенциальных клиентов, тыс. чел.	10,19	254,69
4. Минимальная сумма сформированного депозитного портфеля, тыс. руб.	509,4	12734,6
5. Чистая процентная маржа, %	5,15	5,15
6. Чистый процентный доход, тыс. руб.	26,23	655,83

Источник: разработка автора.

Минимальная сумма для открытия вклада составляет 50 руб. При фактически сложившейся чистой процентной марже банка за 2021 год, составляющей 5,15 %, проведение временной акции обеспечит ЗАО «МТБанк» прирост чистого процентного дохода при уровне освоения депозита на рынке в 0,2 % от трудоспособного населения Республики Беларусь в размере 26,23 тыс. руб.

Суть услуги «Всегда рядом» заключается в предоставлении клиенту продуктов, помогающих сохранить свои ценные вещи и при утере, вернуть их обратно владельцу. Этапы предлагаемой услуги «Всегда рядом» представлены в таблице 5.

Таблица 5

Этапы предлагаемой услуги «Всегда рядом»

№	Этапы
1	Ценные вещи защищают специальные средства безопасности: наклейки для гаджетов и документов, брелоки для ключей, бирки для багажа, браслеты на руку
2	Каждый элемент содержит уникальный ID-номер владельца и телефон круглосуточной службы поддержки
3	Человек, нашедший вещь, звонит по указанному бесплатному телефону и называет ID-номер
4	Специалисты службы поддержки определяют владельца, сообщают ему о находке, оперативно и бесплатно доставляют утерянную вещь
5	Нашедшему выплачивают денежное вознаграждение
6	Владельцу гарантируется полная конфиденциальность

Источник: разработка автора.

Эффективность услуги уже доказана по опыту Паритетбанка, который уже ввел у себя подобную услугу. Показатель по возвратности с помощью предлагаемой услуги составил более 80 %, что является высоким показателем. В основном вещи находятся и возвращаются к своим хозяевам в течении следующих 48 часов после утраты. Хотя сервис по возврату потерянных вещей – это не типичная финансовая услуга, но очень полезная и эффективная. Подключить услугу может абсолютно каждый в любом отделении банка по фиксированной сумме 25 BYN за Пакет №1 и Пакет №2 и 45 BYN за Пакет №3.

Исходя из анализа следует считать данное мероприятие целесообразным и доходным, при расчете будущего дохода, при 1 варианте уровня освоения данного продукта (равного 0,2 %) доход банка будет равен 254 750 руб. Расходы на уровень освоения (равного 0,2 %) равен 36 582 руб., следовательно, прибыль составит 218168 руб.

При варианте 1 уровня освоения данного продукта (равного 0,2 %) доход банка будет равен 458 550 руб. Расходы на уровень освоения (равного 0,2 %) равен 36 582 руб., следовательно, прибыль от внедрения составит 218 168 руб.

При расчете на уровень освоения в 5 %, доход банка от данной услуги составит 11 461 050 руб., расход на уровень освоения (равного 5 %) равен 2 034 973 руб., следовательно, прибыль от внедрения составит 9 426 076,9 руб. Данные расчеты проводились относительно максимальной цены за услугу, равную 45 руб.

Прирост чистого процентного дохода ЗАО «МТБанк» в результате внедрения новой банковской услуги «Всегда рядом» составит 5 452,9 тыс. руб.

В целом, предлагаемые мероприятия позволят сформировать дополнительную ресурсную базу ЗАО «МТБанк» и улучшить финансовые результаты кредитной организации.

Библиографические ссылки

1. *Короткевич, А. И., Очкольда, И. И.* Денежное обращение и кредит: учебное пособие / А. И. Короткевич, И. И. Очкольда. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 358 с.
2. *Короткевич, А. И., Очкольда, И. И.* Деньги, кредит, банки: ответы на экзаменац. вопр.: пособие / А. И. Короткевич, И. И. Очкольда. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 160 с.
3. Годовая финансовая отчетность [Электронный ресурс] // ЗАО «МТБанк». – Режим доступа: <https://www.mtbank.by/about/reporting/balance/>. – Дата доступа: 30.04.2022.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ

А. В. Канащ, А. С. Мезина

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
ershesse@mail.ru; angelm.htc@gmail.com;
науч. рук. – И. А. Карачун, канд. экон. наук, доц.*

В статье рассмотрены факторы цифровизации, оказывающие влияние на образовательный процесс. Под влиянием активного появления и внедрения цифровых технологий трансформируются методики и инструменты образования. В конечном итоге качество и эффективность образования играет роль в уровне квалификации специалистов на рынке труда. Также произошла трансформация требований к hard и soft навыкам сотрудников, так как владение инновационными технологиями в современном мире является приоритетом.

Ключевые слова: непрерывное образования; hard skills; soft skills; инновации в образовании; цифровая трансформация.

Развитие инноваций и высоких технологий в современном мире диктует требования к квалификации сотрудников. Становиться невозможным прекратить обучение, так как постоянно происходит обновление информационной базы, и повсеместным становится понятие непрерывного образования. Во многих сферах сотрудник просто не справится с высокой конкуренцией, если не будет обладать необходимыми знаниями и компетенциями и таким образом его место займет кто-либо другой, готовый развиваться и обучаться. Рынок труда полон квалифицированных кадров, однако не каждый из них будет релевантен уже через год. Имеющаяся квалификация уже будет недостаточной и устаревшей. Единственный способ преодолеть подобную конкурентную борьбу – непрерывное образование.

У каждой стадии образования существует определенная цель и для достижения этих целей используются разнообразные методики и инструменты. Прогресс в технологиях позволил расширить круг используемых в образовании инструментов, а также повысить конечное качество получаемого образования. В конечном итоге качество образования влияет на уровень развития экономики, так как без квалифицированных кадров и в целом без общества процессы в экономике нормально функционировать не смогут.

Технологии, методики и инструменты также могут быть универсальными для всех стадий образования. Современные цифровые технологии в обучении стали активно внедряться в начале пандемии COVID-19, замещая привычные средства коммуникации и обучения. Среди подобных замещений существует множество ярких примеров,

обычные лекции в аудиториях были заменены на сеансы в ZOOM, контроль знаний стал преимущественно осуществляться через электронные порталы и другие онлайн сервисы (Moodle, Kahoot). Индустрия ИТ-технологий была вынуждена стремительно подстроиться под необходимые темпы развития, так как на карантине невозможно обойтись без использования сервисов, технологий и пр. В образовании подобный переворот был назван дистанционным обучением. Понятие существовало задолго до этого, однако стало наиболее распространенным в период с 2019 по настоящее время. В Кодексе Республики Беларусь об Образовании дистанционное обучение определяется как вид заочной формы получения образования, когда получение образования осуществляется преимущественно с использованием современных коммуникационных и информационных технологий [кодекс об образовании]. Однако закрепленное и четкое определение подобной формы появилось только в 2020 году, при том, что само понятие на практике начали использовать намного раньше. До введения понятия дистанционной формы обучения в законодательных актах оно встречалось, однако подобные акты имели рекомендательный характер, что приостанавливало нормальное развитие подобной формы образования в рамках Республики Беларусь, особенно касаясь государственного уровня.

Для обеспечения независимости результата обучения от места нахождения обучаемого используется понятие дистанционного обучения (ДО). Также ДО позволяет индивидуализировать обучение и увеличить самостоятельность обучаемого, использовать новейшие технологии и технические средства. Дистанционно обучение способствует реализации принципа открытости и непрерывности образования.

Эффективность непрерывного образования и образования в целом может быть повышена не только благодаря применению технологий, но и с помощью использования определенных методик или же за счет цифровой трансформации некоторых методик и понятий. Примером подобной методологии является STEAM-образование. Данный подход подразумевает совмещение естественных наук с технологией, инженерией, математикой и искусством, что следует из расшифровки понятия STEAM: science, technique, engineering, math and art. Подобный подход увеличивает практикоориентированность любой дисциплины, так как в процессе обучения приобретаются необходимые навыки. Однако последние изменения в мире под влиянием ИТ-технологий ставят под сомнение необходимость тех или иных навыков, которым учили ранее и на данный момент требуется пересмотр спроса на рынке труда на навыки сотрудников, а также исследование и прогнозирование

тенденций изменений для того, чтобы иметь возможность подготовить необходимых специалистов как раз к тому времени, как они будут востребованы на рынке. Хотя в литературе и в основном упоминается использование STEAM подхода на этапе дошкольного-школьного образования, однако это не означает, что использование подобного подхода в учреждениях высшего образования не даст положительного эффекта в качестве образования, а впоследствии и в качестве специалистов на рынке труда и повышении конкурентоспособности компаний, где в составе штата есть сотрудники, обученные по эффективным методикам [1].

В рамках реализации национального проекта по «Цифровой экономике» потребуется обучение и переобучение миллионов специалистов, в первую очередь, в информационных технологиях. Многие инициативы в регионах наталкиваются на кадровые ограничения. Важно выявить условия и факторы, способствующие воспроизведению и привлечению высококвалифицированных кадров в регион [5].

Создание адаптивной образовательной среды также является инструментом повышения эффективности непрерывного образования. Подобная среда подразумевает индивидуальный подход к обучающимся с разными возможностями. Таким образом материал будет усвоен на максимальном уровне способностей обучающегося. Во многих работах подобный подход упоминается чаще в рамках работы с учениками с нарушениями развития [6], однако исходя из практического применения адаптивной образовательной среды можно сделать вывод о том, что подход универсален и является действенным с точки зрения объема и качества усвоенной информации.

Инклюзивное образование позволило создать максимально подходящие условия для обучения для всех групп учащихся, вне зависимости от их физических, интеллектуальных, социальных, эмоциональных, языковых и других особенностей. На базе уже созданных условий остается применять современные подходы и улучшать условия, что повлечет за собой увеличение эффективности образования уже на начальных этапах.

Что касается непосредственно непрерывного образования, все вышеперечисленные методы на этапах получения дошкольного, начального, среднего и высшего образования позволяют развить необходимые soft и hard skills, чтобы человек продолжал свое образование самостоятельно непрерывно.

Под влиянием цифровой трансформации произошло изменение потребности в определенных soft и hard навыках. Компания LinkedIn в 2020 году провела исследование на тему наиболее важных

и востребованных навыков на рынке труда. Среди них были выделены креативность, умение убеждать, работа в команде, адаптивность и эмоциональный интеллект.

Эмоциональный интеллект – способность человека распознавать эмоции, понимать намерения, мотивацию и желания других людей и свои собственные, а также способность управлять своими и чужими эмоциями. Этот навык является одним из основополагающих и является двигателем прогресса в развитии остальных перечисленных навыков.

Таким образом, применяя новейшие технологии и методики, развивая релевантные для рынка труда навыки и применяя принцип непрерывного образования, востребованность специалиста для работодателей растет в геометрической прогрессии, что в частности оказывает влияние на уровень конкуренции и впоследствии на качество производимой продукции и предоставляемых услуг.

Библиографические ссылки

1. Барановский, Д. Н. STEAM-образование в современных условиях цифровой трансформации / Д. Н. Барановский // Непрерывное образование педагогов: достижения, проблемы, перспективы: материалы III междунар. науч.-практ. конференции, Минск, 5 ноября 2020 г. / Государственное учреждение образования «Академия последипломного образования»; редкол.: А. В. Лапова (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2020. – С.64–70.
2. Блинков, Г. Н. Дистанционное обучение – важный инструмент повышения качества непрерывного образования // Г. Н. Блинков, И. А. Сатикова, В. В. Шибалко // Материалы Международной научно-методической конференции «Инструменты повышения качества непрерывного профессионального образования» (Минск, 28-29 мая 2013 г.) / Под ред. Академика д-ра техн. наук, профессора Б.М. Хрусталева, д-ра техн. наук, профессора В. Л. Соломахо. – М.: БНТУ, 2013. – С.25–28.
3. Дадашев, З. Ф. Влияние искусственного интеллекта на экономику / З. Ф. Дадашев, Н. Г. Устинова // Эпоха науки. – 2019. – №18. – С.53–57.
4. Енин, Ю. И. Инновации в образовании: технополисы как перспективная составляющая экономики / Ю. И. Енин, Н. А. Подобед // Инновац. образоват. технологии. – 2011. – № 4. – С. 3–9.
5. Земцов, С. П. STEAM-образование и занятость в информационных технологиях как факторы адаптации к цифровой трансформации экономики в регионах России / С. П. Земцов, П. Н. Полякова, Р. И. Семенова // Инновации, 2019, том 253, № 10, С. 2–14.
6. Скрипниченко, В. В. Адаптивная образовательная среда как условие формирования коммуникативных навыков у учащихся с множественными нарушениями развития: дис. ... канд. пед. наук. Астраханский гос. университет, Астрахань, 2006.
7. Тенденции развития технологий – искусственный интеллект: исследование ВОИС (2019). // Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1055.pdf. – Дата доступа: 20.08.2021.

ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ ОАО «МОЛОЧНЫЙ МИР»

Я. А. Карзей, А. А. Сень

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
anastasia19sen07@gmail.com; karzei.yana@ya.ru;
науч. рук. – О. Г. Черненко, ст. преп.*

В статье рассматривается понятие удовлетворенности в современной экономике. Объясняется значение и перспективы управления удовлетворенностью потребителей. Исследуются методы расчета индекса удовлетворенности. Кроме того, приведен пример оценки уровня удовлетворенности брендом организации молочной отрасли с использованием количественных и качественных методов. Выполнен анализ вторичной информации по теме. Результаты исследования представляют собой практическую значимость для предприятия, поскольку показывают степень удовлетворенности брендом и могут выступить прогнозным индикатором дальнейших продаж. Также в настоящей статье авторами даются рекомендации по повышению удовлетворенности клиентов.

Ключевые слова: маркетинг; опрос; фокус-группа; удовлетворенность; молочный мир; индекс удовлетворенности.

Маркетинг любого предприятия, как правило, направлен в первую очередь на повышение продаж, где репутация компании является гарантом качества, поэтому наибольшие усилия маркетологов направлены на популяризацию их торговых марок. Создавая условия для роста узнаваемости бренда, крайне важно регулярно отслеживать заинтересованность в продукции со стороны покупателя и детально изучать их удовлетворенность [1].

По нашему мнению, главный актив любого бизнеса – это клиенты, а удовлетворенные клиенты – актив вдвойне, так как каждый удовлетворенный клиент может порекомендовать понравившуюся ему продукцию или услугу своим друзьям, знакомым, и, таким образом, актив компании увеличиться.

Можно сказать, что удовлетворение потребностей покупателей – сердцевина маркетинга и рыночной экономики [2, с.132], и данное понятие имеет решающее значение для успеха предприятия. Независимо от того, насколько узнаваем бренд или насколько конкурентоспособны цены, если потребители в конечном итоге недовольны, то не будет спроса на продукцию.

Следовательно, исследования уровня удовлетворенности клиентов необходимы для принятия решений о дальнейших шагах развития, как отдельных продуктов, так и компании в целом [3].

Основным источником информации для определения уровня удовлетворенности являются опросы потребителей. А для более глубокого понимания клиентов и их ожиданий используются качественные методы, например, фокус-группа и глубинное интервью.

Данные методы позволяют собрать информацию, которая может привести к долгосрочным и позитивным изменениям в стратегии маркетинга и в компании в целом. Когда менеджеры или маркетологи предприятия знают, что чувствует их клиент, то могут принимать решения, которые приведут к увеличению доходов и удержанию клиентов, что даст возможность расти.

Целью данного исследования является определение удовлетворенности клиентов брендом «Молочный Мир». Для этого было решено воспользоваться количественным (опрос) и качественным (фокус-группа) методами исследования.

Количественный метод:

Был проведен опрос потенциальных клиентов компании с помощью анкеты. Респондентов опросили в Сети Интернет с помощью крупнейшей онлайн-панели Google-форма (так как более двух третей реальных покупателей – активные пользователи сети Интернет). Всего было опрошено 75 человек, из них 62,7% женщин и 37,3 % мужчин. Они и образовали выборку в этом исследовании. Большую долю составили респонденты возрастом 18–25 лет (81,3 %), а также до 17 лет (12 %) от количества всех опрашиваемых. Для оценки удовлетворенности клиентов необходимо было выявить уровень узнаваемости бренда. Узнаваемость бренда ОАО «Молочный мир» проводилась на двух уровнях.

- Узнаваемость «без подсказки», или спонтанная известность.
- Всего 17 упоминаний удостоился «Молочный мир», что составило 23 % от всех ответов.
- Наведенная известность, или узнаваемость с подсказкой.

Была проведена оценка узнаваемости брендов по визуальному восприятию (представлено не только название, но и логотип). Среди наиболее популярных компаний «Молочный мир» занимает 4-ое место по узнаваемости логотипа, составив 54,7 %. Стоит отметить, что 33,3 % респондентов не проходили опрос полностью, так как не знакомы с брендом (это было предусмотрено формулировкой и порядком вопросов заранее).

После оценки узнаваемости было выявлено отношение клиентов к бренду «Молочный мир». Большинство респондентов (62 %) нейтрально относятся к бренду, положительно компанию оценило 28 % респондентов, «скорее отрицательно» выбрали 6 % опрашиваемых, с ответом затруднились 4 % респондентов.

Качественный метод:

Для более глубокого понимания клиентов и их ожиданий используются качественные методы – фокус-группы или глубинные интервью. В данном исследовании была проведена фокус-группа.

Критерии отбора участников: парни и девушки в возрасте от 18 до 24 лет, покупают продукцию «Молочный Мир». В фокус-группе приняли участие 6 человек. Цель фокус-группы: оценить удовлетворенность клиентов компании «Молочный мир». Объект для выполнения оценки: продукция ОАО «Молочный мир».

Для проведения фокус-группы был разработан сценарий и 5 блоков вопросов: «Обсуждение продукции» (рис.1), «Выбор товара», «Восприятие товара», «Цена, дистрибуция», «Реклама».

	1. Нравится ли Вам продукция «Молочного мира»?	2. Как часто Вы покупаете продукцию «Молочного мира»?	3. Что Вам больше всего нравится в продуктах «Молочного»	4. Как мы могли бы улучшить продукт обсуждаемого бренда?	5. Насколько Вы обычно удовлетворены своей покупкой по шкале от 1 до 10?	6. По шкале от 1 до 10, насколько вероятно, что Вы порекомендуете продукты «Молочного»
1	Да	2-4 раза в нед	Сырки творожные	Поменять дизайн некоторых изделий	10	9
2	Да	Довольно часто (раз в неделю минимум)	Качество, вкус, разнообразие	Делать его ещё более качественнее	8	8
3	Да	Часто	Цена и качество	Затрудняюсь ответить	8	8
4	Да	Почти каждый день	Вкус и качество	Поработать над созданием экологической упаковки	9	9
5	Да	Редко	Разнообразие	Уменьшить срок годности товара	8	2
6	Да	Через день	Творог, сметана	Снизить цены	8	6

Рис. 1. Структурированная таблица ответов респондентов по первому блоку вопросов

Для формирования вывода по результатам фокус-группы был рассчитан индекс удовлетворенности (Customer Satisfaction Index – CSI), который позволил выявить значение и соотношение цены, качества, доступности и других факторов, влияющих на удовлетворенность потребителя. Были отобраны следующие факторы, влияющие на удовлетворенность потребителя: цена, вкус, состав, срок хранения, доступность, полнота ассортимента, удобство упаковки (веса, размера, открывания/закрывания) и привлекательность дизайна.

Каждый фактор имеет свой уровень (вес) удовлетворенности, который затем оценивается покупателем по 10-балльной шкале. Для опроса были выбраны 6 потребителей продукции «Молочный Мир».

Расчет по каждому вопросу производился по классической формуле среднего арифметического значения путем суммирования всех простав-

ленных оценок и деления их на количество самих оценок. В приведенной ниже таблице (рис.2) представлены результаты расчета CSI. Следует отметить, что в большинстве случаев веса совпадают, что свидетельствует об их одинаковой значимости для опрошенных.

Показатель	Вес	1	2	3	4	5	6	Средневзвешенная оценка
Привлекательность дизайна	0,05	6	5	7	5	8	8	0,325
Состав	0,075	8	6	8	7	8	10	0,588
Удобство упаковки	0,075	8	8	6	8	7	9	0,575
Срок хранения	0,1	9	8	7	6	7	9	0,767
Полнота ассортимента	0,1	10	10	9	7	10	5	0,850
Доступность	0,1	5	8	7	8	9	7	0,733
Цена	0,25	8	9	9	9	9	8	2,167
Вкус	0,25	9	9	8	6	10	7	2,042
CSI - Индекс удовлетворенности потребителей								8,046

Рис. 2. Результаты расчета индекса удовлетворенности потребителей

Проведение фокус-группы помогло выявить ключевые характеристики продукции и оценить удовлетворенность потребителей с помощью CSI. Результат 8,046 (по десятибалльной шкале) говорит о среднеотраслевом уровне удовлетворенности и о средней вероятности повторной покупки. Чтобы увидеть, что необходимо улучшить, следует выделить пользователей, которые поставили низкую оценку качеству сервиса, и установить причину.

Библиографические ссылки

1. Общие результаты анкетирования по узнаваемости бренда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://veruscontrol.ru/obshchiye-rezulyaty-anketirovaniya-ro-uznavayemosti-brenda-geberit/>. – Дата доступа: 18.05.2022.
2. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: Учебник для вузов. 5-е издание, – СПб.: Питер, 2008. – 368 с.
3. Оценка удовлетворенности и лояльности клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nafi.ru/method/sindikaty-nps-csi/>. – Дата доступа: 18.05.2022.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ УП «МИНСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ БЕЛОРУССКОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ» РЕФРИЖЕРАТОРНОЕ ВАГОННОЕ ДЕПО МОЛОДЕЧНО

Я. А. Карзей

Белорусский государственный университет, г. Минск;

karzei.yana@ya.ru;

науч. рук. – К. В. Шестакова, канд. экон. наук, доц.

Объектом исследования выступает УП «Минское отделение Белорусской железной дороги» Рефрижераторное вагонное депо Молодечно. Предмет исследования – бизнес-процессы УП «Минское отделение Белорусской железной дороги» Рефрижераторное вагонное депо Молодечно. Цель данной работы – внести предложения по совершенствованию бизнес-процессов УП «Минское отделение Белорусской железной дороги» Рефрижераторное вагонное депо Молодечно. В статье рассматривается понятие бизнес-процессов в организации, предлагается мероприятие по улучшению бизнес-процесса на примере УП «Минское отделение Белорусской железной дороги» Рефрижераторное вагонное депо Молодечно. Проводится анализ существующего бизнес-процесса «Осуществление ремонта» с помощью графического представления в нотации IDEF0. Результаты исследования имеют практическую значимость для организации, т.к. могут быть использованы для оптимизации существующих бизнес-процессов, экономии ресурсов и автоматизации.

Ключевые слова: бизнес-процесс; владелец процесса; вход процесса; выход процесса; нотация IDEF0; оптимизация бизнес-процессов.

Любой руководитель стремится достигнуть того, чтобы его предприятие работало как слаженный механизм, все детали которого находятся на своём месте. Каждый «винтик системы» знает свою функцию и выполняет свои обязанности на сто процентов. Для достижения данной цели существует множество методик, подходов совершенствования организации всех процессов на предприятии, однако универсального решения не существует. Процессный подход подразумевает участие каждого сотрудника в осуществлении конкретных бизнес-процессов. Именно люди обеспечивают жизнедеятельность организации, выполняя конкретные задачи по своему профилю в команде, закреплённой за каким-либо бизнес-процессом.

По мнению зарубежных авторов-классиков бизнес-процесс – это «комплекс действий, в котором на основе одного или более видов исходных данных создается результат, имеющий ценность для клиента». [1]

Любой бизнес-процесс состоит из нескольких элементов: владелец процесса, механизмы процесса, выход, вход, инструменты, механизмы процесса, потребитель.

Методы анализа бизнес-процессов:

Анализ бизнес-процессов подразделяется на качественный (графическое представление, SWOT-анализ процесса, ранжирование процессов) и количественный анализ (длительность процесса, стоимость процесса).

На рис.1 в качестве графического анализа представлена наиболее универсальная нотация IDEF0 бизнес-процесса.

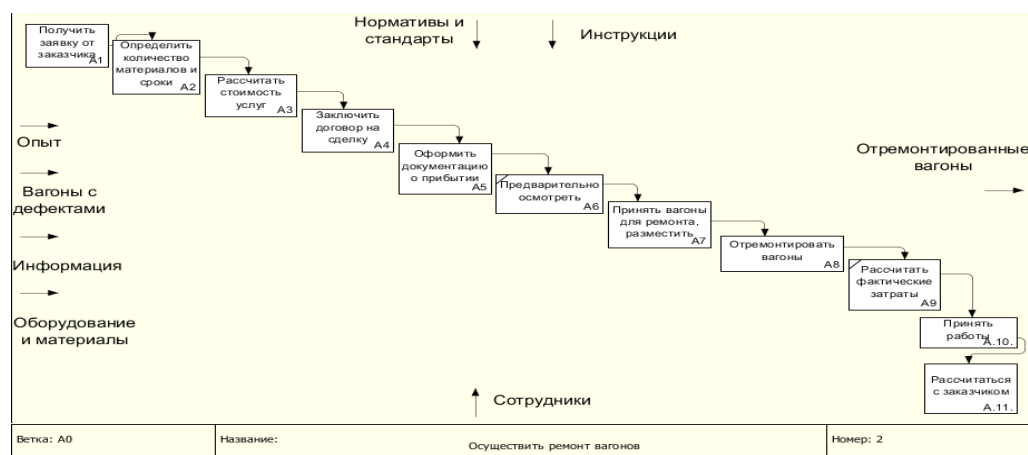


Рис. 1. Графическое представление бизнес-процесса «Осуществление ремонта» в нотации IDEF0

Бизнес-процесс состоит из 11 операций.

«Заказчик» – открывающее и замыкающее звено. При декомпозиции процесса наблюдается высокая нагрузка на экономический отдел и отсутствие системности, множество «ручных» функций. Некоторые операции включают в себя большое количество подуровней (пример декомпозиции представлен в статье).

Процесс длится примерно 10–14 дней, его средняя стоимость: 787,5 руб.

На рис.2 представлен подуровень «Заключить договор на сделку» (после декомпозиции процесса)

Вход процесса – сформированный счет-фактура. К механизмам относятся внутренние инструкции и нормативы, согласно которым экономист заключает договор. Выход процесса – это подписанный обеими сторонами договор. Владельцами процесса являются экономический и юридический отделы. Задачи можно оптимизировать, передав часть функций юристам (снятие нагрузки с экономического отдела). Инструменты: электронная почта, телефон, внутренние программы, пакеты Word (можно объединить в одну программу). Время ожидания по операции: от 2 до 3 часов, т.к. зависит от вида заказа. Тогда в среднем длительность процесса составляет 2,5 часа. Стоимость операции рассчитывается исходя из заработной платы сотрудников, вовлеченных в процесс. Экономист получает 1200 руб. в месяц, юрист так же в среднем

1200 руб. В месяц сотрудник работает 21 восьмичасовой рабочий день (168 часов в месяц), тогда среднее значение стоимости процесса, который занимает 2,5 часа, – 18 руб.

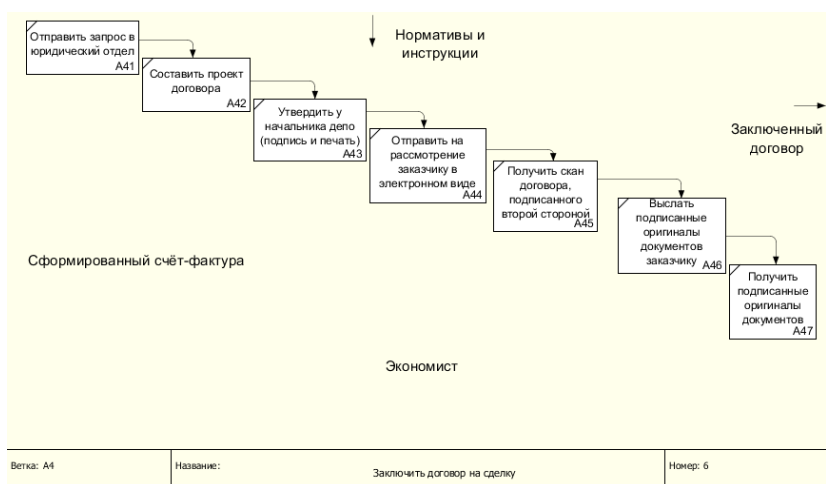


Рис. 2. Операция «Заклучить договор на сделку»

Мероприятие по улучшению бизнес-процесса:

Для оптимизации бизнес-процесса предложено провести автоматизацию операций (переход на программное обеспечение SAP). SAP – это автоматизированная система, предлагающая комплекс решений для выстраивания общего информационного пространства на базе предприятия и эффективного планирования ресурсов и рабочих процессов. Модель ПО включает в себя 3 звена: клиент, сервер, СУБД (система управления базами данных). Такая структура позволяет с удобством объединять решения в двух таких сферах как: бухгалтер и составление отчетности (можно фиксировать все затраты, управлять средствами и заказами); логистика (с планированием и сбытом, включая оформление счетов, осуществление прямых продаж и регулярные отгрузки товаров, контроль запасов).

За январь-декабрь 2021 года инвестиции по депо составили 108 тыс. руб. Для реализации мероприятия запланируем инвестиции в размере 11 тыс. руб. Основные статьи затрат при внедрении SAP: покупка лицензии – 3000 долл. США; расходы на обучение – 500 долл. США; временные затраты на внедрение и обучение – 7-8 месяцев.

Оценка эффективности внедрения SAP:

Предположим, что выручка после внедрения SAP вырастет на 15 % в первый год (составит 18400 руб.). Далее прогнозируется рост выручки на 20 %, что составит в итоге 19200 руб. Расходы состоят из покупки лицензии, расходов на обучение и резервной части, что в сумме – 10000 руб. Для поддержки ПО в следующие годы потребуется 2000 руб. Первоначальные инвестиции составят 11000 руб. Ставка дисконтирова-

ния принята в размере 16 %. Чистая прибыль (с учетом налога в размере) 18% составит 6888 руб., , 14104 руб., 14104 руб. соответственно. Рассчитаем денежные потоки по годам:

$$PV1 = \frac{6888}{1 + 0,16} = 5937,9 \text{ (руб.)}$$

$$PV2 = \frac{14104}{(1 + 0,16)^2} = 10481,6 \text{ (руб.)}$$

$$PV3 = \frac{14104}{(1 + 0,16)^3} = 9035,8 \text{ (руб.)}$$

Тогда чистая приведенная стоимость (NPV) составит:

$$NPV = (5937,9 + 10481,6 + 9035,8) - 11000 = 14455,3 \text{ (руб.)}$$

Дисконтированный срок окупаемости составит 1 год и 6 месяцев, т.е. вложенные средства в проект полностью окупятся меньше, чем за полтора года. Индекс прибыльности инвестиций (PI) равен 2,31 (>1), следовательно, проект прибыльный и его следует принять. Внутренняя норма рентабельности (IRR) составила 96% ($>16\%$). Таким образом, оценка эффективности данного мероприятия также показала его прибыльность. Предложенное мероприятие оптимизирует бизнес-процесс осуществления ремонта, а также повысит доходы предприятия.

Библиографические ссылки

1. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе – 4-е издание, "Манн, Иванов и Фербер", 2011 – 288 с.
2. SAP программа [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cleverence.ru/articles/auto-busines/sap-programma-chto-eto-takoe-prostymi-slovami-i-kak-v-ney-rabotat-kak-rasshifrovyvaetsya-programmnoe/> – Дата доступа: 19.05.2022.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СТРАХОВАНИЯ БАНКОВСКИХ ВКЛАДОВ

А. В. Карп, И. Г. Вашков

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
artem.karp87@gmail.com; ilyavashkov03@mail.ru;
науч. рук. – С. Н. Костюкова, канд. экон. наук, доц.*

В данной статье проводится оценка возможностей сбережения денежных средств от обесценивания процессом инфляции, таких как покупка иностранной валюты, ценных бумаг, инвестиции в недвижимость, в бизнес–проекты, а также рассматриваются банковские вклады (депозиты) как один из наиболее эффективных инструментов сбережения. Помимо этого, в статье проводится анализ уровня доверия резидентов и нерезидентов Республики Беларусь к депозитам, опыта других стран по страхованию вкладов физических лиц, а также деятельности Агентства по гарантированному возмещению банковских вкладов (депозитов) физических лиц в Республике Беларусь. На основании проведенного анализа предложены рекомендации по повышению уровня доверия ко вкладам в банках Республики Беларусь.

Ключевые слова: уровень инфляции; инструменты сбережения; банковские вклады; страхование вкладов; лимит возмещения; зарубежный опыт.

Для Республики Беларусь, как и для любой другой страны мира, характерен процесс инфляции. Это, в свою очередь, означает, что деньги имеют тенденцию к обесцениванию. Особенно актуальна эта тема в настоящее время, поскольку, по данным Национального банка Республики Беларусь, уровень инфляции в апреле 2022 года составил 16,8 % к апрелю 2021 года [1]. В связи с этим людям необходимо искать пути защиты своих денежных средств. Среди таких путей можно отметить покупку иностранной валюты, ценных бумаг (акций, облигаций, сберегательных сертификатов и др.), покупку недвижимости, инвестиции в бизнес–проекты и т. д.

Но кроме того, в любом банке Республики Беларусь предоставляется возможность делать вклады (депозиты). Как уже говорилось ранее, данная практика не получила столь широкого распространения, как вышеперечисленные, хотя она является довольно хорошим инструментом сбережения денежных средств, так как банки обычно принимают средства вкладчиков под процентные ставки, превышающие уровень инфляции.

Однако проблема состоит в том, что размер доходов населения в Республике Беларусь относительно невысок. К тому же, из-за высоких темпов инфляции реальный показатель доходов населения с каждым годом снижается. Вероятно, поэтому люди не хотят рисковать своими деньгами и предпочитают покупать валюту иностранных государств, что, по их

мнению, будет выгоднее, чем делать банковские вклады. Но ведь рост курса доллара либо евро происходит в гораздо меньшем темпе, чем рост уровня инфляции, и поэтому иллюзия получения прибыли от хранения валюты не оправдывает себя. И к тому же, разница в курсах покупки и продажи любой валюты не позволяет получить прибыль при ее краткосрочном хранении.

Если разбираться в том, почему люди не настолько доверяют банковской системе, чтобы открывать депозиты, то, одной из главных причин является их неосведомленность о том, что в случае отзыва лицензии у любого банка Республики Беларусь они смогут вернуть себе сумму своего вклада в полном объеме. В таком случае ответственность за возврат денежных средств вкладчикам в нашей стране возлагается на Агентство по гарантированному возмещению банковских вкладов физических лиц.

На основании вышеизложенного в работе поставлена следующая цель: изучить зарубежный опыт по гарантированному возмещению банковских вкладов физических лиц на примере Российской Федерации, Казахстана, Кыргызстана, стран Европейского Союза и США, а также предложить мероприятия по повышению доверия резидентов и нерезидентов Республики Беларусь к сбережениям посредством депозитов.

Прежде всего, следует изучить нормативные акты, регулирующие вопросы страхования вкладов в нашей стране. Так, согласно Декрету Президента Республики Беларусь от 4 ноября 2008 г. № 22 «О гарантиях сохранности денежных средств физических лиц, размещенных на счетах и (или) в банковские вклады (депозиты)», «...государство гарантирует полную сохранность денежных средств физических лиц ..., размещенных на счетах и (или) во вклады (депозиты) в банках Республики Беларусь, и возмещение 100 процентов суммы этих средств в валюте счета либо вклада (депозита) в случае принятия Национальным банком решения об отзыве у банка специального разрешения (лицензии) ..., предоставляющего право на осуществление банковской операции по привлечению денежных средств физических лиц в банковские вклады (депозиты)...» [2].

С 1 апреля 2022 г. вступил в силу Закон Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 128-З «Об изменении законов по вопросам гарантированного возмещения банковских вкладов (депозитов)», в соответствии с которым [3]:

- вкладчики могут обратиться с заявлением о выплате возмещения не позднее 5 лет с даты отзыва лицензии (ранее – не позднее 2 лет);
- возмещение проводится не позднее 7 дней с даты подачи заявления (ранее – в течение 1 месяца). При необходимости

дополнительного изучения информации сохраняется срок до одного месяца;

- возмещению подлежат также вклады индивидуальных предпринимателей, но не более 100 000 белорусских рублей в одном банке.

- физические лица могут выбрать способ выплаты возмещения: наличными денежными средствами или в безналичном порядке (для индивидуальных предпринимателей – только в безналичном порядке).

Что касается гарантирования возмещения банковских вкладов в других странах, то лимиты возмещения банковских вкладов представлены в таблице ниже.

**Лимит возмещения банковских вкладов в Республике Беларусь
и в других странах**

Наименование страны	Национальная валюта	Иностранная валюта
Республика Беларусь	В полном объеме в валюте вклада	
Российская Федерация	1 400 000 российских рублей	
Республика Казахстан	20 000 000 тенге	5 000 000 тенге
Кыргызская Республика	200 000 сом	
Страны Евросоюза	100 000 евро	
США	250 000 долларов США	

Примечание – Источник: данные агентств по страхованию вкладов [2; 5; 6; 8], научные статьи [4; 7]

На основании представленных данных в таблице видно, что вкладчики в Республике Беларусь имеют преимущество по сравнению с вкладчиками, которые открывают депозиты в банках других стран, поскольку в случае отзыва лицензии у банка вкладчикам будут возвращена сумма депозита в полном объеме. Тем не менее, доверие к банковским вкладам невысоко. Поэтому следует проинформировать потенциальных держателей депозита о деятельности Агентства по гарантированному возмещению банковских вкладов (депозитов) физических лиц с помощью таких средств, как разъяснительная работа и социальная реклама, а также внедрение в школьную программу курса по финансовой грамотности на обязательной основе с целью воспитания у подрастающего поколения навыков по рациональному сбережению денежных средств. Кроме того, следовало бы разработать изменения и дополнения в действующем законодательстве, согласно которым бы вкладчикам была возвращена не только сумма вклада, но и начисленные проценты.

Библиографические ссылки

1. Обзор инфляции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/mp/inflation/month>. – Дата доступа: 19.05.2022.

2. «О гарантиях сохранности денежных средств физических лиц, размещенных на счетах и (или) в банковские вклады (депозиты)». Декрет Президента Республики Беларусь от 4 ноября 2008 г. №22. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/legislation/documents/d22_3.pdf. – Дата доступа: 12.05.2022.
3. «Об изменении законов по вопросам гарантированного возмещения банковских вкладов (депозитов)». Закон Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 128-З. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12100128&p1=1>. – Дата доступа: 12.05.2022.
4. Страхование вкладов: сумма возмещения в 2021 году. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.raiffeisen.ru/wiki/strahovanie-vkladov-summa-vozmeshcheniya-v-2021-godu/>. – Дата доступа: 12.05.2022.
5. Гарантия Казахстанского фонда гарантирования депозитов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kdif.kz/depozity-i-garantiya/garantiya/>. – Дата доступа: 12.05.2022.
6. Вопросы и ответы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.deposit.kg/вопросы-и-ответы/>. – Дата доступа: 12.05.2022.
7. Об особенностях системы страхования банковских вкладов в странах Европейского союза. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41574>. – Дата доступа: 12.05.2022.
8. Your Insured Deposits (Ваши застрахованные депозиты). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fdic.gov/resources/deposit-insurance/brochures/insured-deposits/>. – Дата доступа: 12.05.2022.

РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ В ЕВРАЗИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОЮЗЕ: ЭФФЕКТЫ ИНТЕГРАЦИИ

А. С. Колпак

Белорусский государственный университет, г. Минск;

kolpak.arina@mail.ru;

науч. рук. – Е. Г. Господарик, канд. экон. наук, доц.

В статье изучаются экономические основы интеграционных процессов, проводится анализ преимуществ Республики Беларусь от участия в Евразийском экономическом союзе, а также анализ и расчет индикаторов.

Ключевые слова: интеграция; эффекты интеграции; индекс Грубеля–Ллойда; уровень внутриотраслевой торговли.

Существование любой страны всегда предполагает взаимодействие с другими странами. Это взаимодействие – главный принцип международных отношений. В наиболее явном проявлении основных закономерностей международных отношений фактор интеграции на данном этапе стал очень важным. Международная экономическая интеграция – это процесс, посредством которого страны достигают экономического и политического единства на основе развития глубоких и стабильных экономических отношений и разделения труда, многоуровневых и множественных форм экономического взаимодействия.

На сегодняшний день можно констатировать, что евразийская интеграция состоялась и является приоритетом во внешней политике Республики Беларусь. ЕАЭС сегодня – это гарантия успешного развития белорусской экономики и укрепления ее позиций в мире.

В 2020 г. взаимная торговля со странами ЕАЭС составила 49 % от всей торговли республики. В январе 2021 г. этот показатель увеличился до 50 %, то есть, по последним официальным данным на ЕАЭС приходится половина всей внешней торговли Беларуси [2].

В долларовом выражении экспорт в страны ЕАЭС в 2020 г. составил \$14.5 млрд. Для сравнения, по данным Национального статистического комитета, в 2020 г. экспорт товаров из Республики Беларусь в Китай составил \$749 млн., США – \$199 млн., Великобританию – \$814 млн., Германию – \$937 млн., Польшу – \$1,25 млрд., Литву – \$1,037 млрд [2].

Анализ экономических преимуществ от участия Беларуси в Союзном государстве и ЕАЭС в очередной раз доказывает, что евразийская интеграция – это выгодный и безальтернативный проект для Беларуси. Его главные преимущества это:

- - Огромный рынок сбыта белорусской продукции в 186 млн. человек, на который приходится половина всей внешней торговли Беларуси;

- - Российские прямые инвестиции в экономику Беларуси, которые по состоянию на 1 января 2020 г. составили \$4,26 млрд. (1 место среди всех стран);

- - Одни из самых низких цен на энергоносители в мире, экономия для белорусского бюджета за счет низких цен оценивается более чем в \$100 млрд. за последние 10–15 лет.

Беларусь также получает значительные военно-политические выгоды, так как евразийская интеграция не ограничивается только ЕАЭС.

Союзная система безопасности с Россией не позволяет другим странам диктовать условия Беларуси с позиции силы.

По итогам 2020 г. ЕАЭС занимает 3 место с точки зрения глубины интеграции. Сводный индекс глубины интеграции в 2020 г. составил 51,66. Более интенсивное взаимодействие наблюдается между государствами – членами ЕС (Европейский союз) и АСЕАН (Ассоциация государств Юго-Восточной Азии), менее глубока интеграция в рамках МЕРКОСУР (общий рынок стран Южной Америки) и Южноафриканского таможенного союза.

С точки зрения институциональной интеграции в 2020 г., как и в предшествующие периоды, ЕАЭС занимает 2 место. Наиболее развитая институциональная основа интеграции заложена только в ЕС; Наименее существенна степень институционализации в рамках АСЕАН.

Показатели интеграции можно рассчитать не только на агрегированном уровне – для всего экспорта или импорта, но и в секторальном разрезе. Для оценки уровня внутриотраслевой торговли рассчитывается индекс Грубеля-Ллойда (формула

$$GL_{cd,i} = 1 - \frac{|X_{cd,i} - M_{cd,i}|}{X_{cd,i} + M_{cd,i}} \quad (1)$$

где X – экспорт страны c в страну d товаров отрасли i ;

M – импорт страны c из страны d товаров отрасли i .

Индекс может принимать значения от 0 до 1, чем ближе значение индекса к 1, тем большую роль в торговле между странами играет внутриотраслевая торговля:

- - если индекс равен единице, торговля между странами полностью внутриотраслевая;

- - если индекс равен 0, торговля между странами полностью межотраслевая (либо $X_i = 0$, либо $M_i = 0$).

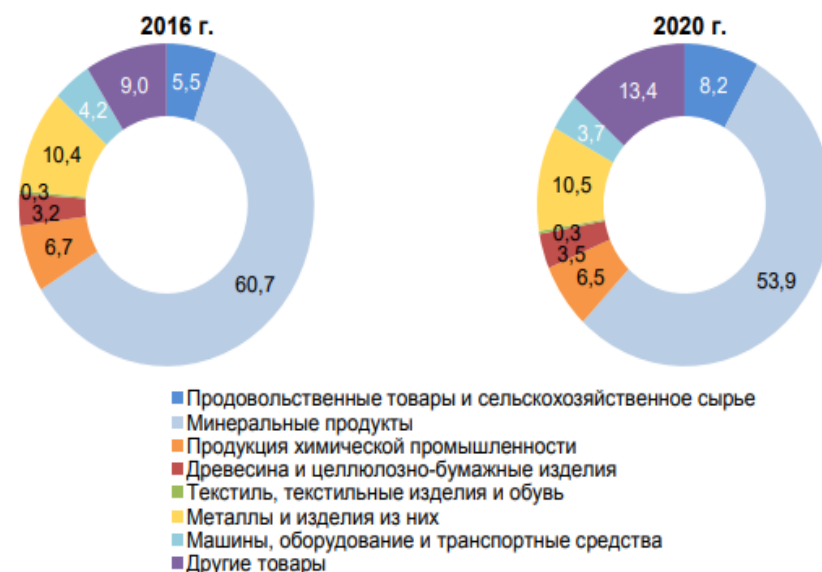


Рис. 1. Товарная структура экспорта Республики Беларусь во внешней торговле с третьими странами в 2016 г. и 2020 г., %

Примечание – Источник: [2]

Согласно данным представленным на рисунке 2 наибольший удельный вес экспорта Республики Беларусь приходится на минеральные продукты (60,7 % в 2016 г. и 53,9 % в 2020 г.), а также на металлы и изделия из них (10,4 % в 2016 г. и 10,5 % в 2020 г.).



Рис. 2. Товарная структура импорта Республики Беларусь во внешней торговле с третьими странами в 2016 г. и 2020 г., %

Примечание – Источник: [2]

Согласно данным рисунка 2, наибольшая доля импорта приходится на минеральные продукты (43,3 % в 2016 г. и 45,2 % в 2020 г.), а также на продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (13,2 % в 2016 г. и 11,6 % в 2020 г.).

Оценка уровня внутриотраслевой торговли Республики Беларусь с странами-участницами ЕАЭС в 2020 г.

Наименование	Россия	Казахстан	Армения	Кыргызстан
Экспорт, млн. долл. США	13156,8	729,3	57,5	60,2
Импорт, млн. долл. США	16510,5	98,9	24,8	8,5
индекс Грубеля-Ллойда	0,8870	0,2388	0,6027	0,2475

Примечание – Источник: собственная разработка на [2]

Таким образом, согласно данным таблицы 1 можно сделать вывод, что внутриотраслевая торговля играет наибольшую роль между Беларусью и Россией, так как индекс Грубеля-Ллойда составил 0,8870, а наименьшую роль – между Беларусью и Казахстаном.

Евразийский экономический союз является эффективным интеграционным объединением, отвечающим современным требованиям. Это создает условия для стабильного развития экономик стран-участниц, повышения благосостояния населения, комплексной модернизации и повышения глобальной конкурентоспособности.

Библиографические ссылки

1. Шимко, П. Д. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / П. Д. Шимко. – Л: Юрайт, 2016. – 92 с.
2. Евразийский экономический союз в цифрах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/econstat/Documents/Brief_Statistics_Yearbook_2021.pdf – Дата доступа: 15.03.2022.
3. Индикаторы интеграции в рамках ЕАЭС, ЕС, АСЕАН, МЕРКОСУР и ЮАТС [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/1d9/Spravka-_rezultaty-obnovleniya-2021-v2.pdf – Дата доступа: 15.03.2022.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ И ЭКОЛОГИЯ: АНАЛИЗ ВЗАИМОВЛИЯНИЯ

А. А. Королева

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vasenkova@bsu.by;

науч. рук. – Е. И. Васенкова, канд. физ.-мат. наук, доц.

В статье рассматриваются вопросы взаимовлияния экономического роста и экологии с целью обнаружения позитивных и негативных последствий экономического роста на окружающую среду. Кроме того, были рассчитаны коэффициенты корреляции между ВВП и выбросами CO₂ на душу населения, ВВП и основными экологическими индексами, а также произведена эконометрическая оценка экологической кривой Кузнецца.

Ключевые слова: экономический рост; «зеленая» экономика; «зеленый» рост; экология; экологическая кривая Кузнецца; эконометрический анализ; корреляционный анализ.

Взаимосвязь между экономическим ростом и деградацией окружающей среды является в настоящее время одной из самых обсуждаемых тем как в научных, так и в общественных дискуссиях по всему миру [1–3]. Довольно часто высказывается мнение о том, что рост экономического благосостояния происходит за счет деградации окружающей среды. В силу этого экологи обычно утверждают, что экономический рост должен быть остановлен. В политических дебатах, экономический рост по-прежнему является приоритетным направлением. Поэтому возникает конфликт между задачами экономического роста и охраны окружающей среды. Однако в последнее время исследователями в области устойчивого развития были представлены доказательства того, что рост доходов не обязательно может привести к росту нагрузки на окружающую среду в долгосрочной перспективе. При улучшении экономической ситуации и повышении уровня благосостояния потребители могут позволить себе покупать экологически чистые товары, а производители – внедрять ресурсосберегающие и природоохранные технологии, тем самым снижая негативное воздействие на окружающую среду. Поэтому анализ взаимовлияния факторов экономического роста и факторов деградации окружающей среды представляет интерес с теоретической и практической точки зрения и обуславливает актуальность темы курсовой работы.

Вопрос взаимосвязи экономического роста и окружающей среды в основном сконцентрирован на той ситуации, когда экономический рост на национальном и международном уровне оказывает негативное влияние на окружающую среду с течением времени. Взаимосвязь между

экологией и экономикой становится все более значимой по мере того, как люди постепенно осознают влияние, которое экономические решения оказывают на качество окружающей среды.

Основными причинами негативного влияния экономического роста на экологию являются рост производства, потребления и торговли. Из-за экономического роста, как правило, наблюдается значительное увеличение доходов населения, что приводит к увеличению потребления, которое далеко не всегда является рациональным. В данный момент неразумное потребление является одной из основных причин загрязнения окружающей среды пластиком, ненужными предметами повседневного пользования и другим мусором. Кроме того, стоит упомянуть то, что в результате роста потребления наблюдается увеличение объемов производства, что значительно стимулирует рост количества производственных отходов и их выброс в окружающую среду.

Для того, чтобы оценить негативное влияние экономического роста на экологию был рассчитан коэффициент корреляции между ВВП на душу населения, который отражает экономический рост, и выбросами CO₂ на душу населения, которые могут показать деградацию окружающей среды. В таблице 1 представлены коэффициенты корреляции, рассчитанные по данным за 2020 год и разделенные по странам с разным уровнем развития экономики.

Таблица 1

Коэффициенты корреляции между ВВП на душу населения и выбросами CO₂ на душу населения

Группа стран по типу развития экономики	Коэффициент корреляции
Развитые страны	0,2271, p=0,098
Страны с переходной экономикой	0,3297, p=0,053
Развивающиеся страны	0,1972, p=0,026
Все страны мира	0,2764, p=0,0002

Примечание-Источник: собственная разработка на основании [7, 8].

Исходя из полученных данных можно сделать вывод о том, что наибольшее негативное влияние экономический рост оказывает на экологию в странах с переходной экономикой, а наименьшее в развивающихся странах. Это связано с тем, что страны с переходной экономикой находятся на стадии перехода из одного социально-экономического состояния в другое, занимая промежуточное положение между экономически развитыми и развивающимися странами. Следовательно, подобные государства стремительно наращивают производственные мощности и концентрируют свое внимание на экономическом росте, игнорируя его негативное влияние на экологию и другие проблемы экологического характера. Низкий уровень коэффициента корреляции в развивающихся

странах может быть связан со слабо развитой индустрией и промышленностью, а также высокой степенью экономической зависимости от других государств.

Особое место занимают развитые страны, которые уже достигли определенного уровня экономического развития, осознав влияние экономического роста на окружающую среду, и выработали политику, позволяющую развиваться экономике без вреда для окружающей среды. В развитых странах экономический рост и экология находятся в синергии, что является крайне благоприятным аспектом для уровня жизни граждан этих стран.

Для оценки взаимосвязи между экономическим ростом и деградацией окружающей среды в данной работе была построена Экологическая кривая Кузнецца [4]. В качестве показателя, оценивающего доход, использовался ВВП на душу населения, а для оценки деградации окружающей среды был выбран показатель выбросов CO₂ на душу населения. Используя данные [7, 8] за 2018 год по 198 странам мира, было построено уравнение (1):

$$\hat{Y} = 1,355 + 0,00027GDP - 1,49 * 10^{-9}GDP^2, \quad (1)$$

(p) (0,0) (0,0) (0,0)

$R^2 = 0,46$, $P(F=84,62) = 0$, $DW = 2,12$. Модель (1) является адекватной, автокорреляция и гетеростатистичность отсутствуют. Знаки перед коэффициентами соответствуют теоретическим положениям и подтверждают наличие перевернутой U-образной взаимосвязи.

Далее в качестве показателя, характеризующего деградацию окружающей среды, был выбран объем выбросов PM_{2.5} [8, 9], для которого построено уравнение (2):

$$\hat{Y} = 1,355 + 0,00073GDP - 5,68 * 10^{-9}GDP^2, \quad (2)$$

(p) (0,0) (0,0) (0,0)

$R^2 = 0,14$, $P(F=15,68) = 0$, $DW = 1,81$. Модель (2) является адекватной, автокорреляция и гетеростатистичность. Знаки перед коэффициентами соответствуют теоретическим положениям и подтверждают наличие перевернутой U-образной взаимосвязи. Следует отметить, что уравнение (2) имеет более низкую объясняющую способность.

В связи с этим можно сделать вывод о том, что уравнение (1) может быть использовано для анализа взаимосвязи между ВВП на душу населения и выбросами CO₂.

Для того, чтобы оценить положительное влияние экономического роста на экологию, была рассмотрена взаимосвязь ВВП на душу населения, отражающего динамику экономического роста, и трех индексов,

показывающих состояние экологии и развитие окружающей среды. В таблице 2 представлены 20 стран с наиболее высоким ВВП на душу населения, а также основные экологические индексы для данных стран.

Таблица 2

ВВП на душу населения и основные экологические индексы за 2020 г

Страна	ВВП на душу населения (долл. США)	Индекс качества воздуха	Индекс экологической эффективности	Индекс эффективности политики и институтов, обеспечивающих экологическую устойчивость
Люксембург	116014,602	9	86,58	3,5
Швейцария	87097,0364	9	86,93	3,5
Ирландия	85267,7647	8,6	78,14	-
Норвегия	67329,6777	5,7	86,90	3,5
США	63593,4436	9,6	84,72	3
Дания	61063,3164	9,4	89,21	4
Сингапур	59797,7521	11,8	87,04	-
Исландия	59270,1800	7,2	53,58	4
Нидерланды	52397,1167	9,7	82,03	4
Швеция	52274,4087	5	90,43	3,5
Австралия	51692,8427	7,6	87,22	-
Финляндия	48744,9881	5	90,68	-
Австрия	48586,8013	10,9	86,64	3
Германия	46208,4294	10,1	84,26	3,5
Бельгия	45159,3482	8,9	80,15	-
Израиль	44168,9436	16,9	78,14	3
Канада	43294,6481	7,3	85,06	3,5
Новая Зеландия	41441,4666	7	88,48	4
Великобритания	41059,1688	7,3	87,38	3
Япония	40193,2524	9,8	80,59	3

Примечание-Источник: собственная разработка на основании [5, 6, 8].

Данные таблицы подтверждают предположение о том, страны с высоким уровнем развития имеют высокие экологические индексы. Таким образом, экономический рост, вызванный совершенствованием технологий, может обеспечить более высокий уровень производства при меньшем загрязнении. Это происходит благодаря новейшим технологиям, позволяющим достигать экономического роста без вреда для экологии.

Проанализировав полученные данные, а также оценив коэффициенты корреляции между индексом качества воздуха и ВВП на душу населения и индексом экологической эффективности и ВВП на душу населения, которые были 0,527 и 0,582 соответственно, можно сделать вывод о наличии положительного влияния экономического роста на экологию:

страны с наиболее высоким ВВП на душу населения имеют наивысшие показатели в области состояния окружающей среды:

Таким образом, можно сделать вывод о наличии как положительного, так и отрицательного влияния экономического роста на экологию. Основными причинами негативного влияния экономического роста на экологию являются рост производства, потребления и торговли. В настоящее время неразумное потребление является одной из основных причин загрязнения окружающей среды пластиком, ненужными предметами повседневного пользования и другим мусором. Во, что в результате роста потребления наблюдается увеличение объемов производства, что значительно стимулирует рост количества производственных отходов и их выброс в окружающую среду. Еще одним следствием экономического роста и увеличения доходов является то, что у населения появляется капитал для выгодных инвестиций, которые были недоступны им при меньших доходах. Подобные инвестиции высокого качества в проекты, направленные на развитие «зеленого» экономического роста или охрану окружающей среды, могут крайне позитивно повлиять на состояние экологии. Еще одним следствием экономического роста и увеличения доходов является то, что у населения появляется капитал для выгодных инвестиций, которые были недоступны им при меньших доходах. Подобные инвестиции высокого качества в проекты, направленные на развитие «зеленого» экономического роста или охрану окружающей среды, могут крайне позитивно повлиять на состояние экологии.

Библиографические ссылки

1. *Деревяго И. П.* Зеленый рост экономики: от теории к практике/ И. П. Деревяго.— Минск : Бинера, 2019.— 160 с
2. The Effects of Economic Growth on Pollution. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.stlouisfed.org/on-the-economy/2017/september/effects-economic-growth-pollution> –Дата доступа: 16.04.2022.
3. *Grossman G., Krueger A.* Economic growth and the environment // The Quarterly Journal of Economics. 1995. Vol. 110. P. 353–377.
4. *Дружинин П. В., Шкиперова Г. Т., Морошкина М. В.* Влияние развития экономики на окружающую среду: моделирование и анализ расчетов. Петрозаводск: Карельский НИЦ РАН, 2010. 119 с.
5. Индекс экологической эффективности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/environmental-performance-index>. – Дата доступа: 10.04.2022.
6. Индекс качества воздуха. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iqair.com/ru/world-most-polluted-countries> –Дата доступа: 16.04.2022
7. CO2 emissions data. [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/EN.ATM.CO2E.PC> – Дата доступа: 16.04.2022.

8. GDP per capita data. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD> –Дата доступа: 16.04.2022.
9. PM2.5 air pollution data. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/EN.ATM.PM25.MC.M3> –Дата доступа: 16.04.2022.

АВТОМАТИЗАЦИЯ РАСЧЕТА СТОИМОСТИ ПЛАТНЫХ УСЛУГ НА БАЗЕ SAP HANA

Д. В. Кравчук

Белорусский государственный университет, г. Минск;

diana.kravchuk.01@list.ru;

науч. рук. – И. А. Карачун, канд. экон. наук, доц.

Данная статья описывает процесс разработки специализированного модуля управления человеческим капиталом, целью которого является автоматизация расчета стоимости платных услуг детского дошкольного учреждения. На основе проведения полного анализа существующей структуры расчета стоимости платных услуг на объекте до внедрения модуля, сбора главных требований заказчика, было предложено оптимальное решение, а также описан процесс разработки (преднастройки) и функционал модуля управления человеческим капиталом. Вследствие этого была спрогнозирована экономическая оценка внедрения конечного решения. Благодаря полученным данным можно заключить, что описанная разработка оказала положительное влияние на детское дошкольное учреждение, способствовала повышению эффективности и упрощению финансово-расчетных операций, а также послужила основой для дальнейшего развития программного решения и расширения его функционала за счет интеграции с другими модулями системы SAP HANA.

Ключевые слова: автоматизация бизнес-процессов; детское дошкольное учреждение; ERP-системы; SAP HCM; ожидаемый экономический эффект; SAP HANA.

Постоянно изменяющаяся конъюнктура рынка, значительные скорости в принятии решений, мультизадачность в управлении активами и нужда в уменьшении рисков требуют современных подходов к организации деятельности предприятия. Решением для повышения комплексности внутренней и внешней среды становится автоматизация бизнес-процессов. Она делает возможным создание дополнительных ресурсов для стратегического планирования и концентрации менеджмента на ключевых направлениях работы компании [1].

Современное производство представляет собой сложную многоуровневую иерархическую структуру управления, включающую десятки, сотни людей, разнообразное оборудование, объекты. На каждом уровне могут быть свои задачи, свои цели и приоритеты. Все многообразие элементов необходимо представить в соответствии со стратегической целью в виде взаимосвязанного иерархического дерева [2].

ERP-система – мощнейший инструмент для принятия решений, настраиваемый на всевозможные характеристики конкретного бизнеса. Такой инструмент создает целостную среду для автоматического регулирования системы управления персоналом, бухгалтерского учета, а также таких протекающих на предприятии процессов, как планирова-

ние, анализ, учет и контроль в сфере финансовых, производственных и логистических потоков [3].

Таким образом, актуальность процесса, рассматриваемого в рамках данной статьи, обусловлена необходимостью автоматизации бизнес-процессов организации для дальнейшего принятия управленческих решений.

Объектом исследования является автоматизация бизнес-процессов предприятия. А предметом исследования – процесс внедрения модуля управления человеческим капиталом SAP HCM на базе системы управления ресурсами предприятия SAP HANA.

Изначально процесс ведения информации заключался в следующем: на основании договора об оказании дополнительных образовательных услуг на платной основе и приказом о зачислении в группы платных образовательных услуг с воспитанниками проводились дополнительные образовательные занятия на платной основе. Регистрация и учет посещаемости занятий осуществлялась ответственным специалистом в таблице посещаемости и таблице платных образовательных услуг. Табель посещаемости утверждался руководителем дошкольного учреждения и передавался для расчета в бухгалтерию филиала в первых числах месяца, следующего за отчетным.

На основании табеля учета посещаемости дошкольного учреждения и табеля платных образовательных услуг бухгалтером производился расчет оплаты отчетного месяца либо же перерасчет оплаты предыдущего месяца. Перерасчет уплаченной суммы родительской оплаты посещения детского дошкольного учреждения производился путем исключения дней непосещения из всех дней, подлежащих оплате. По результатам расчета формировалась квитанция об оплате. В квитанции отражалось начисление за текущий месяц и перерасчет прошлого месяца. Расчет родительской оплаты производился бухгалтером в системе 1С, расчет стоимости дополнительных платных услуг производился в таблицах Microsoft Excel. Результаты расчета общими суммами прокладывались ручными проводками в модуль бухгалтерского и налогового учета информационно-управляющей системы предприятия.

В целях унификации ведения видов услуг была поставлена цель автоматизировать ведение расчета родительской оплаты и расчета стоимости платных образовательных услуг детского дошкольного учреждения в информационно-управляющей системе предприятия.

Сформированное предложение по решению автоматизации расчета стоимости родительской платы и расчета стоимости платных образовательных услуг было решено преднастроить в тестовой системе для последующей демонстрации процесса ведения первичных данных, формирова-

ния выходных документов (квитанция, табель) бизнес-пользователям (главному бухгалтеру).

В рамках проекта было выделено четыре основные категории бизнес-процессов. Во-первых, это бизнес-процессы, связанные с организационным менеджментом (модуль HR-ОМ «Организационный менеджмент»). Во-вторых, это бизнес-процессы, связанные с кадровым администрированием (модуль HR-РА «Кадровое администрирование»). В-третьих, это бизнес-процессы, связанные с управлением временными данными (модуль HR-РТ «Управление временными данными»). И, в-четвертых, это бизнес-процессы, связанные с расчетом заработной платы (модуль HR-РУ «Расчет заработной платы»). Благодаря консолидации информации, внесенной в эти четыре блока, пользователь системы получает возможность автоматизировать расчет стоимости платных услуг посредством использования модуля управления человеческим капиталом.

Точная оценка экономического эффекта внедрения системы, которая предполагает автоматизацию конкретных процессов, невозможна в стоимостном выражении по ряду причин. В первую очередь, данные системы, хоть и требуют капитальных затрат на внедрение, но не являются прямым источником дохода. Их основной целью по-прежнему является снижение затрат, связанных с рабочими процессами, поэтому в большинстве случаев автоматизация рассматривается как вспомогательный инструмент для увеличения прибыли.

Существует ряд мероприятий, которые являются индикаторами того, что внедрение какой-либо системы способствовало улучшению организации трудовых и финансовых ресурсов. Актуальными для текущего проекта являются снижение трудоемкости расчетов, уменьшение трудозатрат на организацию документооборота, отсутствие необходимости в физических материалах (таких, как распечатанные бумажные отчеты, картриджи и остальные предметы, которые важны для организации расчета оплаты), снижение количества ответственных лиц за процесс согласования.

Нужно отметить, что основной целью автоматизации расчета стоимости родительской платы стало сокращение временных затрат на ведение учета о воспитанниках. Как уже упоминалось, основные изменения наблюдались в реформации процесса согласования. Если до внедрения разработанной системы он инициировался ответственным специалистом, далее утверждался руководителем дошкольного учреждения и передавался для расчета в бухгалтерию филиала в первые числа месяца следующего за отчетным, то после внедрения системы данный процесс не потребовал участия такого количества сотрудников. В настоящий момент ответственным за выставление счетов родителям является лишь бухгалтер, а вся необходимая информация автоматически подтягивается из системы, что

приводит к оперативному и своевременному составлению квитанций об оплате.

Об эффективности введения в оборот новых систем и программного обеспечения может свидетельствовать такой показатель как ожидаемый экономический эффект. Для его определения используется следующая формула [4]:

$$\mathcal{E} = \mathcal{E}_p - (E_n * K_n)$$

где:

$\mathcal{E}_p$ – прямая экономия, получаемая от автоматизации;

E_n – нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений;

K_n – капитальные затраты.

Проанализировав полученные результаты и входные данные о детском дошкольном учреждении, основной вывод заключается в том, что при капитальных затратах равных 71189 белорусских рубля и нормативном коэффициенте эффективности капитальных вложений 0,15, экономия, полученная от автоматизации расчета стоимости платных образовательных услуг воспитанников детского дошкольного учреждения, составила 46802 белорусских рубля. То есть благодаря внедрению данного модуля в систему управления рассматриваемым детским дошкольным учреждением на внутренних процессах удалось сэкономить 46802 белорусских рубля, что оправдало затраты на проектирование, разработку и внедрение и в итоге оказало положительный эффект на работу учреждения дошкольного образования.

Библиографические ссылки

1. Автоматизация бизнес-процессов как необходимое условие эффективности компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/guide/avtomatizatsiya-biznesa.html> – Дата доступа: 10.05. 2022.
2. Дедюхина М.А. Информационная поддержка контроллинга на основе ERP-систем // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право», 2010. № 4. С. 22–27.
3. Blackstone, J. H., Cox, J. F. APICS Dictionary 10th Ed. USA: The APICS, 2001.
4. Расчет экономического эффекта от внедрения системы автоматизации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://antegra.ru/expert/raschet-ekonomicheskogo-effekta-ot-vnedreniya-sistemy-avtomatizatsii/> – Дата доступа: 10.05. 2022.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА FOODTECH

Е. А. Кривошеева, Д. В. Сальников

Белорусский государственный университет, Минск;

kryvasheeva@gmail.com; ferrumbird@gmail.com;

науч. рук. – Н. И. Шандора, ст. преп.

В статье анализируется рынок фудтех, его направления, а также процессы, оказывающие влияние на него. На основании исследованных данных формируется список тенденций, присущих данному рынку.

Ключевые слова: фудтех; Food Net; сервисы доставки еды; big data; блокчейн; пищевая цепь.

FOODTECH (food technology) – это внедрение цифровых технологий во всю пищевую цепочку: от производства, приготовления и доставки еды до ее утилизации. На сегодняшний день со словом «фудтех» больше всего ассоциируются онлайн-сервисы доставки еды из магазинов и ресторанов. Что справедливо, ведь они занимают около половины объема рынка фудтех в мире.

На современный продовольственный рынок (Food Net) оказывают влияние два встречных процесса. С одной стороны, возрастают требования потребителей к продуктам. С другой стороны, открываются новые возможности производства высококачественной и индивидуализированной продукции благодаря интеллектуализации, автоматизации и роботизации технологических процессов.

Таким образом, Food Net делится на два сектора:

1. **b2c** – направленный непосредственно на конечных потребителей продукции, включает в себя традиционное питание, заменители обычной пищи и отрасль персонализированного питания.

2. **b2b** – ориентирован на организованное взаимодействие компаний в процессе производства и распределения продуктов питания [1].

Фудтех охватывает различные направления, например:

1) **Производство.** Улучшение производственного процесса, например, за счет получения натуральных заменителей мяса, сладостей без сахара, альтернативных способов выращивания овощей и растений происходит с помощью использования новых технологий в производстве.

2) **Упаковка.** В связи с глобальной проблемой экологического характера важным шагом в цепи питания становится разработка высокотехнологичных решений для упаковки и хранения пищи. Стоит вопрос разработки дешевых биоразлагаемых альтернатив.

3) **Создание и внедрение «умных устройств».** Экономия времени готовки достигается за счет мультиварок, термокружек, «умных» печей и других интеллектуальных бытовых устройств для кухни.

4) **Контроль качества.** Автоматизация фермерских хозяйств, разработка приборов определения состава продуктов, использование систем блокчейн для отслеживания данных о еде (место, время производства и др.) – шаг на пути к снабжению людей качественной пищевой продукцией.

5) **Рекомендательные сервисы.** С формированием определенного запроса на продукты (диеты и другие особенности питания потребителя) становятся популярными приложения для выбора вин и пр. напитков, порталы видео- и фоторецептов, сервисы по составлению индивидуальных рационов питания и др.

6) **Доставка еды.** Самому развитому сегменту фудтех присуще использование всех новейших технологий – от привычных приложений для заказа еды до доставки еды с помощью роботов [2].

Несмотря на активное развитие ресторанного бизнеса и популяризацию онлайн-сервисов по доставке еды, рынок FOODTECH практически свободен от конкуренции во многих нишах. В связи с чем можно выделить несколько тенденций развития рынка.

1. **Использование big data** как решение проблемы выбора места для открытия магазина или ресторана, дополнительный способ получения информации о спросе и предложении в определенных районах. Так, на западном рынке уже набирает обороты тенденция кухонь без столов, где возможна только доставка. Как следствие, стоимость открытия значительно ниже [2].

2. **Увеличение ассортимента еды в спальных районах.** За счет централизации ресторанов в центрах городов, удаленные районы могут страдать от недостатка разнообразия еды, предназначенной для доставки. В будущем проблема может решиться открытием ресторанов непосредственно в спальных районах и осуществлением доставки не из центра, а из более близких мест [2].

3. **Комбинирование сервисов доставки еды с другими.** Появится возможность совмещения разных услуг с целью экономии времени. Это может быть одновременный заказ продуктов питания и клинингового сервиса или объединение роли таксиста и курьера [2].

4. В связи с проблемой голода по всему миру существует **тенденция в развитии альтернативных источников сырья** для пищевой и кормовой отрасли (рынки альтернативной рыбы, белка из насекомых и др.) [3].

5. **Внедрение «умных цепей поставок» – блокчейн**, основанных на гибких облачных технологиях, позволяющие свободно обмениваться и получать информацию обо всей цепочке производства и сбыта [4].

6. Интеграция **сервисов персонализированного питания** в систему здравоохранения и увеличение количества сервисов персонализированного питания для очень узких групп потребителей [5].

7. **Meal kits или конструкторы еды**. Конструкторы еды – инновация на рынке доставки питания, позволяющая сократить время приготовления домашней еды, за счет доставки определенного набора готовых ингредиентов для приготовления блюд по специальным рецептам от шеф-повара [3].

8. **Фермерский фудтех**. Прослеживается тенденция автоматизации производства за счет искусственного интеллекта (планировка посева, полива и сбора урожая), систем блокчейн и дронов, чья работа в скором времени может заменить человеческий труд. Одно из нововведений – вертикальные фермы, которые позволяют выращивать урожай в условиях ограничения пространства. Так, в 2018 году немецкий стартап Infarm привлек 35 млн долларов инвестиций на расширение за пределы Германии [6].

9. **Роботизированные рестораны и кафе**. В 2018 году в Бостоне открылся первый в мире полностью роботизированный ресторан. Работает там всего 2 человека, которые подготавливают ингредиенты для машин и следят за их работой. Заведение разделено на 7 автономных блоков, где системы готовят блюда, а потом передают роботизированным раздатчикам [7].

Развитие рынка фудтех сегодня является наиболее востребованным, о чем свидетельствует рост инвестиций мировой агропродовольственной индустрии в инновационные проекты и компании, связанные с пищевыми технологиями. Сектор стремится адаптироваться к меняющимся временам и удовлетворять потребности все более требовательных потребителей с более здоровыми и устойчивыми пищевыми привычками.

Библиографические ссылки

1. Food TECH: что это такое и с чем это «едят»? // Retail.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/riteyl-tekh-food-tech-cto-eto-takoe-i-s-chem-eto-edyat/>. – Дата доступа: 15.05.2022.
2. Фудтех: как IT-решения меняют рынок еды // SimbirSoft [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.simbirsoft.com/blog/fudtekh-kak-it-resheniya-menyayut-rynok-edy/>. – Дата доступа: 10.05.2022.
3. INSIGHTS //DigitalFoodLab [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.digitalfoodlab.com/blog/>. – Дата доступа: 12.05.2022.

4. Блокчейн в логистике: как технология помогает цепи поставок? // artlogics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://artlogics.ru/blog/tpost/7u3krruo71-blokchein-v-logistike-kak-tehnologiya-po>. – Дата доступа: 14.05.2022.
5. От онлайн-доставки до персонализированной диеты на основе ДНК-тестов. Как и что мы будем есть через 5 лет // vc.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/future/130304-ot-onlayn-dostavki-do-personalizirovannoy-diety-na-osnove-dnk-testov-kak-i-chto-my-budem-est-cherez-5-let?ysclid=l37iai39fn>. – Дата доступа: 14.05.2022.
6. Немецкий стартап Infarm построит в ЕС 1000 вертикальных ферм // AGRONEWS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://agronews.com/by/ru/news/technologies-science/2018-02-12/26331>. – Дата доступа: 15.05.2022.
7. Студенты MIT открыли первый в мире полностью роботизированный ресторан в Бостоне // ХАЙТЕК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hightech.fm/2018/05/04/spyse>. – Дата доступа: 15.05.2022.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ПРАВ СОБСТВЕННОСТИ ДЖ. СТИГЛЕРА И Р.КОУЗА

В. С. Крук

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
vkruk881@gmail.com;
науч. рук. – Т. С. Петрусевич, ст. преп.*

В статье отражено важное значение теоремы Коуза-Стиглера для развития экономической теории. Экономические субъекты ощущают столкновение интересов при проведении различных сделок, где права собственности четко не отражены, и это, в свою очередь, приводит к нарушению рыночного равновесия и снижению экономической эффективности рыночного механизма.

Ключевые слова: теорема Коуза-Стиглера; экономическая теория; права собственности; транзакционные издержки; производство; рыночное равновесие; рыночный механизм; инфляция; институты; сделка; индивид.

Существование внешних эффектов (экстерналий) отражает несовершенство рыночного механизма и может стать причиной свободного использования некоторых ресурсов или бесплатного производства конкретных благ. Это обусловлено как бы присутствием права собственности на осуществление действий, которые вызывают положительные и отрицательные внешние эффекты [1, с. 23]. Т.к. на это время права собственности не установлены, неизвестны или «размыты», они не могут быть четко определены в сделках, что приводит к нарушению рыночного равновесия и снижению экономической эффективности рыночного механизма. Ложное, неправильное отражение права собственности (спецификация) во время проведения сделки и заключения договора экономическими субъектами может вызвать разногласия между ними и тем самым также неблагоприятно сказаться на действии рыночного механизма.

Для устранения данных недостатков необходимо решить проблемы «внешних эффектов», важным условием чего является четкое экономическое определение прав собственности.

Теория Коуза-Стиглера основывается на таких понятиях как «внешние эффекты» или «экстерналии», транзакционные издержки.

Иными словами, суть рассматриваемой теории прав собственности Коуза-Стиглера заключается в том, что принятые нормы взаимоотношений и поведение людей определяют отношение собственности, то есть нужно ответить на вопрос «как индивиду обеспечить свои интересы, не нарушая чужих?».

«Внешний эффект» (экстерналии) – это дополнительные издержки или выгоды, не получившие отражение в ценах блага. В экономической

теории экстерналии разделяют на два вида: 1) положительные, предполагающие ситуацию, когда один экономический субъект своими действиями обеспечивает дополнительные выгоды для другого субъекта, но не в денежном эквиваленте на производимое благо; 2) отрицательные, которые возникают уже в обратной ситуации, когда действия одного экономического лица влекут за собой издержки для другого [2, с.156].

Экстерналии могут возникать сразу же, как одна сторона совершила определенное действие, чем повлияла на другую сторону, или же в будущем, после прекращения деятельности одного из индивидов, и быть положительным/отрицательным последствием для остальных, затрагивая одну или большое количество сторон [3].

«Внешние эффекты» являются угрозой для самого рынка. Иными словами, они могут стать причиной «фиаско рынка». И решение данной проблемы (возникновение экстерналий) требует определенных затрат и, конечно же, решений. Например, традиционная неоклассическая теория обосновывала вмешательство государства для решения проблемы внешних эффектов [1, с. 93].

Артур Пигу, английский экономист, считал, что с решением указанной проблемы хорошо справится только государство и его активная политика, поддерживающая введение допустимых пределов негативной деятельности. И после его превышения в игру вступает «налог Пигу». Возникновение такого налога английский экономист определяет тем, что косвенный налог не дают никакого результата, а вот налогообложение и субсидии положительно скажутся на выравнивании внешних эффектов. Величина «налога Пигу» должна быть такой, чтобы после его уплаты частные издержки (создают внешний эффект) были равны социальным издержкам [3].

Рональд Гарри Коуз, в свою очередь, не разделял такого мнения. Он утверждал, что вмешательство государства далеко не всегда сказывается положительно, и, кроме того, требует дополнительных затрат. Р. Коуз имел свое видение решения проблемы «внешних эффектов». Экономист выступил с предположением, что частное урегулирование, объединение интересов, взаимная заинтересованность и договоренность двух сторон (производители и «страдающие» от этих эффектов) приведет к тому, что рыночный механизм позволит сторонам прийти к эффективному соглашению. Схожесть с идеей Пигу заключается в равенстве частных и социальных издержек [3].

Предположение Р. Коуза более эффективно при условии четкой спецификации прав собственности и высоких трансакционных издержек.

Саму формулировку «теоремы» предложил не Рональд, а другой американский экономист, Джордж Стиглер, который подытожил идеи Коуза

в «теореме собственности». В работе Васильцовой В. М. формулировка гласит: «Частные и социальные издержки будут равны в условиях совершенной конкуренции при нулевых транзакционных издержках, так как в этом случае монополии будут вынуждены действовать как конкурентные фирмы» [2, с. 118].

Р. Коуз в своем сборнике статей «Фирма. Рынок. Право» отмечал, что Стиглер упустил тот факт, что если приравнивать частные и социальные издержки, то ценность производства будет максимизирована [4]. Это подтверждает следующая трактовка Рональда: «Социальные издержки – это наивысшая ценность, которую могут принести факторы производства при их альтернативном использовании». По мнению Коуза, каждый предприниматель займется производством тогда, когда ценность продукта, который будет им произведен с использованием привлеченных факторов, превысит его частные издержки. Таким образом, максимизация ценности производства есть равенство частных и социальных издержек.

В формулировке теоремы Стиглером были упомянуты нулевые транзакционные издержки. На самом деле, ошибочно считать, что теорема Коуза связана именно с нулевым значением издержек. Экономист наоборот выступал за значимость транзакционных издержек для экономического анализа. Он писал: «В мире с нулевыми транзакционными издержками ценность производства будет максимизировать при любых правилах об ответственности» [4]. Кроме этого Р. Коуз отмечает, что правовые нормы не будут играть никакую роль, если транзакционные издержки равны нулю. При наличии хоть небольших транзакционных издержек закон выполняет ключевую функцию для решения того, как использовать ресурс. Чтобы максимизировать производство необходимо внести те или иные изменения в контракты, что слишком накладно и приводит к исчезновению стимулов к принятию мер по максимизации производства. Закон обуславливает нехватку определенных стимулов, т.к. именно он указывает и определяет, какие именно изменения необходимы в контрактах, чтобы выполнить шаги, способствующие максимизации ценности производства [3].

Изучение теоремы Коуза–Стиглера позволило сделать некоторые важные теоретические и практические выводы:

1) теорема объясняет экономический смысл прав собственности. Коуз считал, что экстерналии возникают при неопределенности права собственности. Когда они четкие, то внешние издержки превращаются во внутренние. Потому областью возникновения конфликтов по поводу внешних эффектов выступают ресурсы, переходящие из категории неог-

раниченные в категорию редкие, на которые ранее прав собственности априори не было.

2) теорема освобождает рынок от обвинений в «провалах», говоря при этом о «провалах» государства, т.к. отрицательные экстерналии формируются благодаря несовершенному законодательству в области прав собственности. Справиться с ними возможно через создание новых прав собственности в тех сферах, где отсутствует их четкое определение или они «размыты». Из теоремы Коуза следует суждение, что в разрушении окружающей нас среды виноват не рынок, частная собственность и их избыточное развитие, а, наоборот, недостаточное развитие частной собственности.

3) теорема Р. Коуза показывает значимость транзакционных издержек. Если они существуют, то перераспределение прав собственности нельзя не взять во внимание, потому что оно начинает оказывать влияние на эффективность производства и меняет его структуру.

4) теорема отражает тот факт, что мало лишь ссылаться на внешние эффекты для осуществления вмешательства государства. При незначительных транзакционных издержках такое вмешательство не требуется, а в случае высоких – порою экономические необоснованно, неоправданно, потому что реализация государственной активной политики требует затрат, т.е. положительных транзакционных издержек.

А это все значит, что, согласно теореме Коуза-Стиглера, четкое определение прав собственности имеет значение для эффективности распределения ресурсов и рыночного механизма вовсе лишь при положительных транзакционных издержках. Нулевые транзакционные издержки вместе с четко определенными правами собственности обеспечивают неизменное размещение ресурсов и равенство социальных и частных издержек. Различный порядок организации собственности создает множество стимулов для человека. Меняя порядок можно повлиять как на стимулы, так и на экономическое поведение субъектов хозяйственной деятельности. Отношения собственности как сложившиеся социальные правила или институты устанавливают режим распределения и использования ресурсов, а также размер национального продукта.

Автор считает, что теория Коуза-Стиглера до сих пор является востребованной, однако не применяется в случае невозможности переговоров или же они являются весьма дорогостоящими, то есть наличие большого количества сторон в договоре или диспута (ссор, недовольство и т. д.).

Библиографические ссылки

- 1 Институциональная экономика: учебное пособие / Е. Г. Гужва, М. И. Лесная; А. Н. Яковлев, О.П. Брискер, И.А. Агапов; под ред. Е.Г. Гужвы, СПбГАСУ. – СПб. 2013. – 168 с.
- 2 *Васильцова В.М., Тertyшный С.А.* Институциональная экономика: учебное пособие. – СПб.: Питер. – 256 с.
- 3 *Капелюшников Р.* Экономическая теория прав собственности. М.: ИМЭМО, 2015.
- 4 *Коуз Р.* Фирма, рынок, право. – М., 1993.

ВЛИЯНИЕ РЕЛОКАЦИИ СОТРУДНИКОВ НА КАЧЕСТВО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА СТРАНЫ

В. С. Куделко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vita.kudelko@list.ru;

науч. рук. – Т. И. Глеба, канд. экон. наук, доц.

Статья посвящена исследованию влияния релокации сотрудников на качество человеческого капитала в Республике Беларусь. Актуальность темы заключается в том, что человеческий капитал является движущей силой экономического развития, а релокация сотрудников как вид трудовой миграции набирает популярность в связи с общественно-политической и экономической ситуацией в мире.

Ключевые слова: человеческий капитал; трудовая миграция; релокация сотрудников; IT-сектор; высококвалифицированные специалисты; IT-специалисты.

В начале XXI века высокие темпы развития информационных технологий дают основание говорить о переходе к постиндустриальной стадии развития мирового хозяйства. Ключевым ресурсом экономического развития становится *человеческий капитал*, воплощенный в людях со своими умственными и физическими способностями, талантами, накопленными знаниями, социальными связями. Развитие экономики знаний неразрывно связано с повышением потребности в высококвалифицированных специалистах и, как следствие, обострением конкурентной борьбы за человеческий капитал. На этом фоне значительно возрастает роль трудовой миграции как инструмента воспроизводства и развития человеческого капитала.

Трудовая миграция – не новое явление в мировом хозяйстве, однако в разные периоды она имеет свою специфику. В настоящее время одной из таких особенностей является *релокация сотрудников* (от англ. *employee relocation*) – перемещение одного или группы сотрудников на новое место жительства (в другой район или за границу) с целью продолжения исполнения ими своих трудовых обязанностей. Перевод специалистов в другой регион связан с деловыми целями компании и может как долговременным, так и краткосрочным [1].

В 2022 году из-за обострения общественно-политической и социально-экономической ситуации в нашем регионе началась активная релокация белорусских специалистов за границу. Многие компании уже полностью или частично перевезли своих сотрудников в другие страны, другие только оценивают риски и возможности релокации.

Больше всего с релокацией столкнулись белорусские IT-специалисты из-за потери заказов иностранных заказчиков, что связано с западными санкциями, проблемами к внутренним доступам, платежами и перевода-

ми. Обострившийся конфликт приводит к тому, что зарубежные заказчики отказываются работать с белорусскими IT-специалистами, находящимися на территории Беларуси.

Считается, что западный программист менее трудолюбив и на 15 процентов менее эффективен, чем специалист из Беларуси, России или Украины. Белорусские разработчики обладают более подходящей квалификацией, но при этом их труд менее оплачиваемый, чем в Западной Европе и США. По этой причине зарубежные заказчики готовы работать с белорусскими специалистами, но при условии их нахождения за пределами страны [2].

Интернет-портал dev.by, посвященный работе в IT-индустрии в Беларуси, проводит анкетирование программистов и собирает актуальные данные о релокации за рубеж в нынешних условиях. В опросе приняли участие более 3 тысяч человек, из них как минимум 30 % релоцировались из Беларуси. Согласно результатам опроса, наиболее популярными направлениями для релокации сотрудников стали Грузия, Польша, Узбекистан, Литва, Турция [1]. Выбор данных стран связан, в первую очередь, с рядом льготных условий и упрощенного налогообложения в IT-секторе, близкого географического расположения, отсутствия языкового барьера.

Такое развитие ситуации является крайне негативным и нежелательным для нашей страны. В Беларуси на протяжении длительного периода создавались особо благоприятные условия для успешного развития IT-бизнеса. В 2005 году был создан Парк высоких технологий (ПВТ) – крупнейший кластер IT-компаний Беларуси, который представляет собой специальный правовой режим в виде льгот, особых условий и законов [3]. Ожидаемого совокупного эффекта для экономики Беларуси он не принес, однако созданный задел мог обеспечить в перспективе разработку и внедрение в национальной экономике передовых мировых инновационных продуктов и технологий. Текущая ситуация с релокацией ставит под удар реализацию многих инновационных проектов в нашей стране. Необходимо срочно стабилизировать ситуацию и принимать меры по удержанию специалистов и сохранению проектов.

Для удержания белорусских программистов на родине и предотвращения их оттока администрация ПВТ готовит проект с изменениями условий для работы в IT-секторе. Так, например, планируется снова снизить подоходный налог до 9 %, разрешить использовать криптовалюту, отсрочить призыв на военную службу программистов в возрасте до 27 лет, разработать меры государственной помощи IT-компаниям по осуществлению внешнеторговых платежей, разрешить дистанционную работу из других стран [4]. Возможно, данные новшества действительно

позволят улучшить инвестиционный климат и уменьшить активный отток белорусских IT-специалистов из страны.

IT-сектор является важнейшим и наиболее перспективным в современной экономике. На фоне развития информационных технологий и цифровизации экономики, он становится драйвером экономического роста и имеет стратегическое значение для развития страны. В 2019 году доля IT-сектора в ВВП Беларуси составила 6,5 % и способствовала приросту ВВП на 0,5 процентных пункта [3]. IT-сектору свойственны высокие темпы роста доходов, экспорта и иностранных инвестиций, чем она и отличается от других секторов национальной экономики.

Ключевой фактор роста IT-сектора – это трудовые ресурсы, человеческий капитал. В данном секторе экономики заняты квалифицированные специалисты с высоким уровнем интеллектуального потенциала. За последние несколько лет число IT-специалистов в Беларуси возросло более чем в 3 раза (с 31 тыс. человек в 2013 году до 105 тыс. в 2019 году) [3]. Высокий спрос на образование по IT-специальностям связан с разрывом в уровне зарплат между IT-сектором и другими секторами, а также перспективностью развития в данной сфере. Среднемировая оплата труда программистов составляет 62571 долл. США в год, ежемесячный доход – 5214 долл. США [5]. В Беларуси IT-специалист в месяц в среднем зарабатывает 2065 долл. США [6].

Тенденция оттока высококвалифицированных специалистов из Беларуси и их труд на благо других стран не способствует экономическому развитию нашей страны и уж тем более повышению качества человеческого капитала. Так, при принятии фирмой решения о релокации сотрудников, большим преимуществом попасть в список для переезда обладают квалифицированные специалисты, чей труд точно будет необходим и востребован в другой стране. Ведь фирма несет значительные затраты при перемещении своей деятельности и своего штаба сотрудников на новое место жительства и работы. Менее квалифицированные и востребованные специалисты, как правило, не подпадают под релокацию за границу и остаются на родине, чаще всего лишившись рабочего места. Таким образом, человеческий капитал высокого уровня покидает Беларусь, а человеческий капитал более низкого уровня остается, что в целом ухудшает качество национального человеческого капитала. При этом инвестиции в развитие специалистов не оправдываются, при потере статуса резидента уменьшается часть получаемых в бюджет налогов и не учитывается объем производства релоцировавшихся специалистов в структуре ВВП страны-донора.

Если в ближайшее время эту ситуацию в сфере IT не удастся переломить, то это будет иметь существенные экономические последствия

и окажет негативное влияние на качество человеческого капитала Беларуси. Большинство подрастающих школьников и студентов уже стремится «войти в айти», престижная и успешная IT-отрасль становится национальной идеей. Сложившаяся текущая ситуация в стране подрывает доверие молодежи к данной отрасли в пределах Беларуси и может привести к тому, что через 2 – 3 года молодые специалисты будут выпускаться из ВУЗов и уезжать из страны в поисках более привлекательных условий для работы по IT-специальностям. Таким образом, Беларуси стоит обратить внимание на отток квалифицированного человеческого капитала и не допустить его усиления в будущем. Для этого следует принимать меры по ослаблению действия западных санкций, детальнее исследовать причины релокации сотрудников, улучшать условия для работы в IT-секторе (система льготного налогообложения, государственная поддержка).

Библиографические ссылки

1. Куда, кого и как перевозят белорусские IT-компании прямо сейчас [Электронный ресурс] / Интернет-издание dev.by про белорусское IT. – Режим доступа: <https://devby.io/news/relokeit-aitishniki> – Дата доступа: 08.05.2022.
2. Что происходит с IT-отраслью Беларуси после санкций [Электронный ресурс] / Интернет-портал «Про бизнес» – Режим доступа: <https://probusiness.io/interview/9356-zakazchiki-prosyat-chtoby-kompanii-perevezli-sotrudnikov-v-lyubuyu-druguyu-stranu-cto-proiskhodit-s-it-otraslyu-belarusi-posle-sankciy.html> – Дата доступа: 08.05.2022.
3. IT рынок Республики Беларусь: отчет рейтингового агентства BIK Ratings [Электронный ресурс] / Интернет-портал рейтингового агентства BIK Ratings – Минск, 2020. – Режим доступа: <https://bikratings.by/analitika/it-belarus> – Дата доступа: 08.05.2022.
4. ПВТ готовит проект по изменению условий работы для IT-компаний [Электронный ресурс] / Интернет-издание dev.by про белорусское IT. – Режим доступа: <https://devby.io/news/park-proekt> – Дата доступа: 10.05.2022.
5. Average IT Professional Salary [Электронный ресурс] / Information company Payscale – Режим доступа: https://www.payscale.com/research/US/Job=IT_Professional/Salary – Дата доступа: 10.05.2022.
6. Заработная плата в сфере IT в Республике Беларусь. [Электронный ресурс] / Интернет-издание dev.by про белорусское IT. – Режим доступа: <https://salaries.dev.by/> – Дата доступа: 10.05.2022.

НАЛОГ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА: ЭЛЕМЕНТЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И ПОРЯДОК ИСЧИСЛЕНИЯ

Ю. Н. Кульбеда

Белорусский государственный университет, г. Минск;

julia.kylbed@gmail.com;

науч. рук. – Н. А. Мельникова, канд. экон. наук, доц.

В научной статье рассматривается налог на профессиональный доход в Республике Беларусь и Российской Федерации. Акцентируется внимание на элементах налогообложения и порядке исчисления данного налога в выбранных странах, а также различиях и преимуществах налога на профессиональный доход в сфере малого бизнеса.

Ключевые слова: налоговая система; малый бизнес; самозанятые; налог на профессиональный доход.

Одним из инструментов регулирования предпринимательской деятельности являются налоговые платежи и особые режимы налогообложения для отдельных субъектов малого бизнеса. Налоговыми кодексами Республики Беларусь (далее – РБ) и Российской Федерации (далее – РФ) предусмотрены различные режимы налогообложения, а именно, общий и специальный режимы налогообложения. В данной работе будут рассмотрены один из специальных режимов налогообложения в сфере предпринимательской деятельности – налог на профессиональный доход (далее – НПД).

В Российском налоговом законодательстве НПД был введен в 2019 году. Действовать данный режим налогообложения будет до 31 декабря 2028г., так как данный режим является экспериментальным. На конец декабря 2019 года было зарегистрировано 330 тыс. самозанятых граждан и индивидуальных предпринимателей (далее – ИП), перешедших на уплату НПД. На начало 2020 года было зарегистрировано 6 223,603 тыс. самозанятых граждан и ИП, перешедших на уплату НПД. Таким образом, на основании полученных данных, можно сказать, что эксперимент по введению НПД имеет положительную динамику [6].

НПД могут применять самозанятые граждане и ИП, однако для последних установлены некоторые ограничения. Например, ИП запрещается применять данный режим налогообложения в случае, если деятельность осуществляется с участием наемных работников. Так же не допускается применение НПД при осуществлении таких видов деятельности как:

- лица, осуществляющие реализацию подакцизных товаров и товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами

идентификации в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- лица, осуществляющие перепродажу товаров, имущественных прав, за исключением продажи имущества, использовавшегося ими для личных, домашних и (или) иных подобных нужд;
- лица, занимающиеся добычей и (или) реализацией полезных ископаемых и т.д. (ст. 4 и ст. 6 Закона № 422-ФЗ) [4].

Также, как и другие специальные режимы налогообложения, уплата НПД освобождает ИП от уплаты таких налогов как: налог на доходы физических лиц, налог на добавленную стоимость (далее – НДС), кроме НДС при ввозе товаров на территорию РФ и фиксированных страховых взносов.

Предусмотрены следующие налоговые ставки НПД:

- 4 % в отношении доходов, полученных от реализации товаров, работ, услуг, имущественных прав физическими лицами;
- 6 % в отношении доходов, полученных от реализации товаров, работ, услуг, имущественных прав ИП и юридическими лицами (ст. 10 Закона № 422-ФЗ) [4].

Таким образом, объектом налогообложения НПД являются доходы от реализации работ, товаров, услуг и имущественных прав. В соответствии с этим обязанность уплаты налога возникает только в том случае, если есть облагаемый доход, при его отсутствии никаких обязательных, минимальных или фиксированных платежей не предусмотрено.

Платательщик вправе применять НПД в случае, если годовой доход нарастающим итогом не превысит 2,4 млн российских рублей. В случае превышения лимита, налогоплательщик теряет право применять НПД и обязан перейти на другую систему налогообложения [4].

Следует отметить, что в течении периода использования НПД, целью которого является легализация доходов через снижение налоговой нагрузки и снижение административного давления на граждан, законом № 422-ФЗ запрещается вносить правки в отношении увеличения размера налоговых ставок и уменьшения предельного размера доходов. Налоговым периодом НПД определяется календарный месяц.

Использование налога на профессиональный доход в РБ планируется с 2023 года. Также, как и в РФ, его плательщиками будут являться самозанятые граждане и ИП. Данный режим налогообложения заменит уплаты таких налогов как: подоходный налог с физических лиц, обязательный страховой взнос в ФСЗН Республики Беларусь (для физических лиц, признаваемых плательщиками таких взносов), поскольку ставка НПД будет «включать» в себя отчисления на социальное страхование [3].

Для применения НПД самозанятым и ИП можно будет осуществлять любые виды деятельности, кроме запрещенных законодательством. К ним буду относиться: реализация подакцизных товаров и товаров, подлежащих маркировке; розничная торговля покупными товарами; деятельность, требующая получения лицензии и т.д. (гл. 32 проекта НК 2023). Следует отметить, что также, как и в РФ, НПД будет запрещено применять в случае, если для осуществления деятельности будут привлечены другие работники.

В зависимости от вида и размера дохода планируется использовать следующие налоговые ставки НПД:

- 10 % – для доходов от физических лиц (как резидентов, так и нерезидентов) и организаций – нерезидентов РБ;
- 10 % – для доходов ИП и организаций – нерезидентов РБ в размере до 60 000 бел. руб. в пределах календарного года;
- 20 % – для доходов ИП и организаций – резидентов РБ, превышающих 60 000 бел. руб. в пределах календарного года [5].

Налоговым периодом НПД признается календарный месяц.

Важным моментом является то, что и в РБ и в РФ регистрацию и оплату налога можно будет производить онлайн, без посещения налогового органа через специальные приложения: «Налог на профессиональный доход» и «Мой налог» соответственно [1; 2].

Таким образом, существенные различия между элементами налогообложения и порядком исчисления НПД в налоговых законодательствах РБ и РФ отсутствуют. Можно сказать, что данный режим налогообложения в РБ был создан на основе уже существующего НПД в РФ.

Исходя из вышесказанного можно выделить отдельные преимущества уплаты НПД в сфере малого бизнеса:

- возможность осуществления любых видов деятельности (кроме запрещенных законодательно);
- онлайн-регистрация и взаимодействие с налоговым органом;
- для физических лиц определяется возможность осуществления деятельности в качестве самозанятого с работой по найму;
- нет необходимости вести налоговый учет и предоставлять налоговую отчетность;
- исчисление и возможность уплаты налога через мобильное приложение.

Библиографические ссылки

1. Все о новой системе налогообложения индивидуальных предпринимателей и самозанятых [Электронный ресурс] // Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. - Режим доступа: <https://nalog.gov.by>. – Дата доступа: 31.03.2022.

2. Вход в приложение «Мой налог» / Кабинет налогоплательщика НПД «Мой налог» // Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://lknpd.nalog.ru>. – Дата доступа: 31.03.2022.
3. Информация об основных изменениях, вносимых в Налоговый кодекс [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. - Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by>. – Дата доступа: 28.03.2022.
4. *Ключевская Н.*, Налог на профессиональный доход / Ключевская Н. // Информационно-правовой портал Гаран.ру / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.garant.ru>. – Дата доступа: 28.03.2022.
5. Налоговый кодекс 2022: практично о ключевых изменениях для физических лиц и индивидуальных предпринимателей [Электронный ресурс] // Экономическая газета. – Режим доступа: <https://neg.by> – Дата доступа: 28.03.2022.
6. Статистика // Центр поддержки самозанятых [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://sznpd.ru>. – Дата доступа: 04.04.2022.

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЦЕН НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ В ПЕКИНЕ

С. Ю. Курец

Белорусский государственный университет, г. Минск;

kurets000@gmail.com;

науч. рук. – Е. И. Васенкова, канд. физ.-мат. наук, доц.

Проанализировано развитие и состояние рынка недвижимости в Китае и в Пекине, определены основные причины роста цен. На основании модели ARIMA построен прогноз цен на рынке недвижимости в Пекине, сформулированы рекомендации по стабилизации цен и нормализации положения в секторе недвижимости.

Ключевые слова: рынок недвижимости; прогнозирование; модель ARIMA; стабилизация цен на недвижимость.

Рынок недвижимости Китая является ключевым драйвером экономики с тех пор, как страна начала открывать свои рынки в 1980-х годах. Сегодня его стоимость составляет около 55 трлн долларов США, теперь она в два раза превышает свой эквивалент США и в четыре раза больше ВВП Китая. Учитывая строительство и другие товары и услуги, связанные с недвижимостью, ежегодная жилищная деятельность составляет около 29 % ВВП Китая, что намного выше 10 %–20 %, типичных для большинства развитых стран. Сбои в сфере недвижимости могут быть очень болезненными, так как рынок недвижимости неразрывно связан с китайской экономикой. Эта связь намного сильнее, чем в США, Канаде, Австралии или Европе. Недвижимость в больших городах Китая невероятно дорогая, особенно в сравнении со средним доходом на семью. Приведем основные причины, которые привели к таким высоким ценам.

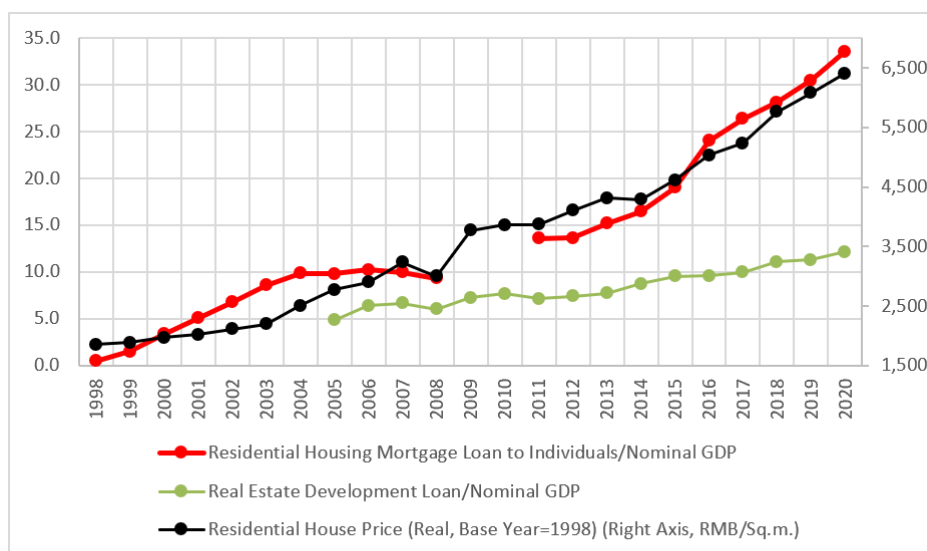
Первая из них основывается на ожидании, что рост будет продолжаться – это главный фактор, определяющий рыночный спрос на что угодно. Рынок недвижимости здесь, в первую очередь, рассматривается как спекулятивный актив, а уже потом как место для проживания. Спрос на недвижимость такой высокий, что в некоторых провинциях его ограничивали искусственно, разрешая одной семье иметь в собственности только определенное количество недвижимости.

Вторая причина дороговизны жилья в Китае – людям просто некуда инвестировать, ведь сами китайцы не стремятся вкладывать в китайские компании, так как не доверяют фондовому рынку из-за непонимания принципов его функционирования. Правительство пыталось установить контроль над этой сферой путем занижения цен на квартиры, но пока им это не удалось. Китайцы не любят, когда цены на недвижимость снижа-

ются и на это тоже есть свои причины. Во-первых, их квартиры уже заложены и, во-вторых, недвижимость – это все, что у них есть.

Третьим катализатором роста цен является давление общества. Считается, что нужно иметь свое жилье – об этом говорят все – как финансовые консультанты в США, так и близкие родственники. Но в Китае проблема намного более масштабна из-за дисбаланса количества мужчин и женщин в стране, который вызван «политикой одного ребенка». Таким образом, мужчины без квартиры не могут завести семью. Есть повседневные преимущества обладания собственной квартирой – население строго контролируется так называемой «системой Хукоу», которая, по сути, является системой регистрации домохозяйств. В этой системе указано место рождения каждого гражданина и от этого зависит, где граждане страны смогут пользоваться социальными услугами. В Китае огромна доля трудовых мигрантов, многие сельские жители уезжают из деревень в крупные города, стремясь к более высоким зарплатам. Формально такие мигранты все еще резиденты своих сел и деревень и это означает, что они не смогут получить доступ даже к базовым услугам в городе пребывания.

В настоящее время среднестатистический китаец не задумывается куда ему инвестировать, ответ очевиден – в недвижимость. Цены на квартиры резко выросли за последнее время, каждый год рост цен составлял от 10 до 15 %. Динамика роста отражена на рис 1.



Source: CEIC and author calculations.

Рис. 1. Динамика роста цен на недвижимость в Китае [1]

Это привело к ложному ощущению, что инвестировать деньги в квартиру в Китае – это безопасное вложение и возможность значительно увеличить доход. Стоит отметить, что закредитованность населения выросла с 18 % от всего ВВП в 2018 г. до 61 % в 2020 г. ВВП в это время

выросло втрое. Экономический рост, спровоцированный увеличением долга – не всегда плохо. Отношение долга к ВВП в Китае пока сильно ниже, чем в Швейцарии и Австралии [2].

В вопросе влияния китайских застройщиков на изменение цен на рынке недвижимости обычно обращаются к анализу China Evergrande Group, более известному как Evergrande. Это второй по величине застройщик в Китае. Их финансовые решения последних десяти лет вызывали много вопросов, но до недавнего времени аналитики и подумывать не могли, что компания может быть на пороге масштабного кризиса. Уже в 2020 году цены на акции компании начали медленно снижаться с 3,5 долларов за акцию до 30 центов. Многие думают, что банкротство Evergrande может также сильно повлиять на мировую экономику как повлияло падение американской компании Lehman Brothers в 2008 г. Причина в том, что компания неразрывно связана со многими другими сферами, а китайский рынок недвижимости в данный момент считается классическим примером финансового пузыря.

Для прогнозирования цен на рынке недвижимости можно использовать эконометрические модели (многофакторные или модели ARIMA). Первая используется в случае, если существуют факторы, оказывающие влияние на цены, и их можно количественно оценить. В работе была использовано эконометрическое моделирование на основе моделей ARIMA.

Модель ARIMA используется для моделирования для нестационарных временных рядов. Математически модель ARIMA имеет вид (1):

$$\Delta^d X_t = c + \varepsilon_t + \sum_{i=1}^p a_i \Delta^d X_{t-i} + \sum_{j=1}^q b_j \varepsilon_{t-j}, \quad (1)$$

где Δ^d – оператор разности временного ряда порядка d ; a_i , b_i – параметры модели; ε_t – белый шум

Обозначается (1) как ARIMA (p , d , q), где p – количество членов авторегрессии, d – порядок дифференцирования, и q – количество ошибок прогноза в модели.

В результате построения модели оптимальными являются параметры ARIMA(1,1,1). Итоговое уравнение модели представлено соотношением (2):

$$\Delta X_t = -0.4032 * \Delta X_{t-1} - \varepsilon_{t-1} \quad (2)$$

На рис. 2. представлены результаты прогноза и получившиеся коэффициенты для уравнения модели.

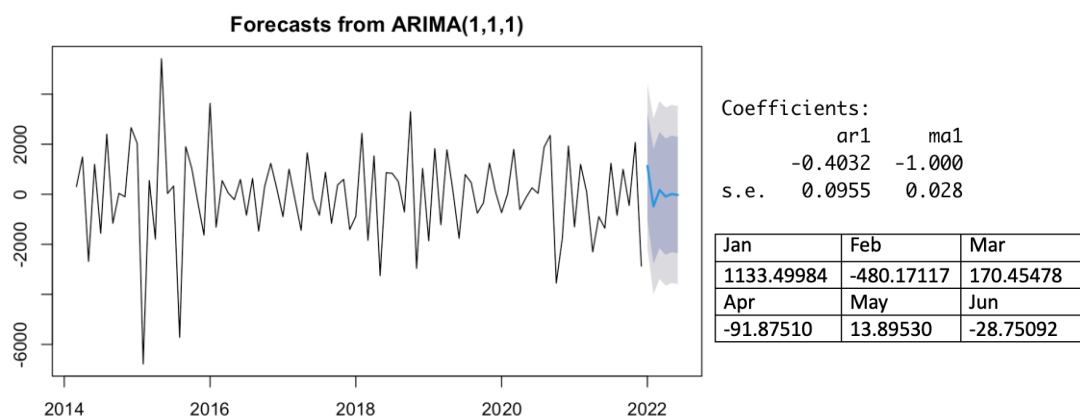


Рис. 2. Результат прогноза цен на недвижимость

Примечание: собственная разработка на основании [3]

На основании модели (2) можно говорить о снижении цен на недвижимость, что в свою очередь может привести к проблемам в экономике страны и замедлению роста ВВП. Поэтому всестороннее применение различных средств для замедления резкого падения цен на жилье является важным. В качестве мер по нормализации положения можно выделить следующие:

- перевод долга по недвижимости с балансов банков в специальную компанию по управлению активами (КУА) по сниженной стоимости, а затем рекапитализировать банки;
- ввод жестких административных мер в сочетании с системой Хукоу;
- налоговая политика, то есть переход к принципу «меньше прибыли от продажи земли и больше от налогов на недвижимость».

Если решить проблему в раздутом секторе недвижимости, Китай будет иметь гораздо больше ресурсов для инвестирования в исследования и разработки, информационно-коммуникационные технологии, искусственный интеллект и другие высокотехнологичные сектора, в которых он хочет стать мировым лидером.

Библиографические ссылки

1. *Tamim Bayoumi, Yunhui Zhao*. Incomplete Financial Markets and the Booming Housing Sector in China // International Monetary Fund. – 2018. – Дата доступа: 12.03.2022.
2. *Edward Glaeser, Wei Huang, Yueran Ma, Andrei Shleifer*. A Real Estate Boom with Chinese Characteristics // Journal of Economic Perspectives – Volume 31, Number 1 – Winter 2017 – Pages 93–116.
3. Lianjia / Historical Data Prices – Режим доступа: <https://bj.lianjia.com/chengjiao>. – Дата доступа: 04.04.2022.

ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ БЕЛОРУССКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ: ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ОСНОВЫ И ПОКАЗАТЕЛИ АНАЛИЗА

И. Д. Леонович

Белорусский государственный университет, г. Минск;

leonovich.ira01@gmail.com

науч. рук. – Н. А. Мельникова, канд. экон. наук, доц.

В статье рассматриваются вопросы, касающиеся финансового состояния организаций. Это одна из ключевых характеристик деятельности предприятий, которая отражается множеством критериев.

Ключевые слова: финансовое состояние организации; финансовая устойчивость; платежеспособность; анализ финансового состояния.

В настоящее время большую роль играет анализ финансовых результатов деятельности организации. По результатам данного анализа любой организации характеризуется ее деятельность и финансово-экономическое благополучие, результат её текущего инвестиционного и финансового развития. За счет положительных финансовых результатов организация способна выполнять свои обязательства перед бюджетом, банками и другими организациями.

Финансовое состояние организации – это категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность предприятия к саморазвитию на фиксированный момент времени, т. е. наличие, размещение и эффективное использование финансовых ресурсов. Финансовое состояние может быть абсолютно устойчивым, нормальным, неустойчивым, кризисным. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе, переносить непредвиденные потрясения и поддерживать платежеспособность свидетельствуют об устойчивом финансовом состоянии [1].

Финансовая устойчивость организации – это способность организации функционировать, сохраняя равновесие своих активов и обязательств в постоянно изменяющейся среде.

Основной задачей анализа финансового состояния является своевременное устранение недостатков в финансовой деятельности субъекта хозяйствования, поиск методов улучшения финансового состояния.

На каждом этапе анализа используются свои показатели для оценки финансового состояния. Анализ финансовой деятельности обычно проводится за отчетный год. Источниками информации для оценки состояния финансов предприятия служат бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет об изменении собственного капитала, отчет

о движении денежных средств, отчет о использовании целевого финансирования [2].

В Республики Беларусь порядок проведения анализа финансового состояния определяют следующие акты законодательства:

Закон Республики Беларусь от 13 июля 2012 года «Об экономической несостоятельности (банкротстве)», который определяет главный критерий несостоятельности – это неплатежеспособность, признанная решением суда о банкротстве с прекращением деятельности организации [3].

Критерии неплатежеспособности установлены исполнительной властью в постановлении Совета Министров Республики Беларусь от 12 декабря 2011 года № 1672 «Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования» по согласованию с судебной властью и органами госконтроля [4].

Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования, утв. постановлением Министерства финансов и Министерства экономики Республики Беларусь от 27.12.2011 г. № 140/206 (в редакции Постановления Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь от 04.10.2017 г., № 33/23) определяет порядок расчета коэффициентов платежеспособности и применяется в отношении государственных и негосударственных юридических лиц (кроме бюджетных, страховых организаций, банков)[5].

Для проведения финансового анализа необходимо рассчитать ряд следующих показателей:

1. Коэффициент текущей платежеспособности – это отношение наиболее ликвидных средств к первоочередным долгам. Результат такого сопоставления позволяет оценить достаточность имеющихся у организации средств для оплаты наиболее срочных долгов. Очевидно, что значение данного показателя должно превышать 1.

2. При наличии собственных оборотных средств определяется коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами характеризует наличие у субъекта собственных оборотных средств, необходимых для его устойчивости. Определяется как отношение собственных оборотных средств к стоимости краткосрочных активов.

3. Коэффициент обеспеченности суммарных финансовых обязательств активами, который показывает какова доля финансовых обязательств организации в финансировании имущества организации и характеризует способность организации рассчитаться по своим финансовым обязательствам после реализации активов. Рекомендуемое значение – не более 0,85.

4. Коэффициент абсолютной ликвидности – это отношение легко ликвидных активов ко всем краткосрочным обязательствам организации.

Этот коэффициент показывает какая часть краткосрочных заемных обязательств может быть погашена немедленно. Значение коэффициента абсолютной ликвидности должно быть не менее 0,2.

5. Коэффициент отношения продаж к общим активам (общей оборачиваемости капитала) характеризует уровень эффективности использования всех активов предприятия. С одной стороны, оборачиваемость активов отражает, сколько раз за период оборачивается капитал, вложенный в активы предприятия. С другой стороны, этот коэффициент показывает, сколько рублей выручки предприятие имеет с рубля, вложенного в активы.

6. Коэффициент финансовой независимости, который характеризует долю собственного капитала в общей сумме средств, авансированных в деятельность организации. Чем выше значение этого показателя, тем более финансово устойчива от внешних кредиторов организация.

7. Коэффициент капитализации показывает соотношение заемных средств и суммарной капитализации и характеризует степень эффективности использования компанией собственного капитала.

В современный период развития наиболее актуальны показатели платежеспособности и финансовой устойчивости организаций, которые характеризуются коэффициентом ликвидности, коэффициентом обеспеченности собственными оборотными средствами и коэффициентом обеспеченности обязательств активами.

На рисунке отражена динамика показателей платежеспособности и финансовой устойчивости организаций Республики Беларусь за 2017–2021 гг.

Как показывает рисунок 1, данные коэффициенты имеют тенденцию к увеличению, а также находятся в границах нормативного значения за 2017–2021 года. На основании данных критериев можно сделать вывод, что организации Республики Беларусь являются платежеспособными.

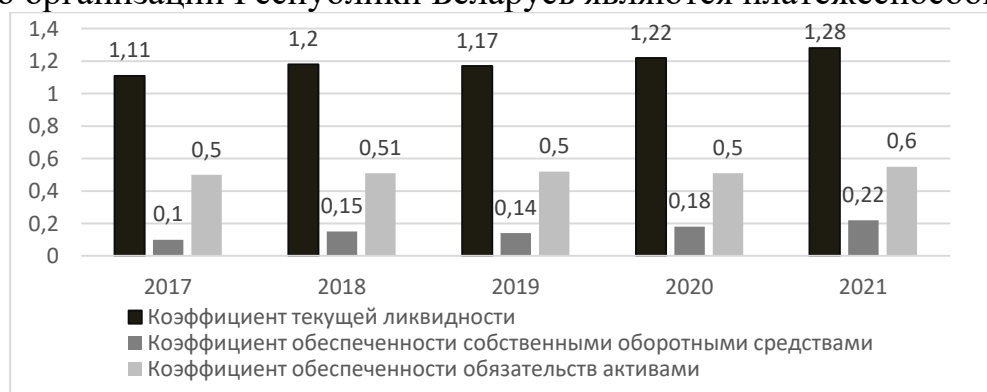


Рис. 1. – Динамика основных показателей для определения платежеспособности белорусских организаций за 2015-2020 гг.

Примечание – Источник: составлено на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [6]

Таким образом, финансовая устойчивость является показателем доверия со стороны контрагентов, выступает определенным гарантом для получения заемных средств под наименьшие проценты, а регулярная ее оценка позволяет организации вовремя реагировать на изменения финансовых процессов и сохранять хозяйственную независимость.

Библиографические ссылки

1. *Лапченко Д. А.* Анализ производственно-хозяйственной деятельности: финансовый анализ. Минск: БНТУ, 2018. – 15 с.
2. *Бельчина Е. М.* Финансы организации. Минск: БГАТУ, 2018. – 194 с.
3. Об экономической несостоятельности (банкротстве) [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 13 июля 2012 г. № 415-3 : в ред. Закона Республики Беларусь от 24.10.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2022. – Дата доступа: 18.04.2022.
4. Об определении критериев оценки платёжеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь, 12 дек. 2011 г., № 1672 : в ред. постановления Совета Министров Республики Беларусь от 22.01.2019 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2022. – Дата доступа: 18.04.2022.
5. Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платёжеспособности и проведения анализа финансового состояния и платёжеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс] : постановление Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь, 27 дек. 2011 г., № 140/206 : в ред. постановления Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь от 04.10.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2022. – Дата доступа: 18.04.2022.
6. Финансы Республики Беларусь: статистический буклет [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by> – Дата доступа: 20.04.2022.

ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

В. Ю. Лободенко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

silvernamegg@gmail.com;

науч. рук. – В. П. Кунцевич, ст. преп.

В статье исследуются теоретические и практические аспекты функционирования финансового рынка в современных условиях хозяйствования. Рассматривается влияние процессов глобализации на развитие фонового рынка Республики Беларусь.

Ключевые слова: финансовый рынок; участники биржи; глобализация.

Финансовый рынок – это средство перераспределения денежных ресурсов в экономике и индикатор всего состояния экономики в целом. Суть финансового рынка заключается не просто в перераспределении финансовых ресурсов, но, прежде всего, в определении направлений этого перераспределения. Именно на финансовом рынке определяются эффективные сферы приложения денежных ресурсов. По состоянию финансового рынка можно определить способность национальной и глобальной экономики справляться и приспосабливаться к нестандартным ситуациям. Наиболее серьезные испытания на прочность финансовых рынков связаны с их глобализацией и возникновением серьезных кризисов.

Финансовый рынок имеет сегменты в зависимости от состава финансовых услуг: денежный рынок, рынок страхований, валютный рынок, рынок ценных бумаг и другие.

Для человека, живущего в 21 веке важен рынок страхования. Основная задача страхования как специализированной отрасли экономики – создание эффективной системы страховой защиты имущественных интересов граждан и юридических лиц, обеспечивающей реальную компенсацию убытков (ущерба, вреда), причиненных в результате различных видов деятельности, непредвиденных природных явлений, техногенных аварий, катастроф, негативных социальных обстоятельств и происшествий, а также в формировании необходимой для экономического роста надежной и устойчивой хозяйственной среды.

Мир столкнулся с серьезным испытанием – коронавирусной инфекцией и спровоцированной ею пандемией, с связи с чем люди стали больше беспокоиться о своем здоровье. Популярность страхования от болезней резко возросла, однако до пандемии страхование от COVID-19 не существовало, и большая часть страховых агентств начали нести большие убытки в связи с возросшей нагрузкой и высокой заболеваемо-

стью людей. Поэтому уже к середине 2020 года многие страховые агентства изменяли условия выплаты страхового возмещения. К примеру, в российской страховой компании «Ингосстрах-Жизнь», предлагающей страховой полис «СтопКоронавирус», выплаты больному стали производиться спустя 2–3 дня после покупки полиса, в связи с чем при появлении симптомов люди не спешили обращаться в медицинские учреждения, что стало серьезным фактором для ускорения распространения инфекции.

Пандемия также повлияла и на рынок ценных бумаг – наблюдается резкий рост цен акций на большую часть компаний из списка S&P500 с марта 2020 года. Такой рост связан с переходом большей части населения на дистанционную работу. В свою очередь, люди находящиеся дома, имеют больше свободного времени за счет уменьшения затрат на поездку до офиса и покупку ланча, что в сочетании со страхом за собственную финансовую безопасность подталкивает людей к направлению свободных денежных средств во вложения в альтернативные активы.

Рынок ценных бумаг в США развит лучше, нежели в других странах, и по статистике, каждый 3-ий американец является инвестором либо в инвестиционные фонды, либо в ценные бумаги через брокеров. Важным фактором увеличения активов на бирже являются выплаты США своему населению денежной помощи в зависимости от социального статуса от 1400 долларов США единовременно и 300 долларов США еженедельно по безработице с дополнительными льготами. Прекращение выплат населению было рассмотрено в декабре 2021 года и перенесено на 2022 год.

Рассмотрим Таблицу 1, в которой отражено число участников фондовых бирж с 2019 по 2021 год. Закономерность роста на двух платформах количества участников – является следствием описанных ранее факторов. Важно отметить, что с увеличением количества участников на фондовых биржах увеличился размер инвестируемого капитала.

Количество участников фондовых бирж за ряд лет

Год	2019	2020	2021
Количество фондируемых счетов в США (млн. человек)	51,00	69,00	84,00
Количество счетов на Московской бирже (млн. человек)	3,86	8,79	15,26

Примечание – Источник [1].

Впоследствии, когда деятельность компаний будет возвращена к допандемийному состоянию, а именно увеличатся мощности производств по сравнению с текущим моментом, их выпуск будет превышать спрос на товар, поскольку населению необходимо время на восстано-

ление допандемийной платежеспособности. Большая часть инвесторов не сможет следить за ситуацией на рынке ценных бумаг, это приведет к оттоку капитала и падению котировок компаний.

Глобализация, как один из факторов роста некоторых компаний, отражает тенденции мира к приобщению и потреблению тех благ, которые популярны на данный момент в глобальном обществе.

Рынок ценных бумаг и франчайзинг также связаны между собой. На начало 2020 года иностранные и отечественные франшизы каждого государства столкнулись с реальностью этого времени, появился ряд ограничений. К примеру, было запрещено посещение оздоровительных центров из-за требуемого соблюдения дистанции, масочного режима и других требований. В ряде стран было запрещено посещение ресторанов и кафе. Однако, данное эмбарго было снято в течении нескольких месяцев. Это связано с тем, что государство вводило льготы на определенный период и могло продлевать их, но потери, связанные с отсутствием налогов от прибыли компаний, была значительно большей. С 2019 по 2021 года количество франшиз в России увеличилось на 845 единиц, (данные взяты с портала franshiza.ru). Население все чаще прибегает к сферам услуг, а именно приобретаются франшизы, связанные с развитием человека и его навыков.

Таким образом, в современном финансовом рынке имеется ряд проблем, с которыми столкнется общество по окончании пандемии. Прекращение выплат американцам за безработицу уменьшит привлечение активов, в других государствах люди перестанут интересоваться рынком ценных бумаг т.к. их свободное время снова будет занято другими факторами. Глобализация замедлилась из-за пандемии, однако, это позволяет получить преимущества тем компаниям, которые имеют продукт, в котором нуждается общество сейчас. В статье было рассмотрено то, как различные сегменты финансового рынка адаптируются к нестандартным условиям, однако для полноценного восстановления деятельности еще требуются новые инновации в различных сферах, а также время для устранения последствий кризисов.

Библиографические ссылки

1. Поведение частных инвесторов на фондовых рынках России и США- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.finam.ru/analysis/forecasts/povedenie-chastnyx-investorov-na-fondovykh-rynках-rossii-i-ssha-20211112-141058/> – Дата доступа: 05.05.2022.
2. Палата представителей проголосовала за выплату пострадавшим от пандемии американцам \$2000-[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/newsroom/finansy-i-investicii/417615-palata-predstaviteley-progolosovala-za-vyplatu-postradavshim-ot>-Дата доступа: 05.05.2022.

3. Страховой рынок и пандемия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plusworld.ru/journal/2020/plus-5-2020/strahovoj-rynok-i-pandemiya-ot-silent-covid-risk-do-razvitiya-inshurteha/>-Дата доступа: 05.05.2022.
4. Вирусные партнерства: в пандемийном 2020 году количество франшиз в России выросло на 7%-[Электронный ресурс]. -Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/432739-virusnye-partnerstva-v-pandemiynom-2020-godu-kolichestvo-franshiz-v-rossii-vyroslo-na>-Дата доступа: 05.05.2022.
5. Банк России-[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru>-Дата доступа: 06.05.2022.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА НА ПРИМЕРЕ ОАО «БАНК ДАБРАБЫТ»

К. С. Лоскутова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

anverigo@yandex.ru;

науч. рук. – А. В. Вериги, канд. экон. наук, доц.

В статье рассмотрено содержание понятия «эффективности банковской деятельности». Представлены возможные пути повышения эффективности деятельности банка на примере ОАО «Банк Дабрабыт».

Ключевые слова: банк; эффективность банковской деятельности; клиент ориентированный подход.

В современной науке и практике вопрос оценки эффективности банковской деятельности приобретает особое значение. Банки аккумулируют ресурсы и перераспределяют их в соответствии с интересами товаропроизводителей и населения, оказывают существенное влияние на развитие общества. Этим определяется актуальность данной статьи.

Сравнивая различные трактовки понятия эффективности банковской деятельности, можно выделить общие характеристики понимания данной экономической категории в представлении различных авторов: прежде всего, эффективность деятельности банка понимается как коммерческая банковская эффективность, то есть соотношение результатов и затрат. Данное понятие отождествляется с понятием рентабельности деятельности банка. Эффективность в данном случае отождествляется с результативностью, а результатом деятельности банка является прибыль. В данном случае важна рентабельность проводимых им операций и его способность максимизировать прибыль при соблюдении необходимого уровня рисков. Рентабельность отражает положительный совокупный результат деятельности банка в хозяйственно-финансовой и коммерческой сферах [18, 22, 31, 49, 51].

Макроэкономическая ситуация в стране оказывает значительное влияние на развитие банковской системы. Для поддержания эффективной деятельности в условиях конкуренции банкам необходимо совершенствовать предлагаемые клиентам продукты и услуги.

В настоящее время многие банки переходят на клиент ориентированную модель развития, чтобы не потерять свои позиции на рынке, в следствии чего им приходится пересматривать существующую практику ведения бизнеса с целью повышения эффективности деятельности. Глобализация финансовых рынков нацеливает на необходимость функционирования в едином кибернетическом пространстве, обладая доступом

к рынкам в режиме реального времени, а это возможно только с развитием IT-технологий и их интеграции с банковской деятельностью.

В настоящее время интернет-банкинг является одним из важнейших атрибутов, который позволяет банкам успешно конкурировать на рынке и повышать эффективность своей деятельности.

Клиент ориентированный подход предполагает появление инновационных оценочных моделей оценки клиентов, которые могут повысить уровень принятия кредитных решений. Развитие информационных технологий привело к повышению эффективности работы большинства банков в результате применения модели дистанционного обслуживания клиентов посредством интернет-банкинга, мобильного банкинга, внешних услуг и т. д.

Рассмотрим направления применения клиент ориентированного подхода на примере ОАО «Банк Дабрабыт». Работа банка в совершенствовании инновационного развития в рамках клиент ориентированного подхода в последние годы была успешной. Так, в 2021 г. в ОАО «Банк Дабрабыт» обеспечена возможность идентификации клиентов по пластиковой сим-карте с интегральной микросхемой, содержащей электронное средство биометрической идентификации и криптографический токен аутентификации, (ID-карте) наравне с паспортом гражданина Республики Беларусь, видом на жительство в Республике Беларусь иностранного гражданина / лица без гражданства.

Завершен редизайн мобильного приложения, целями которого было усовершенствование визуального оформления и создание структуры с простым и удобным для пользователей функционалом. Внедрен проект по онлайн-кредитованию в партнерской сети ОАО «Банк Дабрабыт», позволяющий оптимизировать процесс оформления кредитных заявок без обращения в банк-точку продаж партнера.

В 2021 г. произведена трансформация продуктовой линейки: реализована цифровая карта, выпуск БПК Белкарт–МИР, внедрение новых депозитов для VIP-сегмента, а также запущена услуга по расчетно-кассовому обслуживанию, которая обеспечивает безопасные расчеты при сделках купли-продажи недвижимости и другого имущества («Добрая справа»).

В 2021 г. ОАО «Банк Дабрабыт» запустил первую в Беларуси торговую площадку по покупке валюты для физических лиц с доступом на биржу. Ключевая особенность сервиса – с его помощью клиенты могут не только продавать и покупать валюту по внутреннему курсу ОАО «Банк Дабрабыт», но и опираясь на котировки с Белорусской валютно-фондовой биржи. Сервис предоставляет возможность совершать валют-

но-обменные операции онлайн по курсу, максимально приближенному к рыночному.

ОАО «Банк Дабрабыт» стал лидером биржевого валютного рынка за февраль и май 2021 г. Высокие позиции среди участников валютных торгов ОАО «Банк Дабрабыт» являются результатом целенаправленной работы по обеспечению наиболее привлекательных для клиентов условий по покупке и продаже иностранной валюты.

В июне 2021 г. ОАО «Банк Дабрабыт» запустил информационный сервис «Библиотека». Новый сервис ориентирован на представителей малого бизнес, которые с его помощью смогут самостоятельно вести документооборот, экономя на услугах кадровиков и юристов. Клиентам ОАО «Банк Дабрабыт» возможность сервиса предоставляется бесплатно.

Среди основных тенденций в развитии банковских инноваций ОАО «Банк Дабрабыт», прежде всего необходимо отметить смещение акцента с ценовых и количественных характеристик финансовых продуктов на характеристики обслуживания и качества, такие как индивидуальный подход к клиенту, скорость и качество во время его обслуживания.

ОАО «Банк Дабрабыт» следует разрабатывать такие пакеты услуг, которые различаются по объему операций, содержания и тарифов, что максимально учитывает интересы каждой отдельной группы клиентов. В частности, особое внимание следует уделять привлечению средств, а также кредитованию малого и среднего бизнеса.

Основными резервами роста эффективности деятельности ОАО «Банк Дабрабыт» являются:

- рост доходности кредитных операций (процентные доходы). Резервом роста процентных доходов является увеличение процентных ставок по кредитам и непосредственно увеличение суммы, выданных кредитов;
- рост доходности некредитных операций (непроцентные доходы). Учитывая высокий уровень спроса на кредитные продукты, предложим ОАО «Банк Дабрабыт» дополнительно получать непроцентный доход в виде: разовых комиссий за выдачу кредита, оформление страховок;
- обеспечение потребностей массовой клиентуры в сбережении, накоплении и заимствовании средств, предоставление стандартного набора конкурентоспособных продуктов и услуг, предназначенных для различных региональных, отраслевых и социальных групп клиентов.

Таким образом, для поддержания эффективной деятельности в условиях конкуренции ОАО «Банк Дабрабыт» необходимо совершенствовать предлагаемые клиентам продукты и услуги. ОАО «Банк Дабрабыт» следует разрабатывать такие пакеты услуг, которые различаются по объ-

ему операций, содержания и тарифов, что максимально учитывает интересы каждой отдельной группы клиентов, особенно для кредитования клиентов малого бизнеса. Основными резервами роста эффективности деятельности ОАО «Банк Дабрабыт» являются: рост доходности кредитных операций, а именно объемов выданных кредитов; рост доходности некредитных операций, получение непроцентного дохода в виде разовых комиссий за выдачу кредита; увеличение комиссионных доходов за счет внедрения продуктов кредитного страхования; обеспечение потребностей массовой клиентуры в сбережении.

Библиографические ссылки

1. *Евдокимова, Т. В.* Анализ генезиса теоретических подходов к понятию и оценке эффективности / Т. В. Евдокимова // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2019. – №3 (23). – С. 22–27.
2. *Каратаева, Г. Е.* Эффективность деятельности коммерческих банков: понятие и методы ее оценки / Г. Е. Каратаева, Д. К. Шихвеледова // Вестник СурГУ. – 2020. – №3 (29). – С. 6–16.
3. *Панков, В. В.* Экономический анализ : учебное пособие / В. В. Панков, Н. А. Казакова. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. – 624 с.
4. *Юззович, Л. И.* Совершенствование оценки эффективности деятельности коммерческого банка в условиях межбанковской конкуренции : монография / Л. И. Юззович, Е. А. Трофимова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 120 с.
5. *Якубенко, В. В.* Современные проблемы и перспективы обеспечения эффективности деятельности региональных банков в России / В. В. Якубенко // Экономика. Бизнес. Банки, 2019. – № 4. – С. 102–110.

ДОПОЛНЕНИЕ МЕТОДА МОДЕЛИРОВАНИЯ УГРОЗ, ОСНОВАННОГО НА ШАБЛОНЕ

В. А. Макаревич

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ulad.makarevich@gmail.com;

науч. рук. – Е. А. Минюкович, канд. экон. наук, доц.

Статья посвящена возрастанию количества, многообразия и стоимости атак на корпоративные информационные системы и роли персонала организации в их предотвращении. Обоснована разработка метода моделирования угроз, основанного на шаблоне. Обсуждается проведенная работа по совершенствованию метода. Предложено внедрение способов агрегации и визуализации результатов в шаблон моделирования угроз для обеспечения возможности использования в качестве основы будущих моделей, практик и сценариев стратегического управления информационной безопасностью.

Ключевые слова: информационная безопасность; управление информационной безопасностью; анализ угроз; моделирование угроз; шаблон моделирования угроз.

Ключевое место в бизнес-процессах организаций – начиная с организации производства и предоставления услуг и заканчивая обеспечением коммуникаций внутри команды и с клиентами – сегодня занимает сбор всевозможных данных и информации, в том числе о клиентах. Взаимодействие с большими объемами данных позволяет повысить эффективность работы и извлечь новые идеи для лучшего понимания своей операционной деятельности, принятия управленческих решений и изучения своих клиентов. В то же время большие объемы данных подвергают организации и их клиентов потенциальным рискам. Вместе с внедрением информационных технологий растет количество, многообразие и стоимость атак на корпоративные информационные системы организаций, которые становятся все более уязвимыми. Несмотря на создание более совершенных и безопасных систем ИТ-специалистами, число инцидентов информационной безопасности не уменьшается.

Управление рисками кибербезопасности исторически относилось к компетенции технических специалистов и экспертов. Однако данную задачу больше нельзя делегировать исключительно команде ИТ-специалистов вне зависимости от ее размера. Напротив, руководящий состав во всех сферах экономики и государственного управления должен осознавать, каким образом информационная безопасность соотносится с их ролями и обязанностями, и обратить внимание на ее динамичный и быстроразвивающийся ландшафт, состоящий из непредсказуемых, сложных и по-новому выстроенных киберугроз.

Разработка мер и решений по обеспечению безопасности корпоративных информационных систем требует иного мышления, которое будет рассматривать кибербезопасность не как конечную проблему, которую можно решить один раз, но как непрерывный процесс. Следовательно, ее менеджмент должен быть направлен не на снижение вероятности возникновения рисков, а на их управление.

В процессе исследований мы разработали метод моделирования угроз, основанном на шаблоне, целью которого является обеспечение помощи в принятии управленческих решений на основе своевременного моделирования угроз. Метод моделирования угроз основан на шаблоне, состоящем из восьми базовых элементов процесса моделирования, поэтапное рассмотрение которых позволяет оценить информационную безопасность корпоративной информационной системы и ландшафт потенциальных угроз, разработать решения по управлению потенциальными угрозами [1].

Метод отталкивается от положения, что суждения о кибербезопасности часто оказываются предвзятыми и неполными в предсказуемо проблематичных направлениях, что вызывает проблемы при принятии решений о необходимости инвестиций и их распределении при ее обеспечении в организации. Использование метода вовлекает всех сотрудников организации, включая руководителей, ИТ-специалистов и менеджеров, занимающих различные должности, в процесс моделирования, что помогает обеспечить грамотное распределение инвестиций и принятие управленческих решений в области информационной безопасности, учесть человеческий фактор и роли сотрудников, выработать необходимые коммуникации и методы реагирования на инциденты [2].

После апробации, проведенной в ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа», мы получили обратную связь о преимуществах и проблемных местах метода [3]. Основываясь на предложениях, мы провели работу по следующим направлениям:

- Уточнение и разработка блоков шаблона, связанных с анализом злоумышленников и угроз. Так, были внесены изменения в исходный шаблон, уточняющие понятия целей злоумышленников и возможных уязвимостей, что позволяет участникам процесса определить и характеризовать направления возможных атак благодаря выявлению, отслеживанию и поддержке перечня уязвимостей активов организации. Также в шаблон был добавлен блок анализа опыта и текущих возможностей организации по противодействию угрозам, выявленным ранее, что позволяет дать оценку текущему состоянию защиты системы.

- Доработка связей шаблона с существующими стандартами, политиками и практиками в области информационной безопасности. Была предусмотрена возможность проведения анализа текущей ситуации и разработки мер совершенствования системы информационной безопасности при согласовании с существующими актами и фреймворками. Данное решение позволит руководящему составу разработать стратегию кибербезопасности вне зависимости от размера и направления деятельности организации.

На данный момент мы проводим анализ возможности внедрения существующих способов агрегации и визуализации результатов моделирования, что позволит организациям использовать результаты процесса моделирования в качестве основы будущих моделей, практик и сценариев стратегического управления информационной безопасностью. В частности, для обеспечения возможности обеспечения принятия управленческих решений, ведется разработка представления ключевых тезисов об уровнях защиты организации, способах обнаружения инцидентов, планах реагирования, а также распределении обязанностей и ролей в случае их возникновения.

Библиографические ссылки

1. Макаревич, В. А., Минюкович, Е. А., Мулярчик, К. С. Анализ и моделирование угроз информационной безопасности предприятия на основе универсального шаблона // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. 2021. №1. С. 57–68.
2. Parenty, T. J. A Leader's Guide to Cybersecurity: Why Boards Need to Lead – and How to Do It. Boston, 2019. 240 p.
3. Макаревич, В. А., Макаревич, В. А., Минюкович, Е. А. Апробация метода моделирования угроз, основанного на шаблоне // Актуальные проблемы науки XXI века. 2021. №10. С. 16–20.

ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БАНКОВ БЕЛАРУСИ

В. Е. Малюгина

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vmalugina6@gmail.com;

науч. рук. – О. В. Машевская, канд. экон. наук, доц.

В статье проводится анализ проблем и особенности функционирования банков Беларуси: Банковский сектор, кредитные риски. На основании проведенного анализа предложены рекомендации развития банковской системы в Республике Беларусь.

Ключевые слова: банк; функционирование банков; банковский сектор; цифровая трансформация; индекс Херфиндаля–Хиршмана.

Банковская система Республики Беларусь обладает рядом определенных проблем, которые препятствуют увеличению эффективности работы банковского сектора страны. Усовершенствование и развитие проблем – наиболее значимая и важная задача государства для достижения стабильности функционирования национальной экономики.

Банковский сектор Республики Беларусь (на 01.07.2021 г.) образуют 24 банка второго уровня и 3 небанковские кредитно – финансовые организации («ИНКАСС.ЭКСПЕРТ», «ЕРИП», «Хоум Кредит»).

Одна из особенностей белорусской банковской системы – наличие «системообразующих» банков, которые занимают большую часть национального банковского рынка. По оценкам Национального банка, на конец 2021 г. индекс Херфиндаля–Хиршмана составил 1024 % что характеризует банковский рынок как умереноконцентрированный, близкий к низкоконтетрированному рынку. Как показывает анализ динамики индекса Херфиндаля–Хиршмана за 10 лет, традиционно высокая рыночная концетрация на банковском рынке Республки Беларусь в последние годы демонстрирует явную тенденция к повышению, что связано с закрытием нескольких банков за последние годы.

Можно выделить следующие основные проблемы в банковском секторе Беларуси: высокий уровень кредитных рисков банков, вызванный неустойчивым финансовым положением кредитополучателей, кредитруемых в рамках государственных программ, и накоплением данных рисков в банковской сфере, что вызывает снижение показателей достаточности капитала, требуемого для их покрытия. На 01.07.2021 объем активов банковского сектора составили 86,9 млрд BYN, снизившись на 0,1 % по сравнению с 01.01.2021.

Следующей проблемой банковского сектора Республики Беларусь является снижение показателей эффективности деятельности банков

в результате роста расходов банков на создание специальных резервов, что, в свою очередь, является следствием кредитования в рамках государственных программ финансово неустойчивых кредитополучателей, а также повышения кредитных рисков в условиях ухудшения макроэкономических условий функционирования банков и их клиентов.

Оптимальным считается наличие одного кредитного учреждения на 100 тысяч человек. В республике данный показатель находится на низком уровне и составляет 0,25. Данная ситуация объясняется низкой инвестиционной привлекательностью страны в международных рейтингах. В соответствии с рейтингами на Беларусь делаются негативные прогнозы с вероятными кредитными рисками. Это сдерживает приток иностранных инвестиций во вложение в банковскую систему. Для того, чтобы улучшить свои позиции, страна должна продолжить макроэкономическую политику по сдерживанию инфляции, что в том числе было сделано государством в последние годы и повлияло на позицию Беларуси в рейтингах. В соответствии с количественной оценкой конкуренции на рынке банковских услуг, для банковского сектора республики характерен высокий уровень концентрации. Ядром сложившейся системы являются 2 банка: ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО «Белагропромбанк», принадлежащие государству. На их долю приходится около 59 % совокупного капитала и около 60 % всех кредитов. Это приводит к снижению конкуренции в банковской системе, когда у основных банков отсутствуют стимулы к совершенствованию, а возможные их проблемы приведут к проблемам всей банковской системы страны. Национальным банком страны должны создаваться условия по стимулированию конкуренции и повышению доверия ко всем банкам государства.

Рейтинг стран Европы по уровню инфляции

№	Страна	Уровень инфляции, %
I	Страны с высоким уровнем инфляции	
1.	Словакия	9
2	Россия	9,17
3	Беларусь	9,99
4	Болгария	10
5	Украина	10,7
6	Чехия	11,1
7	Эстония	12
8	Литва	14,2
9	Молдова	18,5
10	Турция	54,44
II	Страны с самым низким уровнем инфляции	
1	Лихтенштейн	1,5
2	Швейцария	2,2
3	Франция	3,6
4	Норвегия	3,7

Окончание таблицы

№	Страна	Уровень инфляции, %
I	Страны с высоким уровнем инфляции	
5	Албания	3,9
6	Мальта	4,1
7	Португалия	4,2
8	Швеция	4,3
9	Финляндия	4,5
10	Дания	4,8

Источник: [6]

Стоит отметить, что инфляция в Беларуси ниже, чем в Литве, Чехии, Эстонии, Украине. Годовой прирост потребительских цен в Беларуси в январе 2022 г. относительно января 2021 г. вырос на 1,57 % [6].

Следующей проблемой банковского сектора Республики Беларусь является снижение показателей эффективности деятельности банков в результате роста расходов банков на создание специальных резервов, что, в свою очередь, является следствием кредитования в рамках государственных программ финансово неустойчивых кредитополучателей, а также повышения кредитных рисков в условиях ухудшения макроэкономических условий функционирования банков и их клиентов.

Невысокая обеспеченность банковского сектора долгосрочными ресурсами также является проблемой, что в условиях высокой инвестиционной активности банков, и, в первую очередь, при реализации важнейших государственных программ, приводит к несбалансированности активов и пассивов банков по срокам погашения, негативно влияющей на их ликвидность.

Развитие информационных технологий является важным перспективным этапом в развитии банковского сектора Республики Беларусь, который также вызывает проблемы в период цифровой трансформации экономики. Необходимо продолжать развитие единого расчетно-платежного пространства Беларуси «ЕРИП», создавать механизмы по внедрению искусственного интеллекта в банковскую сферу и проводить оптимизацию работы банков в соответствии с использованием больших данных. Развитие собственных мобильных предложений, внедрений систем виртуального банка и блокчейна, позволяющего производить учет различных активов и совершенных сделок; внедрение бизнес-модели Open Banking и использование технологий API, позволит взаимодействовать с клиентами в безопасном и перспективном методе, используя экосистему сторонних приложений и сервисов.

Следующим этапом в развитии банковского сектора Республики Беларусь должно стать активное привлечение инвестиций, что способствовало бы росту конкуренции и эффективности управления рисками

в данном секторе; способствовало выработке эффективной стратегии и организации финансирования (в т. ч. льготного) приоритетных государственных программ; развитию институтов коллекторской деятельности. Важное значение имеет также совершенствование банковского регулирования и надзора, а именно, формирование комплексной системы оценки устойчивости функционирования банковского сектора, совершенствование международных стандартов надзорной деятельности, укрепление взаимодействия банковской надзорной деятельности с надзорной деятельностью других сегментов финансового рынка и т. д.

Несмотря на развитие банковского сектора Беларуси за последнее десятилетие, все же остается целый ряд нерешенных проблем, касающихся его институциональной структуры. Необходима дальнейшая либерализация данной сферы, совершенствование процесса участия белорусских банков в кредитовании государственных программ. Решение проблем будет способствовать устойчивому развитию и эффективному функционированию банковской системы в соответствии с интересами экономики страны.

Библиографические ссылки

1. Белорусские банки будут продавать и покупать токены – эксперимент [Электронный ресурс] // ЗАО «Дев Бай Медиа». – Режим доступа: <https://dev.by/news/eksperiment-tokeny-banki>. – Дата доступа: 02.05.2022.
2. Данильчук, Д. Рынок корпоративных и токенизированных облигаций Республики Беларусь / Дмитрий Данильчук // Банковский вестник. – 2021. – №12/701. – С.27-39.
3. Электронный ресурс. Режим доступа: https://bikratings.by/wp-content/uploads/2021/08/renking_bankov.pdf
4. Алымов, Ю. М. О стратегии развития банковского сектора экономики Республики Беларусь на 2011–2015 гг. / Ю. М. Алымов // Банковский вестник. – 2011. – 17/516. – С. 9–18.
5. Статистический сборник «Бюллетень банковской статистики» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/2021/04.pdf>. – Дата доступа: 08.05.2022.
6. Беларусь вошла в Топ-10 лидеров европейской инфляции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thinktanks.by/publication/2022/03/17/belarus-voshla-v-top>
7. 10-liderov-evropeyskoy-inflyatsii.html/ – Дата доступа: 09.05.2022.

ЛЕКАРСТВО ОТ ДЕПРЕССИИ: ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНЦИИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

М. А. Матусевич

Белорусский государственный университет, г. Минск;

mtabox@gmail.com;

науч. рук. – Ю. Л Астрах, ст. преп.

Развитие интернета, мобильных устройств, компьютерных технологий, транспорта, информатизация финансовых рынков, а также другие факторы послужили поводом для создания сектора цифровой экономики известного как электронная коммерция. Растущая популярность электронной коммерции во всем мире, ее перспективы и новизна а также растущий оборот торговли определяют актуальность этой работы. В наше время большинство малых и средних предприятий широко используют электронную коммерцию для ведения своей предпринимательской деятельности, поскольку она имеет целый ряд неоспоримых преимуществ. В этой статье мы изучим понятие электронной коммерции, а также рассмотрим инструменты, которые применяются на этом рынке для привлечения новых клиентов.

Ключевые слова: электронная коммерция; контент-маркетинг; поведенческая экономика.

Электронная коммерция – это сфера цифровой экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций [1, с. 11].

Электронная коммерция подразделяется на: электронный обмен информацией, электронное движение капитала, электронную торговлю, электронные деньги, электронный маркетинг, электронный банкинг, электронные страховые услуги.

Также электронную коммерцию можно классифицировать по конечному потребителю, например: бизнес для бизнеса (b2b), бизнес для потребителя (b2c) и др. Электронные торговые операции в различных сферах протекают в целом по схожим принципам.

Типовой порядок проведения электронной транзакции можно свести к ряду однотипных для различных отраслей и видов бизнеса операций:

- выбор товара или услуги через интернет;
- отправка запроса на сервер;
- получение и обработка запроса;
- обработка транзакции через банк или финансовую систему;
- поиск товара по базе данных;
- передача заявки на склад, отправка товара в пункт выдачи.

Значимым различием сделок электронной коммерции выступает

форма товара: продуктом сделки в электронной коммерции может выступать товар не в материальной форме, а цифровой контент, для получения которого в результате сделки пользователь получает доступ для скачивания или получает ключ доступа на электронную почту и др.

Контент-маркетинг – важный инструмент в E-commerce. Когда клиенты находятся на стадии выбора и принятия решения, целью электронной коммерции является реализация действий, направленных на стимулирование потребителя принять положительное решение о покупке. Для того чтобы выбрать оптимальную маркетинговую стратегию нужно выполнить ряд действий:

- • изучить специфику рынка своего бизнеса;
- • изучить целевую аудиторию;
- • добиться поддержки заинтересованных сторон [2].

С помощью контента до покупателя доводится информация о компании, продукте, его преимуществах и свойствах, удовлетворяющих непосредственную потребность клиента. В целом контент-маркетинг помогает укрепить отношения с брендом и увлечь потенциальных покупателей. К примеру многие магазины и продактплейсмент-платформы делают скидки и предлагают продукт по определенной цене, дают кэшбэк (частичное возвращение стоимости товара), предлагают премиум аккаунт на тестовый период, оформляют бонусные карты и используют маркетинговые инструменты, целью которых выступает создание мотивов для совершения текущей покупки и приобретению товаров в будущем.

Данные способы стимулирования увлеченности потребителей сильно влияют на рыночное поведение лиц, принимающих решения о покупке. Здесь мы подходим ко второму важному инструменту в электронной коммерции – поведенческой экономике, т. е, влиянию социальных и психологических факторов на принятие решений [3, с.14].

Один из главных принципов поведенческой экономики – страх потери [4]. Люди инстинктивно боятся что-нибудь потерять или чего-то лишиться. К примеру потратить деньги на приобретение товара, учитывая, что он может не понравиться, или отказаться от приложения доставшегося за просто так с полезными функциями. Поэтому широко распространены такие явления как «манибэк» и бесплатные пробные версии на определенный срок.

Из вышесказанного становится очевидно, что контент и использование методов поведенческой экономики являются своего рода симбиозом, с помощью которого на рынке, в частности в электронной коммерции, продавцы мотивируют клиентов к совершению сделок.

В качестве примера приведем две компании, занимающиеся хостин-

гом (услуг по предоставлению ресурсов для размещения информации на сервере, постоянно находящемся в сети).

Сравнение предложений компаний Beget и Sprinthost

Предложения	Beget	Sprinthost
Бесплатный тестовый период	30 дней	15 дней
Домен в подарок	да	нет
Почтовых ящиков на начальном тарифе	1000	нет
Бесплатный ssl сертификат	да	да
Итого клиентов	165000	100000

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [5].

Как видно из таблицы, Beget предлагает тридцатидневный бесплатный период, бесплатный домен в подарок и 1000 почтовых ящиков на начальном тарифе. Из всего вышеперечисленного Sprinthost предлагает только бесплатный тестовый период, и всего лишь на 15 дней. Отметим, что Beget (на рынке с 2009) имеет на данный момент 165.000 клиентов против 100.000 у Sprinthost (на рынке с 2005) [5], хотя вторая находится на рынке на четыре года дольше. В данной ситуации очевидно, что предложение первой компании выглядит привлекательнее.

Подводя итоги стоит сказать, что электронная коммерция имеет ряд неоспоримых преимуществ. К ним можно отнести возможность торговли цифровыми товарами, доступность и способность анализировать и влиять на рынок и целевую аудиторию. Однако есть и отрицательные моменты. На данных рынках слишком высокий уровень конкуренции, вследствие чего компании вынуждены буквально бороться за каждого клиента, увлекая его своими предложениями.

Библиографические ссылки

1. Юрасов, А. В. Основы электронной коммерции / А.В. Юрасов. – Москва: Горячая линия- Телеком, 2007. – С. 11.
2. Саймон, Кингспорт. Стратегия Цифрового Маркетинга [Электронный ресурс] <https://knizhnik.org/sajmon-kingsnort/strategija-czifrovogo-marketinga> / (дата обращения: 1.05.2022).
3. Канеман, Даниель. «Думай медленно...решай быстро / Даниель.Канеман. – Минск : АСТ, 2013. – С. 14 .
4. Форбс, восемь принципов поведенческой экономики в маркетинге [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/372601-na-kryuchke-vosem-principovpovedencheskoj-ekonomiki-v-marketinge> (дата обращения: 1.05.2022).
5. Рейтинг интернет хостингов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hostradar.ru/testovyj-period>. – Дата доступа: 1.05.2022.

ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В ПОСТРОЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

В. В. Мурзинков

Белорусский государственный университет, г. Минск;

Novaaj@gmail.com;

науч. рук. – Т. Ю. Гораева, канд. экон. наук, доц.

Развитие индустрии венчурного капитала и прямого инвестирования в настоящий момент является одним из приоритетных направлений государственной инновационной политики, необходимым условием активизации инновационной деятельности и повышения конкурентоспособности экономики страны.

Ключевые слова: венчурное финансирование; венчурный фонд; инновационные компании; инвестиции; инновационная экономика.

На протяжении последних десятилетий конкурентоспособность национальных экономик во многом определяется тем, насколько часто и эффективно внутри страны разрабатываются, внедряются и коммерциализируются инновационные решения. Эксперты, такие как, например, Ф. Котлер, отмечают, что уже более 50 лет главным источником инноваций являются малые инновационные предприятия. Трансрегиональное перемещение капитала, глобализация, совершенствование правовых и финансовых институтов обусловили возникновение новых видов финансирования подобных предприятий, главным из которых является венчурное.

Венчурное финансирование – это долгосрочные высокорискованные инвестиции в капитал молодых компаний, бизнес которых так или иначе построен на инновациях.

Главным субъектом венчурной деятельности является венчурный инвестор. Им может выступать как физическое, так и юридическое лицо, вкладывающее собственные средства в инновационные компании самостоятельно или через венчурные фонды и осуществляющее стратегический контроль за их использованием.

Среди других субъектов венчурной деятельности следует выделить:

- венчурные фонды (аккумулируют средства нескольких инвесторов);
- венчурные управляющие компании (производят отбор наиболее выгодных проектов и вкладывают в них средства венчурных фондов);
- венчурные предприятия (получают венчурные инвестиции).

Развитие венчурной экосистемы и поддержка венчурной деятельности в настоящий момент являются одними из важнейших направлений инновационной политики передовых стран мира. Связано это с рядом

факторов, которые обуславливают важность использования венчурного капитала для развития инновационной экономики. Таким образом, следует отметить, что в современных условиях венчурный капитал:

1. обеспечивает рост экономики страны (региона) за счет роста доходов инновационных компаний, получивших венчурное финансирование;
2. Обеспечивает создание новых рабочих мест в экономике, повышение спроса на высококвалифицированную рабочую силу;
3. способствует развитию инновационного предпринимательства, а также вспомогательных и смежных отраслей экономики;
4. способствует повышению спроса на результаты интеллектуальной деятельности;
5. способствует созданию и развитию новых отраслей экономики;
6. способствует повышению инвестиционной привлекательности страны (региона).

Ряд стран, в числе которых США, Китай, Израиль, Сингапур, являющиеся одними из самых крупных производителей инноваций, постоянно совершенствуют венчурную экосистему, формируя необходимую правовую базу, а также выделяя бюджетные средства на финансирование молодых инновационных компаний. К примеру, в Китае существует более 700 венчурных фондов с государственным участием, а создание государственной программы по поддержке инновационного предпринимательства Yozma в свое время помогла Израилю увеличить долю высокотехнологичного сектора в ВВП с 3 % до 67 % [2].

В Республике Беларусь рынок венчурного капитала пока характеризуется начальной стадией своего развития. В последнее десятилетие были сделаны некоторые важные шаги в этом направлении, к примеру, принятие Декрета Президента №8 «О цифровой экономике», а также создание первого в Республике классического венчурного фонда совместно с Российской венчурной компанией – RBF Ventures. Однако венчурная активность в Беларуси все еще невелика как по сравнению с мировыми лидерами, так и по сравнению с соседями с постсоветского пространства, такими как Россия и страны Балтии [4].

Таким образом, важность развития рынка венчурного капитала подтверждается мировой практикой, прежде всего положительным опытом наиболее развитых стран. У Республики Беларусь имеются все предпосылки для эффективного использования данного опыта, в том числе своих ближайших соседей. Совершенствования требуют прежде всего нормативно-правовая база и уровень государственной поддержки. Это позволит Беларуси ускорить процесс построения инновационной экономики и перехода в новый технологический уклад.

Библиографические ссылки

1. Сайт Российско-Белорусского фонда венчурных инвестиций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rbf.vc/> – Дата доступа: 19.03.2022.
2. Малащенко, О. Ф. Международная венчурная деятельность / О. Ф. Малащенко; под науч. ред. Е.А. Семак. — Минск: Издательство “Четыре четверти”, 2011. — 237 с.
3. Методические материалы РВК – Российской венчурной компании. Концептуальная сквозная методика оценки венчурных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rvc.ru/upload/iblock/85a/skvoznaya_metodika.pdf. – Дата доступа: 13.03.2022.
4. Рынок венчурного финансирования в Республике Беларусь. Отчет по итогам исследования ВІК-Ratings. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bikratings.by/wp-content/uploads/2021/01/rynok-venchurnogo-finansirovaniya-v-rb.pdf>. – Дата доступа: 10.03.2022.

АНАЛИЗ ИОТ-ТЕХНОЛОГИЙ И ПЛАТФОРМ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЦИФРОВУЮ ТРАНСФОРМАЦИЮ

Т. О. Нарыжная, Д. Д. Данилова

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
tatyana.n7704@gmail.com; ddanilova2107@gmail.com;
науч. рук. – Е. В. Сошникова*

В статье проводится анализ ведущих IoT – платформ: Microsoft Azure, Amazon Web Services и Google Cloud. На основе данного анализа и современных тенденций был составлен прогноз дальнейшего развития технологии интернета вещей и возможности, предоставляемые сейчас и перспективы в будущем.

Ключевые слова: интернет вещей (IoT); облачные сервисы; цифровизация.

На сегодняшний день функционирование множества объектов нашего окружения обусловлено подключением к общей системе/облаку. Отслеживание тенденций развития IoT технологий является приоритетной задачей правительств государств большинства стран мира. В дополнение к этому присутствует необходимость автоматизации большего количества процессов и наличия доступа к данным с любых устройств.

Интернет вещей (Internet of Things, IoT) – это совокупность различных физических объектов, которые подключены к определенным сервисам и передают данные. Технически же, это система вычислительных устройств, у которых есть индивидуальные идентификаторы и возможность передавать информацию по сети без необходимости взаимодействия человека с человеком или человеком с компьютером [1].

Технологии Интернета вещей способны закрыть не только частные задачи человека или бизнеса. Средства IoT помогают в изучении и решении глобальных проблем [2]:

а) окружающей среды;

С помощью мониторинга средствами IoT можно улучшить состояние окружающей среды, спрогнозировать стихийные бедствия. Например, WWF уже развернули систему мониторинга данных из парков дикой природы в режиме реального времени с помощью квадрокоптеров.

б) здравоохранения;

Устройства Интернета вещей IoT могут использоваться для удаленного отслеживания состояния здоровья или системы оповещения о чрезвычайных ситуациях. Девайсы бывают простейшими, вроде мониторов артериального давления и частоты сердечных сокращений, или продвинутыми, которые следят за всеми показателями здоровья.

с) городской среды;

IoT может трансформировать целые города, превращая их в «умные». Можно решить проблемы с пробками на дорогах, снизить уровень шума, преступности и загрязнения.

d) энергопотребления;

С помощью Интернета вещей создают надежные электрические сети. Концепция Smart Grid становится очень популярной во всем мире. Основная идея интеллектуальных энергосистем заключается в автоматическом сборе данных и анализе поведения потребителей или поставщиков электроэнергии для повышения практической и экономической эффективности.

IoT систематизирует и упрощает жизнь людей и рабочие условия, помогая получить больший контроль над различными аспектами своей жизни. К тому же, следует понимать, что интернет вещей это не только наши мобильные устройства, компьютеры и другие гаджеты. Области применения IoT намного шире: логистика и транспорт (управление автопарком, отслеживание грузов), умные города (парковка, освещение, городской транспорт, система работы светофоров), медицинское оборудование, умные дома, окружающая среда (мониторинг состояния воздуха, водоемов и др.), банкоматы.

Интернет вещей (IoT) является неотъемлемым компонентом цифровой трансформации, поскольку он обеспечивает, стимулирует и ускоряет возможности создания/изменения бизнеса и улучшения способов нашей работы, жизни, развлечения и общения [3].

Также важен тот факт, что по результатам исследований, было отмечено, что с каждым годом расширяется сфера применения облачных сервисов. На данный момент выделяется три крупнейших платформы: Microsoft Azure, Amazon Web Services и Google Cloud. Среди платформ Microsoft является первой вышедшей на рынок. Наиболее сильными сторонами данной платформы является обеспечение безопасности и создание облачных хранилищ. У платформы AWS больше спектр предоставляемых услуг: помимо приложений для улучшения безопасности и создания хранилищ, компания также специализируется на разработке приложений для улучшения функционирования приложений. Также необходимо отметить, что данная платформа является лидирующей по всем позициям. Облачные сервисы запускаются постоянно и развитие данной отрасли является основным фокусом их внимания. Что же касается Google Cloud, существует всего один облачный сервис для управления приложениями, тем не менее он является одним из самых широко употребляемых по всему миру. Акцент компании Google на IoT очень специализирован [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что платформы продолжают расти, хоть и в разных темпах; тенденции развития этих платформ также схожи, Google Cloud отличается от конкурентов отсутствием приоритета на развитие сферы интернета вещей и AWS является лидером, задающим тренды.

Интернет вещей развивается ежегодно, и скорость этого роста непредсказуема. Но поскольку технологии продолжают совершенствоваться, тенденции и перспективы развития данной отрасли тоже в какой-то мере прослеживаются.

Правительствами различных государств разрабатываются проекты, направленные на цифровизацию индустрии: в Китае – «Производство 2025» или «Интернет плюс», в Германии – «Промышленность 4.0» либо «Промышленная революция 4.0», в США – «Промышленный ренессанс», во Франции – «Креативная индустрия» или «Индустрия будущего». Промышленный интернет вещей представляет из себя последующую стадию автоматизации производства, в рамках которой создается общая концепция производства.

В первую очередь интернет вещей превращается в важнейшую технологию устойчивого развития. Ожидается, что сфера IoT поможет в развитии зеленой экономики: снизит затраты на электроэнергию, обеспечит удаленное размещение, поможет в мониторинге точек сбоя. Далее, необходимо отметить быстро набирающую популярность облачных приложений. В отрасли должна появиться новая волна приложений, разработанных и оптимизированных для облачного масштаба и производительности, что повысит надежность и упростит, и сократит время выхода на рынок. Не менее важным фактом является то, что иммерсивные реальности (VR/AR) входят в предпринимательскую среду. Ожидается, что они повысят операционную эффективность и качество в рабочей среде, а также помогут в развитии удаленного управления операциями. 5G ускоряет работу процессоров, в сочетании с IoT обеспечивается большая продуктивность и улучшенное качество работы.

В Республики Беларусь развитие рынка интернета вещей не такого же высокого уровня, как в государствах Европы или же Соединенных Штатах.

На данный момент идет развитие сферы промышленного интернета вещей в сочетании с совершенствованием программы «умный дом». Другой приоритетной задачей является развитие интернета вещей в сфере IT. Потребуется больше специалистов, разбирающихся в кодировании и программировании; необходимо сочетание навыков веб-дизайна и программирования, и акцент на обеспечении безопасности для работы онлайн.

Таким образом, можно сказать, что несмотря на то, что развитие технологии интернета вещей в Беларуси не на самом высоком уровне, присутствует множество возможностей и огромный потенциал для роста. Для того чтобы пройти нелегкий путь к успешному развитию цифровой трансформации бизнес должен научиться владеть новыми современными понятиями, теориями, методологиями и инструментами. Необходимо отметить, что многие западные методологии требуют адаптации к нашим экономическим условиям развития предприятия [5].

Подводя итог, можно сделать следующие выводы: сфера интернета вещей является доминирующей в изучении; перспективы развития говорят об автоматизации процессов на уровне всей планеты, не только локально; при развитии компаний необходим также высокий уровень подготовки специалистов, которые поспособствуют сфере развиваться быстрее.

Библиографические ссылки

1. Введение в IoT (Интернет вещей) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://itechinfo.ru/node/85>. – Дата доступа: 24.04.2022
2. Влияние цифровой трансформации экономики на предпринимательские компетенции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tsifrovoy-transformatsii-ekonomiki-na-predprinimatelskie-kompetentsii>. – Дата доступа: 26.04.2022
3. Роджерс, Дэвид Цифровая Трансформация / Дэвид Роджерс. – Издательская группа Точка, 2018. – 344 с.
4. The IoT cloud: Microsoft Azure vs. AWS vs. Google Cloud [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iot-analytics.com/>. – Дата доступа: 30.04.2022.
5. Сошникова, Е. В. Основные составляющие успешного развития цифровой трансформации бизнеса / Е. В. Сошникова // 78-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета [Электронный ресурс]: материалы конф. В 3 ч. Ч. 3, Минск, 10–21 мая 2021 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: В. Г. Сафонов (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2021 – С. 738–741.

ВЛИЯНИЕ ИТ-ОТРАСЛИ НА РОСТ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

И. В. Парфёнов

Белорусский государственный университет, г. Минск;

i03082000p@gmail.com;

науч. рук. – О. В. Машевская, канд. экон. наук, доц.

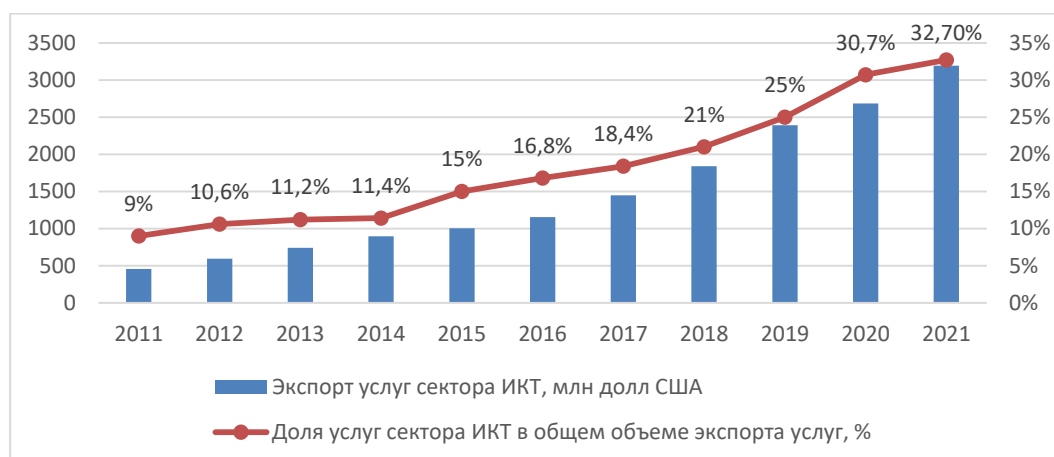
В статье автор утверждает, что сегодня ИТ-отрасль находится на революционном этапе своего развития. Это связано с тем, что роль ИТ-отрасли кардинально изменилась: из обслуживающей она превратилась в стратегическую, активно влияющую на основные макропоказатели республики.

Ключевые слова: ИТ-отрасль; рост экономики; цифровизация; ИКТ; ПВТ; релокация.

По данным исследовательской консалтинговой компании IDC, масштабы ИТ-отрасли в республике увеличиваются из года в год. Происходит цифровизация не только экономики, производственных и рабочих процессов, но и практически всех аспектов жизни людей.

ИТ-компании стали источниками возникновения принципиально новых видов бизнеса и новых взглядов на методы корпоративного управления, на организацию компаний, действующих на глобальных рынках. Обеспечивая доход и нанимая работников с относительно высокой средней заработной платой, ИТ -сектор помогает другим секторам повышать производительность, работать более эффективно и быстрее внедрять инновации.

В настоящее время в ИТ – секторе Республики Беларусь работает 3574 компании [1]. В течение рассматриваемого периода экспорт ИКТ значительно увеличивается. За последние 10 лет он вырос в 7 раз, так с 456,4 млн. долл. США в 2011 г. до 3194,6 млн. долл. США в 2021 г., что является выдающимся результатом не только в рамках отечественной экономики, но и в мировых масштабах. Динамика экспорта услуг сектора ИКТ представлена на рис. 1.



Экспорт услуг сектора ИКТ Республике Беларусь, млн долл. США

Примечание – Источник: [2]

Важным мероприятием, направленном на стимулирование экспорта ИТ-услуг в Беларуси можно считать реализацию проекта по созданию Парка Высоких технологий, который был создан с целью формирования благоприятных условий для разработки в Республике Беларусь программного обеспечения, информационно-коммуникационных технологий, направленных на повышение конкурентоспособности национальной экономики.

По данным Парка Высоких Технологий численность сотрудников в 2021 г. составляла 76000 человек, а Министерство по налогам и сборам Беларуси в 2021 г. отчиталось, что резиденты ПВТ заплатили в бюджет 736 млн рублей [3]. По сумме налоговых платежей ИТ-компании ПВТ опередили многие отрасли. В их числе [2]:

- оптовая и розничная торговля автомобилями: 716 млн рублей;
- сельское и лесное хозяйство: 682 млн рублей;
- производство машин и оборудования: 316,8 млн рублей;
- производство химических продуктов: 200,6 млн рублей;
- производство одежды: 130,1 млн рублей.

Доля сектора «информация и связь» в общем объеме ВВП составила по итогам 2021 г. – 7,4 %, что, конечно, незначительно превысило показатель предыдущего периода, в 2020 г. он составил 7,3 %.

Подводя итоги, можно сказать, что ИТ-отрасль влияет положительно на рост национальной экономики, только в 2021 г в ПВТ было создано 8960 новых рабочих мест; 332,8 млн долл. поступило страну в 2020 г. в виде прямых иностранных инвестиций [3].

Но, с другой стороны, есть и негативное влияние ИТ-отрасли на национальную экономику Республики Беларусь, а именно:

- лучшим специалистам предлагают работать непосредственно в штаб-квартире разработчиков, которые находятся за пределами нашей республики, что обеспечивает миграцию рабочей силы и утечку мозгов;
- формируется неравенство доходов в отраслях национальной экономики;
- высокая зависимость IT -отрасли от зарубежных инвесторов и заказчиков.

За последние три года в Республике Беларусь наблюдается активный процесс релокации сотрудников IT-компаний, т.е. перемещение сотрудника компании на новое место жительства, связанное с деловыми целями компании. Данный процесс можно наблюдать на примере компании «Wargaming», которая на 31 марта 2022 г. была одной из самых больших айти-компаний в Беларуси по количеству сотрудников. «Wargaming» объявило решение остановить свою деятельность на территории нашей страны и большинство сотрудников были релокированы. Таким образом, мы видим, что релокация равносильна утечке мозгов. И еще, национальная IT-отрасль зависима от иностранных заказчиков, которые диктуют условия национальным компаниям.

Исходя из отмеченного можно констатировать, что IT-отрасль является одним из индикаторов роста (сокращения) национальной экономики, и сегодня правительству необходимо приложить немало усилий, чтобы переориентировать рынок услуг разработки e-commerce-решений на внутренний рынок, на рынок РФ, на рынок стран ЕАЭС. Необходимо направить силу совместных усилий на поиск новых точек роста, пусть даже на первый взгляд мало заметных. Выиграет та страна, которая способна думать и находить положительные решения в любых, даже очень критичных ситуациях.

Библиографические ссылки

1. Министерство связи и информатизации Республики Беларусь : сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.mpt.gov.by. – Дата доступа: 28.04.2022.
2. Национальные статистические показатели развития цифровой экономики в Республике Беларусь: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/50e/50e0f7e0b7e5875db07fb6c8350e8ec8.pdf> – Дата доступа: 29.04.2022.
3. IT-страна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/it-strana>. – Дата доступа: 29.04.2022.

СПОСОБЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА КАК МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

М. Г. Печенин, Т. В. Герасимчик

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
Maxmakspech@gmail.com; gerasimciktimofej@gmail.com;
науч. рук. – М. М. Ковалев, д-р. физ.-мат. наук, проф.;
науч. рук. – О. Е. Трясунова, ст. преп.*

В данной статье представлены особенности и подходы к определению понятия «Экономическая безопасность». Проведен анализ состояния экономической безопасности по предложенной формуле.

Ключевые слова: экономическая безопасность (ЭБ); концептуальные подходы; индикаторы; пороговые значения; сводный индекс экономической безопасности; парадигма экономической безопасности.

Существует несколько подходов к определению экономической безопасности.

Англосаксонский подход. Одними из примеров ученых, которые внесли свой вклад в понимании ЭБ, были британец Винцент Кейбл и американец Джонатан Киршнер. Англосаксонский подход характеризуется строгим разделением экономической безопасности на финансовую обеспеченность гражданина и экономические аспекты национальной безопасности. Он предполагает прежде всего ориентацию на наращивание внешнеэкономических связей, хотя полностью и не исключает протекционизм для стратегически важных отраслей.

Азиатский подход. Под азиатским подходом понимается пример Японии и Китая. Основной вклад в данный подход внесли экономисты Акао Нобутоси и Цзян Юн.

Акао Нобутоси в своей известной работе (Nobutoshi, 1983) трактует ЭБ как стабильную поставку ресурсов: продукты питания, топлива и минеральные материалы.

Китайский экономист Цзян Юн уделяет большое внимание именно экономическому суверенитету, указывая на значительные риски для китайской экономики со стороны иностранного капитала.

В целом же в азиатском подходе научная мысль сфокусирована на вопросах экономического суверенитета и защищенности от глобальных рисков, имея оттенок умеренного изоляционизма.

Российский подход. Самый серьезный вклад внесли такие экономисты как Л. И.Абалкин (Абалкин, 1994), А. А. Ананьев, С. Ю.Глазьев и В. К. Сенчагов.

Ананьев А. А. выделял следующие основные принципы ЭБ:

- общее состояние экономической системы, ее защищенности и устойчивости;
- сочетание факторов и условий, обеспечивающих способность национальной экономики к развитию;
- сочетание состояния экономики и иных категорий.

Сенчагов В. К. и Глазьев С. Ю. вводят индикативные системы и их пороговые значения, выводя ЭБ на совершенно новый уровень, создавая попытку сделать понятие «Экономическая безопасность» как отдельную дисциплину.

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭБ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Основными подходами оценки ЭБ являются:

- Индикаторный – использование индикаторов и порогов;
- Ресурсно-функциональный – использования ресурсов в максимальном потенциале;
- Подход, основанный на оценке рисков – оценка ущерба и сравнение с прибылью, доходом или имуществом;
- Комплексный – использование всех предыдущих методов вместе.

Для оценки ЭБ страны можно воспользоваться формулой, основанной на комбинации сводного индекса и пороговых значений.

$$ESI_{РБ} = \sum_{K=1}^{13} \left(\frac{I_K}{t_{not\ less}} - 1 \right) * 100 + \sum_{K=1}^{13} \left(1 - \frac{I_K}{t_{not\ more}} \right) * 100 \quad (1)$$

Подстановка данных идет в соответствии с требуемым порогом. Например:

Доля инвестиций в основной капитал к ВВП, %:

$$I_{2020} = \left(\frac{20,2}{20} - 1 \right) * 100 = 1; I_{2019} = \left(\frac{21,4}{20} - 1 \right) * 100 = 7; \quad (2)$$

Внутренний долг в % к ВВП:

$$I_{2020} = \left(1 - \frac{36,7}{40} \right) * 100 = 16,25; I_{2019} = \left(1 - \frac{33}{40} \right) * 100 = 17,5 \quad (3)$$

Для оценки ЭБ были выбраны данные индикаторы:

Доля в ВВП инвестиций в основной капитал, % – не менее 20.

Внутренние затраты на научные исследования и разработки к ВВП, % – не менее 2.

Внутренний долг в % к ВВП – не более 40.

Индекс развития человеческого потенциала (ИЧР) – не менее 0,8.

Суммарный коэффициент рождаемости – не менее 2,15.

Коэффициент депопуляции– не более 1.

Уровень преступности, ед. за год– не более 5000.

Уровень безработицы по экономически активному населению, % – не более 8.

Доля населения с доходом ниже бюджета прожиточного минимума, % – не более 10.

Степень износа основных средств, % – не более 50.

Чистый экспорт (сальдо торгового баланса) к ВВП, % –не более – 5.

Коэффициент эластичности выбросов к ВВП, коэф (кг / руб.) – не более 0,7.

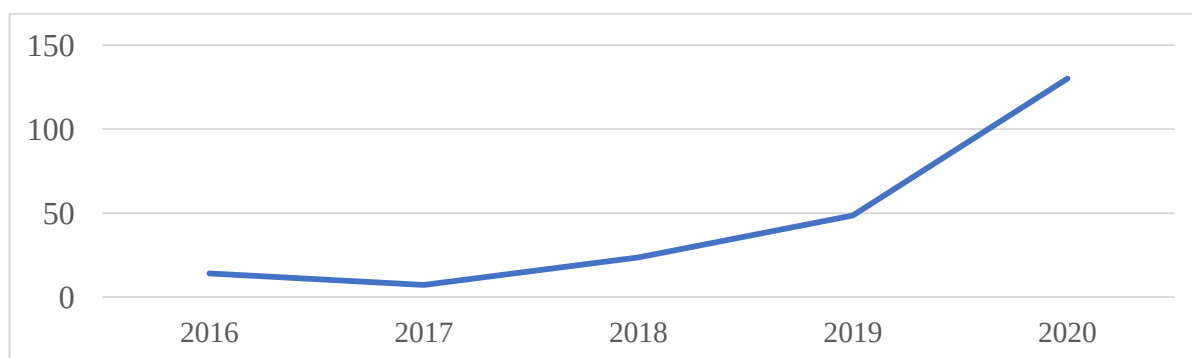
Топливо энергетический баланс страны, наличие собственных ресурсов государства к общему потреблению, % – не менее 30.

Данные Республики Беларусь по индикаторам

Критерии (индикаторы)	Фактические данные за год				
	2020	2019	2018	2017	2016
Доля в ВВП инвестиций в основной капитал	20,2	21,4	20,4	19,9	19,7
Внутренние затраты на НИОКР к ВВП, %	0,55	0,58	0,6	0,58	0,5
Внутренний долг в % к ВВП	36,7	33	35,1	25,5	31,7
Индекс развития человеческого потенциала (ИЧР)	0,823	0,823	0,823	0,819	0,815
Суммарный коэффициент рождаемости	1,75	1,38	1,45	1,54	1,73
Коэффициент депопуляции	1,3	1,3	1,3	1,2	1
Уровень преступности	1018	938	888	913	982
Уровень безработицы по экономически активному населению	4	4,2	4,8	5,6	5,8
Доля населения с доходами ниже бюджета прожиточного минимума, %	4,8	5,0	5,6	5,9	5,7
Степень износа основных средств, %	40,7	40,4	38,8	37,8	36,6
Чистый экспорт (сальдо торгового баланса) к ВВП, %	-4	-4	-4	-5	-0,1
Коэффициент эластичности выбросов к ВВП, коэф. (кг / руб)	0,45	0,50	0,52	0,52	0,52
Топливо энергетический баланс страны, наличие собственных ресурсов государства к общему потреблению, %	16,5	15,6	15,5	15,4	14,7

Воспользовавшись данными и их порогами, получим:

$$ESI_{РБ}^{2020} = 130,3 \quad ESI_{РБ}^{2019} = 48,6 \quad ESI_{РБ}^{2018} = 23,6 \quad ESI_{РБ}^{2017} = 7,2 \quad ESI_{РБ}^{2016} = 14,1$$



Сводный индекс Республики Беларусь за период 2016 по 2020 гг.

Сразу можно заметить серьезный рост за текущий пятилетний период. Необходимо обратить внимание на такой критерий как затраты на НИОКР, который за всю пятилетку не смог достичь даже половины от порогового значения. Повышенный импорт энергоресурсов обусловлен тем, что наша страна не имеет запасов нефти и газа, однако те субъекты экономики, которым требуется нефтегазовая энергия, будут скомпенсированы построенной АЭС.

Библиографические ссылки

1. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / Под ред. Е. Л. Олейникова. М.: Интел-Синтез, 1997. С. 138
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 15.05.2022.
3. Информационный ресурс Беларуская думка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://beldumka.belta.by/isfiles/000167_143344.pdf. – Дата доступа: 15.05.2022.
4. *Можейко А.* Экономическая Безопасность Республики Беларусь/ А. Можейко// Банковский вестник. – 2021. – №6. – С.44–53.
5. Показатели социально-экономической и экологической безопасности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minpriroda.gov.by/uploads/files/000282_807993_NSUR2020_09.doc. – Дата доступа: 15.05.2022.
6. *Цейковец Н. В.* Концептуальные подходы к пониманию и обеспечению национальной экономической безопасности: научные теории и государственные стратегии / Н.В. Цейковец // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2016. – №1. – С.129–157.

АНАЛИЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СТУДЕНТОВ БГУ

Д. А. Постник

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vildt.lizik23@gmail.com;

науч. рук. – А. Г. Ветелкина, ст. преп.

В статье проводится анализ предпринимательского потенциала студентов БГУ. Предпринимательство - один из наиболее привлекательных путей для карьерного роста будущих специалистов. Сформировано отдельное структурное подразделение, направленное на развитие инновационного потенциала БГУ посредством формирования предпринимательских компетенций у наиболее активной и талантливой молодежи комплекса БГУ и содействия в создании ими малых инновационных предприятий, – Стартап-центр БГУ.

Ключевые слова: предпринимательство; сообщество; университет.

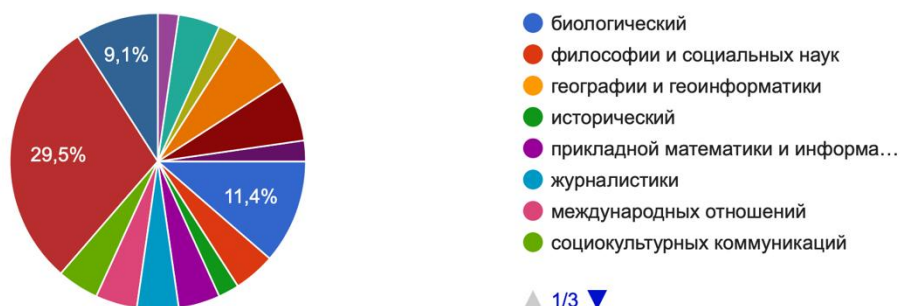
С 2003 года швейцарские эксперты в области малого и среднего бизнеса и предпринимательства проводят опрос студентов в разных странах мира «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS).

Исследование GUESSS является инструментом, который помогает выявлять различные тенденции предпринимательской деятельности среди студенчества, а также узнать мнение обучающихся об университетских академических программах, направленных на развитие бизнес-навыков.

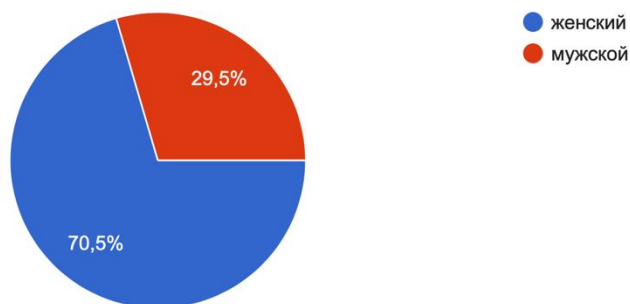
По вышеупомянутой анкете было проведено исследование для изучения и оценки предпринимательского потенциала среди студентов БГУ.

Был проведен онлайн опрос с 28.02.2022 по 09.03.2022 г. В опросе приняли студенты следующих факультетов: экономический, биологический, юридический, философии и социальных наук, исторический, прикладной математики и информатики, журналистики, международных отношений, социокультурных коммуникаций, радиофизики и компьютерных технологий, механико-математический, филологический, химический, институт бизнеса, международный государственный экологический институт имени А. Д.Сахарова. Всего было опрошено 44 студента.

Укажите факультет, на котором вы обучаетесь
44 ответа



Ваш пол?
44 ответа



Сколько вам полных лет?
44 ответа

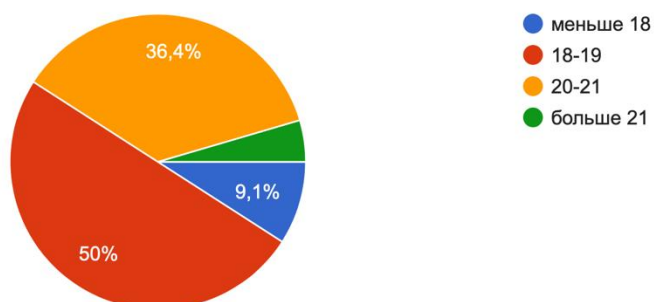


Рис. 1. Онлайн–опрос

Примечание – Источник: собственная разработка

Возраст половины опрошенных (50 %) – 18–19 лет (в большинстве в опросе приняли участие студенты 2-го курса).

Гендерный состав представлен в следующем соотношении: мужчины – 29,5 %, женщины – 70,5 %.

У вас есть свой бизнес (вы уже являетесь предпринимателем)?

44 ответа

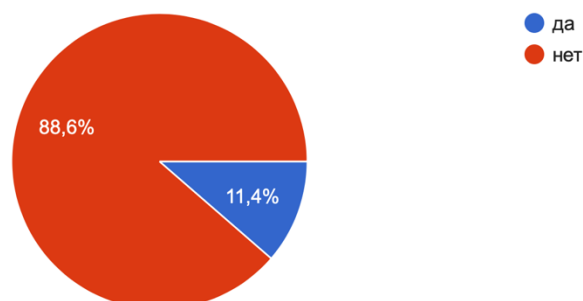


Рис. 2. Онлайн-опрос

Примечание – Источник: собственная разработка

У абсолютного большинства опрошенных студентов в настоящее время нет своего бизнеса (88,6 %). 11,4 % являются «активными» предпринимателями, т.е. имеют свой бизнес. Студенты работают в сфере образования, имеют online бизнесы, у одного из них есть свой магазин пошива женского белья на заказ.

Если у вас еще нет своего бизнеса: в настоящее время вы пытаетесь начать свой бизнес (стать предпринимателем)?

35 ответов

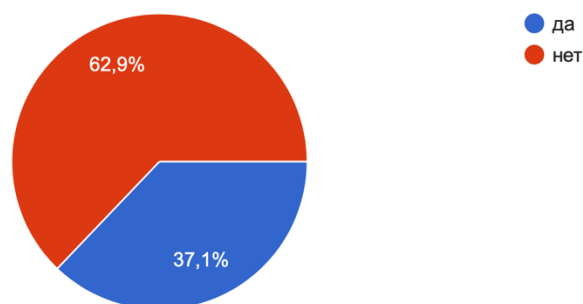


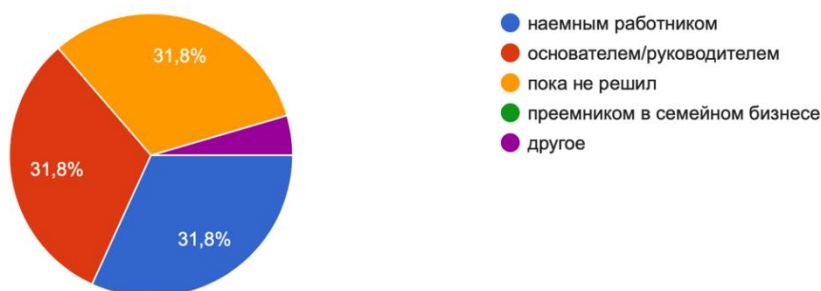
Рис. 3 – Онлайн-опрос

Примечание – Источник: собственная разработка

Пытаются начать свой бизнес в настоящее время 37,1 % – это так называемые «потенциальные» предприниматели.

Какой карьерный путь вы намерены выбрать после окончания обучения?

44 ответа



Каким вы видите свой карьерный путь через 5 лет после окончания обучения?

44 ответа

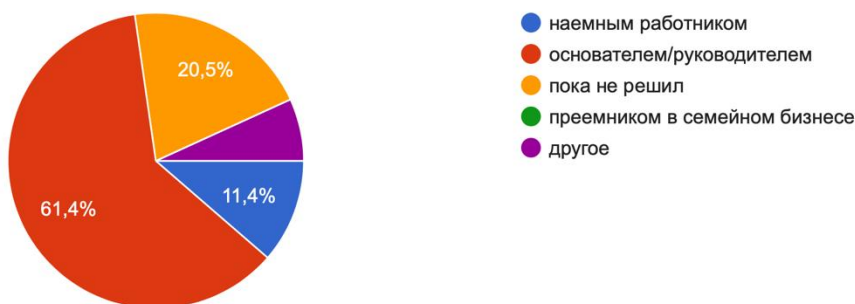


Рис. 4 – Онлайн–опрос

Примечание – Источник: собственная разработка

Создать свой бизнес либо руководить частным бизнесом сразу после окончания учебы намерены 31,8 % опрошенных. Не определились или намерены быть наемными работниками по такому же количеству студентов.

Карьерные планы студентов спустя 5 лет меняются: значительно снижается количество тех, кто планирует работать по найму (доля составляет уже 11,4 %), при этом значительно увеличивается число тех, кто планирует стать предпринимателем (61,4 %).

Данная тенденция свидетельствует о том, что большинство студентов после окончания университета сперва намерены получить опыт в качестве наемного работника, а затем приступить к предпринимательской деятельности.

Оценка предпринимательских намерений характеризует готовность студентов создать бизнес, их предпринимательский «дух».

Итоговая оценка факторов, формирующих предпринимательские намерения опрошенных студентов, составила 4,49 балла (по 7–балльной шкале) – среднеарифметическая оценок всех факторов.

Оценка предпринимательской среды характеризует, насколько атмосфера университета развивает и поддерживает предпринимательский потенциал студентов. Данная оценка в целом составила 3,6 балла по 7–балльной шкале – среднеарифметическая всех оценок.

Оценка уровня своей предпринимательской компетентности студентами в целом составляет 4,6 балла из 7 – среднеарифметическая всех оценок.

Основные выводы:

- 31,8 % опрошенных студентов намерены создать собственный бизнес сразу после окончания университета, 61,4 % – через 5 лет после окончания;
- 37,1 % пытаются создать свой бизнес в настоящее время (потенциальные предприниматели);
- 11,4 % уже имеют свой бизнес (активные предприниматели);
- уровень предпринимательских намерений студентов составляет 4,49 балла из 7;
- оценка предпринимательской среды университета составляет 3,6 балла из 7;
- оценка предпринимательской компетентности студентами составляет 4,6 балла из 7.

Библиографические ссылки

1. *Radzivon Marozau, Maribel Guerrero, Yuliya Yafimenka* – Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, 2018.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАБОТЫ ДОМА КУЛЬТУРЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Д. И. Романчук

Белорусский государственный университет, г. Минск;

dariorera@gmail.com;

науч. рук. – О. Г. Черненко, ст. преп.

В статье проводится анализ цифровой трансформации деятельности учреждений культуры через использование социальных сетей. Предметом исследования является платформа социальной сети Instagram как один из способов продвижения «продукта» учреждения культуры.

Ключевые слова: культурный продукт; социальные сети; стратегия продвижения; дом культуры.

Современный этап развития общества характеризуется повсеместным проникновением в жизнь человека медиасферы. Учреждения культуры, функционирующие в этой среде, вынуждены учитывать правила и законы построения взаимодействия в ней с целевыми потребителями. Сталкиваясь с многообразием контента, который не всегда несет в себе некий образовательный конструктив, учреждения культуры и искусства задумываются о продвижении своего «продукта» (в данном случае будем понимать «продукт» как итог деятельности той или иной организации или проекта) в социальной сети. Насколько оправдан такой вектор деятельности, объясняется цифровизацией общества.

В 2020 году весь мир столкнулся с обстоятельствами, изменившими на несколько месяцев привычный уклад жизни. Все сферы деятельности ощутили на себе последствия пандемии и локдауна. Сфера культуры, как и многие другие, была вынуждена адаптироваться к сложившейся ситуации, столкнулась с потребностью формирования новой культуры – культуры использования цифровых технологий в деятельности своих учреждений, развитием профессиональных компетенций сотрудников, расширение целевой аудитории и установление новых партнерских отношений. Точками роста в текущих условиях стали: активный выход в онлайн пространство, актуальные цифровые решения старых задач, управление реакцией виртуальной аудитории на новый формат просветительских мероприятий, работа с социальными сетями, создание интегрированного контента.

Учреждениям культуры в условиях существования на Instagram платформе (представляющей middle-культуру) необходимо учитывать психоэмоциональные факторы восприятия контента наряду с высоко интеллектуальными. В частности, речь идет о необходимости учета таких

факторов, как дизайн, основы копирайтинга для создания качественных постов, знание основ алгоритмов сети Instagram, умение создавать и продвигать рекламу (платную и бесплатную), а, главное, понимание того, что деятельность в интернете обуславливает большой поток посетителей, даже если многие из них не знакомы с организацией «лично» [1; 2].

В настоящее время социальные сети – неотъемлемая часть жизни человека, а также в развитии организаций, включая и в сфере культуры. Теоретический обзор позволяет выделить следующие ключевые функции социальных сетей:

- 1) коммуникативная, позволяющая пользователям/организациям налаживать межличностное общение друг с другом либо с предполагаемыми клиентами;
- 2) информационная, позволяющая людям обмениваться информацией, иметь возможность для обсуждения заданных тем;
- 3) регулирующая, отвечающая за массовое сознание, позволяющая контролировать общество и формировать определенное мнение у пользователей.

По результатам экспертного опроса представителей сферы культуры (как со стороны производителя, так и потребителя) был сформирован список тем/потребностей целевого посетителя, которые можно удовлетворять через социальную сеть: информация о мероприятиях; возможность узнавать что-то новое; интерес к деятельности учреждения; оперативная помощь; общение с единомышленниками.

Из перечня можно сформулировать маркетинговые цели использования Instagram:

- –анонсировать проводимые мероприятия;
- –популяризировать культурный продукт;
- –формировать лояльную аудиторию посетителей;
- –расширять круг подписчиков – потенциальных и реальных посетителей.

Объект исследования данной работы – страница в социальной сети Instagram Городского дома культуры им. М. Горького в г. Борисове.

Согласно данным из Instagram страницы, около 5000 пользователей. Однако, зная алгоритмы Instagram, конкретную актуальность рекламной деятельности показывают количество лайков и охват аудитории. Он значительно невелик по сравнению с числом подписчиков – в среднем около 30 лайков под постом.

Учреждение использует посты для формирования положительного образа, живого общения с посетителями, анонсов изменений в работе. Так в случае с переносом дат запланированного спектакля под названи-

ем «Анна Каренина», актер труппы Московского современного художественного театра Дмитрий Мазуров в видеообращении сообщил о переносе спектакля. Видео записано в непринужденной бытовой обстановке, что влияет на восприятие – несколько сглаживает отрицательные эмоции пользователя ввиду отмены мероприятия.

Из общего анализа использования возможностей страницы Instagram объекта изучения можно сделать вывод, что Дому культуры необходимо разработать стратегию работы с социальными сетями, которая будет строиться на понимании миссии учреждения, основных интересов целевой аудитории. Данная стратегия будет включать [2]:

- 1) понимание / определение миссии учреждения культуры в социальной среде;
- 2) определение задач учреждения как вне, так и внутри социальной сети;
- 3) формирование портрета целевой аудитории сети (основные характеристики группы целевой аудитории, основные интересы группы целевой аудитории, чем им может быть полезно учреждение культуры);
- 4) анализ текущего уровня присутствия учреждения в социальных сетях;
- 5) соотнесение задач учреждения культуры и возможностей социальных сетей.
- 6) разработка плана/графика продвижения через социальную сеть;
- 7) онлайн взаимодействие с посетителями учреждения культуры;
- 8) поиск каналов взаимодействия с пользователями в социальной сети;
- 9) отчет о проделанной работе.

Библиографические ссылки

1. *Кожанова, Е.* Как продвигать учреждение культуры в социальных сетях: Обзор статьи / Е. Кожанова // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://old.lib-pk.ru/articles/142-kak-prodvigat-uchrezhdenie-kultury-v-socialnyh-setjah-obzor-stati.html> – Дата доступа : 17.03.2022.
2. *Кудинова, О., Михайлова, А.* Методическое пособие для специалистов учреждений культуры. Социальные сети / О. Кудинова, А. Михайлова // [Электронный ресурс]. – 2019. – : https://pro.culture.ru/documentation/SMM_metodicheskoe_posobie.pdf – Дата доступа : 17.03.2022.

ЭВОЛЮЦИЯ ДЕНЕГ

Р. С. Рылко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

rylkoromc@gmail.com;

науч. рук. – А. А. Коган, канд. экон. наук, доц.

В данной статье рассматривается вопрос эволюции денег, влияние внешних социальных, политических и экономических аспектов на форму и суть понятия денег, их внешнего выражения; современные тенденции их развития, а также опыт разных стран по имплементации криптовалюты и цифровых активов в национальную финансовую систему.

Ключевые слова: деньги; средство обмена; бартер; электронные деньги; фиатные деньги; криптовалюта.

Деньги – понятие, неразрывно связанное с экономикой и товарообменом, основной фактор экономического и социального развития. Трудно представить себе современную жизнь без использования денег в той или иной форме.

За время своего развития деньги прошли долгий путь, от выражения в предметах до электронных денег и криптовалют. На ранних стадиях формирования экономических отношений люди обменивались товарами напрямую (бартер), не используя деньги. Данный способ товарообмена имел ряд недостатков и, зачастую, был крайне неудобен, что привело к возникновению первых денег в виде различных предметов, таких как ракушки, жемчужины, камушки, что упрощало процесс взаимодействия сторон в процессе обмена, однако такой способ все еще не был достаточно удобным, в результате чего возникла потребность в создании универсального обменного эквивалента. Так, в 7 веке до н.э. появились первые металлические деньги (чеканные монеты). Они быстро распространились, ввиду удобства пользования, транспортировки и хранения. С расширением производства и развитием товарообмена появилась необходимость в изменении формы денег, что привело к созданию первых банкнот. Впервые бумажные деньги были изобретены в Китае в 910 году, они представляли из себя записанные на бумаге долги граждан. Одной из главных причин перехода на новый вид денег стала нехватка ресурсов (металлов) для производства монет. Таким образом, бумажные деньги постепенно начали входить в обиход. Однако в Европе они появились значительно позже. В зависимости от региона бумажные деньги распространялись с разной скоростью. Так, в 17 веке в Швеции, начали появляться первые банкноты, представляющие из себя долговые расписки. В России, например, подобная форма денег возникла лишь в 1769 году и называлась ассигнациями. Первоначально банкноты обес-

печивались наличием реальных денег (монет), весом эквивалентным номиналу. Любой владелец, по предъявлению бумажных денег, мог получить монету равнозначной стоимости. Однако на сегодняшний день страны отказались от золотого стандарта, тем самым банкноты перестали обеспечиваться драгоценными металлами и стали представлять из себя символические (фиатные) деньги [1]. Следующими этапами в истории стало появление кредитных карт, электронных денег и криптовалют в результате развития электронных сетей и сети интернет, в частности.

В условиях постоянно меняющихся факторов внешней среды крайне сложно делать любые прогнозы касательно будущего денег, однако, исходя из явно выделяющихся тенденций, можно предположить, что со временем бумажные деньги будут вытеснены электронными/цифровыми. В условиях процесса глобализации и цифровизации ужесточенный контроль за финансовыми операциями видится неизбежным. Ко всему прочему, люди, вероятнее всего, откажутся от пластиковых карт и перейдут к виртуальным. Все эти изменения в структуре денег неизбежно приведут к потере анонимности и конфиденциальности транзакций, что, в свою очередь, будет способствовать декриминализации денежных отношений, предотвращению уклонения от налогов [2]. Но, несмотря на это, существует альтернатива, в виде децентрализованных валют (криптовалют), основная идея которых заключается в отказе от посредничества банков и ряда других финансовых институтов в процессе денежных операций [3]. Подобное решение может привести как к положительным, так и к отрицательным эффектам. С одной стороны, процесс покупок, сделок, переводов станет более анонимным, конфиденциальным и защищенным, что, в свою очередь, значительно упростит взаимодействие субъектов. С другой стороны, подобная форма денег может привести к росту нелегальных сделок, отмыванию денег, невозможности отследить денежные переводы, потере суверенитета национальной валюты и другим неблагоприятным последствиям [4]. На сегодняшний день существуют примеры стран, которые уже приняли криптовалюты в качестве официального средства платежа, либо близки к этому. В Сальвадоре, например, с 7 сентября 2021 года биткоин стал официальной валютой, а Венесуэла стала первой в мире страной, выпустившей национальную криптовалюту. В то же время еще, как минимум, 18 стран заявили о разработке собственной цифровой валюты. Однако существует и диаметрально противоположный опыт Китая, Египта, Алжира, Марокко и ряда других стран, где майнинг и торговля криптовалютами запрещены законодательно по ряду причин, например, ввиду высокой волатильности, анонимности, нестабильности и рискованности виртуальных валют [5].

Таким образом, деньги играли важную роль на протяжении всего развития человечества. Форма их представления менялась, постоянно совершенствуясь и развиваясь в зависимости от различных факторов и условий, становясь все более и более удобным средством платежа, накопления и обращения. Основная тенденция развития денег заключается в переходе к цифровым деньгам и постепенному переходу к децентрализованным валютам с целью проведения операций напрямую, без участия банков. Вероятнее всего, подобное изменение структуры денежных активов приведет к необходимости правового урегулирования данного вопроса, а также потребности в более детальном изучении цифровых валют и их роли в экономике, в целом.

Библиографические ссылки

1. Везерфорд Дж. История денег: Борьба за деньги от песчаника до киберпространства / Пер. с англ. Т. Сулицкой, И. Сиснева. – М.: ТЕРРА Книжный клуб, 2001. – 320 с.
2. Investopedia [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.investopedia.com/> – Date of access: 18.05.2022.
3. SSRN [Electronic resource]: Chohan, Usman W. Cryptocurrencies as Asset-Backed Instruments: The Venezuelan Petro – Mode of access: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3119606 – Date of access: 18.05.2022.
4. WSJ [Electronic resource]: Peres, Santiago El Salvador Becomes First Country to Adopt Bitcoin as national Currency. – Mode of access: <https://www.wsj.com/articles/bitcoin-comes-to-el-salvador-first-country-to-adopt-crypto-as-national-currency-11631005200/> – Date of access: 18.05.2022.
5. Worakamol, Wisetsri Cryptocurrency - an overview / Wisetsri Worakamol // Journal of Positive School Psychology [Electronic resource]. – Mode of access: <https://journalppw.com/> – Date of access: 18.05.2022.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «САНАТОРИЙ «РУЖАНСКИЙ»)

А. А. Сень

Белорусский государственный университет, г. Минск;

anastasia19sen07@gmail.com;

науч. рук. – К. В. Шестакова, канд. экон. наук, доц.

В статье рассматриваются теоретические аспекты конкуренции и конкурентоспособности. Проводится анализ факторов, формирующих конкурентоспособность организации и изучаются подходы к ее оценке. Также в работе предложено мероприятие по повышению конкурентоспособности санаторно-курортной организации.

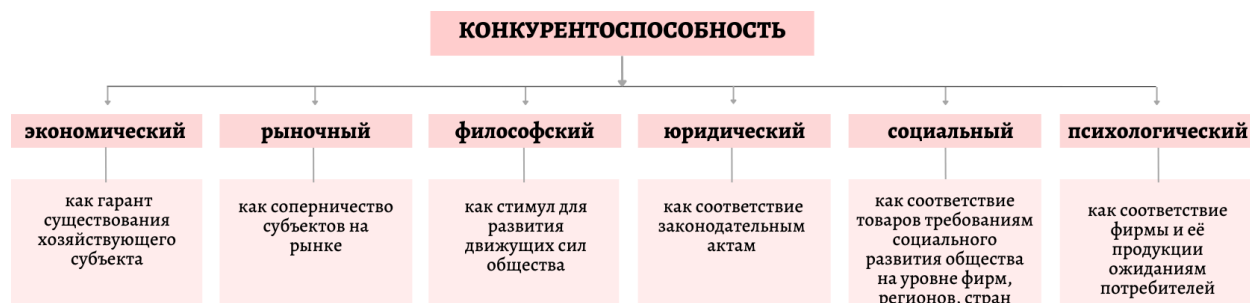
Ключевые слова: конкуренция; конкурентоспособность организации; методы оценки конкурентоспособности; туризм; санаторий; рекламная деятельность.

В настоящее время конкуренция в ее современной интерпретации стала основной частью рыночных отношений. Она представляет собой главную движущую силу экономики, порождает борьбу за рынок, способствует развитию производственного, технического, ассортиментного аспектов современных предприятий.

Категория «конкуренция» является производной для образования и введения в оборот термина «конкурентоспособность», в рамках которой выделяют конкурентоспособность предприятия, продукции, отрасли, экономики и т.д.

Обеспечение высокой конкурентоспособности предприятия является неотъемлемой частью стратегии его эффективного развития [1, с.16]. Вопрос достаточно непростой, однако актуальный во все времена и ситуации экономики.

С точки зрения ряда учёных, категория «конкурентоспособность» требует содержательного анализа по следующим аспектам (рисунок 1):



Категория «конкурентоспособность» и ее аспекты

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [2, с. 36]

Следует согласиться с данным подходом, но при этом отметить, что в концепции присутствуют некоторые недостатки, например, она не дает четкой формулировки, как достигнуть конкурентных преимуществ, рассматривает конкурентоспособность как соблюдение требований (как соответствие), а также игнорирует факторы, ограничивающие совершенствование институциональных условий развития.

Понятие «конкурентоспособность» следует охарактеризовать, как способность предприятия обеспечивать такую позицию в условиях изменения внешней среды, которая соответствует ее интересам, а также преимущество по отношению к другим предприятиям, в частности конкурентам.

Для анализа конкурентоспособности компаний экономистами разработано много различных методик. Выбор метода оценки обусловлен особенностями деятельности компании, определенными целями осуществления такого анализа и т.д. Также существует несколько классификаций подходов: по концептуальной направленности, по форме отображения результатов анализа, по форме статистической связи показателей и т.д.

Существующие методы оценки уровня конкурентоспособности не учитывают ряд факторов, которые влияют на конкурентоспособность организации. Для устранения недостатков необходимо, прежде всего, определить и систематизировать эти факторы, что позволит повысить эффективность оценки конкурентоспособности предприятия и поднять качество выпускаемой продукции [3]. На сегодняшний день наиболее распространенным подходом является деление их на внутренние и внешние факторы.

Своевременное регулирование, повышение конкурентоспособности предприятия являются залогом его успешного функционирования, финансовой устойчивости в будущем и правильно разработанной стратегии.

Исследование рынка показало, за последний год туристическая отрасль претерпела большие изменения: перемены в привычном для многих образе жизни, рождение новых трендов в сфере туризма. Ограничения повлияли на выбор отдыха, а руководителей предприятий – к интересным решениям.

Для примера возьмем ОАО «Санаторий «Ружанский», – многопрофильный, динамично развивающийся санаторно-курортный комплекс, где ежегодно отдыхают около 7 тыс. человек. Санаторий входит в тройку ведущих здравниц Республики Беларусь.

Необходимо отметить, что предприятием сделано уже достаточно для обеспечения высокой степени эффективности конкурентной деятельно-

сти: услуги санатория занимают устойчивое положение на рынке, у покупателей и партнеров сложились к ним благоприятное отношение, а также к самой организации в целом. Однако санаторий «Ружанский» занимает средние позиции на рынке.

По итогам проведенного исследования было установлено, что для повышения конкурентоспособности ОАО «Санаторий «Ружанский» необходимо повысить эффективность рекламной деятельности и сформировать новый имидж организации.

Для этого предлагается осуществить рекламные мероприятия на радио. Задачами рекламной деятельности будут являться:

- информирование потребителей о услугах ОАО «Санаторий «Ружанский»;
- поддержание осведомленности о продукции и о компании;
- формирование в глазах потребителя образа санатория как отдыха семейного типа.

Важно заметить, что на Выставке «ПИР – ЭКСПО 2020» были названы основные тренда в отельной индустрии на ближайшие годы: оздоровительный отдых, семейный отдых и экотуризм [4]. С учетом данных тенденций для эффективного продвижения санатория необходимо разработать рекламную концепцию объединяя оздоровление и отдых с семьей.

Кроме того, значительным отличием ОАО «Санаторий «Ружанский» от многих других здравниц Беларуси является наличие медицинской базы и врачей-специалистов, необходимых для отдыха с совсем маленькими детьми. Благодаря этому санаторий принимает детей различного возраста, в том числе семьи с новорожденными.

Предлагается разместить аудио-ролик на радиостанции «Unistar» (по данным исследования радиослушания в РБ, проведенного в январе 2022 г., «Юнистар» является одной из самых популярных радиостанций в Беларуси).

Реклама на радиостанции «Unistar» будет размещена в период «Хит-тайма» с 10:00 – 14:00 ежедневно, в течение одного месяца, размер аудио – ролика – 30 секунд. По статистике в это время радио слушает наибольшее количество людей.

Стоимость размещения 30-ти секундного ролика в это время составляет 624,0 руб. за два выхода в эфир.

Преимущество радиостанции «Unistar» ещё в том, что за объем рекламы она предлагает специализированные скидки, которые зависят от количества дней и выходов в эфир в сутки. Размер скидки рассчитывается автоматически на сайте компании и в нашем случае составит 68 %. Общие расходы на размещение ролика: 5990, 0 руб.

Величину экономического эффекта рассчитываем, используя финансовую отчетность компании: выручка ОАО «Санаторий» Ружанский» за 2021 год составила 9605,0 тыс. руб. или в среднем 800,4 тыс.руб. в месяц. Отраслевой опыт показывает, что при осуществлении подобных мероприятий эффективность рекламы составляет около 5 %.

Поэтому прирост выручки составит 40,0 тыс. руб. При этом экономический эффект от реализации мероприятия равен 34,0 тыс.руб.

Таким образом, можно сделать вывод, что эффект от внедрения данного мероприятия может принести предприятию прибыль. На основании полученных данных, ОАО «Санаторий «Ружанский» получит в среднем 34,0 тыс.руб. в месяц дополнительных средств для дальнейшего развития предприятия.

Библиографические ссылки

1. *Мороз А. А.* Анализ конкурентоспособности предприятия на внешних рынках и обоснование путей ее повышения (на примере белорусской компании ООО «Ремарк») / А. А. Мороз. – Минск, 2018. – 89 с.
2. *Лукьянцева М. Г.* Состояние и перспективы развития виртуального туризма / М. Г. Лукьянцева. – Екатеринбург, 2019. – 79 с.
3. *Яковлев Д. С.* Обеспечение конкурентоспособности предпринимательских структур хлебопекарной промышленности в условиях экономического спада: дисс ... к. эк. наук : 08.00.05 / Д.С. Яковлев. – Санкт-Петербург, 2009. – 157 с.
4. Какой отдых будет востребован в ближайшие годы? Основные инвестиционные тренды [Электронный ресурс] – Москва, 2020 – Режим доступа: <https://welcometimes.ru/opinions/kakoy-otdyh-budet-vostrebovan-v-blizhayshie-gody-osnovnye-investicionnye-trendy> .– Дата доступа: 15.05.2022.

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

И. Н. Серая

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
irina.seraya99@mail.ru;
науч. рук. – Е. И. Васенкова, канд. физ.-мат. наук, доц.*

В статье проводится качественный анализ экономического роста. На основании исторических данных построены модели экономического роста и получен прогноз на 2021–2025 гг.

Ключевые слова: экономический рост; темпы экономического роста; моделирование экономического роста; прогнозирование экономического роста; факторы экономического роста.

Для анализа экономического роста был выбран временной промежуток с 1990 по 2020 гг. Выбор нижней границы временного промежутка обусловлен тем, что 27 июля 1990 г. Верховный Совет БССР принял Декларацию о государственном суверенитете БССР, которой был придан статус конституционного закона 25 августа 1991 г., фактически провозглашавшего независимость БССР, на пятой внеочередной сессии Верховного Совета (24–25 августа 1991 года) путем принятия закона «О придании статуса конституционного закона Декларации Верховного Совета Белорусского ССР о государственном суверенитете Белорусской Советской Социалистической Республики» и постановления «Об обеспечении политической и экономической самостоятельности Белорусского ССР». Таким образом, будет проанализирован экономический рост в период независимости Республики Беларусь.

В период с 1990 по 2020 год ВВП Беларусь вырос на 40,8 млрд. долларов в текущих ценах и на 19,2 млрд. долларов в сопоставимых ценах (рис. 1).

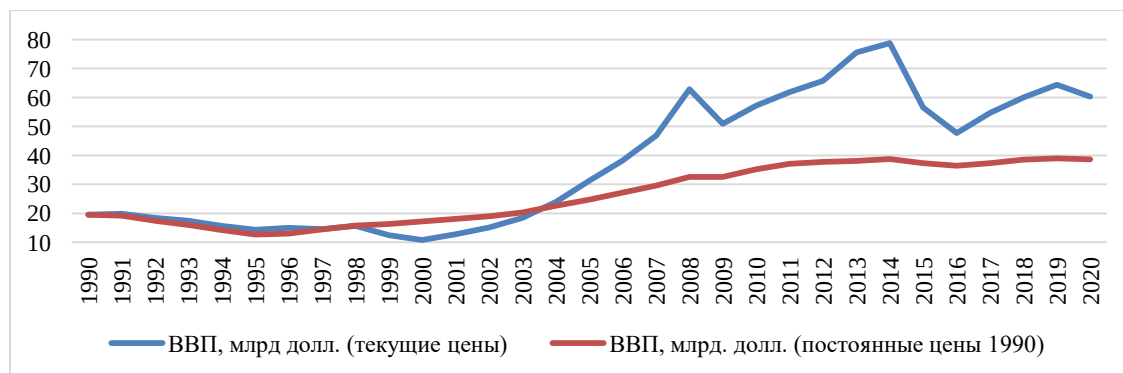


Рис. 1. Объем ВВП в Республике Беларусь в 1990–2020 гг., млрд. долларов
Примечание – Источник: <http://dataportal.belstat.gov.by/>

Исходя из данных на рис. 1 во временном промежутке 1990–2020 гг. можно выделить следующее:

1990–2000 гг. – рецессия, которая обусловлена распадом СССР, а как следствие разрыв всех существовавших экономических связей, рост цен на энергоносители, импортируемые сырье и материалы, сильной девальвацией белорусского рубля к доллару США, и формированием новой экономической системы уже в независимой стране;

2000–2008 гг. стремительный рост, обусловленный восстановлением белорусского экспорта в Российскую Федерацию (продукция машиностроения, химической промышленности, металлы, удобрения), а также экспортом нефти и нефтепродуктов в страны ЕС. Следует отметить, что рыночные реформы в данный период времени не проводились, наблюдались доминирование госсектора экономики и торговый протекционизм;

2008–2009 гг. – спад, вызванный мировым кризисом, причинами которого стали дисбаланс международной торговли и движения капиталов, перегрев кредитного рынка, изменения условий импорта энергоресурсов и рост цен на них;

2009–2014 гг. – рост, следует отметить, что он был медленнее, чем в 2000–2008 гг., чему послужила стагнация ОФП при стремительном росте капитала и его еще большем стимулировании в целях компенсации недостатка ОФП – денежно-кредитная политика была направлена на стимулирование внутреннего спроса, путем активной кредитной поддержки реального сектора экономики;

2014–2016 гг. – рецессия, вызванная переизбытком капитала и стагнацией ОФП, валютным кризисом в России (резкое падение российского рубля к иностранным валютам на фоне снижения мировых цен на нефть и введения экономических санкций со стороны стран ЕС и США из-за событий на Украине);

2016–2019 гг. – рост, но с низкими его темпами и их еще большим сокращением, зависимостью экономики от цен на энергоносители, которые испытывали значительные колебания, сокращением экспорта, также накапливались проблемы из-за отсрочки структурных реформ, в том числе в отношении неэффективных предприятий государственной формы собственности, высокой степени долларизации банковского сектора;

2019 – настоящее время – спад, вызванный COVID-19, который привел к длительному снижению деловой активности во всех странах мира, что не обошло и Беларусь, большая нагрузка в части финансовых обязательств, санкции со стороны ЕС и США на фоне президентской выборной кампании 2020 года и российской спецоперацией на Украине.

Дабы понять, какой из основных факторов экономического роста оказывает наибольшее влияние в Беларуси, была проведена декомпозиция экономического роста по классической модели Солоу при $\alpha=0,35$, $\beta=0,65$, результаты которой приведены на рис. 2. Исходя из полученных результатов можно говорить о том, что наибольшее влияние на экономический рост Беларуси оказывал такой фактор, как капитал.

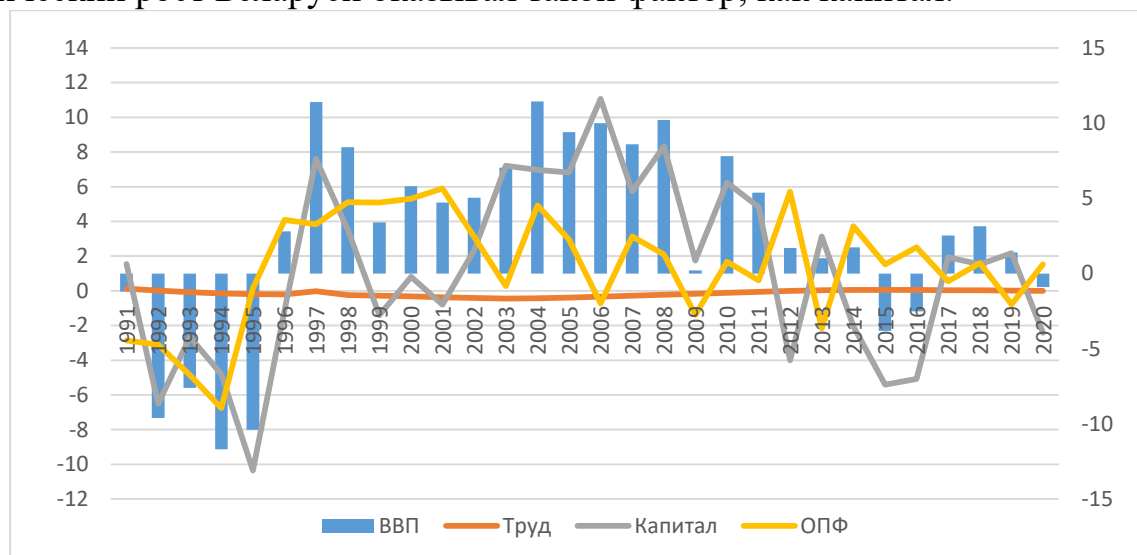


Рис.2. Декомпозиция экономического роста по модели Солоу

Примечание – Источник: <http://dataportal.belstat.gov.by/>

Исходя из анализа существующих эконометрических моделей экономического роста, основанных на различных теориях и факторах роста, был отобран ряд факторов, которые были разделены на 4 группы, для проверки их влияния на экономический рост Беларуси и построения эконометрических моделей:

- показатели, характеризующие капитал (инвестиции в основной капитал, ставка рефинансирования, ставка инфляции) – модель 1;
- показатели, характеризующие труд (уровень занятости, продолжительность обучения, коэффициент фертильности, ожидаемая продолжительность жизни) – модель 2;
- показатели, характеризующие институциональную среду (индекс экономической сложности, индекс демократии и верховенства права) – модель 3;
- показатели, характеризующие торговлю (коэффициент удельной открытости, коэффициент условий торговли, обменные курсы, цены на нефть, как один из ключевых импортируемых товаров, используемых в производстве) – модель 4.

В таблице 1 приведены уравнения каждой из описанных выше моделей.

Уравнения моделей экономического роста Беларуси в зависимости от различных групп факторов

Модель 1	$Log(GDP(t)) = 1.38Log(Inv(t - 3)) - 0.40Log(InterestRate(t - 2)) - 0.21Log(InflationRate(t))$
Модель 2	$Log(GDP(t)) = -26.69 + 4.26Log(L(t)) + 5.91Log(Schooling(t - 5))$
Модель 3	$Log(GDP(t)) = -4.28 + 1.54Log(ECI(t)) - 7.30Log(LawIndex(t)) - 0.24Log(DemocracyIndex(t - 2))$
Модель 4	$Log(GDP(t)) = 1.15 + 1.26Log(ExpImpGDP(t)) + 0.0002Log(ExchangeRateEURBYN(t)) - 0.01Log(ExchangeRateRUBBYN(t)) + 0.022Log(OilPrices(t))$

Примечание – Источник: собственная разработка

Лучшими прогнозными свойствами, исходя из сравнения средней ошибки прогноза, обладают модель 2 (12,63 %) и модель 3 (10,22 %).

На основе имеющихся исторических данных была построена VAR-модель, которая прогнозирует темпы экономического роста от таких показателей как индекс демократии, индекс экономической сложности, условий торговли, доли в ВВП государственного потребления, ВВП на одного занятого, ставки рефинансирования, инвестиций, труда, цены на нефть и продолжительности образования и согласно которой среднегодовой темп роста в 2021–2025 гг. составит 1 %.

Таким образом, были проанализированы темпы и качество экономического роста в Беларуси, построены 4 модели для описания зависимости между экономическим ростом рядом факторов, которые оказывают влияние на экономику страны, а также была построена VAR-модель экономического роста для его прогнозирования на период 2021–2022 г., согласно которой среднегодовой темп роста составит 0,5–1 %, что соответствует фазе стагнации, в которую вступает белорусская экономика, но это в лучшем случае в связи с накопившейся внешнеполитической обстановкой.

Библиографические ссылки

1. *Господарик, Е. Г.* Гибридная производственная модель прогнозирования экономического роста ЕАЭС // Е.Г. Господарик, М.М. Ковалев, Б.К. Иришев // Новая экономика. – 2015. – №1. – С. 20–29.
2. ЕАЭС-2050: глобальные тренды и евразийская экономическая политика : моногр. / Е. Г. Господарик, М. М. Ковалев. – Минск : Изд. центр БГУ, 2015. – 152 с.
3. Данные Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 20.02.2022.
4. World Bank Open Data [Electronic resource]. – Mode of access: <https://data.worldbank.org> – Date of access: 23.04.2021.
5. *Solow, R.* Technical Change and the Aggregate Production Function / R. Solow // Review of Economics and Statistics. – 1957. – Vol. 39. – P. 312–320.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д. И. Сисаури, В. А. Остапенко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

eco.sisauri@bsu.by; vlad.ostapenko.2003@gmail.com;

науч. рук. – Т. И. Глеба, канд. экон. наук, доц.

В статье проведен анализ динамики социально-экономических показателей, характерных для Республики Беларусь за период 2011–2021 гг. В работе рассмотрены такие показатели, как уровень ВВП на душу населения, уровень инфляции, уровень безработицы, объем реальных располагаемых доходов и номинальной заработной платы. Проведен анализ коэффициента Джини как показатель равенства в вопросе распределения экономических благ. В том числе, была дана оценка влияния общемировых и локальных кризисов на социально-экономическое состояние страны.

Ключевые слова: экономическое развитие; социальное развитие; доходы граждан; уровень инфляции; коэффициент Джини.

Республика Беларусь в данный момент претерпевает серьезные социально-экономические изменения, а также смену взаимоотношений на внешних рынках. Это в свою очередь напрямую влияет на благосостояние граждан и уровень их жизни. За период 2010–2020 гг. в Беларуси наблюдалось три кризисных явления: последствия мирового кризиса 2009 года, которые проявились только к 2011 г.; влияние финансового кризиса 2015 г. в России; общемировой кризис на фоне пандемии коронавируса.

Проведем анализ основного социально-экономического показателя – ВВП на душу населения, ежегодно рассчитываемого Всемирным Банком. Он наглядно демонстрирует тенденции экономического развития страны. Из данных таблицы следует, что в период 2010–2014 гг. показатель активно рос и достиг своего максимума–8341 долл. США, после чего началось стремительное падение до 5039 долл. США в 2016 году и медленное восстановление вплоть до 2019 г. Однако внезапно начавшаяся пандемия также негативно повлияла на состояние экономики Беларуси, и в 2020 г. данный показатель снизился на 6,4 % по сравнению с предыдущим 2019 годом. Динамика показателя в 2010–2014 гг. объясняется экстенсивным ростом белорусской экономики под влиянием внешних инвестиций со стороны России, которые по определению не могут поддерживать уровень долгосрочного роста, что можно было наблюдать по результатам 2016 г. Также на основе данных ВВП на душу населения отмечается такое явление как, ловушка среднего дохода – ситуация, при которой экономика страны более не

в состоянии выйти на более высокий уровень подушевого ВВП, а уж тем более достичь уровня развитых стран, а именно – 12 250 долл. США.

**Динамика социально-экономических показателей уровня жизни населения
Республики Беларусь за период 2011–2021 гг.**

Показатели/ годы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ВВП на душу населения (тыс. долл. США)	6527	6953	7998	8341	5967	5039	5785	6360	6837	6424	–
Реальные располагаемые доходы населения (% к предыдущему году)	98,9	121,5	116,3	100,9	94,1	93,1	102,8	107,9	106,1	104,7	102
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата (рубли)	190	367	506	605	671	722	822	971	1 092	1 254	–
Индекс потребительских цен на товары и услуги в % к предыдущему периоду	153,2	159,2	118,3	118,1	113,5	111,8	106	104,9	104,7	105,5	109,5
Уровень безработицы (МОТ)	–	–	–	5,1	5,2	5,8	5,6	4,8	4,2	4,0	3,9
Коэффициент Джини	–	0,285	0,283	0,275	0,276	0,279	0,269	0,275	0,272	0,266	0,276

Примечание – Источник: собственная разработка на основе источника [1].

В период 2011–2016 гг. в Беларуси наблюдалась высокая инфляция, которая колебалась в пределах 111–160%, из-за чего цены на товары выросли примерно в 4,3 раза по сравнению с 2010 годом. Наряду с сильным ростом индекса потребительских цен заметно сильнейшее падение реальных доходов в 2016 году (уменьшение на 13% по сравнению с 2014 годом), которое не сравнить даже с кризисной ситуацией в 2011 году. Одним из самых главных факторов столь стремительного падения реальных доходов населения является сокращение инвестиционной активности. За сокращением инвестиций в страну последовало падение предпринимательской активности, уменьшение производительности труда, а также материальных активов.

Также воздействие на экономику Беларуси мог оказать валютный кризис в России, связанный с сильным падением цены нефти на рынке, а следом и сокращением курса рубля по отношению к доллару.

Уровень безработицы в пределах возрастной группы с 15 до 74 лет достиг своего максимума в течение рассматриваемого периода со значением 5,8 %, после чего сильная социальная политика государства обеспечила его снижения до 4 % в 2020 гг [2].

Одним из основных условий обеспечения достойного уровня жизни населения, которые можно оценить по официальным статистическим данным, является размер заработной платы. Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в период с 2013 по 2020 гг. обладала средним темпом роста 128,46 % и увеличилась с 506 бел. руб. в 2013 году до 1 254 бел. руб. в 2020 году [3].

Доходы населения не только определяют его материальное положение, но и в значительной степени отображают состояние и эффективность экономики. Доходы характеризуются уровнем, составом и структурой, динамикой, соотношением с расходами, дифференциацией по различным слоям и группам населения. В Беларуси доходы распределены довольно равномерно, что подтверждается значением коэффициента Джини, который с 2012 г. по 2019 г. не преодолел отметку в 0,3, и чаще находился в пределах 0,27 – 0,28 [4]. Одним из основных источников получения доходов для населения Республики Беларусь является заработная плата. Также на протяжении более, чем десятилетнего периода сохраняется достаточно высокий уровень равенства доходов населения. Такое положение дел обосновывается активной внутренней политикой страны, направленной на поддержание социальной сферы.

Но стоит учитывать, чтобы уровень доходов населения, ВВП и общее благосостояние страны демонстрировали рост или, как минимум, их показатели не снижались, необходимо иметь проект плана реализации. Согласно программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг. от 29 июля 2021 г. поставлены следующие задачи:

- обеспечение планомерного роста ВВП в реальном выражении в 1,2 раза за пятилетний период;
- увеличение экспорта отечественных товаров и услуг до преодоления отметки в 50 млрд. долл. США;
- обеспечение увеличения доли сферы услуг в ВВП страны до 51 %. В 2020 году объем сферы услуг в ВВП составил 49,1 %;
- улучшение бюджетной системы и обеспечение ее устойчивости, а также развитие финансового рынка;

- обеспечение достойной оплаты труда, создание перспективных рабочих мест [5].

Анализ показателей социально-экономического развития Республики на за период 2011–2021 гг. показал, что статистика прироста реальных располагаемых доходов не всегда демонстрировала положительный прирост, также как и показатель ВВП на душу населения и индекс потребительских цен ввиду неустойчивости экономики перед внешними факторами. Уровень безработицы под воздействием государственной политики планомерно сокращается в течении последних 4 лет. В то же время номинальная начисленная среднемесячная заработная плата растет средними темпами, что вероятнее происходит в ответ на растущую инфляцию, учитывая, что за указанный период наблюдался и отрицательный прирост реальных доходов населения.

Библиографические ссылки

1. World Bank Open Data [Electronic resource]. – Mode of access: <https://data.worldbank.org> – Date of access: 05.05.2022.
2. Труд и занятость в Республике Беларусь: Статистический сборник [Электронный ресурс]. / Нац. стат. комитет Республики Беларусь; под общ ред. И. В. Медведевой. – Минск, 2020. – 314 с. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya_statistika/publications/izdania/public_compilation/index_18061/ – Дата доступа: 05.05.2022.
3. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь: Статистический сборник / Нац. стат. комитет Республики Беларусь; под общ ред. И. В. Медведевой. – Минск, 2021. – 250 с.
4. Статистический ежегодник Национального статистического комитета Республики Беларусь 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya_statistika/publications/izdania/public_compilation/index_41019/ – Дата доступа: 06.05.2022.
5. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021 – 2025 годы: указ Президента Республики Беларусь от 29.07.2021 N 292 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/bucket/assets/uploads/documents/2021/292uk.pdf> – Дата доступа: 06.05.2022.

ПРОБЛЕМАТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Е. В. Сошникова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

soshnikova@bsu.by;

науч. рук. – Б. Н. Паньшин, д-р тех. наук, проф.

В статье рассматриваются проблемы импортозамещения программного обеспечения в связи с временным ограничением доступа иностранных вендоров.

Ключевые слова: цифровая трансформация; программное обеспечение; импортозамещение; информационные системы.

Последнее десятилетие в Республике Беларусь государство сильно и последовательно поддерживает цифровизацию, ускоряя модернизацию экономики, обновление промышленной базы и развитие ИТ-сферы.

Однако несмотря на то, что Беларусь давно зарекомендовала себя как динамично развивающееся государство в сфере информационных технологий и следовательно прогнозы в дальнейшем развитии цифровой трансформации можно считать достаточно оптимистичными, существуют некоторые препятствия в развитии. К ним можно отнести высокую долю экспорта ИТ-услуг, более 70 % ориентированных в основном на западного заказчика, соответственно только 30 % ориентированно на внутренний рынок, а также недостаточный уровень цифровой зрелости белорусских предприятий. Данные проблемы необходимо решать путем повышения процентного соотношения разработок в сторону внутреннего рынка, переориентация на Россию, Восток, страны Южной Америки, Африки.

Так же для решения этих проблем по поручению Правительства отраслевыми ведомствами разработаны и согласованы в Минсвязи годовые планы цифровизации, предусматривающие автоматизацию процессов проектирования, внедрение ERP-систем, что является необходимым для дальнейшего развития уровня цифровизации и подключению к отраслевым и общегосударственным цифровым платформам и экосистемам.

Еще одна важная задача, которую придется решать в самое ближайшее время, готовность к импортозамещению в большей вероятности с ориентацией на российские разработки программных продуктов, что в перспективе должно облегчить дальнейший процесс интеграции с системами и взаимодействия таких важных для страны экономических отраслей как промышленность, транспорт и логистика, торговля, финансовый сектор. И такая необходимость возникает не только в связи с тем,

что многие компании и сервисы ушли с рынка, но и с точки зрения безопасности непрерывности производства.

На пресс-конференции 15 марта 2022 года Ассоциации разработчиков программных продуктов «Отечественный софт» председатель правления Наталья Касперская отметила, что при существующим в нынешних условиях количестве атак, программное обеспечение, которое не будет обновляться, представляет собой угрозу.

В Российской Федерации был составлен и разработан Каталог совместимости российского программного обеспечения, где можно ознакомиться с тем, какие продукты предлагаются отечественными разработчиками для замещения определённых иностранных продуктов, данный список достаточно широк и заслуживает внимания.

Разумеется, в первую очередь хотелось бы обратить внимание на категорию продуктов имеющие глобальное стратегическое влияние на управление предприятием и даже целых отраслей.

Основные мировые вендоры ERP, CRM – систем это – SAP, Oracle, Microsoft. Внедрение и разработка таких проектов на больших предприятиях ведется как правило от 3 до 5 лет, требует значительных капиталовложений, среди основных клиентов такие компании как «Алант-М», «Белаз», «Беларуснефть», БелЖД, А1 и т.д. Российские разработчики предлагают альтернативные варианты в виде продуктов Галактика ERP, информационную систему управления промышленным предприятием Omega Production, Digital Q.ERP, среди CRM-систем 1С-Битрикс24, ELMA 365, Comindware Business Application Platform, Мегатлан [1]. Это безусловно уже давно хорошо зарекомендовавшее себя программное обеспечение, однако переход на новую систему опять-таки потребует значительного времени и вложений, некоторые функциональные особенности присутствующие, например в SAP пока не разработаны в российских системах, хотя это тоже вопрос времени.

Неожиданностью для белорусского клиента станет достаточно большое предложение вариантов для замены операционных систем, например ОС РОСА «КОБАЛЬТ» – операционная система общего назначения, имеющая в своем составе встроенные механизмы защиты информации от несанкционированного доступа. Предназначена для организации вычислительного процесса в защищенных автоматизированных системах различного назначения на аппаратных платформах с архитектурой x86, выпускается в десктопном и серверном исполнении [1].

Достаточное количество замен предлагается и популярным системам аналитики данных (BI), таким как Microsoft Power BI, Oracle BI, Tableau – это N3.Аналитика, тут Целевые клиенты: организации сектора государственного управления, компании малого и среднего бизнеса, а также

организации, заинтересованные в использовании аналитических решений «все в одном»; PolyAnalyst – система проведения анализа структурированных данных, и интеллектуального текстового анализ; современная цифровая аналитическая платформа, объединяющая инструментарий классической и продвинутой аналитики, а также управления бизнес-процессами (BPM) – Форсайт.

На самом деле Каталог содержит большое количество разделов по обеспечению и еще большее количество всевозможных решений.

Можно утверждать, что необходимо тесное сотрудничество со стратегическим партнером Республики Беларусь – Россией, которая в области импортозамещения информационных технологий, программного и технического обеспечения уже достигла достаточно высокого уровня.

Библиографические ссылки

1. Каталог совместимости российского программного обеспечения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog.arppsoft.ru/replacement> – Дата доступа: 05.05.2022.

ИССЛЕДОВАНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФУНКЦИИ ГЕРМАНИИ

В. К. Субоч

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vichkas2002@gmail.com;

науч. рук. – М. М. Ковалев, доктор физ.-мат. наук, проф.

Одной из важнейших долгосрочных целей экономической политики правительства любой страны является стимулирование экономического роста, поддержание его темпов на стабильном и оптимальном уровне. Важность изучения проблемы экономического роста состоит в том, что экономический рост является основой увеличения благосостояния, а анализ факторов, его определяющих, позволяет объяснить различия в уровне и темпах развития в стране в разные периоды времени. В работе на основе эконометрического моделирования построена макроэкономическая производственная функция на примере Германии.

Ключевые слова: экономический рост; макроэкономическая производственная функция; эконометрическая модель; анализ.

Для Германии построим макроэкономическую производственную функцию (1), информационной базой для которой выбраны статистические данные Германии за 1995-2021 года.

$$Y = A \cdot K^{\alpha} \cdot L^{(1-\alpha)} \cdot e^{\varepsilon}, (1)$$

где Y – объем ВВП, K – валовое накопление основного капитала, L – количество экономически активного населения. A – это часть роста производства в экономике, которую нельзя отнести к накоплению капитала и труда, факторов производства. Остаток Солоу (совокупная факторная производительность) часто описывается как мера роста производительности за счет технологических инноваций.

Следует заметить, что построение моделей будет производиться в EViews. Обозначения в программе несколько иные. Например, натуральный логарифм $\ln$ обозначается через LOG, все коэффициенты регрессии обозначаются через C.

Для начала построим логарифмическую модель (2), результаты которой отражены в табл. 1:

$$\ln Y_t = \beta_0 + \beta_1 \cdot \ln K_t + \beta_2 \cdot \ln L_t + \varepsilon_t. (2)$$

Таблица 1

Результаты построения логарифмической модели

LOG(Y) = -37,74035 + 0,419374*LOG(K) + 3,135335*LOG(L)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-37.74035	8.588857	-4.394106	0.0002

LOG(K)	0.419374	0.134380	3.120800	0.0046
LOG(L)	3.135335	0.670573	4.675604	0.0001
R-squared	0.933984	Mean dependent var		28.56365
F-statistic	169.7753	Durbin-Watson stat		0.333556
Prob(F-statistic)	0.000000			
Коэффициент VIF	5.837518			
Р (тест Вайта на гомоскедастичнос ть)	0.1413			
Р (тест Жака- Бера на нормальное распределение остатков)	0.6105			

В данной модели все коэффициенты регрессии сильно статистически значимы на 1 %. Тестирование выполнения предпосылок МНК свидетельствует о том, что при $\alpha=0,1$ выполняется условие гомоскедастичности остатков (принимается нулевая гипотеза в тесте Вайта), отсутствует мультиколлинеарность (так как значение коэффициента VIF не превышает 10) и остатки распределены по нормальному закону (принимается нулевая гипотеза для статистики Жака-Бера). Коэффициент детерминации R^2 объясняет 93,4 %, значим. Для проверки наличия ошибок спецификации используем тест Рамсея: $P=0,0434 < 0,01 = \alpha$, следовательно при 1–3% говорим об отсутствии ошибок спецификации, однако при $\alpha = 0,05$ можем утверждать, что ошибки есть. В данной модели по значению статистики Дарбина-Уотсона $DW=0,33$ мы получаем сильную положительную автокорреляцию первого порядка.

Непосредственно коэффициенты β_1 и β_2 в логарифмической модели являются коэффициентами эластичности. $E(Y/K)=0,42$ в данном случае, говорим, что Y неэластичен по K , так как показатель меньше единицы. $E(Y/L)=3,14$ – Y эластичен по L , то есть при изменении труда на 1 % ВВП растет на 3,14 %, когда в случае с капиталом рост происходит на 0,42 %.

Логично выдвинуть предположение о наличии постоянной отдачи от масштаба. Постоянная отдача от масштаба означает, что общий продукт изменяется пропорционально увеличению всех вводимых ресурсов, то есть $\beta_1 + \beta_2 = 1$. Так как сумма коэффициентов больше единицы – возрастающая отдача от масштаба.

Для коррекции модели введем авторегрессионную схему первого порядка $AR(1)$ и снова проверим гипотезу о постоянной отдаче от масштаба. Мы предполагаем, что модель более точная именно после коррекции автокорреляции. По тесту Вальда: $P=0,7865 > 0.1 = \alpha$ – принимаем нулевую гипотезу о постоянной от масштаба.

Оценим модель с линейным ограничением на коэффициенты, после введения авторегрессионной схемы (табл. 2).

Таблица 2

Модель после коррекции автокорреляции с линейным ограничением на коэффициенты				
LOG(Y)-LOG(L) = 7,165647 + 0,429815*(LOG(K)-LOG(L)) +[AR(1)=0,938636,ESTSMPL="1996 2021"]				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.165647	0.643801	11.13022	0.0000
LOG(K)-LOG(L)	0.429815	0.061354	7.005506	0.0000
AR(1)	0.938636	0.026882	34.91663	0.0000
R-squared	0.994116	Mean dependent var		11.03699
F-statistic	1942.858	Durbin-Watson stat		1.744560
Prob(F-statistic)	0.000000			
Коэффициент VIF	1.2724			
P (тест Вайта на гомоскедастичность, по- cross)	0.1674			
P (тест Жака- Бера на нормальное распределение остатков)	0.7059			

Все коэффициенты модели сильно статистически значимы при $\alpha=0,01$. При принятом уровне значимости выполняется условие гомоскедастичности остатков, отсутствует автокорреляция, отсутствует мультиколлинеарность и остатки распределены по нормальному закону. С точки зрения использованных статистических критериев построенная модель коррекции ошибок является адекватной. Коэффициент детерминации объясняет 99,4 % вариации и также является статистически значимым. Модель признается статистически значимой.

Изначальная логарифмическая модель помимо автокорреляции, на 5 % уровне значимости имела ошибки спецификации. Для коррекции логарифмической модели также можно перейти к темпам роста исходных показателей (3).

$$\frac{Y_t}{Y_{t-1}} = \beta_0 + \beta_1 \cdot \frac{K_t}{K_t} + \beta_2 \cdot \frac{L_t}{L_{t-1}} + \varepsilon_t. \quad (3)$$

Проверим гипотезу о постоянной отдаче от масштаба: $P=0,4172>0,1=\alpha$ – постоянная отдача от масштаба. Также проанализируем остатки на наличие аддитивных выбросов и последовательно скорректируем самые значимые из них, введя фиктивные переменные, результаты представлены в табл. 3.

Таблица 3

Модель в темпах роста с двумя фиктивными переменными и ограничением на коэффициенты

$$Y/Y(-1) - L/L(-1) = 0,016820 + 0,347193 \cdot (K/K(-1) - L/L(-1)) - 0,042697 \cdot D2020 - 0,025131 \cdot D2005$$

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.016820	0.002282	7.371586	0.0000
K/K(-1)-L/L(-1)	0.347193	0.047157	7.362562	0.0000
D2020	-0.042697	0.010626	-4.018143	0.0006
D2005	-0.025131	0.010672	-2.354804	0.0279
R-squared	0.800344	Mean dependent var		0.019803
F-statistic	29.39647	Durbin-Watson stat		1.849133
Prob(F-statistic)	0.000000			
Макс. коэффициент VIF	1.031253			
P (тест Вайта на гомоскедастичность, по-cross)	0.1344			
P (тест Жака-Бера на нормальное распределение остатков)	0.5628			

Фиктивная переменная d2005 значима на 3%, все остальные коэффициенты при переменных значимы на 1%. Коэффициент детерминации описывает 80 % вариации, значим. Выполняется условие гомоскедастичности остатков, отсутствует автокорреляция, отсутствует мультиколлинеарность и остатки распределены по нормальному закону. С точки зрения использованных статистических критериев построенная модель коррекции ошибок модель может быть признана удовлетворительной.

Сравним точность ретроспективного прогноза для двух моделей. Предположим, что изменение исходных показателей, будет таким же, как и до пандемии коронавируса. При подсчете темпов прироста показателей для 2019 года, получаем: рост ВВП на 3 %, капитала на 4 %, а численность экономически активного населения не изменилась. Спрогнозируем значения для 2022 года и оценим ошибку прогноза по формуле:

$$E = \frac{Y - \hat{Y}}{Y} \cdot 100\%.$$

Для логарифмической модели значение ошибки равно 0,0265 %, а для модели в темпах роста получили значение 0,0687 %. Значения ошибок являются несущественными для обеих моделей.

В работе была построена макроэкономическая производственная функция для Германии в виде двух моделей: логарифмической

и в темпах роста. Выбор второй формы модели был обусловлен тем, что в логарифмической модели были проблемы со спецификацией и автокорреляцией, тем не менее, обе модели удалось улучшить и признать их удовлетворительными. Делая выводы по моделям, можем сказать, что вклад труда в экономический рост Германии более существенный, чем накопление основного капитала. Для страны характерно высокое качество «человеческого капитала» и, несмотря на то, что темпы роста труда остаются низкими, за счет высококвалифицированной рабочей силы Германия поддерживает стабильный рост.

Библиографические ссылки

1. https://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=MSTI_PUB&lang=en# [Электронный ресурс] – Дата доступа: 16.05.2022.
2. Эконометрика II. Практикум: учеб.-метод. пособие / Ю. Г. Абакумова [и др.]; под ред. Ю. Г. Абакумовой. – Минск: БГУ, 2020. – 167 с.

ТЕОРИЯ ПАРИТЕТА ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ ВАЛЮТ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

А. А. Таицкий

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ataitski@mail.ru;

науч. рук. – Ю. А. Никонова, ст. преп.

В статье описывается теория паритета покупательной способности валют, ее происхождение и основные положения. На основании изложенных положений рассматриваются возможные причины отклонения обменного курса от паритета покупательной способности.

Ключевые слова: паритет покупательной способности; обменный курс; эффект Балассы-Самуэльсона; Пенн-эффект.

Одним из основных источников развития и жизнеспособности стран в современных реалиях является международный обмен товарами и услугами – международная торговля. Много веков назад люди поняли, что им выгоднее затратить для производства на их территории товары закупать за рубежом, а теория сравнительных преимуществ Давида Рикардо еще и доказала выгоду международной торговли для всех сторон, принимающих в ней участие.

С появлением бумажных денег одной из проблем международной торговли являлось отсутствие единых для всех стран валют и цен на торгуемые блага, что затрудняло процесс товарообмена за счет отсутствия установленных цен на валюту одной страны в валюте другой страны – обменного курса. В данной ситуации рациональным решением было выразить все валюты в единице какого-либо товара, обладавшего одинаковой ценностью во всем мире, сформировав при этом единую систему паритетов, которую можно положить в основу валютных курсов. Самым удачным олицетворением подобного товара являлись драгоценные металлы по типу золота или серебра.

Идея о связи обменного курса с паритетом внутренних цен на золото была реализована в мировой валютной системе в XIX в. («золотой стандарт»), когда цены на золото в странах были фиксированы, а за каждой банкнотой закреплялось определенное количество золота в соответствии с ее номиналом и ценой золота. Можно сказать, что во времена действия золотого стандарта обменные курсы были фиксированными. Однако Первая мировая война послужила причиной краха международных договоренностей, возникла необходимость обоснования обменных курсов, в том числе плавающих.

Впервые идея объяснения обменных курсов была выдвинута представителем классической школы политэкономии Давидом Рикардо [1, с. 118 – 121]. Описанный им закон единой цены предполагал, что в каждой стране стоимость одного и того же набора товаров (современным примером является потребительская корзина), выраженная в одной валюте, должна быть одинакова во всех странах. Позже данный паритет между валютами шведский экономист Густав Кассель назвал абсолютным. Главной причиной отказа от данной концепции было отсутствие в ней таких факторов, как учет дифференциации потребительских корзин в разных странах и изменения уровня цен.

Густав Кассель в своем исследовании выявил влияние на обменный курс уровня инфляции в соответствующих странах, из чего был сделан вывод, что ценность валюты за пределами страны определяется, в первую очередь, ценностью валюты в самой стране [2, с. 63]. Концепция подобных паритетов была названа относительной, а сама идея легла в основу теории паритета покупательной способности в ее современном облики.

Теория паритета покупательной способности предполагает, что валютные курсы должны соответствовать паритетам покупательной способности валют. В современной экономике подобная ситуация встречается крайне редко или не встречается вовсе. Рассмотрим причины данного явления.

Главным фактором, влияющим на валютный курс, является приток и отток иностранной валюты в страну и из страны, то есть сальдо платежного баланса. На этот показатель влияет не только международная торговля, отражаемая по текущему счету, но и движение капитала. Теория ППС учитывает только влияние международной торговли, а приток и отток капитала в страну и из страны, влияющие на обменный курс, не учитывает. Это приводит к отклонению обменного курса от ППС.

Еще одной причиной отклонения обменного курса от ППС является внешнеторговая политика стран. Главное условие соблюдения абсолютных паритетов – свободная торговля между странами, что в современных экономико-политических условиях практически невозможно. Торговые барьеры нарушают условия свободной конкуренции между рыночными агентами, а также приводят к различной реакции обменного курса на увеличение и снижение цен, что нарушает и относительные паритеты в том числе.

На обменный курс также существенно влияет макроэкономическая политика государства и шоки спроса и предложения. Одним из главных примеров якоря сдерживания инфляции в стране является фиксированный обменный курс. Данные действия, с одной стороны, уменьшают ам-

плитуды колебаний валютного курса, а с другой – могут все дальше отдалять его от паритета.

В долгосрочной перспективе на обменный курс уже начинают оказывать влияние такие факторы, как технологический прогресс и изменение вкусов потребителей. Изменение данных факторов влияет на большое количество иных макроэкономических переменных (доходы населения, структура спроса и предложения), которые, в итоге, приведут к изменению обменного курса.

Также отклонение обменного курса от паритета объясняется социально-экономическим развитием рассматриваемой страны. Данный феномен был описан экономистами Б. Балассой и П. Самуэльсоном в 60-е годы XX в. и назван «эффектом Балассы-Самуэльсона» или «загадкой ППС». Этот эффект объясняется следующим образом. В любой экономике можно условно выделить два сектора: по производству торгуемых (пригодных к экспортированию) и неторгуемых (непригодных к экспорту благ). В секторе производства торгуемых благ производительность труда в развивающихся странах меньше, чем в развитых, за счет менее квалифицированной рабочей силы. Меньшая производительность труда в развивающихся странах определяет меньшую заработную плату работников. Согласно эффекту выравнивания, обусловленного мобильностью труда внутри страны, в долгосрочной перспективе уровни оплаты труда во всех секторах экономики страны должны выравниваться. То есть люди, занятые в сфере услуг в бедных странах, также будут получать невысокие заработные платы. За счет низких заработных плат и низкой себестоимости товары, производимые в развивающихся странах, будут недооценены внутри своей страны по сравнению с товарами в более развитых странах, а за счет недооценки товаров также недооцененными будут и валюты развивающихся стран [3, с. 140–141].

Действие данного эффекта можно также подтвердить статистически. Из таблицы следует, что валюты развивающихся стран являются сильно недооцененными по сравнению с развитыми странами.

Таблица

Сравнение номинального ВВП на душу населения с ВВП на душу населения по ППС за 2020 год

Страна	ВВП на душу населения (дол. США)	ВВП на душу населения по ППС (дол. США)	ВВП недооценен на (в %)
Развитые экономики			
Австралия	51 812	55 097	6.34
Бельгия	44 594	51 968	16.54
Великобритания	40 285	44 916	11.5
Канада	43 242	48 073	11.17

Окончание таблицы

Страна	ВВП на душу населения (дол. США)	ВВП на душу населения по ППС (дол. США)	ВВП недооценен на (в %)
Развитые экономики			
Норвегия	67 294	63 198	-6.09
Новая Зеландия	41 792	44 252	6.04
США	63 544	63 544	0
Финляндия	49 041	51 090	4.18
Израиль	43 611	41 855	-1.12
Развивающиеся экономики (среднее развитие)			
Аргентина	8 442	20 768	146.36
Бразилия	6 979	14 836	112.58
Беларусь	6 411	20 200	215.08
Болгария	9 976	24 367	144.26
Китай	10 500	17 312	64.88
Казахстан	9 056	26 729	195.15
Россия	10 127	28 213	178.59
Турция	8 538	28 119	229.34
Уругвай	15 438	22 795	47.66
ЮАР	5 091	12 096	137.6
Развивающиеся экономики (слабое развитие)			
Афганистан	509	2 088	310.22
Боливия	3 143	8 367	166.21
Мадагаскар	495	1 593	221.82
Мали	859	2 339	172.29
Лаос	2 630	8 234	213.08
Непал	1 155	4 009	247.1
Сомали	309	875	183.17
Мьянма	1 400	4 794	242.43
Мозамбик	449	1 297	188.86
Чад	614	1 603	161.07

Примечание – Источник: [4, 5].

Следует отметить, что в Республике Беларусь наблюдалось отклонение обменного курса от ППС на протяжении более чем 20 последних лет: белорусский рубль был недооценен по сравнению с ППС, что свидетельствует о наличии в Беларуси Пенн-эффекта [6, с. 72–74].

Из всего перечисленного можно сделать вывод, что в современных экономических реалиях теория паритета покупательной способности не может использоваться для обоснования формирования обменного курса. Все большее количество факторов, влияющих на товарные и валютные рынки, отдаляют валюты стран со слабой экономикой от паритетов.

Библиографические ссылки

1. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Москва: Дело, 1994. 677 с.

2. *Cassel G.* The Present Situation of the Foreign Exchanges // *Economic Journal*. 1916. Vol. 26, № 101. P. 62–65.
3. *Ляменков А. К.* «Загадка» паритета покупательной способности валют и подходы к ее объяснению // *Международный научный журнал «Символ науки»*. 2016. № 1. С. 139–141.
4. GDP per capita (current US\$) // The World Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>. – Дата доступа: 05.05.2022.
5. GDP per capita, PPP (current international \$) // The World Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD>. – Дата доступа: 05.05.2022.
6. *Никонова Ю. А., Таццкий А. А.* Пенн-эффект и белорусский рубль // *Тенденции экономического развития в XXI веке : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1 марта 2022 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. А. Королева (гл. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2022. С. 71–75.*

НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

В. А. Тенякова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vtenyakova02@gmail.com;

науч. рук. – А. В. Вериго, канд. экон. наук, доц.

В статье представлены теоретические аспекты исследования и анализа финансового состояния предприятия. Целесообразность контроля за финансовым состоянием заключается в получении информации о платежеспособности предприятия, что имеет важность как для самой организации, так и для ее потенциальных партнеров.

Ключевые слова: финансовое состояние; финансовая устойчивость; оборотные средства предприятия; запасы; дебиторская задолженность.

В условиях рыночной экономики проведение анализа финансового состояния организации не просто играет важную роль, а его значение стремительно возрастает. Каждая организация в ходе своей деятельности выбирает поставщика ресурсов и покупателя продукции, а также самостоятельно предоставляет средства и размещает их. Таким образом, участники рыночных отношений заинтересованы в деятельности отдельных организаций, используя анализ финансового состояния.

Финансовое состояние занимает ключевое место в деятельности предприятия, которое в полной мере отражает состояние капитала, определяет его конкурентоспособность, а также при сотрудничестве играет роль гаранта при осуществлении экономических интересов организации и ее потенциальных партнеров.

В процессе исследования финансового состояния предприятия определяется устойчивость предприятия. Финансовая устойчивость предприятия – это способность организации эффективно и бесперебойно функционировать и развиваться, сохраняя при этом сбалансированность активов и финансовых источников. Именно показатели финансовой устойчивости предприятия гарантируют ее платежеспособность и инвестиционную привлекательность. Таким образом, в теории выделяют четыре вида финансовой устойчивости предприятия: абсолютная финансовая устойчивость, нормальная финансовая устойчивость, неустойчивое финансовое состояние и кризисное финансовое состояние.

При анализе финансового состояния и, в конечном итоге, финансовой устойчивости предприятия следует учитывать объем и эффективность использования оборотных средств предприятия, которые влияют на результаты деятельности организации.

На сегодняшний день большинство предприятий сталкиваются с нерациональным использованием оборотного капитала и, как следствие, недополучением собственных доходов. Основными двумя факторами, влияющими на объем и эффективность использования оборотных средств предприятия являются: уровень запасов организации и объем дебиторской задолженности.

С одной стороны, увеличение запасов говорит, к примеру, о расширении объема производства и масштабов деятельности предприятия, но, с другой стороны – возникают проблемы с ликвидностью предприятия, риск порчи сырья и материалов, а также рост складских запасов. При таком раскладе предприятию стоит найти оптимальный подход к управлению товарно-производственными запасами. Одним из эффективных решений является наложение эффективных цепочек поставок, а также разработка политики управления запасами.

Второй распространенной проблемой снижения эффективности использования оборотных активов организации является высокий уровень дебиторской задолженности. Конечно, не всегда высокий объем дебиторской задолженности является негативным явлением для предприятия. В некоторых случаях это может свидетельствовать об увеличении продаж предприятия. С другой стороны, стоит анализировать качество дебиторской задолженности относительно самих должников организации.

Одним из решений проблемы высокой дебиторской задолженности является предоплата, которая может выставляться на определенных условиях. К одному из этих условий относится выставление предоплаты предприятиям, которые ранее и не один раз грубо не исполняли свои обязательства перед организацией в установленные сроки, платежеспособность которых не вызывает доверия или с которыми ранее организация не сотрудничала и не известно, как и каким образом оно справляется со своими обязательствами, т.е. это новые партнеры. В целом перед тем, как сотрудничать с той или иной организацией, стоит иметь о ней информационное обеспечение в виде сбора информации, оценки ее финансового состояния, оценки ее платежеспособности и делового имиджа. Такой подход избавит предприятие от недобросовестных партнеров и больших рисков.

Вторым предложением решения проблемы высокой дебиторской задолженности можно назвать использование банковской гарантии. Банковская гарантия – финансовый инструмент, в рамках которого банк или иная кредитная организация поручается за исполнение третьим лицом своих обязательств. В противном случае, если предприятие не выплачивает свои обязательства в установленные сроки, то это исполняет банк-гарант.

Резюмируя все вышесказанное, стоит отметить, что проведение финансового анализа позволяет поддерживать экономическое равновесие предприятия, поскольку с помощью него можно не только оценить настоящее положение предприятия, но также и составить прогноз финансового состояния, который позволит контролировать деятельность предприятия.

Библиографические ссылки

1. *Алейников А. Н.* Предпринимательская деятельность: учеб. - практ. пособие. – М.: Изд-во ООО «Новое знамя», 2013. – 303 с.
2. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / под ред. О. В. Ефимовой, М. В. Мельник. – М.: Омега-Л, 2015. – 408 с.
3. *Короткевич, А. И.* Финансы / Учебно-методический комплекс// А. И. Короткевич, Д. В. Шпарун, Д. Ч. Табала. – Минск: БГУ, 2018. – 375 с.
4. *Лапченко, Д. А.* Анализ производственно-хозяйственной деятельности: финансовый анализ: учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-27 01 01 «Экономика и организация производства» / Д. А. Лапченко, Е. И. Тымуль. – Минск: БНТУ. – 2018. – 55 с.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЫ В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

А. П. Теплякова, Е. А. Ошурек

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
anna.teplyakovar@gmail.com; liza.oshurek@gmail.com;
науч. рук. – Н. И. Шандора, ст. преп.*

В данной статье дается определение образовательной платформе, сравниваются онлайн- и офлайн-обучение, анализируются популярные образовательные платформы, а также рассматриваются основные средства разработки образовательной платформы.

Ключевые слова: образовательная платформа; онлайн- и офлайн-обучение; фреймворк.

Информационное пространство, которое объединяет обучающихся, а также дает им возможность для получения дистанционного образования, и тестирования уровня знаний называется образовательной платформой.

Выделяют три основные задачи, которые решаются с помощью цифровых онлайн платформ для обучения:

- Дистанционное образование, а также контроль знаний обучающихся;
- Автоматизация процесса повышения квалификации и обучения сотрудников компании;
- Организация тренингов в разных сферах бизнеса.

Существует множество образовательных платформ и всех их объединяют задачи, которые они позволяют решать, разница лишь в интерфейсе самой платформы, стоимости, содержании и методике преподавания.

Основные преимущества образовательной платформы:

- Возможность получать информацию в любое время и месте;
- Используются современные мультимедийные средства и технологии;
- Возможность дистанционного обучения людей с ограниченными возможностями;
- Доступность всех учебных материалов для обучающегося;
- Возможность самостоятельной работы, что развивает дисциплину и самоорганизацию;
- Наглядность, доступность учебного материала;
- Возможность получения обратной связи от обучающихся касательно эффективности обучения, качества материала, а также его доступности.

Недостатки:

- Минимальный уровень социальных аспектов обучения, например, эмоциональной вовлеченности, а также обмена информацией;
- Недостаточный уровень контроля с точки зрения дисциплины, но данный аспект важен лишь в процессе обучения детей и подростков [1].

Таблица 1

Сравнение форматов обучения

Критерии сравнения	Офлайн-обучение	Онлайн-обучение
Стоимость	Выше	Ниже
Живое общение с преподавателем	Возможно прямо во время занятий	Ограничено временем курса
Прослушивание учебного материала	Исключительно во время проведения занятия	В любое время
Сроки выполнения заданий	Присутствует всегда	Зачастую отсутствует
Вид взаимодействия	Личное взаимодействие с эмоциональным контактом	Общение посредством чатов и мессенджеров
Обстановка	Рабочая	Домашняя
Фокусировка внимания	На высоком уровне	Склонна снижаться

Дистанционное обучение активно развивается ввиду высокого спроса на высшее образование во всем мире. Поэтому многие учебные заведения интенсивно внедряют в процесс обучения информационно коммуникационные технологии, предлагая учащимся прохождение обучения дистанционно [1].

Таблица 2

Сравнение образовательных платформ

Параметр	Платформа		
	Moodle	Edmodo	Google Classroom
Успешное использование в ВУЗах	да	нет	нет
Открытый системный код	да	нет	нет
Мультиязычный интерфейс (в том числе русский язык)	да	нет	нет
Бесплатное ПО	да	да	да
Разные форматы обучения: аудио, видео, тестирование	да	да	да
Аналитика и отчетность	да	да	да

Главный шаг, который необходимо совершить – это выбрать подходящую технологию для разработки интерфейса.

Сейчас есть множество способов и технологий разработки интерфейса. Однако, на данный момент, самыми популярными являются React.js, Angular.js, Vue.js.

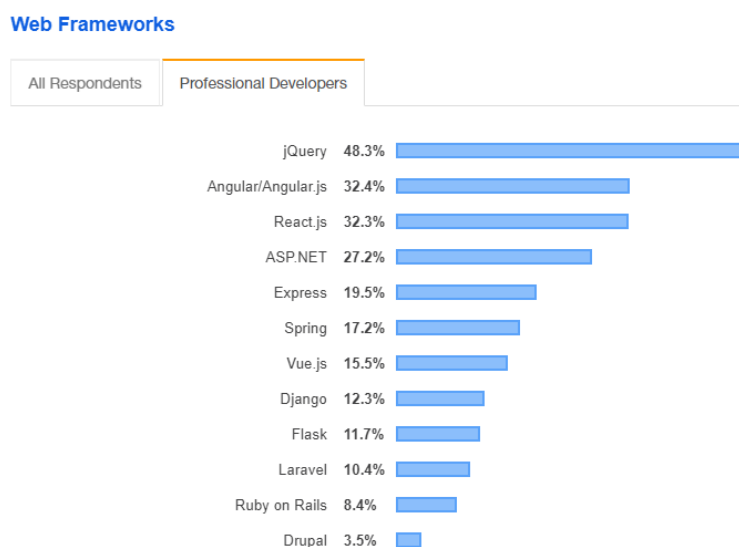


Рис. 1. Самые популярные фреймворки (Профессиональные разработчики)
Примечание – Источник: [3].

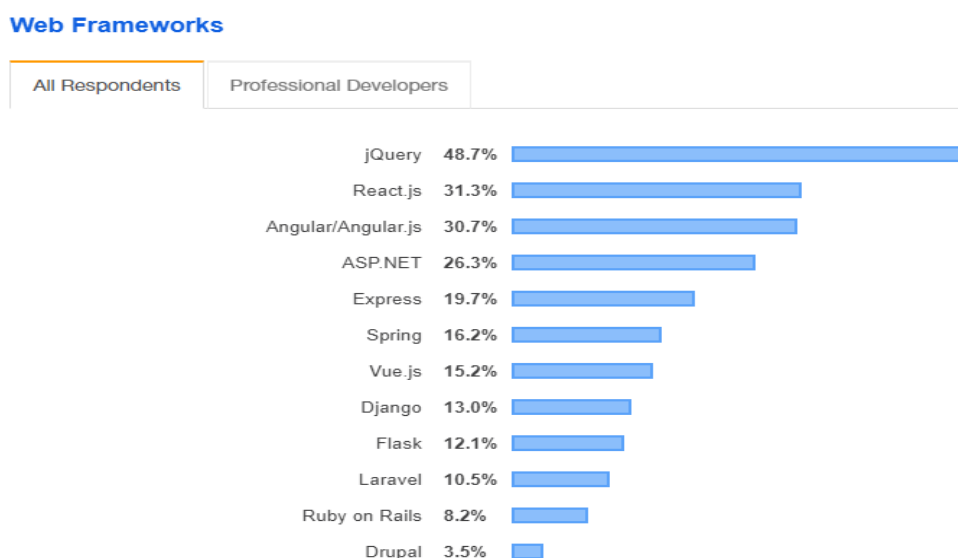


Рис. 2. Самые популярные фреймворки (Все респонденты)
Примечание – Источник: [3].

Исходя из результатов опроса Stackoverflow, видно, что профессиональные разработчики отдают предпочтение фреймворку Angular, в то время как среди всех респондентов, React опережает своих конкурентов.

Таким образом, можно сделать вывод, что существует множество систем дистанционного обучения, у каждой из которых есть свои преимущества и недостатки, поэтому выбор зависит от конкретных потребностей человека или учреждения образования. Кроме того, для разра-

ботки собственной образовательной платформы можно использовать такие фреймворки как React, Angular или Vue.js. Каждый из которых основан на языке программирования JavaScript. По результатам множества опросов, самым популярным фреймворком на данный момент является React, поэтому при желании разработать какой-либо веб-ресурс, рекомендуется использовать React.

Библиографические ссылки

1. В чем разница между онлайн–и офлайн-обучением [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://360-media.ru/v-chem-raznitsa-mezhdu-onlajn-i-oflajn-obucheniem/>. – Дата доступа: 20.03.2022.
2. Добрыдина, Т. И. Перспективы использования виртуальной образовательной платформы Moodle в обучении иностранным языкам / Т. И. Добрыдина, О. Г. Масленникова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – № 3. – С. 59
3. Платформа для онлайн-обучения: что это и в чем ее польза? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://antitreningi.ru/info/e-learning/platforma-dlya-online-obucheniya/>. – Дата доступа: 20.03.2022.
4. Developer Survey Results 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://insights.stackoverflow.com/survey/2019#technology>. – Дата доступа: 01.04.2022.

DROPSHIPPING КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

К. Д. Терещенко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ktereschenko20@gmail.com;

науч. рук. – В. П. Кунцевич, ст. преп.

Бизнес – это риск, на который идут люди чтобы стать предпринимателями. Часто оправданность риска становится ясной только в процессе предпринимательской деятельности и может привести к необратимым последствиям. Одним из способов избегания предпринимательских рисков в начале своего пути является Dropshipping

Ключевые слова: Dropshipping; современная форма организации; предпринимательская деятельность; бизнес-среда.

Dropshipping – это современная форма заработка, которая набирает обороты. Вид предпринимательской деятельности, заключающийся в продаже товаров поставщика (он может быть не один) с помощью дропшипера. Дропшиперы добровольные посредники между поставщиком и покупателем, они ищут покупателей поставщику. Поставщик отправляет товар покупателю. Ваша прибыль считается разницей между дропшипинговой ценой (которая приближена к оптовой) и розничной ценой, по которой вы продали покупателю.



Рис. 1. Принцип работы Dropshipping

Примечание – Источник: [1].

Преимущество Dropshipping для дропшипера:

- – ему не нужен капитал для того чтобы начать заниматься dropshipping-ом.

- – ему не требуется тратить деньги на аренду помещений и нанимать сотрудников. Все, что вам нужно для ведения бизнеса – это выход в Интернет.

- – все заботы на себя берет поставщик. Такие как аренда помещения, отправку товара, уплату налога [2].

Чем Dropshipping полезен для предпринимателей (поставщиков)?

Мы понимаем, чем он полезен для дропшиппера. Возможность начать свой первый бизнес без рисков и затрат, не тратя при этом деньги на офис, комплектование, упаковку заказов, а также доставку. А в чем выгода предпринимателя?

Выгода заключается в:

Его продажи увеличиваются. Потому что все дропшипперы (добровольные посредники между поставщиком и покупателем) присылают ему заказы все что ему нужно это обработать заказ и отправить.

Поставщик предлагает дропшипперам свой товар за который они при успешной сделке получают свою прибыль. Простыми словами он бесплатно нанимает людей которые дают ему заказы, тем самым сокращаются издержки на рекламу и зарплату сотрудникам [3].

Вывод средств (Взято на одной из платформ которые занимаются dropshipping-ом OneDrop)

- – так как заказы осуществляются через платформу деньги также хранятся там.

- – для того чтобы осуществить вывод заработанных средств, достаточно оставить запрос одним из удобных способов на платформе поставщика:

- – в мобильном приложении поставщика - нажатием кнопки «Вывод средств» на странице «Выплаты».

- – в web версии - нажатием кнопки «Вывод средств» на странице «Выплаты».

- – по телефонному звонку в центр поддержки клиентов.

- – в онлайн чате на сайте или через удобный для вас мессенджер.

- – написав письмо, им на e-mail.

Закрепим все на одном примере. Вы решили открыть бизнес по продаже часов, но не знаете какой будет на их спрос и не знаете какие модели актуальны. Вы заходите к поставщику часов на платформу дропшипинга [4].

Там вы выбираете понравившиеся вам модели, скачиваете фотографии и копируете описание. Начинаете их продвигать через друзей, соц. сети, торговые платформу, например, куфар. Вы стали дропшиппером.

Предположим, что вам начали писать. Вы просите сказать их номер телефона, ФИО, адрес доставки. Вам присылают, вы в свою очередь отправляете поставщику все данные он делает отправку. После чего как только поставщик получает деньги он присылает на ваш счет ваше вознаграждение. Вы выводите любым вам удобным путем. Если вы уверены в товаре, то смело можете открывать ИП и становится поставщиком.

Вывод: Вы не несете практически никаких рисков для того чтобы начать свой путь предпринимателя. Вам не нужен стартовый капитал и кредит, не нужны инвестиции.

Библиографические ссылки

1. Дропшипинг–платформа в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ONEDROP.BY – Дата доступа: 20.04.2022.
2. Платформа для маркетинга и продаж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary/dropshipping> – Дата доступа: 25.04.2022.
3. Дропшипинг - это просто /Интернет технологии.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.internet-technologies.ru/articles/dropshipping-poshagovoe-rukovodstvo-dlya-wordpress.html> – Дата доступа: 05.05.2022
4. Интернет–издание о бизнесе, стартапах, инновациях, маркетинге и технологиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/about> – Дата доступа: 21.04.2022.

АКТИВНЫЕ ОПЕРАЦИИ БАНКА И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

И. И. Толкачев

Белорусский государственный университет, г. Минск;

vanyatol01@gmail.com;

науч. рук. – А. И. Короткевич, д-р экон. наук, доц.

В статье проведен анализ активных операций ОАО «Белагропромбанк» и разработаны направления повышения их эффективности за счет внедрения нового вида кредита, внедрения новой кредитной карты и оптимизации расходов банка. Реализация предлагаемых мероприятий позволит увеличить прибыль на 14,13 % и повысить уровень рентабельности ОАО «Белагропромбанк» на 0,06 процентных пункта.

Ключевые слова: банк; активные операции; кредит; доходы банка; прибыль; рентабельность.

Активные операции банков заключаются в размещении аккумулируемых банками собственных и заемных средств с целью обеспечения необходимых условий для функционирования кредитного учреждения и получения доходов. Активные операции банка составляют существенную и определяющую часть его операций. Именно с помощью активных операций банки могут направлять высвобождаемые в ходе своей деятельности средства тем участникам экономического оборота, которые нуждаются в капитале, обеспечивая переток капитала в наиболее перспективные отрасли экономики, способствуя росту промышленного производства, внедрение инноваций, проведение реструктуризации, а также расширение жилищного строительства [1, с. 68].

Возможными направлениями повышения эффективности активных операций банка являются оптимизация его финансовых потоков, разработка моделей по улучшению инвестиционной политики, а также создание новых различных видов кредитов.

ОАО «Белагропромбанк» является коммерческой организацией, главной целью которого является извлечение прибыли. Из анализа доходов и расходов банка было выяснено, что доходы превышают расходы, тем самым формируя прибыль банку. Также большую долю доходов ОАО «Белагропромбанк» составляют процентные и комиссионные доходы. В случае с расходами, это процентные и операционные расходы [2, 3].

Активы ОАО «Белагропромбанк» за 2019–2021 года имели положительную динамику. Их основную долю составляют кредиты клиентам (более 50 %). В свою очередь, большая доля кредитов выдается коммерческим организациям, на которых приходится более 83 % всех кредитов, физическим лицам выдается более 8 % кредитов, а на небанковские финансовые организации приходится 2 % в 2019 и 1,7 % в 2020–2021 годах.

Доля ценных бумаг в активах банка составляет более 22 %, а доля средств в Национальном банке – 7 %. Средства в банках в 2019 году составила 2,1 %, в 2020 – 1,9 %, а в 2021 – 3,9 %. Остальные позиции суммарно составляют менее 10 % всех активов. Доходные активы составили более 86 %.

Анализ эффективности активных операций ОАО «Белагропромбанк» показал, что банк работает с прибылью, показатели эффективности – рентабельность активов, доходных активов и собственного капитала – находятся ниже среднего уровня, что свидетельствует о том, что с данным уровнем активов и собственного капитала можно получать еще больше прибыли, но пока и активы, и собственный капитал работают недостаточно эффективно.

Для повышения эффективности управления активными операциями ОАО «Белагропромбанк» были предложены следующие мероприятия:

- 1) внедрение нового кредита «Свадебный» для людей, которым необходимы средства на свадьбу;
- 2) создание новой кредитной карты «Умная», которая позволит использовать клиентам средства банка без конкретной цели с наличием приятных бонусов в виде манибэка на приобретение товаров в компаниях-партнерах и др.;
- 3) оптимизация затрат банка за счет снижения процентных доходов.

Внедрение нового кредита «Свадебный» для молодых пар при сценарии, в котором кредит возьмут 20089 человек на сумму, которая в среднем составит 3800 тыс. руб. под 22 %, позволит увеличить чистую прибыль банка на 1562,5 тыс. руб. (3,46 % от прибыли за 2021 год). Рентабельность активов ОАО «Белагропромбанк» от внедрения кредита «Свадебный» вырастет на 0,01 п.п. Рентабельность доходных активов, в свою очередь, сможет вырасти на 0,01 п.п.

Кредитная карта «Умная» позволяет брать кредит на потребительские нужды сроком на 60 месяцев (5 лет) с возможностью досрочного погашения, отменой процентов за пользование овердрафтом на 30 дней и манибэком до 5 %. Суммы до 4000 белорусских руб. предоставляются без справки о доходах. Манибэк осуществляется после проведения безналичных операций по карте при покупке ряда товаров и услуг в компаниях-партнерах. В заведениях сферы общественного питания, развлечений и спортивно-оздоровительных учреждениях будет возвращаться от 1 до 3 % от потраченных средств. При осуществлении покупок в магазинах-партнерах банка, манибэк составит 5 %. Во всех остальных категориях банк вернет 0,5 %. В течение 30 дней по карте действует грейс-период, во время которого проценты за пользование кредитом не

начисляются. Грейс-период может быть возобновлен неограниченное количество раз в случае досрочного погашения всей суммы задолженности по основному долгу в течение 12 месяцев с момента выпуска карты.

Доходные активы после внедрения кредитной карты увеличатся также на 128340 тыс. руб. и составят 12609363 тыс. руб. Рентабельность доходных активов в таком случае составит $70258,9/12609363 = 0,56 \%$.

Таким образом, внедрение новых кредитных карт «Умная» при условии, что продукт приобретут 35650 человек на сумму 3500 тыс. руб. под 22 % годовых позволит увеличить чистую прибыль банка на 2626,9 тысяч рублей. Если сравнивать с прибылью 2021 года, эффект от введения данного мероприятия позволит увеличить чистую прибыль банка на 3,89 %. Рентабельность активов после внедрения кредитной карты «Умная» увеличится на 0,02 п.п. Рентабельность доходных активов увеличится также на 0,02 п.п.

До сокращения процентных расходов путем снижения средней ставки по депозитам при условии, что кредит возьмут 50 тысяч человек в среднем на сумму 3000 рублей под 22 %, банк сможет увеличить рентабельность своих активов на 0,02 п.п., а после сокращения расходов – на 0,03 п.п. Прибыль, в свою очередь, после внедрения кредита до оптимизации расходов составит 3070,3 тыс. руб., а после оптимизации – 4593,8 тыс. руб., где изменение составило 1523,5 тыс. руб. В сумме же после внедрения кредита и оптимизации процентных расходов банк сможет увеличить свою чистую прибыль на 6,79 %. Таким образом, оптимизация процентных расходов за счет снижения средней ставки по депозитам ОАО «Белагропромбанк» с 18,5 % до 17,2 % позволит увеличить чистую прибыль банка на 4593,8 тыс. руб. (6,79 % от прибыли за 2021 год), а рентабельность активов увеличится на 0,03 п.п.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что в целях увеличения эффективности активных операций банка можно внедрить кредит «Свадебный», который позволит увеличить чистую прибыль банка на 2,31 % по сравнению с 2021 годом и рентабельность активов на 0,01 п.п., кредитную карту «Умная», при которой увеличение прибыли составит 3,89 %, а рентабельности активов – 0,02 п.п., а также сократить процентные расходы банка за счет снижения ставок по депозитам. Внедрив вышеперечисленные мероприятия банк сможет увеличить свою чистую прибыль на 14,13 %, а рентабельность активов увеличится на 0,06 п.п.

Таким образом, в совокупности экономический эффект от внедрения всех трех мероприятий составит увеличение в рентабельности активов на 0,06 п.п. и увеличении чистой прибыли на 14,13 % от прибыли за 2021 год.

Библиографические ссылки

1. *Короткевич, А. И., Очольда, И. И.* Денежное обращение и кредит: учебное пособие / А. И. Короткевич, И. И. Очольда. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 358 с.
2. Отчет о прибылях и убытках за 2021 год [Электронный ресурс] // Официальный сайт ОАО «Белагропромбанк». Режим доступа: <https://www.belapb.by/cms/images/Форма%201-4%202021.PDF/>. – Дата доступа: 29.04.2022.
3. Примечание к финансовой отчетности за 2019–2021 годы [Электронный ресурс] // Официальный сайт ОАО «Белагропромбанк». – Режим доступа: <https://www.belapb.by/cms/images/Примечания.PDF> – Дата доступа: 30.04.2022.

ЛОГИСТИКА СКЛАДИРОВАНИЯ: АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Д. А. Томуть

Белорусский государственный университет, г. Минск;

darya.tomut@gmail.com;

науч. рук. – А. А. Дутина, канд. экон. наук, доц.

В статье проводится эконометрический анализ зависимости выручки складского сектора экономики Республики Беларусь от выбранных факторных признаков. В соответствии с проведенным анализом выявлены факторы, на основании которых можно с определенной степенью точности прогнозировать изменение финансовых показателей деятельности предприятий сектора складских услуг.

Ключевые слова: логистика; склад; экономическая эффективность складской логистики; регрессионный анализ.

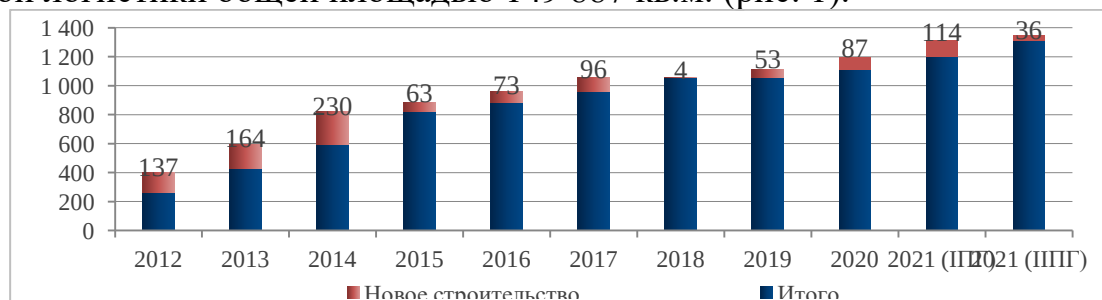
Логистика складирования – это одна из множества отраслей логистики, которая занимается разработкой методов организации складского хранения, системы закупок, приемки, размещения, учета товаров и управления с целью минимизации затрат, связанных со складированием и переработкой товаров.

Логистика составляет значительную часть национальной экономики. За последние годы в Беларуси появилось большое количество новых логистических компаний и, разумеется, новых логистических центров. Строятся не только небольшие складские помещения, но и крупные транспортно-логистические центры.

Республика Беларусь является важным элементом рынка транспортно-логистических услуг, чему в первую очередь способствует выгодное географическое положение. Ежегодно через территорию страны следует свыше 100 млн тонн европейских грузов.

По состоянию на 2021 год в Республике Беларусь функционирует 61 объект, отнесенный к логистическим центрам. В ведении находится 226 складов общего пользования.

Непосредственно в 2021 году введено 9 современных объектов складской логистики общей площадью 149 887 кв.м. (рис. 1).



Динамика ввода современных складских помещений, тыс. кв. м

Примечание – Источник: [3]

Объем ежегодных поступлений инвестиции в логистический сектор Республики Беларусь представлен в Таблице 1. Наиболее привлекательными регионами для инвестиций являются г. Минск и Минская область, т.к. в них расположены 43 логистических центра.

Динамика объема инвестиций в логистический сектор Республики Беларусь

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Объем инвестиций, млрд. руб. (с 2016 г. - млн. руб.)	8257	17007	17136	17348	17133	1936	2111	2431	2729	2154

Примечание – Источник: [4]

В результате проведенного регрессионного анализа были определены количественные связи между зависимыми случайными величинами. В моделях результативным признаком являются показатели объема выручки, а факторными признаками – розничная торговля по г. Минску, оптовая торговля по г. Минску, ВРП, ВВП, розничная и оптовая торговля по Республике Беларусь, грузооборот Республики Беларусь, перевозки грузов Республики Беларусь, – поочередно. Важно заметить, что выручка (REVENUE) – циклический показатель, то есть содержит тренд аналогичный синусоиде.

Исследуя зависимость показателей объема выручки (LOG(REVENUE)) и розничной торговли г. Минска (LOG(RETAILMINSK)), можно выявить высокую корреляцию выбранных показателей. Так как коэффициент корреляции равен 0,7528 и коэффициент детерминации равен 0,8455. Уравнение регрессии будет иметь следующий вид:

$$\begin{aligned} \text{LOG}(\text{REVENUE}) = & 0,1031995 * \text{LOG}(\text{RETAILMINSK}) + \\ & + 0,0980842 * @SIN(0,05 + 0,85 * @TREND) + \\ & + 13,8753373 + [AR(2) = -0,820636185725]. \end{aligned}$$

Также наблюдается высокая корреляционная связь объема выручки с оборотом оптовой торговли г. Минска (LOG(WHOLESALEMINSK)), коэффициент корреляции равен 0,7037, коэффициент детерминации – 0,8148. Уравнение регрессии будет иметь следующий вид:

$$\begin{aligned} \text{LOG}(\text{REVENUE}) = & 0,1055291 * \text{LOG}(\text{WHOLESALEMINSK}) + \\ & + 0,0838827 * @SIN(0,05 + 0,85 * @TREND) + \\ & + 13,7235937 + [AR(2) = -0,7710846]. \end{aligned}$$

Коэффициент корреляции между объемом выручки и ВВП Республики Беларусь (LOG(GDP)) составляет 0,7386, что говорит о наличии вы-

сокой прямой зависимости показателей, коэффициент детерминации – 0,8366. Уравнение регрессии будет иметь следующий вид:

$$\begin{aligned} \text{LOG}(\text{REVENUE}) = & 0,1060386 * \text{LOG}(\text{GDP}) + \\ & + 0,0937569 * @\text{SIN}(0,05 + 0,85 * @\text{TREND}) + \\ & + 13,6128102 + [\text{AR}(2) = -0,8219071]. \end{aligned}$$

Наблюдается высокая корреляционная связь объема выручки с оборотом розничной торговли Беларуси ($\text{LOG}(\text{RETAILBELARUS})$). Коэффициент корреляции равен 0,7412, коэффициент детерминации составил 0,8382. Уравнение регрессии будет иметь следующий вид:

$$\begin{aligned} \text{LOG}(\text{REVENUE}) = & 0,0927119 * \text{LOG}(\text{RETAILBELARUS}) + \\ & + 0,0932653 * @\text{SIN}(0,05 + 0,85 * @\text{TREND}) + \\ & + 13,8836602 + [\text{AR}(2) = -0,7864375]. \end{aligned}$$

Исследуя зависимость показателей объема выручки с оборотом оптовой торговли Республики Беларусь ($\text{LOG}(\text{WHOLESALEBELARUS})$), можно заметить сильную зависимость показателей, так как коэффициент корреляции равен 0,7194, коэффициент детерминации равен 0,8246. Уравнение регрессии будет иметь следующий вид:

$$\begin{aligned} \text{LOG}(\text{REVENUE}) = & 0,1054481 * \text{LOG}(\text{WHOLESALEBELARUS}) + \\ & + 0,0841495 * @\text{SIN}(0,05 + 0,85 * @\text{TREND}) + \\ & + 13,6863679 + [\text{AR}(2) = -0,7902755]. \end{aligned}$$

Во всех приведенных моделях @TREND – используется для представления двух разных типов временных трендов, различающихся в некоторых обстоятельствах, AR(2) – автокорреляция второго порядка.

На основе проведенного регрессионного анализа можно сделать вывод, что высокая корреляционная связь объема выручки наблюдается с такими показателями как оборот розничной торговли города Минска, оборот оптовой торговли города Минска, ВВП Республики Беларусь, оборот розничной торговли Республики Беларусь, оборот оптовой торговли Республики Беларусь. Корреляционно-регрессионный анализ позволил также установить отсутствие влияния изменения ВРП г. Минска, объема перевозок грузов Республики Беларусь на выручку и наличие умеренной зависимости выручки от грузооборота Республики Беларусь.

Таким образом, зная прогнозируемые значения одного из указанных выше факторных признаков, можно с определенной степенью точности прогнозировать изменение финансовых показателей деятельности предприятий сектора складских услуг, что является важным при определении стратегии ведения бизнеса и принятия других важных управленческих решений, касающихся деятельности организаций складского хозяйства на рынке логистических услуг страны.

Рынок складской логистики Республики Беларусь составляет значительную часть национальной экономики и находится в стадии активного развития. Одной из важных составляющих рынка в этом отношении можно отметить складскую недвижимость, которая также стремительно строится и вводится в эксплуатацию на территории всей Республики.

Библиографические ссылки

1. Международная транспортная логистика: конкурентные позиции Беларуси: моногр. / А. А. Королева, А. А. Дутина. – Минск: Изд. Центр БГУ, 2020. – 143 с.
2. *Моисеева, Н.К.* Экономические основы логистики: учеб. пособие / Н.К. Моисеева. – М.: Инфра-М, 2017. – 527 с.
3. Складская недвижимость в Беларуси в 2021 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.colliers.com/ru-by>. – Дата доступа: 27.02.2022.
4. Экономическая статистика Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/>. – Дата доступа: 20.04.2022.

МОДЕЛЬ ЧЕЛОВЕКА В ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКЕ И ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В БЕЛОРУССКИХ ТОРГОВЫХ СЕТЯХ

Н. С. Федорова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

nata.f.625@gmail.com;

науч. рук. – Ю. А. Никонова, ст. преп.

Модель человека является своеобразной теоретической предпосылкой, на основе которой строятся все базовые экономические теории. Поведенческая экономика рассматривает поведение человека, беря во внимание социальные, когнитивные и эмоциональные факторы. Современная торговля невозможна без знания поведенческих аспектов принятия решений покупателем, поэтому в работе будут рассмотрены основные положения поведенческой модели человека, также будет описан принцип воздействия на поведение потребителя со стороны наиболее популярных торговых сетей Республики Беларусь: «Евроопт», «Санта», «АЛМИ»; рассмотрены их основные подходы и выявлены недостатки, исправление которых позволит увеличить объем продаж и эффективность рабочего процесса в целом.

Ключевые слова: модель человека; поведенческая экономика; когнитивные искажения.

Человек – центральная фигура в экономике. Взаимодействие между людьми лежит в основе всех экономических процессов. Поэтому изучение поведения человека является одной из главных целей экономистов.

У истоков экономической науки ученые пытались описать поведение человека через рациональное начало, рассматривая человека как полного эгоиста, который стремится к удовлетворению собственных потребностей. Основной моделью, набравшей популярность в XVIII–XIX вв., является модель «экономического человека». Она развивает систему взглядов о человеке, как о рациональном существе. Такого подхода к рассмотрению человека придерживались классическая школа политэкономии, маржинализм и неоклассическая школа.

Модель «экономического человека» послужила своеобразной основой для многих теорий, однако в силу появления новых идей были привнесены значительные корректировки в данную модель и выявлены новые критерии оценки поведения человека при принятии экономических решений. Так получила свое распространение модель ограниченной рациональности, а позже – и практически полностью иррационального человека. К противникам модели экономического человека относятся представители кейнсианской школы, исторической школы, институционализма и поведенческой экономики. Они описывали стремление человека к максимальному удовлетворению потребностей, учитывая не только внутренние ограничения, но и внешние. Модель человека в поведен-

ческой экономике рассматривает поведение человека, основываясь на социальных, когнитивных и эмоциональных факторах.

Основоположником поведенческой экономики принято считать Даниэля Канемана, лауреата Нобелевской премии 2002 г. за изучение поведения человека в условиях неопределенности. Д. Канеман вместе с А. Тверски разработали теорию перспектив, в рамках которой были предложены новые критерии выбора человеком альтернатив в условиях риска, что послужило фундаментом для основания поведенческой экономики. Также Д. Канеман и А. Тверски показали, что люди склонны переоценивать маловероятные события и недооценивать высоковероятные.

Одной из основных специализаций поведенческой экономики является изучение так называемых искажений, присущих человеку во время принятия им решений. Под когнитивными искажениями понимается ошибки в мышлении, происходящие во время принятия решений, связанные с ранее закрепленными в сознании человека установками [1, с. 168–170].

Ученый–экономист Ричард Талер, получивший Нобелевскую премию по экономике в 2017 г., занимался поиском путей снижения негативного влияния когнитивным искажений на принятие человеком решений, в результате чего была представлена его теория подталкивания. Ее суть состоит в незначительном непрямом влиянии на процесс решений индивида с целью рационализации его решений [2, с. 339–355].

Говоря о методологии поведенческой экономики, стоит выделить ключевые направления исследования поведенческой экономики: эвристика, фрейминг и рыночная неэффективность.

Эвристика. Люди зачастую принимают решения неосознанно, опираясь на творческое мышление и руководствуясь практическими доводами, которые далеко не всегда логически обоснованы. Поэтому здесь и изучается механика принятия решений.

Фрейминг. Фрейм представляет собой смысловую рамку, создаваемый эффект которой пользуется слабостями человеческой природы к тонкостям формулировок. В основе концепции лежит психология о том, что человек принимает решение относительно какого-либо явления или предмета в зависимости от способа преподнесения ему информации о нем.

Рыночная неэффективность. Здесь изучаются ошибки при принятии экономических решений, которые, в свою очередь, приводят к таким рыночным аномалиям, как установка неверной цены, неверный расчет прибыли и неэффективное распределение ресурсов.

Далее будет описан принцип воздействия на принятие решений потребителем со стороны наиболее популярных торговых сетей Республики Беларусь: «Евроопт», «Санта», «АЛМИ», проанализированы их основные подходы и выявлены недостатки, исправление которых позволит увеличить объем продаж.

Анализируя данные торговые сети, можно заметить, что для привлечения внимания потребителя продавцы прибегают к использованию эффекта фрейма, принципы которого характеризуются специфическим преподнесением информации покупателю, и иррационального начала человека. Опираясь на это, продавцы анализируют различные характеристики, которые стимулируют проявление «неэкономического человека»: физические характеристики стимула, характеристики потребителя и окружающую среду.

При посещении магазинов «Евроопт», «АЛМИ» и «Санта» были замечены следующие экономико-психологические уловки, которые позволяют увеличить продажи.

«Неокругленные цены». Наиболее часто используемая уловка современных магазинов. Потребитель смотрит на цену товара слева направо, и продавцы успешно этим пользуются. Например, вместо цены на колбасные изделия 15 условных единиц ставится 14,99 условных единиц, вместо 2,70 условных единиц на газировку – 2,69. Существенных потерь производителю это не приносит, а потребитель думает, что цена товара значительно ниже, хотя на самом деле это не так.

«Приятные глазу цифры». Человеку наиболее приятны цифры округлой формы, такие как 3,6,8,9,0. Чуть менее приятны цифры полукруглой формы: 2,5. Хуже всего воспринимаются «остроконечные» цифры: 1,7,4. Однако стоит сказать, что цифра 7 воспринимается нами как «счастливая», поэтому ее тоже часто используют в ценообразовании. При посещении магазинов «Санта», «АЛМИ» и «Евроопт» было замечено, что более 50% всех цен имеют в своем составе такие «приятные цифры». Плюсом данной уловки является то, что покупатель никогда не заподозрит, что он купил товар, например, за 5,78 условных единиц, потому что цена состоит именно из этих цифр.

«Лучшим продажам – лучшее место». Такие товары, как гречка и мука в магазинах сети «АЛМИ», из-за трудной экономической обстановки в данный момент занимают самое большое место на стеллажах, потому что спрос на них является наибольшим. Соответственно, можно сделать вывод: чем большую часть всего оборота занимает товар, тем больше места ему отводится.

«Общая расстановка». Большинство покупателей начинают свой обход справа налево, поэтому так важно, чтобы вход находился справа, а выход

слева, и товарные ряды следовали параллельно движению покупателя. В рассматриваемом магазине «Евроопт» вход находится слева, что значительно увеличивает столпотворение в проходах между стеллажами, в «АЛМИ» и «Санте» вход находится или справа, или с двух сторон, что разгружает обстановку внутри магазина. В общем планировании также должно соблюдаться правило «золотого треугольника». Наиболее важные товары расположены в конце магазина, так как пока покупатель идет к ним, его внимание отвлекают менее важные товары, которые ему не нужны до того момента, пока он их не увидит [3, с. 51–56].

Из минусов стоит отметить отсутствие ароматов в магазинах. И это довольно серьезное упущение, ведь правильно подобранный аромат в магазине позволит не только продлить пребывание покупателя в нем, но и значительно увеличить объем продаж путем стимуляции иррационального поведения человека из-за внезапно появившегося аппетита. В продуктовых магазинах наиболее приемлемы запахи, вызывающие аппетит у покупателя: кофе, ваниль, свежая выпечка, корица. В европейских магазинах запах свежей выпечки слышен почти на весь магазин, хотя отдел хлебобулочных изделий располагается совершенно в другой стороне. Все дело в продуманной системе вентиляции, которая позволяет воздуху из «хлебных» отделов попадать ко входу и следовать за человеком на протяжении всей процедуры хождения по магазину. Поэтому данная идея может быть смело применена к белорусским супермаркетам с целью увеличения спроса на продовольственные товары.

Исследование торговых сетей позволило еще раз убедиться в том, что поведением потребителя, который не знаком с основными принципами поведенческих теорий, очень легко управлять, что практически всегда играет на руку продавцам и приносит им высокую прибыль.

Таким образом, поведенческая экономика является перспективным направлением экономической науки. Она изучает влияние психологических факторов на принятие решений потребителем, доказывая в очередной раз иррациональное начало человека. Открытия в поведенческой экономике позволяют по-новому взглянуть на модель человека.

Библиографические ссылки

1. *Белянин А. В.* Лицом к человеку: достижения и вызовы поведенческой экономики // Журнал Новой экономической ассоциации. 2017. №2. С. 166–175.
2. *Талер Р.* Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. М.: Эксмо, 2018. 380 с.
3. *Алешина И. В.* Поведение потребителей. М.: Экономистъ, 2006. 525 с.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ DATA MINING В БИЗНЕС-АНАЛИТИКЕ

А. Р. Филич, Д. А. Мисуно

Белорусский государственный университет, г. Минск;

alex.filich2001@gmail.com; midariam@gmail.com;

науч. рук. – Н. Н. Васюкевич

Как показывает международный опыт, отсутствие достаточно эффективных методов обработки данных зачастую вызывает критические проблемы бизнеса, которые ставят под угрозу само существование и операционную деятельность предприятия. Технологии анализа данных в бизнес-аналитике предлагают решение данных проблем, облегчая непосредственное исследование и интерпретацию бизнес-информации. В статье рассматриваются основные методы инструментов Data Mining и их применение на примере сервисов Microsoft для бизнес-аналитики.

Ключевые слова: Data Mining; интеллектуальный анализ данных; Knowledge Discovery Process; ETL-инструменты; Business Intelligence; бизнес-аналитика.

Под понятием Data Mining (от англ. «добыча/раскопка данных») как правило понимают интеллектуальный анализ данных, или совокупность методов обнаружения в данных ранее неизвестных, нетривиальных, практически полезных и доступных интерпретации знаний, необходимых для принятия решений в различных сферах деятельности. В Data Mining выделяют большое множество методов исследования данных (табл.) [1].

Основные типы методов исследования данных Data Mining

Метод	Характеристика
Статистический анализ	Включает различные виды статистических анализов. Такие методы исследования данных реализуются в виде статистических пакетов и программных продуктов (SPSS Statistics, Statistica, EViews и другое)
Алгоритмы k-ближайшего соседа	Совокупность конкретно заданных решений, которые заключаются в выборе близкого аналога исходных данных из уже имеющихся исторических данных
Нейронные сети	Такие сети рассматривают input как сигналы, преобразующиеся в соответствии с имеющимися связями между «нейронами», а в качестве output – отклик всей сети на исходные данные. Такие алгоритмы не программируются, а обучаются.
Деревья решений	Иерархическая структура принятия решений, которая основывается на структуре типа «листья» - «ветви», где «ветвями» выступают признаки, от которых зависит целевая функция, а в «листьях» указаны значения целевой функции.
Кластерные модели	Модели, в основе которых лежат принципы кластеризации, когда схожие данные объединяются в кластеры на основании схожих характеристик

Зачастую синонимично понятию Data Mining используют термин Knowledge Discovery Process (KDP), или Knowledge Discovery in Databases (KDD), который буквально подразумевает «обнаружение знаний (в базах данных)» (рис. 1) [2].

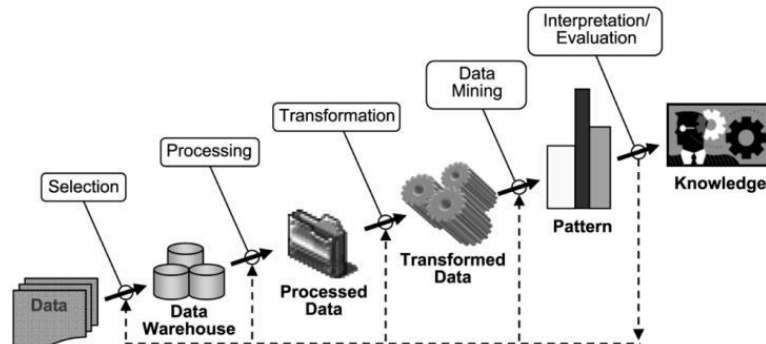


Рис. 1. Этапы Knowledge Discovery Process
Примечание – Источник: [2]

В первую очередь исходные данные (Data), поступая в обработку, проходят этап отбора (Selection): из источников извлекаются только необходимые и релевантные для задачи данные. Сформированные базы и хранилища данных (Data Warehouse) подвергаются очистке от шумов, выбросов и прочих неточностей (Processing). Полученные массивы данных (Processed Data) преобразуются в форму, пригодную для дальнейшего анализа инструментами Data Mining. После этого преобразованные данные (Transformed Data) проходят через самый важный этап – этап интеллектуального анализа данных (Data Mining), в результате алгоритмов которого происходит процесс извлечения потенциально полезных шаблонов (Patterns). По итогам интерпретации (Interpretation/Evaluation) происходит оценка этих паттернов и представление их в удобной для пользователя форме. На завершающем этапе процесса KDP (Knowledge) происходит внедрение извлеченных знаний в какое-либо прикладное решение, приложение, сервис и т.д., например, в виде дашбордов, отчетов и прочих визуализаций

Ни один инструмент Data Mining невозможно представить без технологии ETL. ETL (от англ. Extract, Transform, Load – «извлечение, преобразование, загрузка») – это совокупность инструментов по извлечению, преобразованию и загрузке данных из одного источника в другой. Современные инструменты ETL выполняют автоматическую и быструю пакетную обработку данных. Если останавливаться на стеке от Microsoft, то необходимые технологии представлены сервисами SSIS, SSAS и SSRS [3].

SQL Server Integration Services (SSIS) – это платформа для построения интеграции и преобразования данных на уровне предприятия. Она представлена пакетами, способными извлекать и видоизменять данные, до-

бытые из всевозможных источников. После этого происходит загрузка данных на одно или несколько хранилищ.

SQL Server Analysis Services (SSAS) – инструмент из стека Microsoft Business Intelligence для разработки аналитических решений на основе технологии Online Analytical Processing (OLAP), в результате чего создаются многомерные модели данных – OLAP-кубы, предназначенные для более глубокого и быстрого анализа данных. При этом, для извлечения данных из куба используется Multi-dimensional expression (MDX) – специальный SQL-подобный язык запросов, предназначенный для получения доступа к многомерным структурам данных.

SQL Server Reporting Services (SSRS) – программное обеспечение Microsoft, которое представляет собой инструмент по созданию отчетов на основании данных, проанализированных и подсчитанных на предыдущих этапах ETL-процесса.

Проведя характеристику каждой технологии, следует объединить все компоненты сервисов вместе с такой СУБД, как Microsoft SQL Server, в одну общую архитектуру (рис. 2).

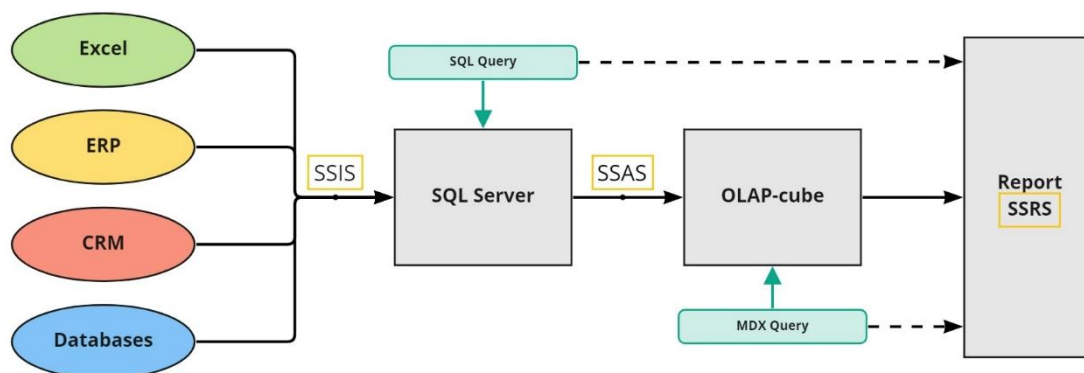


Рис. 2. Сервисы Microsoft SQL Server для бизнес-аналитики
Примечание – Источник: разработка автора на основе [3]

Данные, извлеченные из разнородных источников посредством инструментов SSIS, изменяются и загружаются на SQL Server. Далее сформированная SSAS-инструментами OLAP-структура предоставляет данные SSRS-платформе для создания конечных отчетов. На этапе SSRS доступ к данным может быть предоставлен как через SQL-запросы (к данным из SQL Server), так и через MDX-запросы (к данным OLAP-куба).

Наконец, стоит рассмотреть преимущества и недостатки стека технологий от корпорации Microsoft. Если рассматривать положительные стороны данных сервисов, то в первую очередь необходимо отметить, что данное ПО использует передовые технологии в DWH, при этом поддерживая широкий набор документации и используя новые подходы стан-

дартизированной интеграции данных и оперативного мониторинга их колебаний. Более того, отмечается высокая степень простоты имплементации платформы по сравнительно недорогой цене по рынку. Главный недостаток, как и ожидалось, заключается в возникновении проблем при работе на операционных системах, отличных от Windows [4].

Подводя итог о современных инструментах Data Mining в бизнес-аналитике, можно заключить следующее. Технологии интеллектуального анализа данных дают возможность открывать ранее неизвестные, нетривиальные, практически полезные и доступные интерпретации знания в данных, что значительным образом помогает оптимизировать операционную деятельность бизнеса. В то же время, такие инструменты входят в стек технологий Business Intelligence, что обеспечивает полноценность KDD-процессов. Яркими примерами инструментов ETL являются сервисы Microsoft SQL Server (SSIS, SSAS, SSRS). Исходя из этого, закономерным является увеличение объемов рынка инструментов Data Mining, подтверждаемое многочисленными исследованиями.

Библиографические ссылки

1. Тучкова, А. С. Термин "Data Mining". Задачи, решаемые методами Data Mining / А. С. Тучкова, П. П. Кондрашева // Тенденции развития науки и образования. – 2019. – № 55-2. – С. 27–30.
2. Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques / Ian H. Witten [и др.]. – Chennai: Morgan Kaufmann, 2017. – С. 4–9.
3. Difference Between Microsoft SSRS, SSAS and SSIS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://codestoreolutions.com/difference-between-microsoft-ssrs-ssas-and-ssis/>. – Дата доступа: 11.05.2022.
4. Geetha, S. Data Analysis and ETL Tools in Business Intelligence / S. Geetha, D. Keval Rajesh, D. Param Pankaj // International Research Journal of Computer Science (IRJCS). – 2020. – Т. 07, № 05. – С. 127–132.

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА: ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ НАПРАВЛЕНИЯ. ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Д. К. Храмцов, Е. А. Пенкрат

Белорусский государственный университет, г. Минск;

hdaniil59@gmail.com;

науч. рук. – Ю. Л. Астрада, ст. преп.

В данной работе рассматривается история возникновения, методология, базовые положения поведенческой экономики как самостоятельной дисциплины. На основании проведенных изысканий, приводится «поведенческий портрет» белорусской молодежи.

Ключевые слова: поведенческая экономика; экспериментальная экономика; ограниченная рациональность; модели принятия решений; эффект фрейминга; эффект эндаумента; либертарианский патернализм.

«Самый важный урок моих исследований заключается в том, что экономические агенты – это живые люди и экономические модели должны это учитывать» © Р. Талер

Преамбулой к данной работе послужила цитата нобелевского лауреата по экономике 2017 года, Ричарда Талера, специалиста в области поведенческой экономики. На наш взгляд, эти слова наиболее точно отражают проблему современной экономической науки, во многом утратившей связь с объективной реальностью, в своем слепом преследовании «идеальных форм» и воплощения в жизнь кабинетных теорий.

В первой части нашей статьи мы бы хотели рассмотреть генезис поведенческой экономики, ее развитие, методологические особенности, основные положения данной теории. Во второй части мы несколько подробнее остановимся практическом применении поведенческой экономики и попробуем составить «поведенческий портрет» наших соотечественников.

Итак, **поведенческая экономика** – это область экономической науки, которая изучает влияние социальных, когнитивных и эмоциональных факторов на принятие экономических решений и поведение людей. Кроме того, предметом интереса поведенческих экономистов являются рыночные аномалии.

Давайте теперь перейдем к истории поведенческой экономики. К предтечам данного направления можно отнести – Ксенофонта, Аристотеля, Платона, Адама Смита и прочих исследователей экономистов/философов, что так или иначе затрагивали вопрос принятия решений и психоэмоциональных факторов, что влияют на это самое решение.

Официальным стартом поведенческой экономики можно считать концепцию «ограниченной рациональности» за авторством Герберта Саймона, который считал, что люди скорее стремятся найти удовлетворительное решение, а не оптимальное, вопреки позиции неоклассиков.

За наибольший вклад в развитие данного направления, «отцами» поведенческой экономики принято считать Дэниэля Канемана и Амоса Тверски, основной работой которых являлась статья «Теория Перспектив» 79-го года. Если свести основные положения теории перспектив к единому тезису, то человек в рамках теории перспектив с приростом богатства все меньше ощущает эффект от этого прироста, индивид оценивает любую ситуацию из нейтрального статуса-кво, а также, был заложен фундамент для дальнейшего развития теории эффекта эндаумента, когда индивид оценивает выше стоимость/ценность уже принадлежащего ему блага.

Ну а теперь, давайте же перейдем к более поздним и более известным работам в области поведенческой экономики.

МОДЕЛИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

В рамках исследования мы выделили основные 2 модели принятия решений, – упрощенную неоклассическую и поведенческую. Если обобщить механизмы обеих моделей, то у неоклассиков, индивид обладает полнотой информации, способен ее анализировать без влияния эмоциональных факторов, а в качестве результата он хочет видеть лишь оптимальный/максимальный результат. Поведенческая модель представляет более приближенный к реальности взгляд на принятие решений индивидом, где не вся информация доступна и не вся информация поддается анализу, так же, важным фактором является эмоциональное состояние индивида, плюс ко всему, итоговый результат должен быть приемлемым/удовлетворительным, что не всегда является оптимальным решением.

Внутри самой поведенческой модели выделяется 3 основных направления, в рамках которых и происходят исследования экономистов-бихевиористов, – это вопрос **нестандартных предпочтений** (*предпочтения с точками отсчета, неустойчивые предпочтения, социальные предпочтения*), **нестандартных убеждений** (самоуверенность – неверное убеждение в собственные предсказательные способности, проективное смещение, смещение к подтверждению, закон малых чисел и т.д.) и вопрос **нестандартного принятия решений** (*ограниченное внимание, фрейминг, убеждение и внушение, эмоции и счастье*). Методологически, представителей поведенческой экономики от других экономистов отличает набор используемых инструментов для получения и анализа дан-

ных. Во многом, представители поведенческой экономики в своих работах опираются на статистические наблюдения, эксперименты (естественные, лабораторные, полевые), отчего бихевиористов часто принимают за специалистов родственного направления – экспериментальной экономики [3]. Наиболее действенным/практичным на наш взгляд является экспериментальный подход к изучению проблем экономики, но также можно отметить и нейробиологические исследования, проводимые специалистами поведенческой экономики.

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В качестве мейнстрима поведенческой экономики можно признать исследования Ричарда Талера, третьего «отца» поведенческой экономики наряду с Канеманом и Тверски.

Основное достижение Р.Талера, за которое отчасти ему и была вручена нобелевская премия было создание «*Теории подталкивания*». Данную эвристическую модель можно свести к практическому набору действий/механизму, согласно которому человека можно «*мягко подтолкнуть*» к нужному решению, основываясь на ограничении информации/манипуляции его эмоциональным состоянием. Так же стоит упомянуть модель *либертарианского патернализма* [5], что является логическим продолжением подталкивания в области экономической политики государства. Здесь, за счет ограничения потока информации (частного случая фрейминга), упрощения взаимодействия индивида со средой, регулярного напоминания о ранее совершенных действиях, использования социальных норм для контроля за рыночной конъюнктурой.

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА БЕЛАРУСИ

Данное направление довольно слабо представлено в научной среде нашей страны, наиболее значимой работой по этой теме является «Потому что так решили мы: поведенческая экономика Беларуси и ее раскодирование» поэтому, уже мы решили проверить, как работают постулаты поведенческой экономики в Беларуси.

В рамках исследования было проведено два социологических опроса, назначением первого соцопроса было выявление уровня рациональности поведения белорусских студентов, а также проверка соответствия реакций белорусских и американских респондентов на базовые вопросы/техники поведенческой экономики. Второй соцопрос проводился в рамках проекта Национального Банка Республики Беларусь, «Финансовая грамотность молодежи» и должен был дать базовое представление

об уровне финансовой грамотности наших соотечественников, их финансовых целях и базовых ценностях.

Экономическое состояние Беларуси как поведенческая модель состоит в том, что относится к таким ценностям как работа, деньги, равенство, частная собственность, конкуренция и инновации. А также подразделяется на потребление или сбережение. Обработав статистические данные из нашего социального опроса/исследования по теме белорусам свойственен относительно высокий уровень финансовой грамотности, то есть, экономические решения принимаются с большей долей рациональности. Среднему жителю Беларуси свойственно составлять финансовые планы, откладывать деньги, вкладывать их по мере возможности. Сравнительно небольшое количество респондентов рассматривает в серьез вопрос кредитования, отдавая предпочтение стандартному накоплению наличных денег. Большинству молодых людей свойственна определенная степень недоверия к финансовой системе и нежелание «жить в долг». Так же, как и респонденты из США, Белорусы подчиняются схожему действию от эффекта эндаумента, фрейминга. Больше остальных, наших сограждан беспокоит трата в области туризма и развлечений, ремонта и строительства, затраты в области образования.

Библиографические ссылки

1. *Richard H. Thaler*, Behavioral Economics: Past, Present, and Future, *American Economic Review* 2016, 106(7): 1577–1600, <http://dx.doi.org/10.1257/aer.106.7.1577>
2. *Sunstein C. R* Nudging: A very short guide: Discussion Paper. – Cambridge: Harvard law school, 2014. – N 799. – 8 p.
3. *Майборода, Т. Л.* Поведенческая и экспериментальная экономика: теория и практика [Электронный ресурс]: электронное учебное пособие для студентов специальности 1-25 80 01 «Экономика» / Т. Л. Майборода, А. А. Кравченко, Д. В. Майборода ; под ред. Т. Л. Майбороды. – Минск: БГЭУ, 2020. – 254 с.
4. Потому что так решили мы: поведенческая экономика Беларуси и ее раскодирование / К. В. Рудый [и др.]; под науч. ред. К. В. Рудого. Минск, 2017.
5. *Талер Р.* Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. – М.: ЭКСМО, 2017. – 368 с.

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ СТРАН ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

Е. И. Хомбак

Белорусский государственный университет, г. Минск;

elizavetakhombak@gmail.com;

науч. рук. – Е. Г. Господарик, канд. экон. наук, доц.

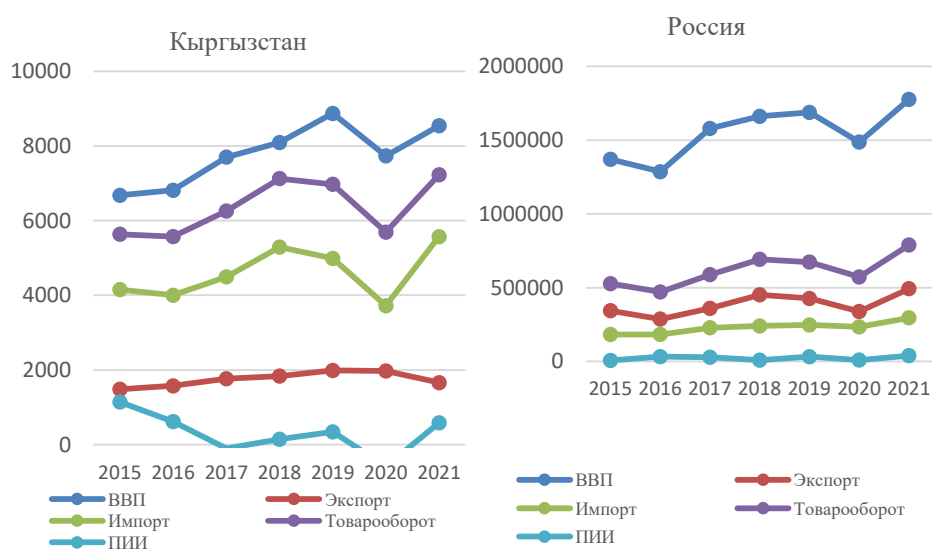
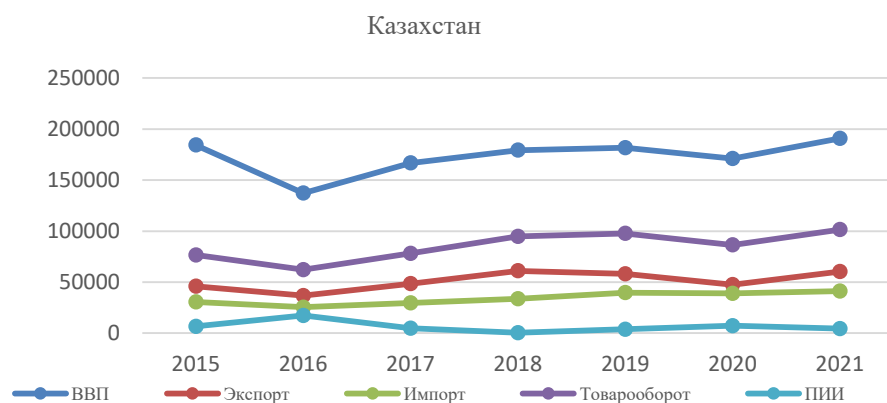
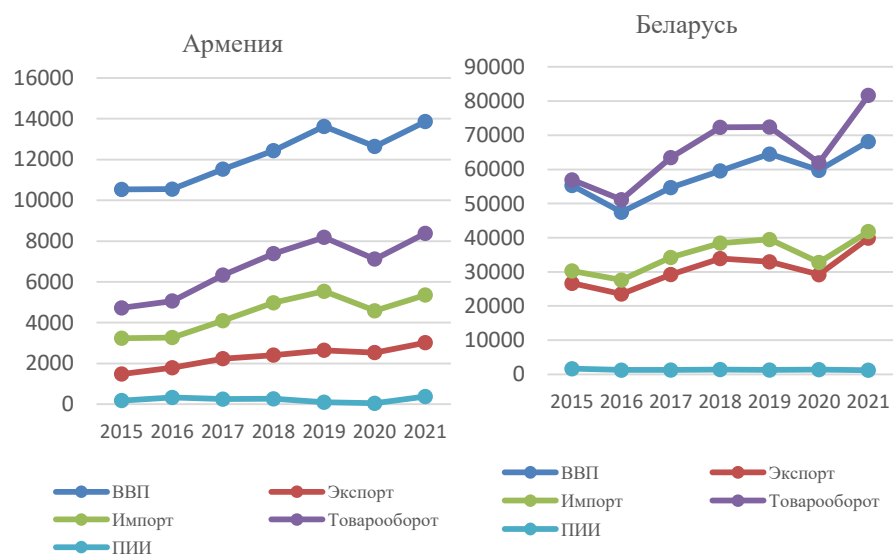
В статье проводится анализ влияния внешнеэкономической деятельности на экономический рост стран ЕАЭС. Для анализа были выбраны факторы, влияющие на ВВП, который характеризует экономический рост. В качестве таких факторов выступают следующие показатели внешнеэкономической деятельности: объемы экспорта, импорта, внешнеторгового оборота и прямых иностранных инвестиций. Для оценки связи между выбранными факторами использован метод корреляции, для оценки влияния каждого показателя на ВВП – метод множественной регрессии. На основании проведенного анализа предложены рекомендации по совершенствованию внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: валовой внутренний продукт; прямые иностранные инвестиции; внешнеэкономическая деятельность; экономический рост; инновационная деятельность.

За последнее десятилетие произошли такие значимые изменения в глобальной экономике, как экономический кризис, связанный с пандемией COVID–19, и разрушающиеся отношения между крупнейшими экономиками, которые указали на «узкие места» национальных экономик, а главное создали риски для долгосрочного экономического роста, ввиду сжатия спроса, сокращения производств, роста безработицы, нарушения производственно-логистических цепочек.

Из Договора о ЕАЭС следует, что главная задача, стоящая перед ЕАЭС – справиться с нарастающими экономическими и политическими угрозами. В связи с этим, в данной статье будут рассмотрены факторы, влияющие именно на валовой внутренний продукт, так как ВВП является важнейшим показателем, характеризующим экономический рост. Наиболее существенными факторами являются показатели внешнеэкономической деятельности: объемы экспорта, импорта, внешнеторгового оборота и прямых иностранных инвестиций.

Для исследования были использованы статистические данные стран ЕАЭС: Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, России за 2015–2021 гг.



Макроэкономические показатели стран ЕАЭС

Примечание – Источник: <https://eec.eaeunion.org>

Вышеприведенные диаграммы из рисунка 1 отражают динамику рассматриваемых макроэкономических показателей. Из диаграмм следует, что в рассматриваемых странах в 2020 году наблюдается падение, обусловленное шоком из-за пандемии COVID-19. Для Беларуси, Казахстана и России характерен спад, также, в 2016 году, для которого характерна комбинация двух шоков – падения цен на нефть и финансовых санкций. Причем, немаловажным является, что динамика показателя ПИИ не соотносится с периодами роста или снижения других показателей.

При помощи корреляционного анализа выявим связь между рассмотренными выше показателями (табл. 1).

Таблица 1

Корреляционный анализ

Армения					
	ВВП	Экспорт	Импорт	Товарооборот	ПИИ
ВВП	1				
Экспорт	0,9590	1			
Импорт	0,9764	0,9295	1		
Товарооборот	0,9863	0,9706	0,9910	1	
ПИИ	-0,1229	0,0180	-0,1266	-0,0761	1
Беларусь					
	ВВП	Экспорт	Импорт	Товарооборот	ПИИ
ВВП	1				
Экспорт	0,9206	1			
Импорт	0,9131	0,9644	1		
Товарооборот	0,9252	0,9914	0,9907	1	
ПИИ	-0,1750	-0,3132	-0,3476	-0,3330	1
Казахстан					
	ВВП	Экспорт	Импорт	Товарооборот	ПИИ
ВВП	1				
Экспорт	0,8009	1			
Импорт	0,7283	0,7379	1		
Товарооборот	0,8253	0,9577	0,9009	1	
ПИИ	-0,8416	-0,8835	-0,5820	-0,8161	1
Кыргызстан					
	ВВП	Экспорт	Импорт	Товарооборот	ПИИ
ВВП	1				
Экспорт	0,7043	1			
Импорт	0,7293	0,1114	1		
Товарооборот	0,8664	0,3641	0,9661	1	
ПИИ	-0,3472	-0,7948	0,1881	-0,0303	1
Россия					
	ВВП	Экспорт	Импорт	Товарооборот	ПИИ
ВВП	1				
Экспорт	0,9390	1			
Импорт	0,9348	0,8711	1		

Окончание таблицы

Товарооборот	0,9663	0,9843	0,9442	1	
ПИИ	0,3322	0,2456	0,4257	0,3179	1

Примечание – Источник: расчеты Excel

Делая выводы по таблице, отметим, рост ВВП тесно связан с ростом рассматриваемых показателей. По всем странам самая сильная связь с ВВП наблюдается у товарооборота, слабая - с ПИИ. Причем, слабая связь ВВП и ПИИ говорит о несостоятельности системы их привлечения и применения и о необходимости в дополнительном исследовании ПИИ.

Применяя метод множественной регрессии, оценим влияние изменений показателей на показатель ВВП. Импорт рассмотрен не будет, так как целью является развитие промышленного производства на основе уже имеющихся ресурсов и собственных научных разработок.

Построим двухфакторную модель для оценки влияния каждого фактора и двух факторов в совокупности на ВВП (табл. 2).

Таблица 2

Двухфакторная регрессионная модель

Страна	Уравнение регрессии	Коэффициент детерминации
Армения	$y = 6779,06 + 2,49x_1 - 1,58x_2$	0,9394
Беларусь	$y = 13205,29 + 1,22x_1 + 5,68x_2$	0,8618
Казахстан	$y = 159685,15 + 0,51x_1 - 2,04x_2$	0,7233
Кыргызстан	$y = -1141,62 + 4,94x_1 + 0,85x_2$	0,6189
Россия	$y = 659426,50 + 2,22x_1 + 1,40x_2$	0,8928

Примечание – Источник: собственная разработка на основе расчетов Excel.

Можем сделать вывод, что для всех стран при увеличении экспорта будет наблюдаться рост ВВП. Прямая связь ПИИ и ВВП наблюдается только в России. Таким образом, ВВП имеет зависимость от экспорта и ПИИ, причем, для увеличения значения ВВП следует развивать именно экспортную часть внешнеэкономической деятельности путем развития и усовершенствования производства государства. Повышение затрат на НИОКР безусловно связано с привлечением ПИИ, так как оно требует развитого финансового рынка, а именно который снижает транзакционные издержки и асимметрию информации. Отметим, инновационная деятельность стала одним из ключевых факторов экспорта. При этом важную роль играют технологические инновации.

Библиографические ссылки

1. Национальные счета [Электронный ресурс] // Евразийская экономическая комиссия. – Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/econstat/Pages/national.aspx. – Дата доступа: 17.04.2022.

2. *Вязовская, В. В.* К вопросу об оценке эффектов евразийской экономической интеграции / В. В. Вязовская, Фальченко О. Д. // Экономические отношения. – 2019. – Т. 9, № 3. – С. 1655–1670.
3. Внешнеторговый оборот Российской Федерации со странами ЕАЭС: анализ первых результатов и тенденции правового администрирования / В. А. Цветков [и др.] // Экономика и управление. – 2018. – № 1. – С. 4–24.
4. Внешнеэкономический фактор в стратегии инновационного развития России и Беларуси / Е. Б. Ленчук [и др.]. – Минск : БелИСА, 2012. – 288 с.
5. *Солин, И. Е.* Современный рынок труда: теоретические проблемы и их прикладное значение / И. Е. Солин // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2015. – Т. 11, № 25. – С. 28–49.

ПРИМЕНЕНИЕ АВСТРИЙСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА БЕЛОРУССКОМ БАНКОВСКОМ РЫНКЕ НА ПРИМЕРЕ «ПРИОРБАНК» ОАО

Цзян Юе

Белорусский государственный университет, г. Минск;

Masljukova@bsu.by;

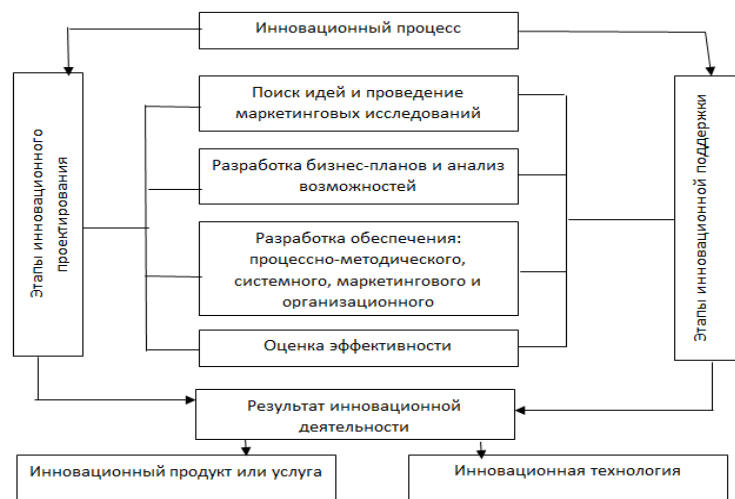
науч. рук. – Т. И. Маслюкова, канд. физ.-мат. наук

Статья посвящена изучению австрийских технологий для конкурентоспособной деятельности на белорусском банковском рынке, в связи с тем, что рынок банковских услуг находится в состоянии неопределенности, когда дело касается технологий. К примеру, сегодня мобильный банкинг не представляет собой что-то совершенно новое, но сейчас эта технология является обязательным условием для клиентов банка, в первую очередь для молодого поколения. Это абсолютный минимум, с которым всем банкам приходится считаться. Эксперты и аналитики сходятся во мнении, что банки, не имеющие надежного мобильного применения, являются аутсайдерами.

Ключевые слова: технологии; мобильный банкинг; FinTech; дигитализация; инновация

Важным тезисом для австрийских банков и страховых компаний – будь то в пределах страны или за рубежом – «клиент должен находиться в центре внимания!». Требования дигитализации ориентируются здесь на клиента. Дигитализация – это возможность преобразовать физические и отсканированные материалы в информацию, легко поддающуюся электронному поиску и категоризации. Услуги дигитализации включают в себя сканирование, обработку материалов (сегментирование) и распознавание текста.

Клиент – является основным двигателем инновационного развития банков. 60 % инноваций в банковской системе для корпоративных клиентов инициирует клиент. Сторонники этой проблематики видят в действиях банка «мощного инновационного клиента», создавшего инновационный процесс (рисунок 1.)



Процесс создания и реализации банковской инновации [1]

Примечание – Источник: Собственная разработка

Любые аспекты деятельности банка в современных условиях представляют собой сферу внедрения инноваций: разрабатываются новые банковские продукты и услуги, финансовые инструменты и технологии обслуживания, изменяются организационные структуры и бизнес-процессы кредитных организаций, применяются инновационные каналы сбыта и методы рекламы.

Ключевое слово «FinTech» (финансовые технологии) объединяет множество разработок, которые распространяются в банковской индустрии. К ним относятся мультибанковская концепция, а также использование мобильных цифровых систем коммуникации, определяющих повседневную жизнь клиентов банка: мобильный банкинг; искусственный интеллект; биометрические системы.

В австрийской банковской практике сейчас происходят инновационные изменения, которые распространяются и внедряются во все дочерние компании («Приорбанк» ОАО). Благодаря дигитализации, разрабатывается стратегия цифрового банкинга, чтобы оставаться на белорусском банковском рынке конкурентоспособным, предотвращать угрозы и риски, оставаться гибким и уметь быстро реагировать на различные вызовы, в том числе и на появление новых игроков на рынке [2].

Программа внедрения инновационных технологий в «Приорбанк» ОАО

Создание культуры, ориентированной на технологии	В традиционных банковских организациях необходимо выдвинуть внедрение цифровых технологий на передний план стратегических бизнес-приоритетов: подход к клиентскому опыту должен отражать цифровую эпоху, обеспечивая поддержку клиентов на каждом этапе процесса трансформации из аналоговой модели в цифровую бизнес. Это также относится к брендингу и маркетингу.

Модернизация устаревших систем, IT-инфраструктур	Чтобы противостоять угрозе новых участников и другим вызовам, необходимо обновить устаревшие технологии посредством передовой IT-архитектуры, что поможет быстро развертывать и поддерживать свои цифровые сервисы в облаке.
Привлечение талантов к реализации инновационных решений	По мере того как банковский рынок смещается в сторону более технологически ориентированной среды, гонки за лучшими талантами становятся более конкурентным. Традиционным банкам-лидерам, когда-то полагавшимся на свое имя, чтобы привлечь таланты, придется переосмыслить свою HR-стратегию, поскольку теперь необходимо в первую очередь позиционировать себя как технологическую компанию, а во вторую – финансовую.
Клиентоориентированность – в основе трансформации	Ключевым моментом цифровой трансформации есть создание комплексных решений для ваших клиентов. Цифровые клиенты ожидают, что смогут делать все в Интернете, не заходя в отделение банка, автосалона, магазин одежды и прочее. Разработка онлайн услуг требует персонализированного подхода и соответствия запросам как никогда.
Фокус на создании устойчивой экосистемы бизнес-процессов, которая будет готова к непредсказуемым сбоям	Банковское обслуживание в традиционном формате уязвимо для непрогнозируемых сбоев из-за своей бескомпромиссности. Показательный пример – коронавирус. Однако для того чтобы оцифровать отрасль, необходимо тщательно изучить новые бизнес-модели и учесть все риски. Следует больше внимания уделять программному обеспечению, безопасности и контролю.

Примечание – Источник: Собственная разработка.

Вывод: Цифровая трансформация – будущее банковской отрасли, т.к. цифровые возможности становятся более важным фактором при выборе банка [3]. Технологию «виртуальных» банков называют новой нормой, процесс цифровизации банковской и финансовой отраслей необратим. Банки, полностью оцифровавшие свои бизнес-процессы, будут занимать устойчивые лидерские позиции. Существует успешная мировая практика, в том числе австрийская, перехода к инновационным решениям. Остается только адаптировать готовые решения к нуждам белорусского банковского рынка. Австрийские банки принимают на себя эту ответственность и зарабатывают таким образом один из самых ценных своих активов — доверие своих клиентов. За свою историю Приорбанк не давал клиентам повода усомниться в своей надежности и устойчивости. Ежегодно банк демонстрирует положительные финансовые результаты и входит в топ ведущих игроков на своем рынке.

Библиографические ссылки

1. Банки и банковское дело / Под ред. д.э.н., проф. И. Т. Балабанова. – СПб.: Питер, 2013. – 256 с.

2. *Санто Б.* Инновация как средство экономического развития / Б. Санто; пер. с венг. – М.: Прогресс, 2013. – 296 с.
3. <https://www.progressoft.com/ru/blogs/top-3-emerging-technologies-for-banks-in-2021>
4. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://data.worldbank.org> – Date of access: 23.05.2022.

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ БАНКОВ БЕЛАРУСИ ПО МЕТОДИКЕ DEA СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА КОНКУ- РЕНТОВ И РЕЙТИНГА

И. С. Чергейко

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
boss.chergeyko@gmail.com;
науч. рук. – Е. И. Васенкова, канд. физ.-мат. наук, доц.*

В статье проводится анализ эффективности банков Республики Беларусь по итогам 2020 и 2021 года по методике DEA сравнительного анализа конкурентов и рейтинга. По итогам данного анализа была составлена граница эффективности, выделены самые действенные и результативные банки, составлен рейтинг.

Ключевые слова: DEA-анализ; эффективность; банковская сфера; рейтинг; активы; граница эффективности.

Методика DEA (оболочечный анализ данных) предполагает сравнение каждого банка с аналогами. Термин «оболочечный анализ» возник в виду того, что в методе из группы анализируемых объектов-конкурентов создают выпуклую оболочку, граничные объекты которой наиболее эффективно работают. Каждый банк рассматривается как объект, который с помощью бизнес-процессов перерабатывает входные ресурсы (input) в производимые результаты или продукты (выходные результаты – output). Для расчетов используются значения набора входных показателей (input) и выходных показателей всех банков анализируемой группы, а полученная в результате расчетов эффективность является сравнительной эффективностью, так как она ориентирована на расчет эффективности по отношению к лучшим участникам группы, которые формируют границу эффективности.

Пусть мы имеем совокупность из n относительно однородных банков, каждый из которых имеет $1 \dots s$ входных и множество $1 \dots m$ выходных результатов. Эффективность каждого банка k равна отношению взвешенной суммы выходных факторов к взвешенной сумме входных факторов:

$$\theta_k = \frac{u_1^k y_1 + u_2^k y_2 + \dots + u_s^k y_s}{v_1^k x_1 + v_2^k x_2 + \dots + v_m^k x_m},$$

где x_i – значение i -ого входного ресурса для каждого k -ого банка, v_i – вес приписанный входу i ($i = 1 \dots s$), y_j – выходной результат j для банка k , u_j – вес, приписанный выходу j ($j = 1 \dots m$), θ_k – эффективность банка k . Значение эффективности полагают лежащим в диапазоне $[0, 1]$, что отражается лишь на способе выбора весов, а не на общности рассуждений.

Для оценки эффективности каждого банка k необходимо решить следующую задачу линейного программирования:

$$\begin{aligned} u_1^k y_1 + u_2^k y_2 + \dots + u_s^k y_s &\rightarrow \max, \\ v_1^k x_1 + v_2^k x_2 + \dots + v_m^k x_m &= 1, \\ (u_1^k y_1 + u_2^k y_2 + \dots + u_s^k y_s) - (v_1^k x_1 + v_2^k x_2 + \dots + v_m^k x_m) &\leq 0, \\ v_1^k; v_2^k; \dots; v_m^k &\geq 0; \quad u_1^k; u_2^k; \dots; u_m^k &\geq 0. \end{aligned}$$

Для расчета DEA-эффективности обычно выбирается одна наиболее адекватная модель из нескольких, с которой проводится последующая работа. Однако в данном случае будут одновременно несколько моделей эффективности, исходя из предположения о том, что каждая из них лучше других отражает определенную сторону работы банка. Всего были рассчитаны значения эффективности банков в пяти моделях:

- dea1 – оценивает эффективность банков с позиции отношения собственного капитала к кредитам и депозитам. Эффективность банков в данной модели отражает их способность максимально продуктивно использовать собственную ресурсную базу на развитие основной задачи банка и развития бизнеса в целом.

- dea2 – входящая переменная – уставной фонд, выходящие – собственный капитал и активы. Данная модель позволяет оценить продуктивность действий банка по наращиванию первичного капитала.

- dea3 – построена на соотношении собственного капитала и депозитов, с одной стороны, и кредитов, выданных юридическим лицам, с другой стороны. Модель показывает, насколько эффективно банк занимается кредитованием юридических лиц.

- dea4 – в данной модели на вход были взяты собственный капитал и активы, а на выход – кредиты физическим лицам. Модель показывает, насколько эффективно банк занимается кредитованием физических лиц.

- dea5 – рассчитывает эффективность банков, исходя из наиболее важных для любого бизнеса показателей – показателей рентабельности. На вход в данной модели мы взяли собственный капитал и депозиты, на выход – рентабельность активов (ROA), рентабельность собственного капитала (ROE).

Для всех моделей делаются предположения о постоянстве отдачи от масштаба, а также ориентации на выпуск. Это значит, что деятельности банков в большей степени соответствует стратегия максимизации выпуска при текущем уровне ресурсов. Данная стратегия наиболее подходит именно для банковского сектора. Для расчета собственного капитала взяты средневзвешенные показатели за год. Показатели ROA и ROE – по итогам за год. Для сравнения общей эффективности банков и составления рейтинга просуммируем их эффективности в пяти построенных DEA-моделях. В таблице банки упорядочены по величине активов на конец 2021 года (таблица 1):

Таблица 1

Изменение рейтинговых позиций банков в рейтингах на основе DEA, %

Банк	Позиция в рейтинге DEA за 2021 год	Позиция в рейтинге DEA за 2020 год	Перемещение банка в рейтинговой таблице за год
1	АСБ Беларусбанк	22	1 ↓
2	Белагропромбанк	21	1 ↑
3	Приорбанк	6	1 ↑
4	Белинвестбанк	12	1 ↑
5	Банк БелВЭБ	10	2 ↑
6	Сбер банк	7	2 ↑
7	Альфа-банк	5	3 ↑
8	Белгазпромбанк	20	0
9	Банк ВТБ	15	5 ↓
10	МТБанк	3	0
11	Банк Дабрабыт	2	2 ↑
12	БНБ-банк	8	2 ↓
13	Технобанк	4	1 ↑
14	Паритетбанк	16	3 ↑
15	БСБ Банк	9	2 ↑
16	РРБ-Банк	13	2 ↑
17	БТА Банк	18	2 ↓
18	Банк Решение	17	3 ↓
19	ТК Банк	11	9 ↓
20	Франсабанк	19	1 ↓
21	Абсолютбанк	14	3 ↑
22	Цептер банк	23	0
23	СтатусБанк	1	0

Ниже приведен рейтинг по суммарному значению DEA-эффективности (таблица 2):

Таблица 2

Рейтинг по суммарному значению DEA-эффективности

Банк		Суммарная эффективность за 2012 год	Суммарная эффективность за 2020 год	Перемещение банка в рейтинговой позиции за год
1	СтатусБанк	327,75%	330.97%	0
2	Банк Дабрабыт	309,33%	329.91%	2↑
3	МТБанк	296,05%	321.15%	0
4	Технобанк	289,91%	317.00%	1↑
5	Альфа-банк	281,8%	290.30%	3↑
6	Приорбанк	264,33%	276.59%	1↑
7	Сбер банк	241,85%	275.97%	2↑
8	БНБ-банк	235,68%	259.96%	2↓
9	БСБ Банк	231,91%	257.73%	2↑
10	Банк БелВЭБ	230,68%	233.93%	2↑
11	ТК Банк	228,2%	228.31%	9↓

Окончание таблицы

	Банк	Суммарная эффективность за 2012 год	Суммарная эффективность за 2020 год	Перемещение банка в рейтинговой позиции за год
12	Белинвестбанк	219,51%	226.41%	1↑
13	РРБ-Банк	217,96%	208.30%	2↑
14	Абсолютбанк	205,02%	206.22%	3↑
15	ВТБ-Банк	202,26%	205.95%	5↓
16	Паритетбанк	183,32%	194.34%	3↑
17	Банк Решение	166,54%	178.38%	3↓
18	БТА Банк	152,87%	169.17%	2↓
19	Франсабанк	140,03%	161.08%	1↓
20	Белгазпромбанк	126,5%	153.78%	0
21	Белагропромбанк	122,09%	122.76%	1↓
22	АСБ Беларусбанк	108,85%	117.96%	1↓
23	Цептер Банк	70,1%	97.12%	0

За 2021 год самыми эффективными были: Статусбанк, Банк Дабрабыт, МТБанк, Технобанк и Альфа-банк. Данный рейтинг показал, что банки, которые имеют самое большое количество активов не всегда будут самыми эффективными. АСБ Беларусбанк, например, в 2021 году занял 22 место в рейтинге DEA, имея максимальное количество активов. На первом месте как в 2020, так и в 2021 году стоит СтатусБанк. Несмотря на то, что в рейтинге по активам он стоит на последнем месте, свои небольшие ресурсы он использует максимально эффективно. Можно утверждать, что в ближайшее время данный банк будет одним из самых быстрорастущих. Не теряют своих позиций и такие банки-мастодонты, как МТБанк, Технобанк и Альфа-банк. Из-за того, что это коммерческие банки, и у них нет обязанностей по кредитованию неприбыльных организаций, важных для поддержания экономики Беларуси, в отличие от белорусских банков, таких как АСБ Беларусбанк, МТБанк, Технобанк и Альфа-банк могут использовать свои входные ресурсы максимально эффективно, что и показал данный рейтинг. Высокий показатель эффективности также показал Приорбанк. Высокий показатель уровня европейских технологий и сравнительно большой собственный капитал позволяет банку действовать эффективно.

Библиографические ссылки

1. Charnes A, WW Cooper and EL Rhodes – Measuring the Efficiency of Decision Making Units // European Journal of Operational Research, 1978, vol.2, p. 429–444.
2. Банковая аналитика: учебное пособие / М. М. Ковалев, Е. Г. Господарик. – Минск: Изд. центр БГУ, 2020. – 458 с.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ ОАО «БЕЛАГРОПРОМБАНК» МЕТОДОМ ДИСКОНТИРОВАННЫХ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

Чжан Фань

Белорусский государственный университет, г. Минск;

zf19971113@gmail.com;

науч. рук. – Т. И. Маслюкова, канд. физ.-мат. наук

В статье проводится применение методики оценки рыночной стоимости коммерческого банка методом дисконтированных денежных потоков.

Ключевые слова: рыночная стоимость банка; методика оценки; метод дисконтированных денежных потоков; терминальная стоимость.

Предварительно проведен финансовый анализ деятельности оцениваемого банка для выявления общих тенденций изменения его состояния. В ситуации неопределенности, с которой, столкнулась белорусская экономика сегодня длительность поступления будущих доходов один год и прогнозный период в связи с отсутствием долгосрочных макроэкономических и отраслевых прогнозов, недостаточной развитостью системы стратегического планирования и прогнозирования, нестабильностью макроэкономической среды, длительность прогнозного периода рекомендуется снизить до 3–5 лет (принимая 5 лет) [4].

Таблица 1

Динамика отдельных финансовых показателей деятельности
ОАО «Белгазпромбанк» в 2019–2021 гг., тыс. руб.

Показатели	2019 г.	2020 г.	Изменение в 2020 г. к 2019 г., %	2021 г.	Изменение в 2021 г. к 2020 г., %	Изменение в 2021 г. к 2019 г., %
Прибыль до налогообложения	114394	46859	41,0	95978	204,8	83,9
Чистая прибыль	96580	44586	46,2	81386	182,5	84,3
Чистый прирост денежных средств и их эквивалентов	53066	–100787	–	78879	-	148,7

Примечание – Источник: собственная разработка.

Наиболее стабильный показатель в 2019–2021 г. – чистая прибыль банка, которая в дальнейшем будет использоваться при оценке рыночной стоимости ОАО «Белгазпромбанк» с использованием методики дисконтированных денежных потоков. Определение ставки дисконта является одним из главных этапов при оценке стоимости ОАО «Белгазпромбанк» по методике ДДП. Согласно этой методике, ставка дисконта и расчет величины денежного потока может опреде-

ляться по формуле средневзвешенной стоимости инвестированного капитала (Weighted Average Cost of Capital – WACC) при использовании величины чистой прибыли. Расчет постпрогнозной (терминальной) стоимости рассчитывалась по методике капитализации (бесконечно растущий денежный поток). Прогнозный денежный поток ОАО «Белгазпромбанк» в 2022–2026 гг. (чистая прибыль банка), определенный с помощью метода скользящей средней составил:

- – 2022 г. – $(44586 + 81386) : 2 = 62986$ тыс. руб.;
- – 2023 г. – $(81386 + 62986) : 2 = 72186$ тыс. руб.;
- – 2024 г. – $(62986 + 72186) : 2 = 67586$ тыс. руб.;
- – 2025 г. – $(72186 + 67586) : 2 = 69886$ тыс. руб.;
- – 2026 г. – $(67586 + 69886) : 2 = 68736$ тыс. руб.

При этом прирост прогнозного денежного потока в 2026 г. к 2022 г. составил 5750 тыс. руб. или 9,13 %. Далее, примем ставку доходности по собственному капиталу для расчетов – 25,0 %, ставку доходности по заемному капиталу на уровне ставки рефинансирования Национального банка Республики Беларусь на дату расчета – 12,0 % [2]. Ставка налогообложения прибыли – 25,0%. Определим ставку дисконта:

$WACC = [25,0 \times (808402 : 3854240) + 12,0 \times (3045838 : 3854240)] \times (1 - 0,25) = 11,04\%$. Расчет прогнозного дисконтированного денежного потока по чистой прибыли ОАО «Белгазпромбанк» в 2022–2026 гг. выполнен в таблице 2.

Таблица 2

**Расчет прогнозного дисконтированного денежного потока по чистой прибыли
ОАО «Белгазпромбанк» в 2022–2026 гг., тыс. руб.**

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	2026 г.
Расчетный денежный поток	62986	72186	67586	69886	68736
Коэффициент дисконтирования при ставке дисконтирования 11,04%	0,901	0,811	0,730	0,658	0,592
Дисконтированный прогнозный денежный поток	56750	58573	49338	45985	40692
Дисконтированный прогнозный денежный поток нарастающим итогом	56750	115293	164631	210616	251308

Примечание – Источник: собственная разработка.

Дисконтированный прогнозный денежный поток по чистой прибыли в ОАО «Белгазпромбанк» за 5 лет (2022–2026 гг.) суммарно составит 221108 тыс. руб. Расчет постпрогнозной стоимости ОАО «Белгазпромбанк»: $TV = 69311 : (0,1104 - 0,0913) = 3628848$ тыс.

руб. При этом учтено, что денежный поток в первом году постпрогнозного периода (2027 г.) при сохранении выявленных тенденций составит:

2027 г. – $(89886 + 68736) : 2 = 69311$ тыс. руб. Рассчитанная стоимость банка в постпрогножном периоде представляет собой сумму денежных средств, за которую можно было бы продать оцениваемый банк по истечении прогнозных лет работы. Рыночная стоимость ОАО «Белгазпромбанк» составит: $251308 + 3628848 = 3880156$ тыс. руб.

В соответствии с расчетом по примененной методике, выполненным в монографии М. М. Ковалева и А.В. Василевского «Стоимость банка», стоимость ОАО «Белгазпромбанк» в 2016 г. составила 2663788 тыс. руб. [1]. Увеличение стоимости банка произошло вследствие роста его имущества в 2016-2019 гг., даже с учетом снижения стоимости его величины в 2020-2021 гг. Для увеличения рыночной стоимости ОАО «Белгазпромбанк», как определено выше, требуется повышение прибыльности его деятельности, так как снижение чистой прибыли привело к замедлению роста его стоимости в настоящее время.

Предлагаются мероприятия следующих направлений: использование современных технологий обслуживания клиентов с целью повышения доходов банка (организация мини-офисов); внедрение методов бюджетирования для снижения расходов банка. Расчет экономического эффекта (прироста прибыли) от реализации предлагаемых мероприятий в ОАО «Белгазпромбанк» представлен в таблице 3.

Таблица 3

Расчет экономического эффекта (прироста прибыли) от реализации предлагаемых мероприятий в ОАО «Белгазпромбанк», тыс. руб.

Мероприятия	Доходы от реализации мероприятия в расчете на год	Расходы на реализацию мероприятия в расчете на год	Годовой экономический эффект
Использование современных технологий обслуживания клиентов с целью повышения доходов банка	7118	4891	2227
Внедрение методов бюджетирования для повышения доходов и снижения расходов банка	7645	6225	1420
Итого	14763	11116	3647

Примечание – Источник: собственная разработка.

Далее выполнена оценка стоимости ОАО «Белгазпромбанк» при условии реализации предложенных мероприятий. Прирост прибыли вследствие внедрения мероприятий составит в год 3647 тыс. руб. При ставке

налогообложения 25%, прирост годовой чистой прибыли: $3647 \times (1 - 0,25) = 2735$ тыс. руб. Прогнозный денежный поток ОАО «Белгазпромбанк» в 2022–2026 гг. (чистая прибыль банка с учетом предложенных мероприятий), определенные с помощью метода скользящей средней составит:

- – 2022 г. – $(44586 + 81386 + 2735) : 2 = 64354$ тыс. руб.;
- – 2023 г. – $(81386 + 2735 + 64354) : 2 = 74238$ тыс. руб.;
- – 2024 г. – $(64354 + 74238) : 2 = 69296$ тыс. руб.;
- – 2025 г. – $(74238 + 69296) : 2 = 71767$ тыс. руб.;
- – 2026 г. – $(69296 + 71767) : 2 = 70532$ тыс. руб.

При этом произойдет прирост прогнозного денежного потока с учетом реализации мероприятий в 2026 г. к 2022 г. на 6178 тыс. руб. или на 9,60 %. Расчет прогнозного ДДП по чистой прибыли ОАО «Белгазпромбанк» в 2022–2026 гг. при условии реализации предложенных мероприятий выполнен в таблице 4.

Таблица 4

Расчет прогнозного ДДП по чистой прибыли ОАО «Белгазпромбанк» в 2022–2026 гг. при условии реализации предложенных мероприятий, тыс. руб.

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	2026 г.
Расчетный денежный поток	64354	74238	69296	71767	70532
Коэффициент дисконтирования при ставке дисконтирования 11,04%	0,901	0,811	0,730	0,658	0,592
Дисконтированный прогнозный денежный поток	57983	60207	50586	47223	41755
Дисконтированный прогнозный денежный поток нарастающим итогом	57983	118190	168776	215999	257754

Примечание – Источник: собственная разработка.

Стоимость ОАО «Белгазпромбанк» при условии реализации предложенных мероприятий составит: $257754 + 4940972 = 5198726$ тыс. руб.

На основании исследования проблем практического применения методики оценки рыночной стоимости ОАО «Белгазпромбанк» методом ДДП и предложение мер по её увеличению можно сделать следующие выводы:

1. Рассчитанная стоимость банка в постпрогнозном периоде представляет собой сумму денежных средств, за которую можно было бы продать оцениваемый банк по истечении прогнозных лет работы. Стоимость ОАО «Белгазпромбанк» составила 3 880 156 тыс. руб.

2. Предложенные мероприятия, при условии их реализации, будут способствовать повышению оценки рыночной стоимости ОАО «Белгазпромбанк» на 1318570 тыс. руб.

Библиографические ссылки

1. *Ковалев, М. М.* Стоимость банка / М. М. Ковалев, А. В. Василевский. – Минск: Изд. центр БГУ, 2018. – 145 с.
2. Электронный ресурс. Интернет–портал Национального банка Республики Беларусь / Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 06.05.2022.
3. Электронный ресурс. Интернет–портал ОАО «Белгазпромбанк» / Режим доступа: <https://belgazprombank.by/>. – Дата доступа: 04.05.2022.
4. Электронный ресурс. Международные стандарты оценки // Международный совет по стандартам оценки / Режим доступа: <https://al-star.kg/wp-content/.pdf>. – Дата доступа: 22.04.2022.
5. Электронный ресурс. МСФО IAS 7 Отчет о движении денежных средств // Комитет по международным стандартам бухгалтерского учета / Режим доступа: <https://www.ifrs.org/issued-standards/>. – Дата доступа: 22.04.2022.

УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ С ПОСЕТИТЕЛЯМИ КУЛЬТУРНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ МЕТОДОМ АРТ-МЕДИАЦИИ

Е. С Чуняк

Белорусский государственный университет, г. Минск;

katya2003200332@gmail.com;

науч. рук. – О. Г. Черненко, ст. преп.

В статье рассматривается целесообразность внедрения в деятельность организаций сферы культуры новой формы профессиональной деятельности менеджера-культуролога – арт-медиации. Анализ делается на основе библиотеки, как особого учреждения сферы культуры, призванного сформировать у современного человека любовь к чтению.

Ключевые слова: культура; трансформация; арт-медиация.

Культурные учреждения современного общества находится в постоянном поиске новых форм коммуникации с аудиторией. В частности, с отдельным человеком, который каждый раз открывает новые и новые интерпретации и осмысления реальности, предлагаемые ему искусством и культурой в целом.

Для поиска новых форматов взаимодействия с человеком, привлечения его внимания и повышения интереса к объектам культуры и культурным учреждениям, управленцы сферы культуры широко начинают заимствовать технологии из смежных наук. Широко на современном этапе используются наработки компьютерных технологий, позволяющие дополнять реальность, виртуализировать, дистанцировать взаимодействие с культурными продуктами. Но при этом человек остается один на один с культурными объектами, впитывает информацию по своему усмотрению и имеющимся навыкам прочтения.

Использование наработок юридической сферы, такой как медиации, позволяет выстраивать диалог, обсуждение между человеком, работником сферы культуры и объектом культуры, формировать коллективное восприятие культурного продукта.

Медиация – это переговоры с участием нейтрального лица. Это беседа, которая имеет определённую структуру, принципы и правила. Медиатор, как профессия, происходит от латинского *medius* – средний, срединный. Это человек, который находится между двумя сторонами дискуссии, не присоединяясь ни к одной из них. Его роль – содействовать диалогу и обмену знаниями.

Термин медиация активно используется в Европе в контексте галерей, музеев и современного искусства, однако в Великобритании, Австралии,

Новой Зеландии и США сейчас чаще используются термины галерейное или музейное образование, вовлечение публики и участие.

Арт-медиация, как новый формат взаимодействия с посетителем, предполагает активное включение зрителя/читателя/посетителя в интерпретацию и анализ произведения искусства. Участником может стать любой желающий, независимо от его опыта и насмотренности в области искусства. Медиатор – человек, не дающий собственной оценки произведениям искусства, но участвующий в процессе ее формирования у зрителя. Медиатор стимулирует диалог и создает условия для того, чтобы посетители учились артикулировать свое восприятие через наблюдение, дискуссию и творчество [1].

Арт-медиация – это способ учиться у искусства. Взаимодействие с искусством стимулирует многосторонний личностный рост. Оно может влиять на то, каким образом человек видит мир вокруг и самого себя. Искусство может способствовать социальному развитию или, например, подготавливать людей к более эффективной работе в сложных и меняющихся условиях [2].

Арт-медиация – это обеспечение доступа к искусству и культуре для каждого. Искусство вообще и «высокое искусство» в особенности, представленное в большинстве институций, всегда служило инструментом социального разграничения. Арт-медиация может способствовать стиранию социальных границ. Оно позволяет создать положительный социальный фон, уменьшить социальную изоляцию и повысить степень понимания других культур [2].

Арт-медиация взаимодействует с аудиторией в той мере, в которой учреждение искусства взаимодействует с обществом. Роль образования в сфере искусства заключается в том, чтобы переосмысливать как коммуникацию между произведениями искусства и их зрителями, так и роль учреждений, функционирующих по правилам игры, принятым в мире искусства [2].

В отличие от стандартной экскурсии, когда специалист ведет посетителей по заранее подготовленному маршруту, не отступая от плана, в котором четко прописано содержание экскурсии, медиатор, имея спланированный маршрут, может менять его в зависимости от взаимодействия со зрителями. Экскурсовод выступает как лектор, оперирует историческими фактами и собственными знаниями. Медиатор же задает вопрос, обращаясь к воображению, чувствам и памяти слушателей. Экскурсовод разъясняет зрителю ценность произведения. Медиатор смещает акцент с произведения на посетителя, таким образом предлагая ему самому решить, почему эта работа вызывает интерес».

Арт-медиатор – человек, который находится на границе между двумя полюсами, сохраняя автономность и независимость взглядов. Это проводник в непростой контекст современного искусства, налаживающий диалог в плюралистической ситуации взаимодействия зрителя и искусства.

Культурная медиация позволяет взглянуть на арт-пространство с другой стороны, дает понимание того, что оно доступно каждому, а раскрытие «истинного» смысла современного искусства сугубо индивидуально.

Арт-медиатор должен обладать профессиональными навыками, знаниями для полноценного раскрытия как собственных мыслей, суждений по поводу арт-экспозиции, так и помощи в этом заинтересованному зрителю. Однако кураторы и организаторы мероприятия часто выстраивают деятельность арт-медиаторов, обозначают их задачи в соответствии с актуальными для выставочного пространства условиями.

Для арт-медиатора специальное образование в поле искусства не так приоритетно, все строится на энтузиазме и живом интересе к миру современного искусства, к умению взаимодействовать с разнообразной аудиторией. Тем не менее, для профессионального подхода к данной деятельности, желающие попробовать себя в этой роли должны пройти определенную подготовку, которую часто предоставляют музеи или непосредственные организаторы арт-мероприятия.

Автору представляется интересным перенос арт-медиации в библиотечное пространство. Проведение художественной выставки в стенах библиотеки в определенном смысле – синтез направлений социокультурной деятельности, образовательного и развлекательного. Сама по себе художественная выставка представляет сложноорганизованную структуру. Внедрение деятельности арт-медиаторов добавит новую грань познания для посетителей мероприятия. Если роль арт-медиаторов могут выполнять некоторые из работников библиотеки и предметы экспонирования представлены фондом библиотеки, тогда перед читателями предстает невероятно сложное с точки зрения культурологического анализа событие. Такой сложный и насыщенный формат социокультурной деятельности является наиболее востребованным в современном образовании. Реализация подобного проекта (даже в виде разовой практики) не представляет из себя большой трудности. Его многогранность раскрывается только при внимательном рассмотрении. Нестандартные формы проведения массовых мероприятий выступают как ответ на культурно-информационные потребности общества. Непрерывный поиск новых эффективных путей взаимодействия с потребителем культурно-образовательного продукта – основная задача арт-менеджеров.

Библиографические ссылки

1. Арт-медиация в Арсенале [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.the-village.ru/business/how/286846-art-mediator?from=infinite_scroll. – Дата доступа: 10.02.2022.
2. Рабочая тетрадь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://m10.manifesta.org/media/uploads/files/workbook_mediation_rus.pdf. – Дата доступа: 10.05.2022.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ООО «ЖУИ МАОИ»

Чэнь Чжитун

Белорусский государственный университет, г. Минск;

Chenzhitong2021@gmail.com;

науч. рук. – А. В. Козлович, канд. экон. наук, доц.

Результативность и эффективность поддержки малого бизнеса зависят от правильности определения адресата и выделения его из общей совокупности хозяйствующих субъектов. Развитие и трансформация рыночной экономики обуславливают необходимость постоянного уточнения и исследования малого бизнеса. В данной статье анализируется и оценивается стратегия развития ООО «ЖУИ МАОИ». По итогам научного исследования даны рекомендации по её уберу стратегии развития для предприятий малого бизнеса в Беларуси.

Ключевые слова: малый бизнес; стратегия развития; экономическая эффективность; оценка КФУ; SWOT-анализ.

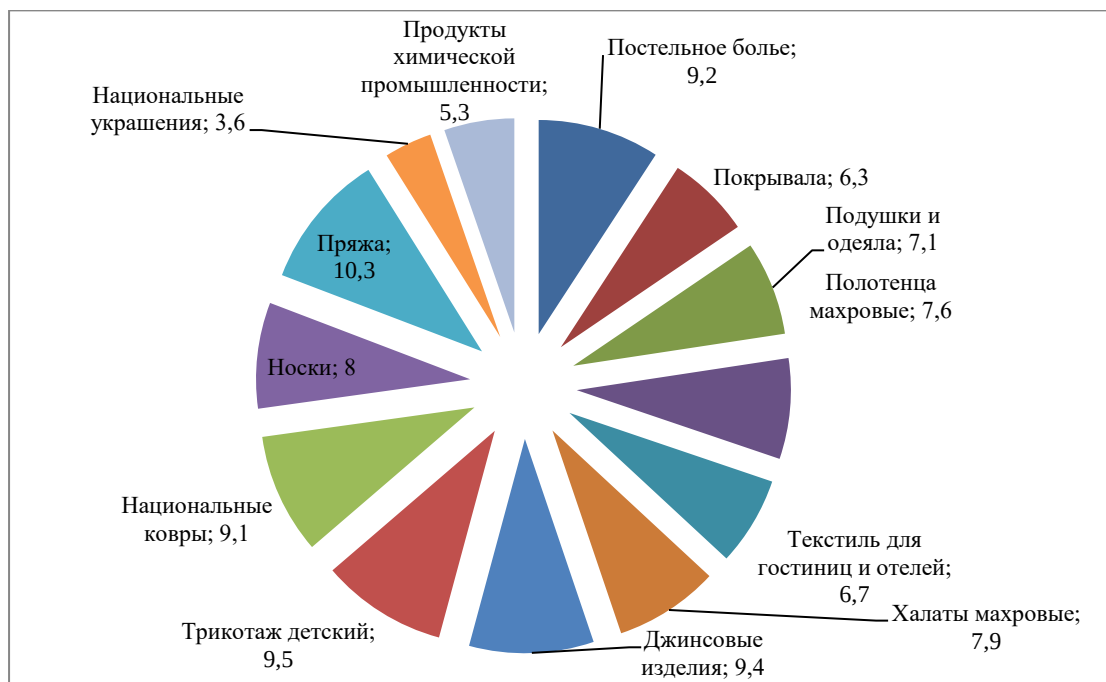
ООО «ЖУИ МАОИ» является торговым предприятием Беларуси. Деятельность ООО «ЖУИ МАОИ» направлена на импорт и реализацию высококачественных, конкурентоспособных продуктов, предназначенных для широкого слоя населения и народного хозяйства, из Китая. ООО «ЖУИ МАОИ» работает напрямую с партнерами из Китая, которые имеют собственное производство, оснащенное современным оборудованием. Вид деятельности ООО «ЖУИ МАОИ» неспециализированная оптовая торговля, розничная торговля, дистрибьютор, дилер.

Цель создания ООО «ЖУИ МАОИ» – не только организация постоянно действующей демонстрационной и торговой площадки, способствующей совершению сделок между коммерческими структурами двух стран, но и оказание консультационных услуг по организации торговли китайским компаниям на территории Беларуси.

Стратегия продукта ООО «ЖУИ МАОИ» основана на формировании ассортимента, основная цель которого – выбор оптимального ассортимента, удовлетворяющего потребности покупателей и приносящего прибыль. В основе товарной политики предприятия должна лежать стратегия дифференциации с ориентацией на определенный рыночный сегмент, а именно на потребителей.

Структура товарооборота швейных изделий из хлопка отражена на рисунке. Из рисунка следует, что в 2021 г. наибольший объем товарооборота приходился на постельное белье (9,2 %), джинсовые изделия (9,4 %), детский трикотаж (9,5 %), национальные ковры (9,1 %). Наименьший объем товарооборота приходился на покрывала (6,3 %), тек-

стиль для гостиниц и отелей (6,7 %), национальные украшения (3,6 %), продукты химической промышленности (5,3 %).



Структура товарооборота ООО «ЖУИ МАОИ» в 2021 г., %

Примечание – Источник: собственная разработка

SWOT-анализ предполагает выявление и оценку сильных и слабых сторон ООО «ЖУИ МАОИ», возможностей рынка и установление взаимосвязей между ними.

Определим сильные стороны компании ООО «ЖУИ МАОИ»: надежные партнерские отношения с поставщиками; широкая база поставщиков; широкий ассортимент продукции; высокое качество продукции; приемлемая ценовая политика.

Слабыми сторонами компании ООО «ЖУИ МАОИ» являются: сравнительно малая известность среди крупных заказчиков; недостаток собственных оборотных средств; зависимость от заказчиков или поставщиков; зависимость поставок от курса валют; слабо дифференцированные рынки сбыта.

Компании ООО «ЖУИ МАОИ» необходимо реализовать следующие возможности:

- ненасыщенный мировой рынок;
- повышение уровня жизни населения;
- повышение спроса на текстильную продукцию;
- появление новых поставщиков;
- расширение ассортимента продукции по различным группам.

Угрозы компании ООО «ЖУИ МАОИ» могут заключаться в следующем:

- использование «серых» каналов ввоза некоторыми конкурентами;
- цены компании могут оказаться неконкурентоспособными;
- рост конкуренции;
- инфляция и экономическая нестабильность на внутреннем рынке;
- снижение покупательной способности населения.

В целом компании «ЖУИ МАОИ» может минимизировать риск:

1. использование «серых» каналов ввоза некоторыми конкурентами – за счет расширения ассортимента и повышения качества товаров;
2. рост конкуренции – за счет высокого качества товаров и грамотной ценовой политики.

Компания «ЖУИ МАОИ» может не реализовать имеющиеся благоприятные возможности из-за наличия слабых сторон:

1. зависимость от заказчиков и поставщиков – за счет отсутствия поиска новых заказчиков и поставщиков;
2. недостаток собственных оборотных средств – за счет невысокой прибыли компании;
3. слабо дифференцированные рынки сбыта – за счет отсутствия эффективной системы распределения товаров.

Можно отметить в целом благоприятную ситуацию для ООО «ЖУИ МАОИ» согласно проведенному анализу. Проблемными моментами для ООО «ЖУИ МАОИ» являются социальные и экономические факторы, на которые компания может оказать косвенное влияние. Именно на преодоление угрозы со стороны экономических факторов компании следует направить свои сильные стороны. Технологические, политические и социальные факторы дают компании умеренные возможности, которые она в силах реализовать, если правильно направит на это свои сильные стороны, а также, если сумеет использовать эти возможности для усиления своих слабых сторон.

Используя методику расчета интегрального ключевого фактора успеха (КФУ), на основании информации о деятельности компании и трех ее конкурентов проведем оценку конкурентоспособности компании и определим ее конкурентные преимущества (таблица).

По итогам таблицы отметим, что компания «ЖУИ МАОИ» по многим факторам успеха превосходит основных своих конкурентов и получает интегральный КФУ 8,9. Так как компания имеет самый вы-

сокий КФУ среди конкурентов, то ее следует признать наиболее конкурентоспособной.

Оценка интегрального КФУ

Ключевые факторы успеха	Коэффициент приоритета КФУ, a_j	Оценки КФУ			
		ООО «ЖУИ МАОИ»	ООО «Бел-КитТорг»	ООО «Золотой Шелковый путь»	ООО «Ли Цзя»
Эффективное ценообразование с учетом рыночной конъюнктуры	0,10	5	4	3	2
Быстрая доставка	0,10	8	6	4	7
Удобный, доступный сервис и техобслуживание	0,05	7	5	6	5
Точное удовлетворение покупательских запросов	0,15	10	7	8	6
Широта ассортимента продукции	0,20	10	9	7	8
Способность быстро реагировать на изменяющиеся условия	0,10	9	8	6	7
Благоприятный имидж и репутация	0,15	10	9	7	6
Удобное расположение, приятное, вежливое обслуживание	0,15	9	8	6	7
Всего	1	-	-	-	-
Интегральный КФУ	-	8,9	7,45	6,15	6,3

Примечание – Источник: собственная разработка.

Таким образом, знание собственных сильных и слабых сторон, а также четкое представление имеющихся возможностей и угроз позволит компании «ЖУИ МАОИ» спрогнозировать будущую ситуацию на рынке текстильных товаров и повысить эффективность своего функционирования.

Библиографические ссылки

1. *Лапыгин, Ю.Н.* Стратегический менеджмент: учебное пособие / Ю.Н. Лапыгин. М.: ИНФРА-М, 2020. – 236 с

2. *Ляско, А. К.* Стратегический менеджмент: современный учебник / А. К. Ляско. Москва: -Дело, 2020. – 486 с.
3. *Акмаева, Р. И.* Стратегическое планирование и стратегический менеджмент/ Р. И. Акмаева. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 528 с
4. *Баранов, А. В.* Малое предпринимательство: стратегии развития и венчурный потенциал / А. В. Баранов. – Ростов-на-Дону: Деловая книга, 2012. –486 с
5. *Мамедова, Н. А.* Малый бизнес в рыночной среде / Мамедова Н. А., Девяткин Е. А. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 152 с.

СТРАТЕГИЯ РАЗРАБОТКИ И ВЫВОДА НОВЫХ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРОДУКТОВ НА РЫНОК

3. Ш. Шерматов

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ziko.889986@gmail.com;

науч. рук. – Ю. Э. Морозова, ст. преп.

В статье обоснована актуальность вопросов своевременного обновления ассортимента как основы эффективного функционирования предприятия и обеспечения его конкурентоспособности на рынке. Выделены основные этапы и особенности выведения на рынок новой высокотехнологичной продукции.

Ключевые слова: высокотехнологичная продукция; конкурентоспособность; новый товар; продвижение; экономическая безопасность.

Проекты по разработке и выводу новых продуктов на рынок остаются одними из наиболее востребованных в практике современных компаний. В случае их успешной реализации компаниям удастся существенно увеличить долю рынка, привлечь новых потребителей, повысить уровень своей инновационной активности, а также улучшить финансовые показатели. Как правило, процесс создания и выведения на рынок нового продукта или услуги связан с решением следующих проблем:

- защита компании от последствий неизбежного устаревания производимых товаров или оказываемых услуг;
- расширением ассортимента и увеличением доли рынка;
- необходимостью повышения рентабельности и конкурентоспособности компании.

Необходимо отметить, что данная проблема достаточно актуальна и для рынка высокотехнологичной инновационной продукции. Практика показывает, что именно несовершенство механизмов предварительной подготовки и выведения нового товара (инновации) на рынок не позволяет в полной мере выявлять и учитывать требования потребителей, что приводит к оторванности производства от рыночных требований.

Рынок инновационных продуктов имеет свои особенности по сравнению с рынком традиционных товаров, что должно приниматься во внимание при разработке маркетинговой политики компании. Обычно выделяют следующие причины неудач при выводе инновационных товаров на рынок [1, с. 492]:

- инноватор выводит на рынок «свой» продукт, не принимая во внимание результаты маркетинговых исследований;
- продукт хорош, но рынок переоценен;

- неудачное позиционирование товара на рынке;
- затраты на продукт превысили запланированные;
- реакция конкурентов оказалась иной, чем предполагалось;
- недостаточный анализ рынка или дефекты продукта;
- недостаток эффективных маркетинговых мероприятий;
- производственные проблемы.

При этом шансы инновационных товаров на успех значительно увеличиваются, если:

- разработчики инновационного продукта понимают нужды потенциальных потребителей;
- сам продукт характеризуется высоким соотношением результатов / издержек;
- компания опережает конкурентов по срокам внедрения инноваций;
- маркетинговое ноу-хау компании.

Процесс создания высокотехнологичной продукции включает следующие шаги:

1. теоретические исследования, позволяющие отобрать идеи, имеющие научно-практическое значение;
2. проведение маркетинговых исследований для определения возможности коммерциализации новых продуктов и услуг, созданных на основе реализации отобранных идей и обоснования возможности их дальнейшего производства.

Традиционно процесс создания и вывода на рынок инновационного товара включает в себя следующие этапы:

1. оценка рыночной ситуации, на основании которой принимается решение об актуальности проекта по созданию и выведению на рынок нового продукта;
2. генерация идей по созданию новой продукции;
3. стадия фильтрации идей, с помощью балльных оценок по критериям;
4. проверка замысла и проведение экономического анализа;
5. разработка продукта;
6. испытание продукта и пробный маркетинг, предполагающий продвижение и распределение продукта в небольших масштабах;
7. коммерческая реализация нового товара.

Важно отметить, что стратегия вывода на рынок высокотехнологичной продукции отличается от вывода традиционных товаров, что связано с рядом особенностей:

- во-первых, необходимостью учета особенностей высокотехнологичных товаров, которые отличаются уникальностью, новизной, а также узкой целевой аудиторией [2, с. 29];

- во-вторых, особенностью маркетинга, т.е. необходимостью применения особых методов продвижения данной продукции, которая, направлена не на удовлетворение существующих потребностей, а на формирование новых.

Кроме того, продвижение высокотехнологичной продукции имеет свои особенности и на рынке B2B – business to business (бизнес для бизнеса) – это означает, что компания или подразделение компании продают свой товар/услуги корпоративным клиентам, то есть другим компаниям.

- в третьих, сложностями сервиса или вовсе отсутствием послепродажного обслуживания товара.

Важным критерием в определении «своего покупателя» является выявление потенциала роста выбранного сегмента рынка. Этих потребителей должно быть столько, чтобы продажи им могли обеспечить рост бизнеса. В связи с этим очень важно разобраться в вопросе, на кого именно следует делать ставку при выведении инновационных товаров на рынок. В начале прошлого века Эверет Роджерс разработал теорию диффузии инноваций. Он разделил людей на несколько групп по их отношению к новым идеям (рисунок).

Итак,

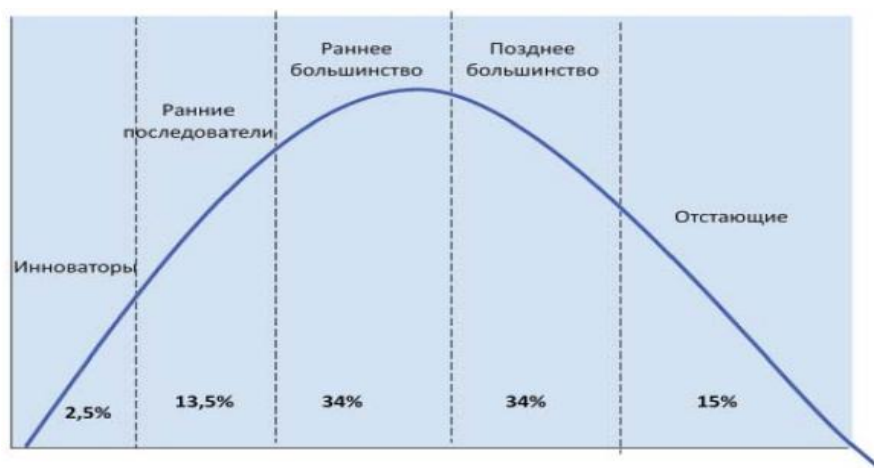
1. инноваторы (2,5 % от возможных потребителей) – образованные, получают информацию из множества источников, склонны к риску;

2. ранние последователи (13,5 %) – лидеры, с хорошим образованием, готовы к нововведениям, но менее склонны рисковать, чем инноваторы;

3. раннее большинство (34 %) – принимают инновационный продукт раньше, чем среднестатистический покупатель;

4. позднее большинство (34 %) – та группа, которая принимает нововведения только после того, как их уже восприняло большинство;

5. отстающие (16 %) – потребители, не любящие новшеств, перемен.



Модель диффузии инноваций

Примечание – Источник: <https://lectera.com>

Развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) стало явлением, оказывающим комплексное воздействие на большинство факторов внешней и внутренней среды компании. Стремительное развитие ИКТ не только открывает новые возможности, но и вызывает существенные сложности при разработке долгосрочных маркетинговых стратегий.

Можно отметить, что большинство производителей при продвижении своего инновационного товара на иностранных рынках стремятся действовать в схеме классических маркетинговых инструментов, которые не всегда действенны на мировом рынке инновационных продуктов. В то же время, значительная часть белорусских инновационных товаров ориентирована на рынок B2B, который имеет четкую специфику, в том числе по используемым маркетинговым инструментам и существенным фактором, определяющим эффективность маркетинга на этом сегменте рынков, выступает склонность отрасли к инновациям и созревший спрос на новый продукт [3, с. 84]. И в этом случае компании работают не с радикальными, прорывными инновациями, а маргинальными, рыночными или технологическими.

Таким образом, к факторам успеха инновационного продукта относятся две составляющие: техническая, определяющая высокую полезность инновационного продукта, и маркетинговая, учитывающая критерии выбора товара потребителей. Вывод на рынок высокотехнологичных товаров требует особых инструментов, часто недоступных малому и среднему бизнесу. Решением этих проблем может стать привлечение стратегических инвесторов уже на этапе стартапа и поиск партнеров.

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что своевременное обновление ассортимента является важной проблемой современного

предпринимательства, в том числе и на рынке высокотехнологичной продукции. Процесс разработки и вывода нового товара на рынок состоит из последовательных шагов, позволяющих подготовиться к производству и продажам, а также заранее спрогнозировать реакцию покупателей и ожидаемую прибыль.

Библиографические ссылки

1. *Доронина, А. И.* Методы анализа и оптимизации денежных потоков в современных условиях / А.И. Доронина // Молодой ученый. – 2016. – №3. – С. 491-494.
2. *Савченко И. В., Митясова Е. А.* Комплекс маркетинга на рынке корпоративных IT-решений // Индустриальный и b2b маркетинг. – 2010. – № 4. – С. 22–40.
3. *Саяпина, К. В.* Вывод инновационных продуктов на внешние рынки: эмпирический анализ рынка медицинского оборудования / К.В. Саяпина // Стратегические решения и рискменеджмент. – 2018. – № 3. – С. 80–87.

СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ДВУСТОРОННЕГО РЫНКА: АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО СПРОСА

С. С. Шидловская

Белорусский государственный университет, г. Минск

sofiasshidlovskaya@gmail.com

науч. рук. – И. А. Лаврухина, кан. экон. наук, доц.

В данной работе раскрываются этапы формирования современного двустороннего рынка. В качестве примера одного из этапов, анализируется потенциальный спрос на услуги будущей двусторонней платформы компании ООО «Центория – Софт» – приложения с рецептами от шеф-поваров и фудблогеров.

Ключевые слова: двусторонняя платформа, перекрестные сетевые эффекты, анализ спроса, проблема «курицы и яйца», бизнес-модель.

Термин двусторонние рынки впервые был использован американскими учеными Дэвидом Гейл и Л. Шепли в 1962 году. Активная разработка теории началась в 2000-х годах. Первые исследования в области двусторонних рынков были посвящены исследованию экономических оснований их функционирования. Затем акцент сместился с двусторонних рынков, как более абстрактной категории, на двусторонние платформы, как площадки для осуществления сделки; концепция двусторонних рынков соединилась с моделью открытых инноваций, цифровой средой, маркетингом, взаимодействия двусторонних платформ с традиционными отраслями. За последние 20 лет теория двусторонних рынков значительно эволюционировала, обросла большим количеством различных теоретических и практических предметов для исследований. Несмотря на это, экономическое обоснование и те базовые определения, что были даны экономистами в начале, остались неизменными [1].

Современный двусторонний рынок неразрывно связан с понятием двусторонняя платформа и отвечает следующим критериям:

а) Существуют две или более группы потребителей, которые нуждаются в друг друге;

б) Возникают перекрестные сетевые эффекты между несколькими группами пользователей.

в) Ценовая структура не является нейтральной [4].

Основными функциями двусторонней платформы на сегодняшний день являются снижение транзакционных издержек, создание инфраструктуры для взаимодействия сторон, интернализация внешних эффектов. К примерам двусторонних рынков можно отнести СМИ, маркетплейсы, платежные системы, сервисы такси, доставки и др.

Сегодня двусторонняя платформа, как инновационная модель ведения бизнеса, значительно выигрывает перед традиционными компания-

ми. Чтобы удержаться на плаву, традиционным компаниям становится более выгодным присоединение в качестве участника платформы [2].

Опыт запуска успешных международных двусторонних платформ позволил ученым определить стратегию формирования двусторонней платформы и запуска перекрестных сетевых эффектов, как последовательную реализацию следующих этапов: анализ спроса, создание минимального продукта, привлечение стороны предложения, привлечение стороны спроса, доработка функционала платформы (параллельно с двумя предыдущими шагами), расширение географии услуг платформы) [3].

Одним из важных этапов на начальном этапе формирования двусторонней платформы является анализ потенциального спроса на продукт или услугу платформы. Для того, чтобы иметь успех у потребителей, компании необходимо достичь соответствия «продукт-рынок», найти компромисс между тем, что хотят потребители и тем качеством услуг, которое может предложить компания.

Было проведено исследование по анализу потенциального спроса на будущий продукт компании ООО «Центория-Софт» – двусторонней платформы «Formula» для размещения (поварами) и покупки (пользователями) видео – рецептов от известных поваров и фудблогеров. Исследование включало анализ потенциального спроса и предложения двух групп пользователей. Анализ стороны спроса проводился при помощи гугл – форм, было опрошено 400 респондентов. Анализ стороны предложения проводился посредством письменного интервью с шеф-поварами и фудблогерами, интервью прошли 27 человек.

В ходе анализа потенциального спроса на продукт было выявлено, что основными проблемами, которые беспокоят респондентов в сфере приготовления пищи являются отсутствие достаточного количества свободного времени (52 % опрошенных имеют мало свободного времени или не имеют вовсе); отсутствие фантазии в приготовлении новых блюд (при этом 69 % опрошенных готовят что-то необычное 2 раза в неделю и чаще), а также недостаточное количество денег, чтобы позволить себе приготовление тех блюд, которыми бы они желали разнообразить рацион (84 % хотят разнообразить свой рацион без приложения дополнительных усилий).

Идея платформы оказалась актуальной – 71 % опрошенных заинтересовались, и 49 % всех заинтересовавшихся указали на готовность платить за необычные видео- рецепты от профессионалов.

Интересно отметить тот факт, что в независимости от возрастной категории, категории по доходу и социальному статусу, процент заинтересованных в каждой из них колебался в пределах 71 % – причем, этот по-

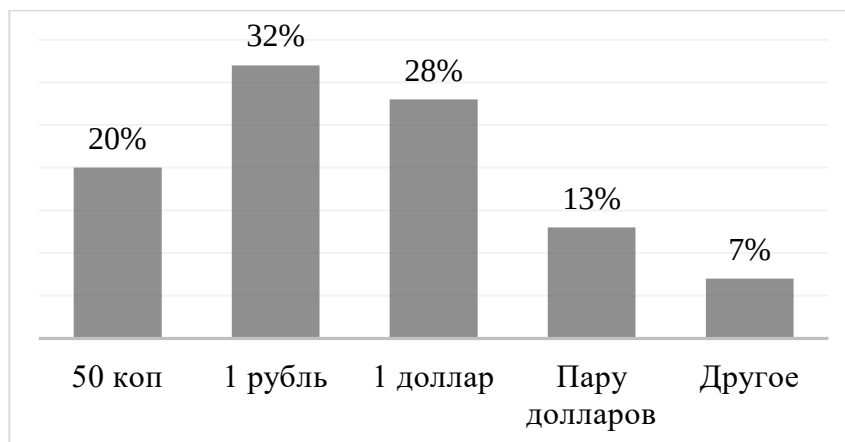
казатель оказался одинаковым для респондентов, относящихся к разным гендерным группам.

Если рассматривать социальный статус, то самыми заинтересованными в идее платформы оказались студенты (75 % из всех опрошенных студентов заинтересовались), далее в порядке убывания работающие люди с наличием свободного времени по вечерам (72 % из всех опрошенных данной категории заинтересовались), работающие люди без свободного времени (69 %), мамы в декрете и домохозяйки (68 %).

Если рассматривать респондентов по уровню дохода, то результаты опроса показали, что заинтересованность в платформе, в независимости от дохода, также находится на уровне 71 % (70 % заинтересованных с уровнем дохода до 1 тыс. бел. рублей, 71% с уровнем дохода 1 тыс. – 1,5 тыс. бел. рублей, 70 % с доходом выше 1500 бел. рублей).

Рассмотрение в разрезе возрастных категорий показало, что наиболее заинтересованными в платформе оказались респонденты в возрасте до 20 лет (79 %), и в промежутке 26–35 лет (77 %), а наименее заинтересованными 21–25 (67 %), 36–45 (67 %), 46–55 лет (66 %), 56+ лет (67 %), однако даже 66% заинтересованных из всей возрастной категории это достаточно высокий показатель.

Самая «комфортная» сумма для потребителей оказалась между 1 бел. рублем и 1 долларом за рецепт (см. рисунок).



Распределение респондентов по суммам, которые они готовы отдать на покупку рецепта

Примечание – Источник: собственная разработка на основании результатов опроса

Также, на основании опроса, были составлены портреты аудитории в зависимости от готовности пользоваться платформой и платить за предоставление услуг:

1. Заинтересованы в платформе и готовы платить за пользование ее услугами. В данную категорию были включены девушки студентки

с доходом меньше 1 тыс. бел рублей, которые желают разнообразить рацион, а также работающие женщины в возрасте от 25–36 лет со свободными вечерами, также желающие разнообразить рацион.

2. Заинтересованы в платформе, но с более низкой готовностью платить. В данную категорию были включены женщины в возрасте от 21 до 25 лет, со средним уровнем дохода и любовью к приготовлению необычных блюд. Также были включены женщины в возрасте 36–55 лет, со средним уровнем дохода и свободным временем по вечерам, и мужчины в возрасте от 25 лет, готовящие не часто, однако в свободное время желающие приготовить что-то необычное.

3. Не заинтересованы и не готовы платить. В данную категорию вошли: студенты мужского пола, студенты женского пола, не любящие готовить, женщины в декретном отпуске, работающие семейные женщины пенсионеры, женщины категории «business woman».

Анализ стороны предложения позволил разделить опрошенных на три категории: фудблогеры (непрофессионалы), не медийные шеф-повара, и медийные шеф-повара. Наиболее подходящей категорией для запуска платформы были определены медийные шеф-повара, сочетающие в себе профессионализм в сфере приготовления и способность отснять контент для платформы.

Данные цифры посчитались достаточными, чтобы на начальном этапе утвердиться в спросе на такой продукт, однако дальнейшее развитие проекта требует более детального анализа целевой аудитории, и важность предварительной разработки других этапов стратегии двусторонней платформы.

Библиографические ссылки

1. *Evans D. S.* Some empirical aspects of multi-sided platform industries // *Review of Network Economics*. – 2003. – Т. 2. – №. 3.
2. Landlords with no lands: a systematic literature review on hybrid multi-sided platforms and platform thinking Daniel Trabucchi and Tommaso Baganza [Electronic resource]. – Mode of access: <https://clck.ru/aj2ND>. – Date of access 09.04.2022.
3. *Timothy E. Ott, Robert P. Bremner, Kathleen M. Eisenhardt.* Beyond the chicken and egg: strategy formation in two-sided marketplace ventures [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.kenaninstitute.unc.edu/wp-content/uploads/2018/05/Beyond-the-Chicken-and-Egg-Ott-1.pdf> – Date of access 14.04.2022
4. *Rochet J. C., Tirole J.* Two-sided markets: a progress report // *The RAND Journal of Economics*. – 2006. – Т. 37. – №. 3. – С. 645–667.

ПАРТИЦИПАТОРНОСТЬ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ С ПОСЕТИТЕЛЯМИ МУЗЕЕВ

Л. В. Шимонович

Белорусский государственный университет, г. Минск;

liana.shimonovich@gmail.com;

науч. рук. – О. Г. Черненко, ст. преп.

Статья посвящена теме анализа изменений взаимоотношений с клиентом/посетителем на современном этапе развития рынка сферы культуры (на примере музеев) в результате изменения внешних факторов среды (таких, как влияние Covid-19, технологические изменения, социальные тренды).

Ключевые слова: музейные технологии; парципаторность; учреждения культуры; трансформация; музей.

Сегодняшний музей является одним из доступных, динамично развивающихся учреждений сферы культуры, выполняющий функции сбора, сохранения, изучения и представления культурного наследия.

На современном этапе развития музеи разрабатывают активную стратегию освоения рынка, проводят комплексный анализ потенциальных потребителей музейного продукта, широко применяют технологии и практики из различных наук: информатика, управление, правоведение. Руководители музея, арт-менеджеры осознают, что сегодня необходимо предлагать такой «продукт», который соответствует потребностям посетителя, выгодно формирует конкурентные преимущества конкретного музей в отрасли. Задача осложняется неоднородностью музейной аудитории. Это приводит к более широкому внедрению цифровизации музейной сферы. Она используется для наполнения экспозиции музея контекстом и носит мультимедийный характер. Этот характер, в отличие от классического, может расширять восприятие информации об экспозиции, насыщать его инструментами и методами. Виртуализация музейной коллекции, её размещение в on-line позволяет расширить аудиторию музея и решает проблему доступности культурного наследия (что особенно актуализировалась в период пандемии). Однако это не решает проблему низкой вовлеченности, заинтересованности в посещении музея среди подрастающего поколения. В этом случае как технологию можно рассматривать партиципаторность.

Партиципаторность происходит от английского слова participation – участие, подразумевает культуру участия/соучастия людей. Данное понятие используется в различных сферах, в том числе в культурных исследованиях.

Анализ теоретических источников позволяет сделать вывод, что партиципация тесно связана с понятием «просьюмеризм», предполагающем культуру включения потребителя в процесс производства конечного продукта. Ключевыми особенностями просьюмера являются самостоя-

тельность и активная позиция по отношению к жизни. Это все порождает партиципативную культуру - культура, в которой частные люди (общественность) не действуют только как потребители, а выступают также как спонсоры или производители.

Термин «партипаторный музей» ввела в обиход Нина Саймон [1], выпустившая в 2010 одноименную книгу, которая впоследствии некоторыми экспертами была описана как «будущее классической музеологии» и «незаменимый гид». Книга не претендует на научную глубину, не дает теоретически обоснованного понимания партиципаторного музея, но представляет технологии работы с посетителями и принципы построения экспозиции, широко применяемые в нем.

Основной задачей партиципаторного музея является формирование нового культурного опыта, причем в этом формировании задействован и сам посетитель, благодаря чему опыт формируется совместными усилиями музея и его аудитории, а данный формат музейного учреждения называют «музеем соучастия».

Анализ работы музеев позволяет сделать вывод о том, что сейчас происходит пересмотр статуса музея в современной культуре, обусловленный в том числе и маркетинговыми принципами его организации. Н. Саймон определяет музей как один из вариантов досугового пространства (специфика музея определяется наличием той или иной экспозиции). Посещение музея рассматривается как коммерческая продаваемая услуга, преследуемая различные цели: от выбора регулярного места проведения досуга по месту жительства до установления и расширения социальных контактов. Это превращает музей в пространство, аналогичное любому другому досуговому. По сути происходит процесс «дезобъективацией», а именно расширяются границы восприятия музея, меняется его роли и статус в культурной сфере, обществе и государстве. Процесс дезобъективации противоположен объективации музея, приобретению им специфического статуса в культуре, что произошло во второй половине XIX в. [2]

Партиципаторный музей по сути формирует социальный опыт индивидов как результат взаимодействия между ними в едином музейном пространстве [2]. Такой опыт качественно отличается от привычных знаний, транслируемых музеем через классическую экскурсию через посредника – экскурсовода. Главное отличие состоит в том, что зритель приходит в партиципаторный музей для получения не столько новой информации, сколько впечатлений, связанных в том числе с формированием и высказыванием собственного мнения по поводу содержания экспозиции. Соучастие зрителей в музейной коммуникации является одним из критериев успеха музейного проекта, а для достижения такого успеха необходимо применять технологии, призванные заинтересовать зрителя в соучастии, а также показать, что результаты его соучастия, мнение

важны для деятельности музея, что это соучастие принимается во внимание работниками музея и что именно эту задачу они и ставили перед собой, организуя экспозицию. В традиционном художественном музее образовательно-просветительский процесс организовывался учеными-искусствоведами с патерналистской позиции «эксперта», в то время, как в коммуникационном пространстве партиципаторного музея их мнение, пусть даже научно обоснованное, оказывается социально равнозначным любому мнению, высказанному случайным посетителем.

Задачи, решаемые партиципаторным музеем, лежат уже не в сфере науки, а в более широких сферах, связанных прежде всего конструированием идентичности. Музей становится формой трансляции социально значимых знаний, основанных на том или ином социальном опыте, становится одним из важных факторов вовлечения в социальный диалог групп, ранее в него не включавшихся, что способствует обретению идентичности в рамках культурного мейнстрима [2].

Однако стоит отметить, что Смирнов А. В. делает вывод о том, что идеи партиципаторного музея в большей степени актуальны для тех музеев и экспозиционных проектов, где требуется кинестетическое взаимодействие с экспонируемыми артефактами (к примеру, располагающийся в Минске Музей кота). При этом для того, чтобы составлять впечатление или выносить то или иное мнение, достаточно копии произведения, даже электронной. В пространстве классического музея (к примеру, Национального художественного), основу экспозиции которого составляют подлинники, подобное взаимодействие оказывается невозможным, а необходимость использования партиципаторных технологий — сомнительной.

В числе причин, ведущих к трансформации музея в направлении партиципаторности, можно назвать «экономику впечатлений», ориентированную на продвижение услуг, связанных с эмоциями и впечатлениями. Партиципаторный музей создает ситуации, позволяющие посетителю не только задействовать все сферы впечатлений (развлечение, обучение, уход от реальности, характеризующийся большей степенью погруженности, эстетика), но и реализовать их не в пассивной, а в активной форме.

Библиографические ссылки

1. Саймон, Н., Партиципаторный музей / Пер. А. Глебовской. М.: «Ад Маргинем Пресс», 2017. – С. 12.
2. Смирнов, А. В. Партиципаторные технологии как новый вызов теоретической музеологии // Вопросы музеологии, 10 (2), 153–160.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

Юйсинь Чжао

Белорусский государственный университет, г. Минск;

zhaoyuxin200201@gmail.com;

науч. рук. – Т. А. Бронская, ст. преп.

В настоящей статье рассматриваются основные вопросы анализа организации разработки инвестиционной политики организации. Влияние уровня формирования инвестиционных решений на оценку инвестиционной политики организаций.

Ключевые слова: инвестиционные решения; инвестиционная политика; этапы разработки инвестиционных решений.

В результате эффективной деятельности предприятия у него появляются свободные денежные средства. Для сохранения и умножения их стоимости и обеспечения положительной величины дохода используют инвестирование.

Имеются различные варианты размещения капитала – это недвижимость, ценные бумаги, акции и опционы, с разной степенью риска, на короткий и длительный срок, прямые и косвенные.

Для принятия верного решения по размещению свободных денежных средств организации разрабатывают инвестиционную политику [1].

Инвестиционная политика включает в себя постановку целей в:

- – маркетинговой и ценовой стратегии;
- – инвестиционной стратегии;
- – финансовой стратегии;
- – дивидендной и кредитной политике;
- – амортизационной политике и управления оборотным капиталом.

В зависимости от структуры предприятия, инвестиционные решения разрабатываются и подготавливаются на основании бухгалтерских документов финансовым отделом и утверждаются финансовым директором, генеральным директором и собственниками предприятия или советом директоров.

Разработка инвестиционных решений предполагает несколько этапов:

- – постановку целей инвестирования;
- – определение задач инвестиционных решений;
- – определение объема и структуры инвестиций;
- – определение инвестиционного бюджета;
- – мониторинг инвестиционно-финансовых проектов;
- – выбор инвестиционного проекта и программы.

Основными источниками информации для инвестиционных и финансовых показателей служат бухгалтерские документы, такие как планы доходов и расходов, движение денежных средств, балансовый лист организации [2].

Для аккумуляции информации, автор статьи считает необходимым, создавать рабочие группы экспертов на предприятии или использовать для этой цели аутсорсинг. Перед такими рабочими группами будут стоять задачи:

- – оценки величины показателя планирования инвестиционного решения,
- – оценки величины показателя экономического обоснования инвестиционного решения,
- – интегральной оценки величины показателя исполнения инвестиционного решения,
- – оценки величины контроля, проблем и недостатков инвестиционного решения.

Для расчета интегральной оценки уровня исполнения инвестиционного решения базовая информация собирается с количественной оценкой показателей от 0 до 10. Используя полученные количественные оценки показателей первого уровня (см. таблицу) вычисляем интегральные показатели подгрупп Π' по формуле (1):

$$\Pi' = \frac{\sum_{i=1}^n (\Pi_i * R_i)}{\sum_{i=1}^n R_i} \quad (1)$$

где Π_i – показатели 1-го уровня подгруппы;

R_i – вес показателя 1-го уровня;

n – число показателей в данной подгруппе.

Показатели уровня организации инвестиционных решений

Показатели подгрупп Π' и их веса R'	Показатели первого уровня Π_i и их веса R_i
1. Уровень планирования инвестиционного решения $R''=0,3$	
1.1 Стратегическое планирование $R'=0,2$	1.1.1 Имеется стратегия развития предприятия $R = 0,5$ 1.1.2 Документально оформленная стратегия предприятия, маркетинговые сведения $R = 0,2$
1.2 Риск-менеджмент инвестиционной деятельностью $R'=0,5$	1.2.1 Наличие методики оценки рисков $R=0,8$ 1.2.2 Наличие ответственных руководителей по рискам $R=0,2$
1.3 Финансовая политика предприятия $R'=0,6$	1.3.1 Документально оформленная финансовая политика предприятия $R=0,8$ 1.3.2 Наличие ответственных руководителей по исполнению бюджета $R=0,2$
2. Уровень экономического обоснования инвестиционного решения $R''=0,3$	
Использование решений инвестиционного анализа $R'=0,4$	2.1.1 Использование решения оценки окупаемости и дисконтирования $R=0,3$ 2.1.2 Использование решения оценки доходности и затрат на капитал $R=0,3$ 2.1.3 Использование решения барьерной ставки инвестирования $R=0,2$
2.2 Использование ИТ при обосновании инвестицион-	2.2.1 Использование ИТ для инвестиционного анализа $R=0,8$

ных решений $R'=0,5$	2.2.2 Использование ИТ бюджетирования $R=0,5$

Окончание таблицы

Показатели подгрупп $\Pi'I$ и их веса $R'i$	Показатели первого уровня Πi и их веса Ri
2.3 Величина показателя влияния инвестиционной решений на финансовые результаты $R'=0,2$	2.3.1 Долгосрочное планирование финансовых результатов $R=0,2$ 2.3.2 Разработка планового балансового листа по предприятию в целом $R=0,4$ 2.3.3 Разработка планового баланса по подразделениям $R=0,1$ 2.3.4 Разработка плановой бухгалтерской формы 1 $R=0,2$
3 Контроль процесса принятия инвестиционных решений $R''=0,3$	
3.1 Наличие контроля инвестиционно-финансовых показателей реализации инвестиционных проектов $R'=0,2$ 3.2 Удовлетворительность структуры управленческого учёта инвестиционной деятельности $R'=0,05$ 3.3 Величина показателя контроля бухгалтерской и управленческой отчётности менеджерами предприятия $R'=0,1$ 3.4 Величина показателя бухгалтерской и управленческой отчётности собственниками капитала предприятия $R'=0,05$ 3.7 Величина показателя бухгалтерской и управленческой отчетности собственниками заёмного капитала $R'=0,1$	

Вычисляем групповые показатели Π'' по формуле (2):

$$\Pi'' = \frac{\sum_{i=1}^n (\Pi' * R'_i)}{\sum_{i=1}^n R'_i} \quad (2)$$

где R'_i – вес показателя подгруппы в оценке группового.

Далее находим интегральную оценку уровня организации процесса принятия инвестиционного процесса по формуле (3):

$$\Pi_{интегр} = \frac{\sum_{i=1}^n (\Pi'' * R''_i)}{\sum_{i=1}^n R''_i} \quad (3)$$

где R''_i – вес группового показателя в оценке интегрального.

Как правило, веса оценок формируются группами экспертов, но в данной статье самостоятельно назначены автором.

По результатам полученных показателей, автор формулирует следующие выводы об уровне:

- – недостаточный величина показателя до 3;
- – средняя величина показателя от 4 до 7;
- – высокая величина показателя от 8 до 10.

Используя полученные величины показателей по нескольким инвестиционным проектам можно строить всякого рода динамические и сравнительные графики и формы моделей. На основании которых можно оценивать инвестиционную политику организации.

Автор данной статьи считает, что только последовательное прохождение всех шагов по подготовке к принятию каждого инвестиционного решения может обеспечить успешное и эффективное его исполнение.

Таким образом, можно сделать вывод, что оценка инвестиционной политики организации зависит от уровня формирования и организации инвестиционных решений.

Библиографические ссылки

1. *Бригхэм, Ю.* Финансовый менеджмент. 10-е изд. / Ю. Бригхэм, М. Эрхардт ; Пер. с англ. под ред. к. э. н. Е.А. Дорофеева. - СПб. : Питер, 2005. - 960 с.
2. *Эдди Маклейни, Питер Этрилл.* Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов. Издание на русском языке, перевод, оформление ООО «Альбина Паблишер», 2016. – 930 с.

АСПЕКТЫ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Е. В. Якуш, А. С. Саковец

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
ekaterinaakus29@gmail.com; alinasakovets200423@gmail.com;
науч. рук. – Е. В. Сошникова, ст. преп.*

В статье проводится анализ аспектов цифровой культуры: научно-технической, художественной, цифровой культуры в сфере образования, политической и правовой и их влияние на жизнь современного общества и на каждого человека в целом. Цель данной статьи – показать масштабность цифровой культуры и необходимость пользоваться новыми цифровыми возможностями во всех отраслях жизнедеятельности.

Ключевые слова: цифровая культура; медиа-продукты; технологии; киберфизическое пространство; Digital Humanities; искусственный интеллект.

Человек не может в полной мере овладеть всеми гранями и сферами цифровой культуры, так как она очень большая и всеобъемлющая. Мир, в котором мы живем сегодня, окружен цифровыми медиа-продуктами, которые находятся даже в тех отраслях, которые не связаны с цифровыми медиа, таких как здравоохранение, политика, образование и искусство.

С каждым днем кажется, что технологии движутся быстрее. Искусственный интеллект создает все более и более умные машины; новые реальности, дополненные и виртуальные, объединяются с нашим аналоговым миром; инновации набирают обороты, трансформируя все, с чем имеют дело. Но даже когда цифровая культура меняет наш мир на каждом уровне, технология – это всего лишь инструмент, а вот люди – это движущая сила цифровой трансформации. В зависимости от практик использования цифровых технологий выделяют несколько аспектов цифровой культуры:

1. Научно-техническая цифровая культура и коммуникация.

Цифровые технологии способствуют автоматизированным процессам и машинам в различных отраслях промышленности. Это не только дает нам больше времени, чтобы сосредоточиться на других областях, но и обеспечивает более высокие стандарты безопасности, избавляя от тяжелых и рискованных задач (например, строительство, добыча полезных ископаемых или другие тяжелые физические работы).

Цифровая культура относится к знаниям, убеждениям и практикам людей, взаимодействующих в цифровых сетях, которые могут воссоздавать культуры материального мира или создавать новые области культурной мысли и практики, присущие цифровым сетям. Применение цифровых технологий положительно сказалось в развитии сферы науч-

ных коммуникаций и обеспечении широкого доступа к базам знаний; в сохранении культурного наследия (музейных коллекций, библиотечных фондов).

Стоит упомянуть, что цифровые технологии сильно повлияли на область научных исследований, добавив совершенно новые междисциплинарные социально-гуманитарные науки, такие как гуманитарная информатика, компьютерная психология (киберпсихология) и многие другие. Этот процесс объединения гуманитарных и технических наук называется Digital Humanities и на данный момент набирает стремительные обороты. Цифровые технологии не только сохраняют культурное наследие, они также могут служить для расширения познания людей.

Культура цифровой индустрии создала общество, основанное на знаниях, охватываемое высокотехнологичной глобальной экономикой, она влияет на производственные результаты и даже на сектор услуг. Кроме того, в нынешнем коммерческом обществе цифровая индустрия может стать отличным стимулом исследования людьми своих личных потребностей, облегчая процедуру принятия решений [1].

2. Художественная цифровая культура.

Значительные изменения под влиянием цифровой культуры затрагивают и художественную жизнь современного общества. Новые формы создания, производства, распространения, доступа и участия произвели революцию в целых отраслях, таких как книгоиздание, музыка и кино. Изменения принесли как возможности, так и проблемы в творческую цепочку.

Цифровое искусство подразумевает под собой как интеграцию разных видов искусства (поэзии, видео-индустрии, киноиндустрии, живописи, музыки), которая создает совершенно новые продукты, не похожие ни на что ранее существовавшее в физическом мире. А с другой стороны, эти новые продукты бросают своеобразный вызов классическому искусству и показывают доминирование современных технологий над более устаревшим физическим миром.

3. Цифровая культура в сфере образования.

Применение цифровых технологий довольно сильно поспособствовало внесению изменений в процесс образования и обучения, запрашивая все новые и новые методологии и средства обучения, которые будут задействованы в процессе образования.

В последние 2 десятилетия в сферу образования даже был внедрен Искусственный Интеллект. Самое простое применение искусственного интеллекта в образовании – это, конечно же, оценка. В компьютерных тестах, без которых на данный момент сложно представить образовательный процесс во всем мире, с множественным выбором, когда вы-

полненное задание необходимо сравнить с правильным образцом, оценка оставлена для компьютерных программ.

Имея доступ к Интернету, в настоящее время можно получить доступ к различной информации в течение нескольких секунд, просто выполнив поиск в Интернете. Давно прошли те дни, когда приходилось тратить огромное количество времени на поиск конкретной информации в книгах или ходить в физическую библиотеку, чтобы получить доступ к конкретной информации. Теперь цифровые технологии позволили каждому иметь доступ к таким вещам, как онлайн-курсы, тренинги, книги, журналы, публикации и другая важная информация.

4. Политическая цифровая культура.

Цифровая культура также затронула и политическую сферу общества. Влияние интернета на политическую культуру заключается в формировании нового образа политики, новых форм политической культуры, в потребности в иных политических лидерах.

Социальные медиа и другие элементы цифровой культуры - это инструменты, которые могут быть использованы любым человеком, обладающим навыками и знаниями для их использования. Будут ли они использоваться для создания более эгалитарных политических культур или для углубления неравенства, будет зависеть от того, какие силы разовьют политическую волю и навыки, чтобы одержать верх. Преобладающая мысль о влиянии новых средств массовой информации и политики прошла через два основных этапа. Первоначально многие думали, что Сеть имеет немного прогрессивный уклон, возможно, из-за контркультуры, которая была распространена среди первой значительной группы пользователей. Затем, на втором этапе, люди увидели цифровой мир в значительной степени политически нейтральным, одинаково доступным для использования людьми всех политических убеждений.

5. Правовая цифровая культура.

Цифровая культура в настоящее время не может быть отделена от влияния культур физического мира. В настоящее время можно сказать две вещи о взаимоотношениях между онлайн-культурами и культурами физического мира. Во-первых, рост взаимодействия в цифровых сетях влияет на «традиционные» культуры. Во-вторых, давние культурные традиции влияют на цифровую культуру по мере ее формирования. Этика и нормы, установленные в физическом мире, формируют наши взгляды на поведение и ценности в цифровых сетях. Термин «норма» относится к поведенческому стандарту. Взаимное влияние того, что считается «нормальным» в онлайн-поведении, и устоявшихся норм физического мира возникает динамичным образом, и иногда они сталкиваются. Недостатки в правовой культуре являются одним из основных барьеров для

успеха в цифровую эпоху. Наиболее очевидным и распространенным недостатком правовой цифровой культуры является боязнь рисковать.

Таким образом, с развитием цифровых технологий способы передачи информации, традиций и культурного кода между участниками общественных отношений претерпели кардинальные изменения. Появление «цифрового слоя» между сознанием человека и внешним миром привело к сдвигу в нашем восприятии мира, поскольку теперь мы рассматриваем его через призму цифрового пространства [2]. Использование искусственного интеллекта и глобальные облачные данные в повседневной жизни общества требуют особого внимания. Наше взаимодействие с киберфизическими системами кардинально повлияло на восприятие непосредственной реальности. Синтез человеческого познания и искусственного интеллекта приводит к слиянию материального и киберфизического пространств, в результате чего объекты цифрового мира приобретают материальную ценность, а материальные объекты (произведения искусства, музыка, книги и др.) трансформируются в цифровой код.

Библиографические ссылки

1. Цифровая культура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-kultura/viewer> – Дата доступа: 10.02.2019.
2. Building a digital culture [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.strategyand.pwc.com/de/en/functions/organisational-strategy/building-a-digital-culture.html> - Дата доступа: 22.05.2019.

РОСТ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ОБЛАСТИ МЕДИЦИНЫ И ОБЩЕСТВЕННОГО ЗДОРОВЬЯ

П. С. Янковская

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
p.yankouskaya@gmail.com; stefaniemar@mail.ru;
науч. рук. – Н. И. Шандора, ст. преп.*

В статье проводится анализ использования мобильных приложений для здоровья. Рассматриваются категории индустрии приложений, возможности разработки маркетинга и телемедицины, внедрение в повседневную жизнь людей. На основании проведенного анализа предложены рекомендации по улучшению уровня эффективности внедрения мобильных приложений в медицинскую сферу.

Ключевые слова: мобильные приложения; статистика; мобильность; здоровье; маркетинг; цифровой рынок; телемедицина; тенденции развития.

Важное влияние на общество в современном мире оказало внедрение технологии мобильных устройств. Мобильность – возможность перемещать устройство и использовать его на ходу, является важной и масштабируемой функцией. Эта функция является основой формирования мобильных устройств.

Мобильные технологии широко распространены в современном обществе, и приложения, которые они запускают, могут служить различным целям. Такие особенности, как портативность, простота связи, хранения и относительно низкая стоимость, могут сделать такую технологию еще более желанной.

Сегодня в Apple Store и Play Market существует огромное количество различных вариаций приложений: от игровых до образовательных. По данным IQVIA, в настоящее время в магазинах приложений по всему миру доступно более 318 000 приложений для здоровья. Эти приложения упрощают сбор, управление и мониторинг информации о состоянии здоровья – от MyFitnessPal, бесплатного приложения, которое помогает людям отслеживать свои калории и контролировать потребление пищи, до Sugar Sense Diabetes, бесплатного приложения, которое позволяет диабетикам отслеживать уровень сахара в крови, глюкоза, углеводы.

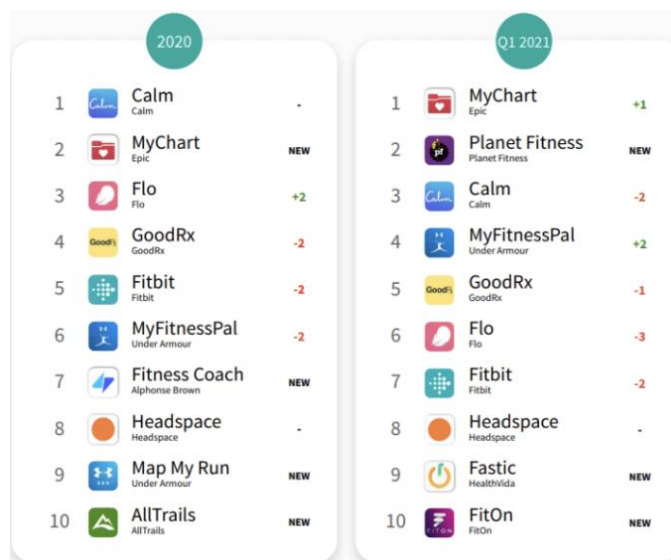
Приложения для здоровья можно разделить на три категории: общие приложения для здоровья и хорошего самочувствия, такие как приложения для отслеживания питания, которые помогают подсчитывать калории, приложения для сна, которые отслеживают режимы сна, и приложения для управления стрессом, которые помогают успокоить разум.

Приложения для телемедицины, которые обеспечивают виртуальный уход за пациентами лицензированными врачами.

Приложения, которые могут помогать людям отслеживать состояние своего здоровья, например болезни сердца, диабет, беременность, психическое здоровье, и позволяют поставщикам медицинских услуг удаленно делиться личными медицинскими записями пациента и сообщать о них.

Телемедицинские приложения предоставляют пациентам самостоятельно контролировать здоровье, запрашивать информацию о способах лечения, диагностике или лекарственной терапии. Эта новая реальность помогает врачам, фармацевтам, диетологам, психологам совершенствовать свои рабочие процессы, чтобы предоставлять более быстрые и качественные услуги. Теперь пациенты могут использовать мобильные медицинские приложения вместо наличных, что особенно удобно в экстренных ситуациях или в нерабочее время. В 2020 году пандемия ускорила внедрение и внедрение различных способов бесконтактных платежей, в том числе удобных платежных порталов, полностью адаптированных для смартфонов.

С появлением пандемии COVID – 19 изменилось поведение потребителей, на фоне стресса и напряженности люди стали больше заботиться о ментальном и физическом состоянии, что способствовало интенсивному использованию приложений. По данным на 2020–2021 года самые скачиваемые приложения в области здоровья – телемедицина, спортзалы и медитации.



Топ приложений для здоровья 2021–2022 гг.

Примечание – Источник: разработка автора

За счет карантина, бег на свежем воздухе и упражнения набрали популярность. Наибольшая активность скачиваний была в марте-апреле

2020 года: 35 % – фитнес, 21 % – ментальное здоровье, 21 % – медицинская забота, 16 % – питание, 6 % – женское здоровье, 1 % – духовное.

При покупке или скачивании любого приложения, прежде всего пользователь оценивает его, соответственно он обращает внимание на интерфейс, цену и простоту использования.

Рынок мобильных приложений в области здоровья продолжает расти. К 2023 году рынок облачных вычислений в сфере здравоохранения вырастет примерно до 44,93 миллиарда долларов. Влияние облачных вычислений на отрасль здравоохранения все еще довольно новое и все же очень большое. Известно, что технология облачных вычислений приносит пользу здравоохранению несколькими способами: программное обеспечение как услуга. Облако может предоставить организации здравоохранения ряд размещенных услуг по требованию, которые дадут им быстрый доступ к бизнес-приложениям. Платформа как услуга – облако может предоставить среду с повышенной безопасностью для развертывания веб-сервисов и облачных приложений. Инфраструктура как услуга – облачные решения могут предоставлять по требованию вычислительные ресурсы и хранилище для медицинских учреждений.

Каждый день на совершенствование рынка мобильных приложений будут влиять: ориентированный на приложение маркетинг, а не на платформу, для которой он предназначен, выход на рынок известных брендов вне зависимости от отрасли деятельности (включая банки, Allegro, Coca Cola, Ikea и др.), начало процесса инвестирования в этот рынок крупных игровых студий (Electronic Arts, 2K Games), а также взаимосвязь со сферой медицины и внедрение цифрового контроля здоровья в различных современных медицинских учреждениях.

Библиографические ссылки

1. *Прытков, В. А.* Компьютерные системы и сети : материалы 50-й науч. конференции аспирантов, магистрантов и студентов / В. А. Прытков. – Минск: БГУИР, 2014. – 107 с.
2. Healthcare mobile app development guide: types, trends and cost [Electronic resource]. – Mode of access: <https://light-it.net/blog/13-things-you-should-know-before-creating-a-healthcare-app/> - Date of access: - 16.05.2022.
3. The rise of mobile applications in healthcare and medicine [Electronic resource]. – Mode of access: <https://appcraft.pro/blog/rost-mobilnykh-prilozheniy-dlya-zdorovya/> - Date of access: 16.05.2022.
4. How mobile apps are transforming the health industry? [Electronic resource]. – Mode of access: <https://appinventiv.com/blog/mobile-apps-transforming-healthcare-industry/> - Date of access: - 16.05.2022.
5. Mobile healthcare: the roadmap for change [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.itransition.com/blog/mobile-healthcare> - Date of access: 16.05.2022.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КРЕДИТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА

К. С. Ярошенко

Белорусский государственный университет, г. Минск;

yaroshenko_karina00@mail.ru;

науч. рук. – Д. В. Шпарун, канд. экон. наук, доц.

В статье проведен анализ кредитной деятельности ОАО «Сбер Банк» и разработаны направления повышения ее эффективности за счет внедрения нового вида кредита для военнообязанных, овердрафтной карты и автоматизации процесса создания кредитных заявок.

Ключевые слова: банк; кредит; доходы банка; прибыль; рентабельность.

Кредитование физических и юридических лиц является сложным экономическим процессом, которое производится на основе принципов: срочности, платности и возвратности. Платность кредита, для банков, является главным принципом при ведении данной деятельности. За счет платности кредита происходит повышение ресурсной базы для обслуживания, функционирования банка, также обеспечивает банку прибыль [1, с. 198].

Для определенного сегмента в клиентской базе выделяется определенный вид кредита, он может разделяться на виды, исходя из потребностей клиента, срока, суммы кредитования.

Кредитование является традиционным банковским активом, но при осуществлении данной деятельности банку необходимо проводить анализ эффективности кредитной деятельности банка, для минимизации рисков и затрат. В первую очередь производится анализ кредитоспособности заемщика, анализируются доходы и расходы, если рассматривать кредитоспособность юридического лица, здесь необходимо в обязательном порядке рассмотреть возможность предоставления клиентом залога по кредитованию, а также срок ведения юридической деятельности [2, с. 39].

Возможные направления повышения эффективности кредитной деятельности банка тесно связаны с повышением эффективности кредитования субъектов предпринимательства в Республике Беларусь, формированием эффективного рынка ценных бумаг и др.

Анализ деятельности ОАО «Сбер Банк» показал, что основные показатели деятельности банка за 2019–2021 года, продемонстрировали отрицательную динамику. При этом банк увеличил свою прибыль на 64 801 тыс. руб. Рентабельность банковских услуг за рассматриваемый период имела высокую волатильность, в 2019 году данный показатель

равнялся 24,23 %, в 2020 году у показателя наблюдалось отрицательное изменение, показатель снизился до 11,48 %; к 2021 году показатель увеличился на 19,64 процентных пункта и стал равен 31,12 %. Рост коэффициентов достаточности капитала в 2021 году говорит о положительном изменении и нормализации показателей.

Особое внимание уделено динамике показателей эффективности деятельности банка. Исходя из данного анализа было выявлено, что показатели на момент 2021 года существенно снизились в сравнении с 2019 годом, при этом показатели банка, даже при снижении являются приемлемыми.

Виды кредитования, которые присутствуют в рассматриваемом банке охватывает удовлетворение потребностей в различных сегментах кредитной базы. В банке присутствуют кредиты для физических, а также юридических, могут быть как целевого использования, так и нецелевого. Кредитный портфель банка в основном состоит из потребительского кредитования для физических лиц, данный вид кредитования занимает долю в размере 51,8 %, на момент 2021 года, среди всех выдаваемых кредитов.

Для повышения эффективности кредитной деятельности ОАО «Сбер Банк» предлагается реализовать следующие мероприятия:

- 1) кредит для военнообязанных;
- 2) овердрафтная карта;
- 3) автоматизация процесса создания кредитных заявок.

Внедрение нового кредита «Кредит для военнообязанных» направлен на устранение проблемы, связанной с привлечением клиентов сегмента молодого возраста. Осуществление выдачи данного вида кредита позволит банку привлечь минимум 8 000 клиентов и получить чистый процентный доход в размере 1054,56 тыс. руб. (таблица 1).

Таблица 1

Расчет процентных доходов банка от внедрения нового вида кредита «Кредит для военнообязанных»

Показатель	Значение
Количество выданных кредитов, шт.	8 000
Средняя сумма кредита, руб.	2 500
Объем кредитных средств, тыс. руб.	20 000
Процентная ставка по кредиту, %	20,29
Процентные доходы, тыс. руб.	4 058
Объем привлеченных средств, тыс. руб.	20 800
Коэффициент чистой процентной маржи по итогам, %	5,07
Чистый процентный доход, тыс. руб.	1 054,56

Источник: разработка автора.

Осуществление выдачи овердрафтных карт будет приходиться на основную клиентскую базу у которых уже был опят с подобными картами. Данная карта позволит банку удовлетворить потребность клиентов, повысить их лояльность. Также банку удастся привлечь в оборот минимум 140 000 тыс. руб. и получить дополнительный чистый процентный доход в размере 7 394 тыс. руб. (таблица 2).

Таблица 2

Расчет процентных доходов банка от внедрения нового вида овердрафтной карты «SberFun»

Показатель	Значение
Количество выданных кредитов, шт.	280 000
Минимальная сумма кредита, руб.	500
Объем кредитных средств, тыс. руб.	140 000
Процентная ставка по кредиту, %	13,5
Процентные доходы, тыс. руб.	18 900
Объем привлеченных средств, тыс. руб.	145 833
Коэффициент чистой процентной маржи по итогам 2021 г., %	5,07
Чистый процентный доход, тыс. руб.	7 394

Источник: разработка автора.

При введении данной овердрафтной карты банк сможет улучшить показатели связанные с клиентоориентированностью, повышением прибыли и рентабельности в банке.

Одним из предложений по повышению эффективности кредитной деятельности является автоматизация кредитных заявок. При внедрении в робота–Алесю функции составления кредитных заявок произойдет повышение эффективности обслуживания клиентов, соответственно поток обслуживания клиентов, которым необходимо было оформить кредит увеличится, а издержки банка снизятся (таблица 3).

Таблица 3

Расчет снижения издержек банка за счет автоматизации кредитных заявок, руб.

Показатель	Значение
Количество обслуживаемых клиентов	20
Затраты на обслуживание и разработку робота-оператора, в первый год	5 000
Затраты в год на обслуживание робота-оператора	6 000
Затраты на заработную плату двум сотрудникам за год	22 512
Разница между затратами на обслуживание робота-оператора и человека-оператора	16 512

Источник: разработка автора.

Таким образом, автоматизация создания кредитных заявок позволит снизить текущие банковские издержки минимум на 16 612,8 руб. в год.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод о том, что предложенные направления повышения эффективности кредитной деятель-

ности ОАО «Сбер Банк» за счет внедрения нового вида кредита для военнообязанных, овердрафтной карты и автоматизации процесса создания кредитных заявок экономически обоснованы и могут быть реализованы в банке.

Библиографические ссылки

1. *Короткевич, А. И., Очкольда, И. И.* Денежное обращение и кредит: учебное пособие / А. И. Короткевич, И. И. Очкольда. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 358 с.
2. *Короткевич, А. И., Очкольда, И. И.* Деньги, кредит, банки: ответы на экзаменац. вопр.: пособие / А. И. Короткевич, И. И. Очкольда. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 160 с.
3. Баланс ОАО «Сбер Банк» на 01.01.2021. – Официальный сайт ОАО «Сбер Банк». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bps-sberbank.by/>. – Дата доступа: 13.04.2022.
4. Отчет о прибылях и убытках на 01.01.2021. – Официальный сайт ОАО «Сбер Банк». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bps-sberbank.by/>. – Дата доступа: 27.04.2022.

ANALYSING THE COMPETITIVE ENVIRONMENT OF AN ENTERPRISE AS A BASIS OF A COMPETITIVE STRATEGY FORMATION

K. E. Bykava

*Belarusian State University, Minsk;
krystsinabykava@gmail.com;
supervisor – O. G. Charnenka, Senior Lecturer;
I. V. Kudyrko, Senior Lecturer*

The purpose of an article is to show the interrelation between the competitive environment of the organization and its competitive strategy. In the article this interconnection is demonstrated by the measure of the enterprise CJSC «VITEX» and JV «BELITA» LLC. The analysis of the competitive environment of the enterprise using Porter's model of «5 Forces» was carried out. The markets in which the enterprise operates are described. The key competencies of the enterprise have been indicated. The parameters of competitive environment and components of competitive strategy of enterprise are compared. The recommendations were given for the further development of a competitive enterprise strategy.

Key words: competitive environment; competitive strategy; competitive position; core competencies; enterprises; industry; market.

In modern conditions of the development of market relations enterprises acutely feel the influence of competition in domestic and foreign markets. The success of enterprises requires their continuous adaptation to changes in the external environment. This implies the need for an innovative approach to the management of an enterprise and the formation of strong competitive strategy.

The essence of strategic management lies in answering three critical questions [1]:

- 1) the current situation of the enterprise;
- 2) the target direction (where it would like to be in the medium and long term);
- 3) the ways of achieving the desired position.

Every enterprise, in a market economy, operates in a specific environment, and is influenced by many factors as well as is regulated by the laws of the market. For a clear understanding of the enterprise's position, an analysis of the competitive environment and competitive opportunities of the enterprise is carried out.

The competitive environment is the prevailing situation in the market which develops over time, that makes organizations to fight for the buyer and superiority in its market segment. The competitive environment is a kind of "climate" within the market segment.

The essence of the analysis of the competitive environment for further formulation of the competitive strategy consists in matching the company and its setting/ ambience. While the relevant environment is very broad and encompasses both economic and social dimensions, industry is a key element of the firm's external environment. The competitive environment of an enterprise is determined by the industry structure and the markets in which it operated. Therefore, the characteristics of these categories are used in the analysis of the competitive environment.

An industry is a set of enterprises that share a common product and technology.

The strategy formation of the enterprise largely depends on the status of the life cycle of the industry.

There are four stages of the industry's life cycle present:

- 1) start-up;
- 2) consolidation;
- 3) maturity;
- 4) decline.

The market includes either a homogeneous product or a group of different products that are good substitutes for at least one product in the group and have limited interaction with the rest of the economy. Also, the market is a totality of buyers united by the same needs.

M. Porter asserts, that "the state of competition in the industry depends on the five main competitive forces - the market power of suppliers, the market power of buyers, the threat of substitutes, the threat of new competitors and directly industry competition".[1] Accordingly, the competitive environment can be analyzed for further development of the competitive strategy via M. Porter's model «Five Forces».

In addition, in order to determine its competitive position in that environment, a firm should strive for a comprehensive and in-depth understanding of its resources and capabilities. It is the competitive advantage, not the attractiveness of the industry, that is the main source of high profitability. If any resources or skills are exclusive or unique, they are referred to as the core competencies of the organization. Key competencies of the organization determine its competitiveness.

To monitor the relationship of competitive environment and its competitive strategy we will use a company CJSC «VITEX» and JV «BELITA» LLC.

CJSC «VITEX» and JV «BELITA» LLC operate in the industry of the production of the skin care products. The industry is in a stage of maturity as goods have become of a mass consumption; companies try to differentiate through branding, quality improvement and noticeable packaging; manufacturers are seeking technological improvement; small companies fail; price

competition increases (among products of the same price category), there are economies of scale.

Having analyzed the industry of cosmetic products manufacturing (in which CJSC «VITEX» and JV «BELITA» LLC operate) according to the model of “5 Forces” by M. Porter, we have obtained the following results:

«The results of the model of “5 Forces” via M. Porter for the industry of cosmetic products manufacturing»

Parameter	Value	Description
Industry competition	Medium	The company’s market is highly competitive with slowing growth. Similar products are available on the market. There are limits to price increases.
Threat from substitute products	High	The company does not have a unique market offer.
Threat from potential competitors	Medium	Average risk of new players entering the same level with the company.
The market power of buyers	Medium	Clients' portfolio has medium risks. There are no large clients (with the departure of key clients - a slight decline in profits).
The market power of suppliers	Medium	Moderate dependence on suppliers.

The industry markets in which the organization operates - the markets for cosmetics, perfumes and household chemicals:

These markets are characterized by:

- High degree of similarity of the products produced;
- Moderate entry difficulties related to material costs, obtaining licenses, certificates, safety and quality certification, developing own products, etc.;
- Easy exit from the market. An obstacle may be the residual capital that needs to be converted or sold, as well as some material costs, such as the disposal of products or the payment of workers;
- The market is open to interregional and international trade;
- Most of the market information related, for example, to corporate secrets, total costs and product formulas is not available.

The organization works in the market of monopolistic competition, if we take into account not only Belarusian manufacturers of cosmetics, perfumes and household chemicals. Moreover, taking into consideration the market of only Belarusian cosmetics, we can identify several large manufacturers (up to 15), among which CJSC «VITEX» and JV «BELITA» LLC are the leaders in the production. The likely Belarusian producers-competitors of CJSC «VITEX» and JV «BELITA» LLC: Belor-Design SOO, Belgates LLC, LLC «Lux-visage», LLC «ReluiBel», SP «Stillmark», etc.

We have defined the key competencies of CJSC «VITEX» and JV «BELITA» LLC, which are:

- Leadership in the production of domestic cosmetics. The widest assortment of cosmetics among domestic manufacturers;
- Multiple approval: «Belita-Vitex» is the most popular Belarusian brand of cosmetics;
- Low price of goods, decent price-quality ratio;
- Large number of sales outlets.

CJSC «VITEX» and JV «BELITA» LLC implement the strategy, the components of which correspond to the achievement of success in its competitive environment and in accordance with its capabilities. The strategy includes a strong focus on improving manufacturing process and on reducing costs, increasing the sales to existing consumers, and access to the international markets. According to the strategies of the basic concepts of achieving competitive advantages, the company implements the strategy of *cost leadership*.

In order to maintain its competitive position and improve its performance, the company should maintain the strategy already shaped, as well as place a greater emphasis on the introduction of innovation in both production and the creation of innovative products. It makes sense to search for new unique products to be ready for the transition of the industry to the decline stage and to be able to keep their position.

Through this example we recognize the relationship between the competitive environment of an enterprise and its competitive strategy. In conclusion, to build a strong and relevant strategy, an enterprise should clearly understand its environment and possibilities.

References

1. Портер, М. Международная конкуренция: пер. с англ. / под ред. В. Д. Щетинина. – С. 149.
2. The company today JSC «VITEX» and JS «BELITA» LLC [Electronic resource]. URL: <https://vitex.by/about/today/> (дата обращения: 04.05.2022).

DEVELOPMENT OF FINANCIAL STRATEGY FOR HUAWEI

Chen Wenqi

Belarussian State University, Minsk;

chenwenqi45@gmail.com;

supervisor – K. V. Shestakova, PhD, Associate Prof.

Currently, an increasing number of companies understand the need for effective financial management based on forecasting changes in environmental factors, the dynamics of the industry in general and the enterprise itself in particular. Financial strategy acts as a tool for effective financial management that allows companies to develop, move towards achieving goals and adapt to changes at the micro and macro levels. In this regard, the formation of a financial strategy that meets the interests of the company is of particular relevance. The main goal of the company should be the formation of an effective financial strategy that will increase the efficiency of economic activities. The lack of a well-grounded financial strategy leads to the fact that many reform projects are reduced only to the reorganization of the enterprise and a change in the terms of repayment of obligations, which in most cases does not lead to an increase in the efficiency of activities. Without significant changes in the areas of asset, capital, cost management, some companies, after a short-term success, again find themselves on the verge of bankruptcy. A rational financial strategy will allow the company to avoid many typical mistakes at the reform stage. This should be facilitated by good methodological support, which, among other things, will save time for creating a financial strategy.

Keywords: financial indicator; Huawei; development of financial strategy; China; method and tool.

The financial activity of a company in all its forms cannot be reduced only to meeting financial needs, determined by the need to manage certain types of current assets, to replace non-current assets that are retired or their current growth due to changes in the volume of economic activity. At the present stage, an increasing number of companies are realizing the need for conscious long-term management of financial activities on the basis of scientific methodology for predicting its directions and forms, adaptation to the general goals of the company's development and the changing conditions of the external financial environment. The financial strategy is an effective tool for the long-term management of the financial activities of a company, subordinate to the implementation of the goals of its overall development in the face of significant changes in macroeconomic indicators, the system of state regulation of market processes, the conjuncture of the financial market and the associated uncertainty.

Ensuring sustainable development and solving the problems of economic stabilization of companies' activities are directly related to finance. Financial management is one of the types of functional management and closely interacts with general strategic management. With the increasing importance of

solving problems requiring the provision of the company with the necessary financial resources and their effective management, the importance of financial strategy as an effective tool for strategic management of the company's financial processes is growing.

The dynamics of economic processes, the aggravation of market competition reduce the effectiveness of the developed strategic plans that do not contain rational tools for quick adaptation to changes in the internal and external environment of the company. In such conditions, the performance of any company is largely determined by its financial strategy, which, covering all the main areas of its activities related to the formation of the required number of financial resources and the coordination of financial flows and their use, plays an important role in the development of favorable conditions for the growth of its market value. It should be noted that financial strategy is a relatively new concept in the science and practice of management. At the same time, it should be emphasized that in the English literature on financial management (in particular, American, and European) the concept of «financial strategy» is practically absent, scientists operate with such terms as «financial planning» [1], «long-term investment decision» [2], «capital structure management» [3]. In strategic management, this term is viewed exclusively as a variety of functional strategies.

Comparative analysis of methods of financial strategies: advantages and disadvantages

Method	Advantages	Disadvantages
Method of strategic financial planning	Allows the company to create a plan of action for the future	There is a possibility of a sharp change in internal factors due to external
Financial forecasting method	Allows you to reduce the risks of uncertainty and provides the necessary basic data	Due to various conditions (economic, social and others), the most significant factors (external and internal) may be lost
Modeling method	The financial model of the company is being developed	The impossibility of assessing the financial stability of the company
Method of scenarios	Draws the attention of the company to the uncertainty that characterizes any market situation	Considering only a few possible outcomes for a project

Huawei is a Chinese multinational company headquartered in Shenzhen that is the main contender for leadership in the smartphone market. The company was founded in 1988 by a former officer and is a major global manufacturer of telecommunications equipment. The main activity of the company is the creation of telecommunication networks, the provision of operational and consulting services, the production of equipment in the country and abroad.

Thanks to innovative customer-focused solutions and a developed partner network, they have achieved high results in the development of telecommunication networks, terminal solutions and cloud computing systems. Huawei's 180,000 employees worldwide strive to create the best possible value for operators, businesses and end users by providing competitive solutions and services. One third of the world's population uses innovative products, solutions and services of the Huawei company in more than 170 countries of the world.

Huawei's activities include a focus on intelligent computing and device innovation, investing in technology products, technology, fundamental research and engineering enhancements, and promoting all successful work formats. The company strives to support customers in their digital transformation, “laying the foundation” for a new intelligent world. The corporation annually invests more than 10% of its annual income in R&D, and in 2020 this amount has reached more than 100 billion yuan. Long-term research and development investments have made Huawei one of the world's largest patent holders. As of December 31, 2020, the total number of granted patents reached 87,805, of which 11,152 were the main patents granted in the United States. It is also worth emphasizing that approximately 45% of the total workforce – more than 80 thousand people – in the company are employed in the system of innovative developments.

References

1. *Ansoff, I. Corporate Strategy* / I. Ansoff. – New York, 2013. – 322 p.
2. *Calandro, J. Jr., Flynn, R. On financial strategy* / J. Jr. Calandro, R. Flynn // *Business Strategy Series*. – Vol. 8. - No 6. – 2017. – P. 12–28.
3. *Chandler, A. D. Strategy and Structure* / A. D. Chandler. – Cambridge: The MIT Press, 2013. – 214 p.

IMPROVING THE CONCEPT OF FORMING THE CIRCULAR ECONOMY MODEL (CHINA AS AN EXAMPLE)

Dai Yichen

Belarusian State University, Minsk;

daiyichenminsk@icloud.com;

supervisor – A. Yu. Andrushchanka, PhD, Associate Prof.

There were analyzed the current situation of the circular economy in the two cities and summarized their indicators in the article. According have been established a set of indicators suitable for China's circular economy.

Keywords: circular economy; indicators of circular economy; concept; China's circular economy.

With the continuous exploration of the world in the field of sustainable development, various new environmental protection concepts such as clean production, pollution prevention, industrial ecology have emerged and matured. As one of the most representative ideas, the concept of circular economy has been widely recognized and valued.

Circular economy has become one of the important aspects of a country. From the various definitions of CE in the existing literature, it is difficult to define CE precisely because the definitions are based on local national conditions and represent different viewpoints.

The circular economy is a model of economic development, completely expression is resource circular economy. The model is characterized by conservation and recycling of resources and in harmony with the environment. Emphasis is placed on organizing economic activities into a feedback-type process of "resource → product → renewable resource → renewable product". It is characterized by low exploitation, high utilization, and low emission. All material and energy resources can be rationally and sustainably used in this ongoing economic cycle to minimize the impact of economic activities on the natural environment. It's different from traditional economy, traditional economy is a liner model. Circular economy is essentially an ecological economy, which is the main expression and way of establishing the concept of coordinated development. It stipulates the effective use of ecological resources and environmental carrying capacity in accordance with the laws of ecology and value.

To judge whether a country or city's economic model is circular economy its necessary to create indicator system. According to this were analyzed experience of Copenhagen and Tasmania and results of its analysis contained in table 1 [1; 2].

Table 1

Circular economy indicators of Copenhagen and Tasmania

Copenhagen	Tasmania
urban form	Reduce operating costs and drive productivity gains for SMEs
innovation	
investment	Increasing awareness of sustainability and through action learning
skills and employment	
enterprise	Innovation
energy and resource effectiveness	
low carbon	Provide SMEs with practical and tailored information regarding ways to improve their resource efficiency.
environmental quality	

In accordance with the analysis, based on Eurostat data, we have developed a system of indicators that allows us to assess how the economic model corresponds to the circular economy (table 2) [3].

Table 2

Circular economy indicator in China

Indicators	Details
Production and consumption	Green public procurement
	Limited consumption
	Cleaner production
	Promote moderate consumption
Waste Management (Waste generation and recycling)	Generation of municipal waste per capita
	Food waste
	Generation of waste excluding major mineral wastes per domestic material consumption
	Recycling rate of municipal waste
	recycling rate of municipal waste
	Recycling rate of all waste excluding major mineral waste
	Recycling / recovery for specific waste streams
	Recycling rate of overall packaging
	Recycling rate of plastic packaging
	Recycling rate of wooden packaging
	Recycling rate of e-waste
	Recycling of bio-waste
	Recovery rate of construction and demolition waste
Innovation	The utilization rate of new energy
	Efficiency of energy use(coal,petroleum,etc.)
	Invest in environmental protection
Resuscitation	Rate of Land utilization
	Coverage of nature reserves
	People receive publicity on environmental protection(percent)

The presented set of indicators of the circular economy is suitable for assessing the economic model of China and allows developing directions for its improvement.

References

1. Copenhagen Green Economy Leader Report [Electronic resource] / M. Ulterino [et al.]. – Mode of access: <https://www.lse.ac.uk/cities/Assets/Documents/Research-Reports/Copenhagen-GEL-20May-Final-Full-report-1page-layout.pdf> – Date of access: 10.04.2022.
2. *Cother, G.* Developing the circular economy in Tasmania / G. Cother // Action Learning Research and Practice. – 2020. – No. 19. – P. 108-124.
3. *Laura Bonacorsi.* Measuring circularity: a critical analysis of some relevant indicators / L. Bonacorsi // Fondazione Eni Enrico Matte [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.feem.it/en/publications/measuring-circularity-a-critical-analysis-of-some-relevant-indicators/> – Date of access: 15.04.2022.

DEVELOPING BUSINESS-EXPANSION STRATEGY OF CHINA CONSTRUCTION INDUSTRY TO AFRICA AND ASIA REGION

Gao Xiang

Belarusian State University, Minsk;

xianggao000@gmail.com;

supervisor – K. V. Shestakova, PhD, Associate Prof.

China's construction industry plays a decisive role in the national economy. The construction industry of the PRC is the largest in the world. Considering the importance of the global construction market, it is price competition that has become a key success factor for Chinese companies. China's construction industry is one of the fund-forming industries. It helps to improve the market situation and has a positive effect on the economic and social situation in society. It is important to develop a strategy for the development of the construction industry in the markets of Asia and Africa.

The object of research is to develop a business expansion strategy for Chinese construction. The subject of the research is the peculiarities of the formation and implementation of a business expansion strategy. The author relied on the research of domestic and foreign scientists dealing with the problems of strategic planning for business expansion.

Keywords: China; construction industry; strategy; Asia and Africa; business expansion strategy.

In a highly competitive, fast-changing environment, all Chinese multinational enterprises should adopt a survival strategy. Many Chinese companies' strategies should focus on market penetration, environmental adaptation, and brand awareness [1]. It is effective to provide the best prices and be the cheapest producer. Prices are lowered by faster capital turnover, and traders are happy with marginal profits. Choosing an enterprise's unique strategy requires deciding on its core strategic alternative.

Co-branding, or blending brands for marketing purposes, is very common. A multibrand approach involves renaming existing brands within a product category. A mixed strategy uses two or three core strategies in distinct business domains. Large diversified firms (corporations) that operate in multiple industries and/or marketplaces adopt this strategy. Only rigorous continuous strategic planning can assure successful, sustained corporate development.

To establish a plan, you must first research the company's industry and forecast its growth using several methodologies. It is also vital to evaluate the strategy's alternatives economically. Goals for the medium and long term are also created. The business strategy guides the company's actions towards accomplishing its goals. Positioning a company in its market will reveal its competitiveness. Monitoring the strategy's implementation includes managing promising programs, funding, and technological change. An enterprise's aims are determined through an environmental analysis. Management's key job is

to establish a balance between the organization and the environment. The macroenvironment includes the effects of the economy, law, politics, and the natural environment. Portfolio analysis methodologies are used to evaluate strategic positions and organizational direction.

The method's key benefit is that it helps you validate a strategic decision on whether to join a global market. SWOT analysis is a useful tool for strategic situational management in a company. One of the key benefits of SWOT analysis is its simplicity. PET analysis is also commonly utilized by managers. Use Porter's Five Forces Model to figure out how the five forces of competition affect the enterprise industry.

This knowledge allows businesses to alter their plans. The growth share matrix offers two elements to consider while investing in This chart shows relative market share and growth for each of the four quadrants. The only thing that affects the value of a product is how well a company does in the market.

A detailed risk management guide from the PRC State Asset Control and Management Commission Firms can use marketing innovation to survive the COVID-19 crisis. We provide two aspects to identify marketing innovation initiatives during a pandemic. The first dimension is co-innovation, which defines whether the marketing innovation approach is internal or external. It depends on the firm's resources and capacity to innovate.

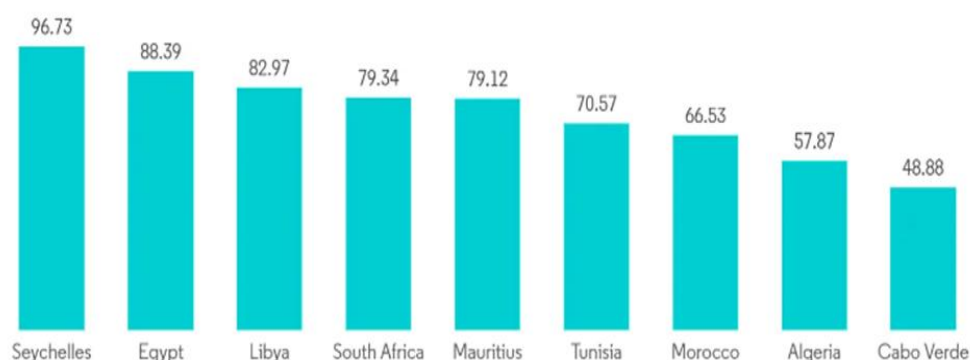
The volume of the construction sector worldwide by 2030 will increase by 85% compared to 2020. Sub-Saharan Africa will become the second region of the world by 2025 in terms of growth rates. From 1970 to 2019, construction in Asia at current prices increased to \$2,151.6 billion. This is due to an increase in the population of 2504.3 million and construction per capita by \$454.4. The share of European construction TNCs in the Asian region is 27.6 % [2].

This is 7.3 % of the total export revenue of the 250 largest construction exporters in the region. China will increase its share of the global construction industry to 21 % by 2020, an equivalent of \$2.5 trillion. Companies that want to build a digital strategy in this space will need to think about things like creating strategic product portfolios that meet unmet needs [3].

COVID-19 has led to even more serious labour shortages and job site disruptions. Contractors are reporting increased running costs due to the need to conduct regular testing on workers. During the pandemic, Indonesia recorded a positive 0.2 percent growth rate and expects 2021 to end with a 5.1 percent year on year growth rate. The Philippines' construction sector is forecasted to spearhead the country's economic recovery with a growth rate of 8.3 percent this year. Singapore's construction sector experienced the worst contraction among the bloc at 28.5 percent [4].

This state of affairs is forcing international construction companies to seek contracts in other countries in the region. The development of the world construction market will be affected by a slowdown in the growth of the Chinese economy. The construction market in China has already overtaken the US market in terms of volume and has taken first place in the world. China will increase its share of the global construction industry to 21% by 2020, equivalent to \$2.5 trillion. The region also supports a spectrum of builders, ranging from small homebuilders to medium-sized and large contractors [5].

The Africa construction market covers the growing construction projects in different parts of African countries like Eastern Africa, Southern Africa, Western Africa and Northern Africa across all the sectors, like commercial construction, residential construction, industrial construction, infrastructure (transportation construction), and energy and utility construction. The market further segmented into type of construction projects like additions, demolitions & new constructions and new constructions. Kenya is one of the largest economies on the African continent; it is an important regional center for logistics, trade and finance. Studying the experience of Chinese companies in Kenya may be of interest to potential investors in terms of understanding the modern realities of Kenya. The new government has developed a package of structural economic and governance reforms aimed at improving the country's business climate.



Africa Construction Market Growth

Kenya's need for external resources has created favorable conditions for increasing the Chinese presence in the Kenyan market. The transport sector dominates both in the number of Chinese projects implemented in Kenya and in the volume of credit financing from China. In African countries, including Kenya, there are Chinese centers for the promotion of investment and trade development. Kenyan suppliers and contractors were involved in the supply of cement, sleepers, pebbles and sand for the Mombasa-Nairobi railway. Local pressure on the president led to the cancellation of the existing agreement on the import of cement from China.

Subsequently, all cement for the project was purchased from the local market. In May 2017, CRBC entered into an operation and maintenance agreement for the railway for a period of 10 years. The construction of affordable housing is one of the priorities of the Big Four [6]. By 2022, the Kenyan government intends to provide 500,000 affordable housing units. A number of projects have already begun, incl.

References

1. Asia Construction: 2021 Industry Outlook [Electronic resource]. – Mode Access: <https://www.eqtyard.com/asia-construction-2021-industry-outlook/>. – Date of access: 24.11.2021.
2. Asian Construction Market Forecast from 2015-2020 – Mode Access: <https://buildingradar.com/construction-blog/asian-construction-market-forecast-from-2015-2020/>. – Date of access: 24.11.2021.
3. Building the world, 1970–2019 [Electronic resource]. – Mode Access: <https://be5.biz/makroekonomika/construction/world.html>. - Date of access: 24.11.2021.
4. China's Capital Markets: Navigating the Road Ahead [Electronic resource], March 2020 // ASIFMA. – Mode of access: http://www.asifma.org/uploadedFiles/China%20Capital%20Markets%20Final%20C_Final%20Chinese%20version.pdf. – Date of access: 24.11.2021.
5. China and Africa: The Next Decade. During a Conference on China in Africa at the University of Denver. Denver, Colorado. [Electronic resource] – Mode of access: <https://ru.scribd.com/document/123557623/China-and-Africa-The-Next-Decade>, - Date of access: 24.11.2021.
6. Chinese Technology Companies' Development in Africa // Chinadaily, // – Mode of access: http://africa.chinadaily.com.cn/weekly/2016-02/05/content_23404083.htm, - Date of access: 24.11.2021.

THE ECONOMICS OF UNLIMITED ACCUMULATION

I. A. Krivolap

Belarusian State University, Minsk;

ilyakrivolap88@gmail.com;

supervisor – I. A. Lavruchina, PhD, Associate Prof.;

supervisor – I. V. Kudyrko, Senior Lecturer

This article considers the problem of unlimited capital accumulation and its impact nowadays. Attitudes toward this issue from antiquity to modern economists and sociologists are examined. The relevance of this article stems from the current reality, when conspicuous consumption and income distribution inequality are reaching their historical peak, thus the paper offers an alternative approach. The purpose of the article is to show a new perspective on the fulfilling life of humankind. The author offers a forward-looking approach to evaluating the problem of unlimited accumulation. The proposed study uses the methods of induction and deduction.

Key words: chrematistics; unlimited capital accumulation; global inequality; conspicuous consumption; escape from freedom.

Economic thought goes back to antiquity, where it was directly linked to politics and ethics. In different parts of the world it developed in different ways, but since we are going to concentrate more on the European continent, we will focus on the period of ancient Greece. This period was characterized by an adherence to the «natural order», the division of society into free people and slaves, and of course by the fact that philosophers were the spokesmen of economic thought. There, the concepts of «economy» and «chromatics» were clearly distinguished, with extremely divergent attitudes: economy was understood as the art of subsistence farming, and chrematics was defined as the art of making a profit. This dichotomy appeared in the writings of Aristotle, where the prevailing importance of subsistence economy over the receipt of material benefits from it is clearly shown. In addition, a fundamental question is raised – how and why do people trade? The philosopher believes that people trade because of mutual needs, and the common measure for exchange is money, the meaning and value of which are determined by people themselves [1].

In the Middle Ages trade began to take on a new character as people gradually began to realize that they could benefit from it. The era, when contempt for profit passed, became known as mercantilism. It was characterized by trade policies of protectionism and the formation of an arena for future schools of economics. Late mercantilism shows the failure of all the theories of the earlier one and in principle serves as an excellent smooth transition to classical political economy [1]. Adam Smith and David Ricardo are considered to be the most striking and significant figures for classical economic sci-

ence, who coined the basic principles and direction of thought that have impacted the current economic agenda. An important difference between them and the mercantilists was the policy of free trade and the resulting concepts of *the invisible hand* and *the night watchman* [1]. Also, importantly, during this time, private property managed to take root and became something natural, and people were getting even richer relative to their distant ancestors (the term wealth itself ceased to refer only to agriculture, now it is also about the sphere of production, which was a significant difference from the mercantilists). Whereas earlier wealth and reserve accumulations without cause were rather reprehensible, since people could go astray and, instead of continuing to follow a righteous life, begin to live for short-term pleasures, forgetting their God and their purpose, now, if this wealth was also accumulated without any valid reason, it was already considered something quite acceptable.

According to Thorstein Veblen with his concept of *conspicuous consumption*, in the middle of the last century, just after the war, an unusual situation emerged: people began to «show off» and buy larger properties and cars that they did not really need, just wanted to show others what they could afford [2]. However, not everyone had access to idle entertainment. Branko Milanovic, in his book «Global Inequality», illustrated an interesting graph that also trumpets the sickness of our situation [3]. Workers in developing countries have benefited markedly from globalization and felt the economic growth, as have the richest people from developed countries. As for everyone else, the poorest did not feel any change, and workers in developed countries, also referred to as the middle class, remained at the same level as almost 30 years ago (if we take wages in real terms). In his rather new and topical article «The Beginning of a New Globalization» the same author makes the interesting assumption that after the pandemic, rich companies (which can provide work remotely) do not need to hire workers from their country, it is easier for them to hire someone from relatively poor countries than create advantageous conditions for themselves (paying less) and for that worker (will still earn more than at work in their country), but the situation of the same worker from the developed country will worsen, because it has been replaced cheaply, so the trend on the graph is relevant and income distribution will continue to increase global inequality [4].

Apart from the economic point of view, there is also a social point of view. In his book «Escape from Freedom», sociologist Erich Fromm imposes responsibility for 20th century dictatorships and two world wars on exactly such «unpreparedness» for freedom and an attempt to escape from it to where it is sent, will show «how it should be» and most importantly, will make you feel that man is not alone, there are those who think ahead [5]. In comparison with the past, people are no longer burdened by compulsory faith in God, have

more access to education, it is believed that they can be anyone, change professions as much as they want, but now they are responsible for their own lives, with all the consequences. Populist regimes attract topics that provide a simple solution to complex problems that suits a number of citizens, but Fromm makes an interesting conclusion: freedom is to be sought in itself, then no myths of propaganda about a better life and the solution of all problems will be needed. In other words, a person has more control over his life than ever, and it is very important to understand the principle of «All the glitters is not gold», be selective and take only what you really need.

Capital accumulation has long been regarded as something flawed, but because of a series of changes, unlimited capital accumulation has become a natural thing, and has become a priority, with profit maximization and cost reduction. Due to this concept uncertainty in society began to grow and there are attempts to shift responsibility for their lives to other, more powerful (even if only at first glance), where the bloody twentieth century came from. The consequences of economic change have a profound impact on the social sphere, which is changing the mindset of entire generations around the world and dictating new rules of the game. But despite everything, people are not doomed, quite on the contrary, they can fully enjoy freedom, get what once seemed impossible and unattainable, and bring something new by having followers because of their inner certainty. Humanity may face more troubles than ever before, but it is up to each individual to decide how much he or she will be affected by the sudden emergence of freedom and the possibility of unlimited accumulation of wealth over his or her life. And there is a great way to live in our new world, to feel happy and fulfilled – to strive to make this world better not only for ourselves, but also for people around us.

References

1. Ядгаров Я. С. История экономических учений. Москва : ИНФРА-М, 2009.
2. Veblen T. The Theory of the Leisure Class. Прогресс : Москва; 1984.
3. Milanovic B. Global Inequality: A New Approach for the Age of Globalization. Cambridge : Massachusetts London, England 2016.
4. Milanovic B. The Beginning of a New Globalization // Brave New Europe [Electronic resource]. URL: <https://braveneweuropa.com/branko-milanovic-the-beginning-of-a-new-globalisation>. (дата обращения 15. 05. 2022).
5. Fromm E. Escape from Freedom. Open Road Integrated Media : New York, NY 10014, 2013.

STRATEGIES FOR PROMOTING CHINESE MOVIES ON AMERICAN MARKET

Liu Haitao

Belarusian State University, Minsk;

liuh6524@gmail.com;

supervisor – E. D. Pozharitskiy, Senior Lecturer

There are strategies for promoting Chinese movies on American market in this article. It analyzes the American film market, draws conclusions, gives estimates. Within the framework of this article, the author has developed a map of customer's journey.

Keywords: Chinese movies; Internet promotion; Marketing strategies; American film market.

The purpose of a promotion is to stimulate demand for a company's product or service, and to create awareness, get people to try the product, provide information, keep loyal customers, increase the use of the product, identify potential customers, and even each customer about potential services. The promotion strategy is designed to inform, persuade, or remind the target audience of the product.

As technology advanced, more marketing activities emerged to market goods and services via the Internet. Today, Internet marketing is defined as «the use of the Internet as a virtual storefront where products are sold directly to the customer» [1]. By going digital, production studios expand their relationship with their audience by making advertisements more entertaining.

According to the Merriam-Webster dictionary, social media are forms of electronic communication (as websites for social networking and micro-blogging) through which users create online communities to share information, ideas, personal messages, and other content [2]. Social media consists of websites and cellular applications that connect people with one another. The main demographic of those who do participate in social media are users aged 18-29 making up 83% of Internet networking users [3].

Movies mainly show a specific emotion to be expressed through visual and auditory stimuli. It can be an expression of social dissatisfaction, a eulogy of love, a reflection of the growth of a country, or a compliment of a country's spiritual civilization. Movies mainly show a specific emotion to be expressed through visual and auditory stimuli. It can be an expression of social dissatisfaction, a eulogy of love, a reflection of the growth of a country, or a compliment of a country's spiritual civilization. Most American movies are about love, family, and friendship. From the development of these plots, we can see the ideas that the United States advertises and advocates. Another distinguishing feature of American films is that they are not only shot for a group of people, but to meet the tastes of the public. Genre is a creative

method unique to Hollywood films in their heyday and is essentially a norm for the standardization of artistic products.

From the analysis of the types of films that have continued to rise in US market profits during the six years from 2019 to 2021 we can see that the top ten films that are more popular with audiences are always adventure, action, comedy, drama, suspense, horror, musical, Western, Movies in the genre of romantic dramas and dark comedies (fig.).

Top Grossing of 2019

Rank	Genre	Movies	2019 Gross	Tickets	Share
1	Adventure	47	\$3,824,655,753	417,538,823	33.98%
2	Action	55	\$2,897,574,987	316,329,127	25.74%
3	Drama	229	\$1,386,938,422	151,412,394	12.32%
4	Thriller/Suspense	53	\$1,126,925,762	123,026,805	10.01%
5	Horror	41	\$810,478,370	88,480,157	7.20%
6	Comedy	61	\$691,772,942	75,521,038	6.15%
7	Romantic Comedy	17	\$250,238,309	27,318,586	2.22%
8	Black Comedy	11	\$111,631,009	12,186,788	0.99%
9	Documentary	141	\$87,869,483	9,592,673	0.78%
10	Musical	7	\$56,954,625	6,217,751	0.51%
11	Concert/Performance	9	\$4,778,504	521,666	0.04%
12	Multiple Genres	2	\$3,545,060	387,014	0.03%
13	Western	4	\$2,024,635	221,028	0.02%

Top Grossing of 2020

Rank	Genre	Movies	2020 Gross	Tickets	Share
1	Adventure	32	\$704,757,944	76,854,722	34.62%
2	Action	28	\$429,641,958	46,852,981	21.10%
3	Thriller/Suspense	49	\$263,542,875	28,739,655	12.95%
4	Horror	37	\$246,951,000	26,930,298	12.13%
5	Drama	125	\$240,532,879	26,230,346	11.82%
6	Comedy	42	\$75,449,405	8,227,834	3.71%
7	Black Comedy	8	\$43,294,447	4,721,310	2.13%
8	Musical	6	\$10,965,822	1,195,835	0.54%
9	Romantic Comedy	10	\$7,250,057	790,623	0.36%
10	Documentary	53	\$4,033,428	439,820	0.20%
11	Western	1	\$3,717,170	405,362	0.18%
12	Multiple Genres	2	\$3,432,023	374,265	0.17%
13	Concert/Performance	4	\$2,056,133	224,222	0.10%
14	Educational	1	\$260	28	0.00%

Top Grossing of 2021

Rank	Genre	Movies	2021 Gross	Tickets	Share
1	Action	45	\$2,340,503,601	255,234,837	51.25%
2	Adventure	27	\$789,147,690	86,057,534	17.28%
3	Horror	49	\$580,589,442	63,313,994	12.71%
4	Comedy	59	\$360,877,351	39,354,106	7.90%
5	Drama	119	\$234,225,998	25,542,589	5.13%
6	Thriller/Suspense	40	\$140,862,689	15,361,241	3.08%
7	Musical	4	\$73,147,684	7,976,846	1.60%
8	Documentary	48	\$16,274,141	1,774,694	0.36%
9	Concert/Performance	3	\$14,742,812	1,607,721	0.32%
10	Western	4	\$9,161,627	999,086	0.20%
11	Black Comedy	1	\$5,252,785	572,823	0.12%
12	Romantic Comedy	7	\$1,358,954	148,193	0.03%
13	Multiple Genres	2	\$455,295	49,650	0.01%

Market Share for Each Genre in 2019

The operating profit and market share of these types of films are also gradually decreasing from top to bottom, among which common films

such as adventure, action and comedy always occupy most of the market share, far exceeding other types of films. From this, it can be concluded that the types of films that American audience's movie types of habits have not changed much according to the development trend in recent years, which provides a good reference value for domestic film production.

In 2019, there is still not much difference compared to the box office revenue of the genre films in previous years, the rankings of adventure, action and drama films have been stable, in addition, the addition of suspense, horror and various types of comedy films will become an emerging genre for American moviegoers in the future.

Before analyzing the data in this table, based on the previous trends and summaries of the box office revenue of genre films, we will find that similarly in the statistical ranking of movie box office data in 2021, horror movies are more and more popular with audiences, not only the movies. The number continues to grow, and because of its low production costs and high return on profits, it has also attracted many filmmakers to join. Based on the above analysis, we can also know that action and adventure films will always be the main theme of Hollywood films, but horror and suspense films will also become the new stars of the American film market in the future. It is hoped that Chinese filmmakers can be effectively inspired by the results of their scientific statistical data and can produce high-quality films that are more in line with the tastes of American moviegoers.

The evolution of the distribution model has also allowed Hollywood to form a clear distribution hierarchy. Such a system not only evolves through continuous trials and tests in the long history of verticality, but also keeps the essentials behind; at the same time, the accumulation of history also enables Hollywood to develop a multi-level horizontal distribution system that surpasses the cinema. And according to study research, we found that all foreign language movies when they entered American movie market, they still follow the mainstream distribution models as following: theaters; home theaters, VOD, DVD, or BD; premium channels (such as iTunes and Netflix); ordinary TV channels.

According to the survey, one of the biggest problems facing Chinese-language films in the American film market is the limited audience [4]. Overseas audiences of Chinese-language films are mainly Chinese and overseas students, and American audiences account for about 15%. Many American audiences' cognition of Chinese-language films is still stuck in kung fu films with martial arts stars such as Bruce Lee, Jet Li, Jackie Chan, etc. At present, there are about 350,000 Chinese students in North America, aiming

at this market and establishing a Chinese-language film projection system for North American college students.

Through the analysis of the audience of Chinese-language films in the United States and the customer portraits produced, we will find that in addition to the majority of overseas Chinese and international students, the main audiences of Chinese-language films are also interested in Chinese culture or highly educated native American audiences, so we concluded that, in addition to strengthening the control of film quality and focusing on film publicity measures, Chinese film production companies should also cooperate more deeply with organizations and departments related to American local culture. The propaganda and infiltration of Chinese culture allows more American people to understand the real traditional Chinese culture, to achieve more cross-cultural information exchange through the film media.

In addition, first, Chinese films should strive to build their own brands and form films with brand advantages. And then, Chinese films should focus on post-film market development strategies. The post-movie market refers to non-movie box-office revenue, all industrial markets generated by and closely related to movies, including movie brands, toys, video games, theme parks and other derivative product markets, movie books, video tapes, DVDs, CDs, VCD and other markets.

Customer Journey Map

	Early awareness	Searching for information	Visiting the theatre	Watching tv or streaming	Post-visiting emotions
Motivation	Thinks about the channels to understand Chinese culture more	Find any methods to watch Chinese movies on internet	Search for the latest movies	Get the chance to play back favorite movies	Share the most authentic and intuitive feelings and opinions of movies with people who would like to watch as well
Client's actions	Search for information online or ask friends	Visit social networks	Find out the favorite movie and buy ticket	Find out the favorite movie and pay for it or to be VIP member of this stream platform with payment	Choose the best one photo and write down opinions, then post them on social networks
Contact	Banner ads E-mail marketing Contents marketing	Social-networks Website Blogs	Posters Banner ads	Social networks Contents marketing YouTube Website	Social networks Website Blogs

End of table

	Early awareness	Searching for information	Visiting the theatre	Watching tv or streaming	Post-visiting emotions
Expectatio	Lots of channels about knowing Chinese culture	Someone will help me or get more ideas of watching Chinese movies	Get chance to watch the favorite and interesting Chinese movie	Get chance to play back the favorite movies	Learn about Chinese Culture from movies and get relax really
Pain points	Don't know is it difficult to achieve this	Lost's of info to read and it's hard to recognize the most voluble one	The movies chosen are not satisfied with	It charges a lot	Not so many friends like or interested in
Questions	Which channels are good to understand?	What information are useful to get methods of learning about Chinese culture?	Whether is it satisfied with my own expectations?	Whether is it worthy for paying?	How many friends will be interested in my opinions and these movies?
Barriers	Lots of banners or e-mails, hard to find us	Hard to find us in google or other social networks	Hard to take attention on banners or posters	Hard to find us in google and Instagram	Hard to make the interesting posts
Recommendations	Make more ads in social networks or video platforms	Cooperating with authoritative film distributors	Buy more theatrical release copyrights	Invest more o work with TV film and streaming companies	SEO

Finally, in order to better realize a certain position of Chinese-language films in the American film market, Chinese film producers can achieve this goal by cooperating with the resources of American well-known film distribution companies to achieve this goal, and exchange links, advertisements, content cooperation, and user resource cooperation through websites and other methods such as SEO, e-mail marketing, content marketing, and URL as most effective internet promotion strategies to achieve the purpose of mutual promotion between websites with similar targets.

References

1. Kiang, M. Y. Marketing on the internet – who can benefit from an online marketing approach? / Kiang, M.Y. [et al.] // Decision Support Systems. – 2021. – No. 27. – P. 383–393.

2. Socialmedia [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/socialmedia>. – Date of access: 23.04.2022.
3. SocialNetworking [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.pewinternet.org/2013/02/14/social-networking-site-users>. – Date of access: 23.04.2022.
4. Chinese film «Journey to the West» suffered setbacks, the main audience is Chinese and foreign students. The box office of HuaShi promoting Chinese-language films overseas in recent years. [Electronic resource]. – Mode of access: http://m.haiwainet.cn/middle/232657/2016/0527/content_29959630_1.html. – Date of access: 23.04.2022.

DEVELOPMENT OF A STRATEGY FOR AN ENTERPRISE TO ENTER THE FOREIGN MARKET

Nie Lifang

Belarusian State University, Minsk;

nlfbj@outlook.com;

supervisor – A. Yu. Andrushchanka, PhD, Associate Prof.

The topic of the article is «Development of a strategy for an enterprise to enter the foreign market». The study is devoted to form a strategy to enter the foreign market. It is important to analyze this problem because we can find out the way for Chinese companies. The aim of the article is to form a strategy for an enterprise. The topicality can be explained by the fact that globalization makes it easier for companies to enter foreign markets. In this article, literature research method, case study method and the combination of qualitative and quantitative research methods are used, because it based on Beijing Bioss Technology Co., Ltd as a case study. Modern methods of scientific analyses have been applied such as comparative research methods, methods of collecting date and methods of analyzing date. It was found that the direction of Chinese biotechnology enterprises to enter foreign market. Therefor we concluded that development of a strategy to enter the foreign markets is feasible. Our finding may find practical application in strategic marketing.

Keywords: development of a strategy; strategic planning; foreign market; market enters.

Theoretical aspects of the company's enter the foreign market. The essence of strategic planning and the basic concepts associated with it: The word «strategy» has a history of about 200 years, and it first appeared in Western military works, such as the famous German military theorist Clausewitz's «On War» and the French general Jomini's «Introduction to the Art of War», and the French strategist Metzler's «Strategic Theory» is the earliest word and definition of «strategy» that can be verified since then. Different scholars in the field of planning, management, economics, and others have studied the concept of «strategy» (table 1).

Table 1

The essence of the strategy as interpreted by various authors

Author, a source	The essence of the «strategy»
Porter	Strategy is a combination of some end points the company strives for and the way the company seeks to achieve them.
Mintzberg	It is a set of decisions or actions.
Thomson	Strategy is both premeditated (premeditated strategy) and reactive (adaptive strategy).
Chandler	Defined strategy in his book "Strategy and Structure" as: determining the basic long-term goals of the enterprise, choosing the course of action, and allocating resources to achieve these goals.

Therefore, Strategy aims to define core competencies, understand the external environment, and offer an integrative, consistent approach to decision making [1]. Through strategy formulation, it is clearer where the company is currently, where is the goal, and what path to go there.

Types of strategies, rationale for choosing a strategy for entering the foreign market: Enterprises can successfully enter the market of other countries through their own products, core technologies, talents, management methods and other resources. How to choose the proper entry mode directly affects the success or failure of enterprise internationalization. The following table (table 2) uses the definition of "root" for analysis.

Table 2

Classification of entry modes

Type	Content
Trade entry	indirect export, direct export
Contractual entry	authorized operation, franchise, technical agreement service, management contract, turnkey project, international subcontract
Investment entry	sole proprietorship, joint venture, new enterprise, M & A enterprise
Strategic entry	supply alliance, technology alliance, market alliance

Therefore, if it is an international enterprise, it must make targeted choices and decisions on the entry mode and marketing strategy of each target market. At the same time, it is also considered that the strategic strategy of entry mode is a very important part for an enterprise to realize international operation.

Research methodology. The overall approach includes literature research method; case study method and the combination of qualitative and quantitative research methods are used. Methods of collecting and Analyzing data mainly include PEST analysis, SWOT analysis, Span analysis, Monopoly advantage theory, International Production Compromise Theory, Product life cycle theory and Enterprise heterogeneity theory. Tools and materials: To select the best integration object, the model can be divided into target layer, standard layer and scheme layer. Among them, the target layer refers Scheme layer the many factors to be considered when making decisions and analyzes the impact of these factors on the choice of entry mode; The scheme layer determines the choice of overseas market entry mode by analyzing these factors. For this purpose, the corresponding hierarchy can be established, as shown in Figure 1.

Analysis of Beijing Bioss Technology Co., LTD. Strategy, and the definition of its development prospects. Beijing Bioss Technology Co., Ltd., its current strategy, it was founded in 2010, professional for in vitro diagnostic reagent production enterprises to provide cost-effective core raw biomaterials,

semi-finished products and technical services, The company integrates R&D, production, sales and service, and provides overall solutions for in vitro diagnostic reagent manufacturers, such as: new product development for manufacturers, performance optimization of old products, cost reduction, etc. The prospect of the company is to enter foreign markets and become a global supplier of biomaterials.

Analysis of the release backgrounds of Beijing Bioss Technology Co., Ltd. to the foreign market: Macro environment analysis includes Political environment, Economic environment, Social and cultural environment, Technical environment Industry environment analysis, In this background study, The company is at a critical time of development and has great prospects for development. It also includes analysis of existing competitors. The economic environment analysis of the target market includes economic environment, social environment, product technology environment

Development of strategy for launch Beijing Bioss Technology Co., LTD to the foreign market. Through the analysis of the algorithm of developing a launch strategy, the essence and content and economic efficiency of the implementation, the company decides to develop the Indian and European and American markets first and adopts the method of trade entry. Due to the small strength of the company, it can use E-mail, chat software and other tools to carry out business.

After China joined WTO, world-famous Biotechnology enterprises quickly enter the Chinese market and occupy the leading position. Therefore, it is an inevitable trend for Chinese biotechnology enterprises to go abroad. As a new entrant to the Biotechnology market, there is a certain gap between China and developed countries in terms of technology R & D and market share. Therefore, for Chinese biotechnology enterprises, how to choose the entry mode of overseas market becomes more important.

References

1. *Drummond, G.* Strategic Marketing: Planning and Control. – Burlington: Elsevier Ltd., 2008. – 320 p.
2. *Xiaoyan, Y.* Research on international market entry mode and strategy of Chinese enterprises / Y. Xiaoyan // Strait technology and industry. – 2019. – No. – 06. – P. 102-103.
3. *Xiaoshi, D.* Analysis of Xiaomi's overseas market entry under the internationalization strategy / D. Xiaoshi // Modern business. – 2018. – No. 17. – P. 90–92.

RISK MANAGEMENT IN SOFTWARE DEVELOPMENT

A. Saiko

*Belarusian State University, Minsk;
alyonasaiko@gmail.com;
supervisor – E. Runtsova*

Most software development projects are risky due to the large number of potential problems that can arise. In many projects, the risks are similar and the most common of them can be identified. These include changing requirements, exceeding deadlines and budget, lack of team member engagement, and the likelihood of employees being fired or temporarily absent for a variety of reasons. Speaking about IT project risk management, it is important to identify the possible sources of these risks. It is also necessary to determine actions to reduce the negative impact of risks on the project if they arise. To do this, the project manager draws up a risk management plan, the creation of which consists of several steps. It is important not to skip any of the steps, as the quality of risk management directly affects the outcome of the project. The purpose of this study is to determine what risks are inherent in software development projects, how they can be caused, as well as how to manage and minimize them.

Key words: risks of software development projects; risk identification; risk management plan; prioritization; changing requirements; risk triggers.

Software development is an activity that uses technological advances and requires a high level of knowledge from different fields. That is why every software development project contains elements of uncertainty, which leads to project risks. The success of a software development project largely depends on risk management. Risks need to be identified, assessed, prioritized, mitigated and managed.

There are some risks that are most commonly encountered in software development projects [0, p. 13] these include:

1. Changing requirements and priorities. A lot of changes happen during a project: concepts, requirements, number of tasks in a sprint, priorities. This risk entails overloaded (or underloaded) sprints, unfinished tasks, a complete or partial redesign of the application, schedule changes, a sudden need to add more people to the team. You can reduce this risk as follows: when introducing changes, you must first analyze how this will affect the current state of the project, how much effort will be required and whether there is a risk of delay. Through analysis, it is possible to intelligently divide responsibilities, make changes in priorities, and provide the client with accurate information about what can (or cannot) be completed.

2. Failure to complete the project on time. Changes in requirements during implementation, poorly estimated task completion times, failed testing, unplanned absences of team members, poor communication with the customer

can all contribute to a project's lead time. Because of this, the client will be dissatisfied, and the team will have a bad working atmosphere.

3. Proper planning can reduce this risk. It is necessary to take into account all factors, analyze possible risks and inform the client about them. When assigning tasks, we should consider the number of team members available, as well as their skills, strengths, and weaknesses. It is important that team members always report on their progress and resolve issues during daily briefings. If it is impossible to meet the deadline, it is necessary to notify the client about this as soon as possible. A good way to deal with everything is to divide one big task into several small ones [2, p. 168].

4. Lack of involvement. The involvement of all team members is essential to the success of any project. Therefore, it is very important that each participant in the process should be committed to a common goal, understand their role and support other team members. When this is not done, there can be delays in deadlines and a negative impact on the motivation of other team members.

5. To minimize this risk, it is necessary to pay attention to all team members and try to understand what can increase their involvement. It is necessary to give them the opportunity for personal growth, talk with them and praise, and also provide them with full information about the projects – so that all team members can feel like an important part of the project.

6. Exceeding the budget allocated for the project. This risk may occur due to poor planning at an early stage of the project and may be caused by the realization of other risks, such as changes in requirements. When the development of the desired product does not fit within the agreed budget, it is necessary to sign an additional agreement with the customer or refuse some functions, having previously agreed with the customer.

7. Risk of loss or shortage of project team personnel. The limited staff leads to delays in project implementation, so by the time the project starts, it is extremely important to attend to the expansion of the team to contain the risk if the project deadline cannot be shifted. It is essential that all team members have the same fundamental knowledge of the project. Depending on how long the employee is absent and at what stage the project is, the project manager must decide whether a replacement is necessary. It will be easier for a beginner to get started if team members share information about the project with him and provide documentation. It is also necessary to create a comfortable environment for employees so that there is no desire to leave it. If working in the company is financially profitable, interesting and exciting, then the likelihood of layoffs is reduced.

An important element of the risk management process is the creation of a risk management plan [3, p. 35]. It describes the response measures that will

be taken for each risk if it materializes. Choosing how to respond will reduce the impact of this risk on the project. As a rule, risk management methodologies provide the following risk management strategies:

1. evasion - the complete exclusion of risk from the project, which may cause the rejection of certain works or a change in the goals of the project;
reduction - minimizing the likelihood or impact of risk on the project;
2. transfer - transfer of responsibility for the consequences of the risk to a third party (contractor, customer, etc.);
3. acceptance - the formation of an action plan in case of a risk or a reserve of resources to eliminate the consequences.

There are six basic steps to follow to develop a comprehensive and successful project risk management plan. [4, p. 14]. First, risks must be identified and prioritized. This stage consists of identifying all possible risks, describing them, assigning who is responsible for risk management, mitigation measures and the size of the budget allocated to manage this risk. After identifying the risks associated with the project, the next step is to analyze and evaluate each risk to determine its impact on the successful completion of the project. Risks should be analyzed and evaluated taking into account the likelihood of occurrence and the level of impact on the project. The next step is to recognize the triggers for these risks and the warning signs that can tell the project team that their project is at risk. Now each team member takes on their own risks and the team brainstorms ideas on how to overcome all identified risks. Finally, project manager collects all ideas and creates a risk management plan. While the project is being carried out according to the project plan, monitoring and risk analysis are carried out along with it. Risks that have the highest priority should be considered first by the project manager, and their risk mitigation plans should be implemented before the start of the project or according to the action plan. Lower priority risks can be taken care of later but should not be ignored or neglected.

There is no risk-free software development project. As a rule, they are all closely interconnected, so it is very important to identify them at an early stage and prevent their combined impact on the project. It is impossible to predict the future and say for sure whether this or that risk will occur. Therefore, it is necessary to carefully identify all possible risks and consider measures to prevent a potential problem in case it occurs. The project manager must hold regular meetings, resolve problems immediately, document information and data, and motivate all team members. And in this case, the risks will not interfere with project success.

References

1. *Chadli S.* Identifying and mitigating risks of software project management in global software development / S. Chadli, A. Idri // research report. – 2017. – № 413. – pp. 12–22. Doi: 10.1145/3143434.3143453.
2. *Tam C.* The factors influencing the success of on-going agile software development projects / C. Tam // international journal of project management. – 2020. – № 3. – pp. 165-176. Doi: 10.1016/j.ijproman.2020.02.001.
3. *Junior M.* Measuring risks in software development projects / M. Junior, J. Venancio – Chichester : John Wiley & Sons limited, 2019. – 146 p.
4. *Hovorushchenko T.* Method of the software risks management. / T. Hovorushchenko // journal of automation and information sciences. – 2021. – № 11. – Pp. 11–24. Doi: 10.1615/jautomatinfscien.v49.i11.30.

ANALYSIS OF THE QUALITY AND STANDARD OF LIVING

D. V. Salnikau, K. S. Shelemetev

Belarusian State University, Minsk;

ferrumbird@gmail.com; shelemetevkirill@gmail.com;

supervisor – A. Y. Alekhnovich;

supervisor – N. P. Tesliuk, PhD (Philology), Associate Prof.

This article considers the quality and standard of living. The main indicators that constitute the quality and standard of living are described using an example of Belarusian society. The article also illustrates the relevance of similar research in this sphere. The purpose of the study is to thoroughly investigate such indicators as quality of life and standard of living.

Key words: quality of life; standard of living; society; government; economy.

Achieving the general welfare of the population is the main goal of the socio-economic development of the state. The main data that generally characterize the well-being of the population in any country include the level and quality of life. It is the main way that scientists and public figures use to assess the peculiar wealth and poverty of the population of the state.

The relevance of a thorough study of the quality and standard of living lies in the fact that quantitative, and even more qualitative, assessments of the level and living conditions are increasingly insufficient. In addition, the population of the Republic of Belarus has increasingly begun to think not only about their future, but also about their present: in particular, that the quality and standard of living is not growing as rapidly as they would like.

The purpose of our research is thorough investigation of such indicators as *quality of life* and *standard of living*.

In this work we used such research methods as analysis, deduction, classification, observation, comparison, measurement and hypothesis.

The standard of living in the modern interpretation is the degree of satisfaction of the material and spiritual needs of people with a mass of goods and services used per unit of time [2]. Here is the collaboration of basic indicators, which are divided into two large groups of indicators paired with each other: absolute and average indicators.

Existing pairs are as follows [2]:

1. National income, used for consumption and saving – Share of consumed income to the whole national income;
2. Nominal population incomes – Real population incomes;
3. Salary fund – Average and minimal salary;
4. Industry revenue – Average industry revenue per capita;

5. The volume of pension funds – The average and minimum pension size;
6. Volume of retail Turnover – Retail Turnover per capita;
7. The size of the housing stock – Housing security per person;
8. The number of people employed in economic sectors – The share of the unemployed in the economically active population;
9. The amount of deposits of the population in commercial banks – The average size of deposits in commercial banks of the country;
10. Natural population growth – Average life expectancy.

On the other hand, quality of life is defined as a combination of receiving various kinds of public goods aimed at satisfying the intellectual needs of the individuals [5]. The main difference between the standard of living and quality of life is the necessity of things, included in these two. Standard of living works as an indicator of the average level, which is necessary to live in a particular country, when quality of life shows the quality, or how convenient it is to live in a particular country. The basic way to evaluate quality of life is the usage of integral indicators. They can be connected into pairs with the primary population quality of life indicators [5]:

1. Health and life expectancy – Mortality, average life expectancy; working life expectancy.
2. Reproduction of the population (Birth rate) – number of children per woman of reproductive age.
3. Satisfaction with life – Suicides (per 100,000 people).
4. The level of aggressiveness – Amount of murders.
5. The stability of the family – The ratio of the number of marriages and divorces.
6. Protection of childhood – The number of children left in orphanages and street children.
7. Material well-being – Living wage, poverty level, income structure.
8. Professional success and self-realization – Feeling of satisfaction with working conditions, professional career, percentage of graduates who got a job in their specialty.
9. Security of property and property – The level of theft, robbery (per 100,000 people).
10. Confidence in the future – A sense of social security, optimistic ideas about the future; trust in the authorities.

Of course, these indicators do not represent all the ways of evaluating the quality of life and standard of living. There are a lot of other ways, which makes the estimation more demonstrative, and some of them will be used during the research.

Dynamics of changes in the standard of living is presented below [1]:

1. The population with incomes above the subsistence level: a 53 % increase – increased value shows that the number of beggars in the whole population decreased more than twice, so, we can say that people became richer and a large amount of men have earned an opportunity to lead not a luxurious way of life, but without a permanent surviving.

2. The level of low-income population: a drop of 772 % – this indicates that the amount of poor people, who could not afford extra spending, decreased by almost eight times.

3. Provision of the population with housing: growth by 33 % means that more people bought their own permanent living space.

4. Cash income per capita in US\$: a 638 % increase shows the huge increase in incomes, which allows people to spend more, live better and increase the GDP.

5. Actual unemployment rate: a 126% drop – decrease of an amount of the unemployed people is a consequence of expanding the industry sphere that provides additional work places. All of this causes an increase in standard of living and GDP.

As for the dynamics of changes in Quality of Life, the main results are as follows [1]:

1. Mortality (per 1,000 people) – a 5 % drop and lifespan an 8% increase – decrease in mortality and increase in lifespan represent an improvement in the quality of life. It can be improved through medicine, increased and stable incomes, or other social or economic phenomena.

2. Birth rate (per 1,000 people): a 1 % drop [4] and the number of children per 1 woman of a reproduction age: 7 % increase [3] – here we can watch an increased amount of children per woman is a reproduction age, but the total Birth rate dropped down. So, it makes us to suggest, that during this period overall number of women has slightly decreased, what has caused decreasing in birth rate.

3. Suicide rate (per 100,000 people): a 49 % drop – falling of the suicide rate shows that overall life satisfaction increased during the research period.

4. Number of thefts and robberies (per 100,000 people): a 37 % drop – it can be connected with the overall increase of quality of life, because with an improvement of quality of our lives we lose reasons to steal or to rob others.

5. Poverty rate: a 830 % drop – increased incomes made people more economically active, cut the number of extremely poor population and push the quality of life up.

6. Divorce to marriage ratio: a 25 % drop – a decreased amount of divorces means more sustainable families in the country, which also decreases the number of abandoned children and children, who grew up in single-parent families. It causes an improvement in the quality of life as well.

The main reasons for the low quality and standard of living in Belarus, which were discovered during the research, are as follows:

1. The Belarusian economy lagged behind the world average in some aspects (GDP per capita, income per capita, etc.);
2. Growing demographic crisis;
3. An insufficiently modernized healthcare system;
4. Low wages;
5. Pandemic of Covid-19;
6. The economic crisis.

In conclusion, we can suggest some measures to solve this significant problem:

1. Increase the efforts to solve the demographic crisis in the country;
2. Reduce stratification in society and the number of low-income groups;
3. Liquidate unprofitable enterprises and find more profitable options for budget income;
4. Qualitatively use budgetary funds to solve pressing problems in the state.

References

1. Statistics in Belarus, Social Sphere [Electronic resource]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera//>. – Дата доступа: 06.03.2022.
2. Source of Theoretical Base [Electronic resource]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/>. – Дата доступа: 02.02.2022.
3. Statistics in Belarus, Fertility Rate (Children per Women) [Electronic resource]. – Режим доступа: data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.TFRT.IN?locations=BY/. – Дата доступа: 04.03.2022.
4. Statistics in Belarus, Birth Rate, Crude (per 1,000 people) [Electronic resource]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.CBRT.IN?locations=BY/>. – Дата доступа: 05.04.2022.
5. About Human Welfare [Electronic resource]. – Режим доступа: <https://mirec.mgimo.ru/2011/2011-01//>. – Дата доступа: 05.04.2022.

DEVELOPMENT OF MODERN COMMUNICATION CAMPAIGNS AND FORMATION OF OMNICHANNEL COMMUNICATION CAMPAIGNS

Song Zhengyi

Belarusian State University, Minsk;

abbot.s@yandex.by;

supervisor – E. G. Churlei, PhD, Associate Prof.

Nowadays with the development of modern communication campaigns and formation of omni-channel communication campaigns, it is a trend for firms to carry out omni-channel communication campaigns. With the help of the network, firms can easily carry out communication campaigns in all channels to improve the shopping experience of consumers. The communication campaigns of the omni-channel try to achieve the same shopping experience through different combinations, and maximize their own profits.

Keywords: Marketing mix; Omni-channel; Communication Campaigns.

Marketing complex – a set of controllable variable marketing factors, the combination of which the firm uses in an effort to elicit the desired response from the target market.

Consider the four components of the marketing mix (the so-called «four Rs»).

1. Product– it is a collection of products and services that an organization offers to a target market.

2. Price–it is the amount of money that consumers pay to purchase a product. If the price assigned does not match the value of the product in the eyes of consumers, they will switch to competing products.

3. Distribution (place)– this is a different kind of activity aimed at ensuring the availability of goods to target consumers.

4. Promotion or communication campaigns (promotion) – this is the whole activity of an enterprise to disseminate information about its products and, by conviction, to acquire them.

So, one of the components of the marketing mix are communication campaigns. A communication campaign of a firm is a complex impact of a firm on the internal and external environment in order to create favorable conditions for stable profitable activity in the market.

Communication campaigns are broadly defined as «purposive attempts to inform or influence behaviors in large audiences within a specified time period using an organized set of communication activities and featuring an array of mediated messages in multiple channels generally to produce noncommercial benefits to individuals and society» [1, p. 3].

The main communication campaigns serve as a means of direct promotion of a product, service, brand and are targeted at the target audience. Advertis-

ing, sales promotion, personal selling and direct marketing are singled out as the main communication campaigns. Supportive communication campaigns perform the function of promoting the organization itself in the marketing environment, shape its image in society and target the target public. Supportive communication campaigns include public relations, exhibitions and fairs, souvenirs, sponsorship and licensing. Communication campaigns can be divided into three groups: main, supporting, additional, Figure 1.1. Additional communication campaigns target consumers and point-of-sale promotions. Such communication campaigns include merchandising, packaging, promotional materials at points of sale, tastings, etc. Depending on the specific product category, this list can be expanded and supplemented. A set of communication campaigns is a single set of communication components that unites participants, channels and means of communication and is aimed at establishing and maintaining relationships between the organization and the marketing environment in order to achieve marketing goals [2, p. 87]. The set of communication campaigns consists of four main means of influence:

- 1) advertising;
- 2) sales promotion;
- 3) PR;
- 4) personal sales.

A set of communication campaigns and solvable promotion tasks are presented in table.

Types of communication and solvable promotion tasks

Types of communication campaigns	Typical tasks of promotion	Contact audience
Advertising	Creation of awareness of products, brands, organization, positioning using the name, elements of the corporate identity, advertising character and slogan	Mass audience
Sales promotion	Promotion of sales through the formation of incentive measures for intermediaries, sales personnel, retail and end consumers	Certain groups of people (participants in the sales process) and a mass audience (end consumers)

End of table

Types of communication campaigns	Typical tasks of promotion	Contact audience
Public Relations	Formation of a favorable public opinion of the marketing environment in order to successfully develop business and create a positive and manageable image of the organization	Target public, some of which may not be potential consumers
Personal sales	Formation of a sales channel for products by establishing personal trusting relationships with a potential buyer	Designated individuals in organizations (executives and senior managers) and purchasing teams in organizations (participants in the purchasing decision)

Note – Source: [3].

The development of communication campaigns is from single-channel to multi-channel, and then from multi-channel to omni-channels.

A omni-channel communication campaign is a popular option for promoting the company's services or products, the essence of which is the use of two or more channels of working with the client. For example, products are sold directly through retail stores or through wholesale entrepreneurs.

A omni-channel communication campaign is the use of several channels to contact the audience. With this practice, the company not only uses various means of contact with potential users, but also simplifies the conversion procedure on one of the convenient channels. With the help of a omni-channel communication campaign, a person (consumer) has the opportunity to choose one of the most interesting directions for him [4, p. 96].

An important task is to correctly combine different channels. There is a group of ways to address clients that interact best with each other. According to the report of the Media Post company, the combination gives the greatest results:

- computer and mobile phone;
- computer and television;
- television and mobile phone;
- radio and mobile phone;
- computer and radio.

An interesting fact is that each of the pairs can give a result at a certain time. For example, a pair of a mobile phone and a computer is more popular

during working hours, and the same phone and television are more popular in the evening. With the right approach, the company covers the entire potential circle of customers, because each of the consumers has its own rhythm of life

References

1. *Atkin C. K, Rice R E.* Theory and principles of public communication campaigns. In: Rice RE, Atkin CK, editors. Public communication campaigns. fourth ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc; 2013. p. 3e19.
2. *Simon, G.* Management in organizations: Per. from English, total. ed. and entered. ate. A.I. Emelyanova, V.V. Petrov. M.: Economics, 2015. – 954 p.
3. *Rusak, N. A.* Economic analysis of business entities: a reference guide / N. A. Rusak, V. A. Hare. – Minsk: Vysh. shk., 2018. – 309 p.
4. *Basovsky, L. E.* Marketing: Course of lectures / L. Ye. Basovsky. – M.: INFRA-M, 2015 – 700 p.

RECAEARCH ON THE EFFECT OF DIGITAL ECONOMY LEVEL ON GREEN ECONOMY EFFICIENCY

Sun Jiayi

*Belarusian State University, Minsk;
yimisun878@gmail.com;
supervisor – E. M. Karpenka, PhD, Prof.*

There are results of the research on the effect of digital economy level on green economy efficiency in the article. The article presents the results of the analysis, the relevant conclusions.

Keywords: digital economy; China; economic development; environment; green economy; efficiency.

China is one of the most advanced countries in terms of digital economic development. E-commerce, financial technology, cloud computing, and the export of IT products are all areas where China leads in the digital economy. The rapid growth of China's economy puts a lot of strain on the environment, resulting in natural disasters. However, the Chinese economy has the potential to make the country's environment cleaner and more efficient. And the development of a digital economy and the need to improve the efficiency of the green economy are matters that require attention and solutions. The effects of the first on the second are very important and must be thought about in the context of the economic and social situation right now. The study's goal is to see how the degree of the digital economy affects the efficiency of China's green economy.

Approaches to the definition of digital economy are presented in table 1.

The Industrial Internet of Things by 2025 in the world may amount to about 1.2–3.7 trillion dollars. The digital economy has the potential to generate new scientific research and breakthroughs, fueling jobs and economic growth. E-commerce is the delivery of goods via the Internet and is currently the largest segment of the «digital economy».

UNEP defines a «green economy» as «a system of economic activities that leads to improved human well-being in the long term». A green economy aims to generate long-term social benefits from short-term measures to mitigate environmental risks. The main things in a «green» economy are the economy itself and the socio-economic sphere.

Since 1994, China has embarked on the development of the internet industry. Maintaining the pace of digitalization of the country's economy is an important task for management. E-commerce giant in 2020 is China, with 40 % of global e-commerce revenue (fig. 1). The number of online retail users in China reached 749 million in the first half of 2020, accounting for 79.7 % of

the total number of web users. The national e-commerce market has maintained its position as number one in the world for seven consecutive years.

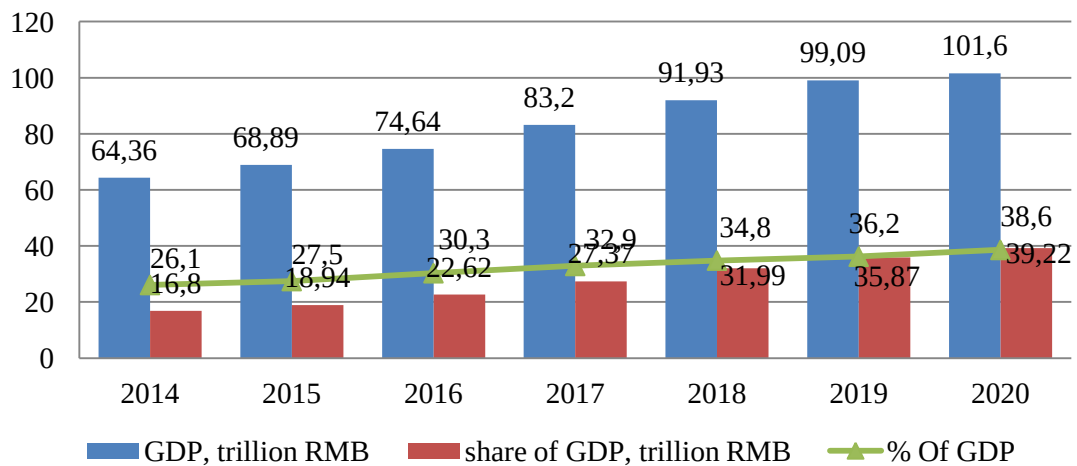
Approaches to the definition of digital economy

Approach	Definition
Australian Government	A global network of economic and social activities supported by platforms such as the Internet and mobile and sensor networks
World Bank	A new way of economy based on knowledge and digital technologies, within which new digital skills and opportunities are formed in society, business and the state
British Computer Society	The economy is based on digital technologies; however, we mostly understand by this the conduct of business transactions in markets based on the Internet and the World Wide Web.
European Parliament	A complex structure, consisting of several levels / layers, interconnected by an almost infinite and constantly growing number of nodes
Fayyaz	Digital markets that facilitate the sale of goods and services via e-commerce on the Internet
The Economist	An economy capable of delivering high-quality ICT infrastructure and mobilizing ICT capabilities for the benefit of consumers, businesses and governments
OECD	The digital economy is characterized by reliance on intangible assets, massive use of data, widespread adoption of multilateral business models, and the difficulty of defining jurisdictions in which value creation occurs.
European Commission	The digital economy is the main source of growth. This will stimulate competition, investment and innovation, leading to improved service quality, increased consumer choice, and job creation.

Note – Source: [8].

China's green finance program encourages investment in renewable energy projects. In 2020, China will issue 28 % of global green bonds. The Ministry of Ecology and Environment is drafting a macro-environmental policy. China plans to raise hydropower capacity to 510 GW by 2020. The National Energy Administration (NEA) says that 71.67 GW of new wind farms have been built in China. In the last year, China's wind farm capacity surpassed all new equivalent power plants globally. Despite China's dominance in wind and solar energy production, there is an oversupply. China isn't making use of its wind and solar energy potential because it doesn't have the right infrastructure to move power and its renewable energy supply isn't reliable.

The outbreak of the coronavirus COVID-19 has had an unexpected effect on the environment. At the beginning of 2020, many factories closed and daily energy production at coal-fired power plants was at a four-year low compared to the same period in 2018. Irrational use of natural resources and environmental pollution have also led to the fact that approximately 660 cities in the PRC suffer from a lack of water resources. The Chinese government said that solving China's environmental problem is a matter of 'the self-survival of the Chinese nation'.



The share of the digital economy in China's GDP for 2014-2020

We will also create a balanced system of environmental levies, increase punishments for pollution, and develop and implement federal and regional environmental initiatives based on science. To achieve this goal, corporations must alter their whole supply chains to protect the environment while lowering costs.

Chinese regions benefit from abundant natural mineral water and flora and fauna resources. Leading Chinese corporations are now aiming for green marketing in China. The following activities must be planned and organized to improve energy efficiency:

Reform pricing subsidies to completely cover production expenses and maintain a 25 % profit margin. We recommend expanding the state's collaboration with the International Renewable Energy Agency and the International Network for Sustainable Energy in areas such as health, science, and energy production technologies. Considering the harsh climate of the Arctic, residents need sustainable energy technologies. Shared expertise in establishing renewable energy sources and mutual aid in using highly efficient renewable energy technologies are proposed. Hydropower and wind energy can be considered for immediate development.

It is intended to create a long-term unified energy and capacity balance in China that includes renewable energy output. China wants to have a way to keep track of how plastic products are made, moved around, used, and thrown away by 2025.

China's initiatives are crucial for global low-carbon development. The high socio-ecological cost of economic expansion forced China to adopt a new development model, which included building nuclear power facilities. China's green finance program encourages investment in renewable energy projects.

China's «energy transition» is prepared by restructuring national economies to lessen reliance on raw material exports. China has decided to focus on developing a new generation of alternative energy cars.

China plans to invest \$1.6 trillion in energy efficiency by 2035. Around 17 % of this money will go to increasing the PRC's transportation industry's energy efficiency. The Chinese government is expanding funding sources for innovative industries. It not only promotes green car investments but also promotes the utilization of foreign direct investment by automotive companies. How the Chinese government wants to develop «green cars» in the medium and long term depends on where modern China stands in the world economy.

References

1. What is Digital Economy? [Electronic resource] – Access mode: <https://www2.deloitte.com/mt/en/pages/technology/articles/mt-what-is-digital-economy.html>. – Access date: 20.11.2021.
2. Digital 2020: annual global survey from We Are Social Hootsuite [Electronic resource]. – Mode of access: <https://wearesocial.com/blog>. – Date of access: 09.11.2021.
3. *Haipeng, H.* Digitalization of China / Haipeng H. // Business management in the digital economy. Collection of abstracts of the Fourth International Conference. – 2021 . – P. 451-456.
4. *Li, Sh.* Research on the development of the digital economy of China / Sh. Li // Proceedings of the All-Russian scientific-practical and educational-methodical conference. – 2021. – P. 154-159.
5. *Zhang, L., Chen, S.* China's digital economy: Opportunities and risks /L. Zhang, S. Chen // International Monetary Fund. – 2019. – 24 p.
6. Measuring the Information Society Report. [Electronic resource] – Access mode: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2016.aspx>. – Access date: 20.11.2021.
7. Ministry of Environmental Protection of the People's Republic of China [Electronic resource]. – Mode of access: [www / mep.gov.cn](http://www.mep.gov.cn) / HjzhI / zghjzkgb / Inzghjzkgb. – Access date: 20.11.2021.
8. *Xie, K.* Statistical analysis of the development of the digital economy in China / K. Xie // International Scientific and Practical Conference. – 2021. – P. 270–274.

ANALYSIS AND IMPROVEMENT OF THE EMPLOYEE MOTIVATION IN CHINA

Han Chongyang

*Belarusian State University, Minsk;
douly007@163.com;
supervisor – E. M. Karpenka, PhD, Prof.*

The world's new energy industry is developing rapidly. This article introduces the particularity of human resources, points out that the loss of human resources in this industry is very serious, and analyzes the environmental characteristics of human resources work in China's new energy industry based on the motivation of human resources. In view of these characteristics, this paper uses the hierarchy of needs theory, two-factor theory and other professional theories to analyze. Finally, the paper puts forward some suggestions on how to motivate employees in the new energy generation industry more efficiently.

Keywords: new energy industry; motivation; non-remuneration incentives; work environment; efficiently.

There is no doubt that the core asset of an enterprise is human resources, which is the most important of all the resources an enterprise possesses. Other assets, such as technology, capital, and corporate culture, all originate from and function through human resources, so it is no exaggeration to say that an enterprise's human resources are a necessary condition for its existence. So how to make efficient use of human resources is the core management content of enterprises.

Human resource is a special kind of resource. The most important difference between it and other resources of the enterprise is that human resource has the ability of subjective consciousness and independent thinking, which is also the basic characteristic of human resource. So how to manage and control human resources to make this most important resource run efficiently? The answer is "motivation". Motivation is what explains why people or animals initiate, continue or terminate a certain behavior at a particular time. Motivational states are commonly understood as forces acting within the agent that create a disposition to engage in goal-directed behavior. It is often held that different mental states compete and that only the strongest state determines behavior.[1] Motivation is also the fundamental reason for employees to work for the enterprise in an enterprise. According to Maslow's Motivation Model Theory, the motivation of employees to serve the enterprise should be varied.

We believe that the fundamental motivation for most employees to serve the company is Physiological Needs and Safety Needs. That is, income. The income received by employees represents how much social resources they can bring to themselves. Represents a better life and more possibilities. Other higher-level motivations will only become the main work motivation of an

employee after the employee has received enough income to live on. Therefore, we have never heard of a company that owes its employees 12 months of salary. Only the boss's approval and unrealistic promises can make employees willing to pay.

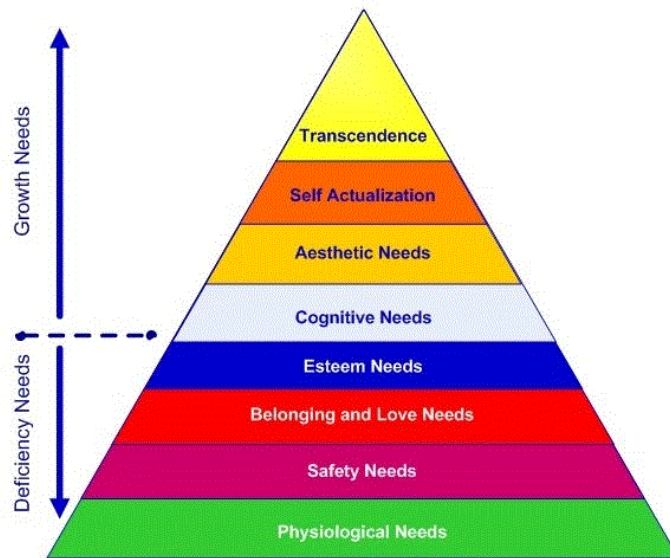


Fig. 1 – Maslow's motivation model

Note – Source: [2]

After satisfying the basic income motivation of employees, how can enterprises manage human resources more efficiently? The efficiency of this sentence refers to how managers can use other enterprise resources in a limited way to obtain higher employee motivation. Here we introduce an economic concept, the Marginal Utility Theory of Austrian economist Friedrich Freiherr von Wieser. As the income level of employees rises, the benefits brought by employees to the enterprise appear marginally diminishing. At this time, the efficiency of enterprises investing too much salary incentives will be very low. American psychologist Frederick Herzberg also explained this phenomenon in other ways in his Two-factor theory of emotion. Employees' income motivation is Hygiene factors, It can not give positive satisfaction or lead to higher motivation, though dissatisfaction results from their absence. Motivators, that give positive satisfaction, arising from intrinsic conditions of the job itself, such as recognition, achievement, or personal growth. [3] These factors become more efficient incentives.

After understanding the basic theory, what are the characteristics of human resources in China's wind power industry?

First, the new energy power generation industry headed by the wind power industry has gradually become the most important green power production method in the world. At present, 10% of the power of human society comes

from green energy such as wind energy and solar energy, of which China's green energy power generation has accounted for China's total power generation It accounts for 11.8% of the world's new energy power generation and accounts for about 65% of the world's new energy power generation, ranking first in the world. Moreover, China plans to achieve no increase in national carbon emissions by 2030 and achieve complete neutralization of domestic carbon emissions by 2060. Achieving this goal is very difficult, let's look forward to it.

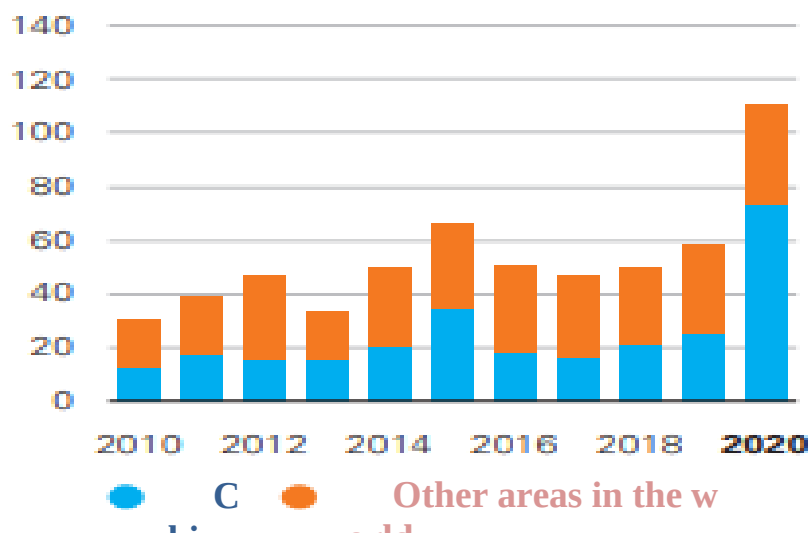


Fig. 2. – New energy power generation (GW)

Note – Source: [4]

The human resources of China's new energy power generation industry have different characteristics from other industries. Their income level is above the middle in China's power industry, but their working environment and vacation methods are the most different from other industries. Because wind and solar farms have high requirements for land and space resources, they are often built in sparsely populated fields, mountains and shallow seas. As this industry is currently developing rapidly in China, there is a very strong demand for mature talents with relevant majors in the industry, and the turnover rate of professional mature talents from various new energy power generation companies is very large. The human resource turnover rate of wind farms in 2019 was 23.8%, which was at an average low level in the industry, but much higher than other industries. Take Shengshou Wind Farm as an example. This wind farm is located in a mountainous area with an altitude of 1700–2000 meters. There are only a few scattered people here. The wind farm workers here are far away from their families and friends, and far away from civilized cities. Only one week off in two months. Their food, clothing, housing and transportation are borne by the company, so the employees themselves have no living costs.

The demand characteristics of human resources serving in the new energy power generation industry are obvious, and their income basically meets the needs of employees. However, the improvement of the working environment and the expectation of increased vacation should be the most attractive incentive for employees. Companies can help employees have more time to reunite with their families by inviting their families to take a vacation and pay all the expenses as an incentive; companies can build activity rooms and game rooms to solve the boring field life of employees; companies can set up two groups of teams to take turns working and taking vacations to increase employees' vacation time; companies can also use extended paid vacations as incentives such as rewards for outstanding employees.

To sum up, the characteristics of the new energy power industry are combined with Maslow's Motivation Model Theory, Friedrich von Wieser's Marginal Utility Theory and Frederick Herzberg's Two-factor theory of emotion. Human resources in this industry requires companies to meet their most desired non-pay expectations on top of their income needs. It is the most efficient incentive method, which can not only reduce the cost of human resources, but also alleviate the serious loss of human resources.

References

1. *Wasserman, T.* Motivation: State, Trait, or Both / T. Wasserman // Motivation, Effort, and the Neural Network Model. – 2020. – No. 5. – P. 93–101.
2. *Hackman, J. R.* Motivation Through the Design of Work: Test of a Theory / G. R. Oldham, J. R. Hackman. – 1976. – 346 p.
3. PB2021 [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.bp.com/zh_cn/china/home/who-we-are/bp-group-at-a-glance.html – Date of access: 23.04.2021.

THE THEORY OF PURCHASING POWER PARITY: CAUSES OF CURRENCY UNDERESTIMATION

A. A. Taitski

Belarusian State University, Minsk;

ataitski@mail.ru;

supervisor – Y. A. Nikonova; E. V. Runtsova

This article considers the causes of currency underestimation according to the purchasing power parity theory. The hypotheses under study are supported by empirical research. The purpose of the research is to identify the causes of currency underestimation.

Key words: purchasing power parity theory; currency underestimation.

Nowadays international trade is a source of life for almost all countries of the world. Many centuries ago, people realized that it was more beneficial for them to purchase goods that were hard and expensive to produce. Later Ricardo approved that international trade is beneficial for each unit participating in it.

The first form of trade was represented by natural goods exchange which was called «barter». Later token money gained popularity and one question appeared: «How to evaluate the goods in different currencies?» This question was significant, especially for international trade. People from different countries didn't know anything about the prices and currencies of other countries directly. For that reason, the decision to make the only measure for all the currencies was made.

The first attempt to implement this idea was using metal money, made from different precious metals. The most developed and popular system, based on this principle, was the «Golden Standard». The essence of this theory was that all the currencies had their golden equivalent. And that is the way, we can measure the price of a currency in another currency. This equivalent for each currency was called «absolute PPP (Purchasing Power Parity) » by Swedish economist Gustav Cassel who did research concerning the crash of the Golden Standard which was caused by the crisis after the I World War. Despite the long history of the term «Purchasing Power Parity» and the theory they are still alive and have been developing for more than a hundred years.

The modern interpretation of PPP is based on many factors, which influence parities between currencies. The most influential among them is the level of inflation in the country which affects the purchasing power of a currency inside and outside the country.

Let's define a useful and practical side of this theory. In the situation of global instability and market fluctuations economies of all countries are damaged. Some of them – more, another – less. The main criterion of a weak

economy is an underestimated national currency. With the help of the purchasing power parity theory let's define three causes of currency underestimation.

The first cause is hidden in the Balassa-Samuelson effect. This effect was firstly described by two extraordinary economists in the middle of the 20th century. They are Bela Balassa and Paul Samuelson. The idea of this effect is that countries with a lower level of social and economic development are more prone to economic fluctuations, inflation and, as a consequence, to currency underestimation. This effect could be proved empirically.

Table

Comparison of nominal GDP per capita with GDP per capita by PPP for 2020

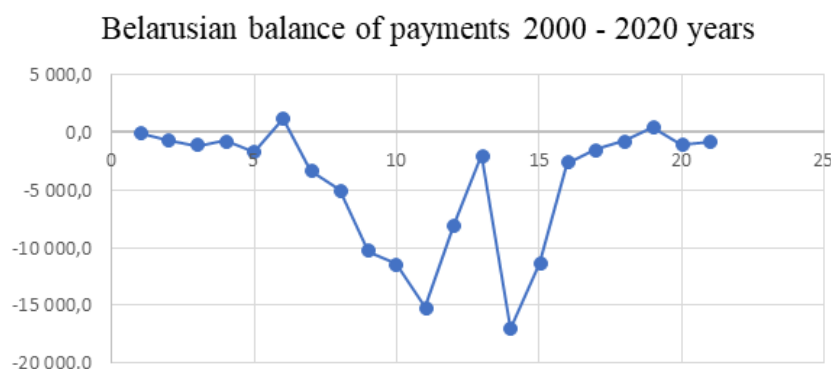
Country	GDP per capita (US doll.)	GDP per capita PPP (US doll.)	Underestimation of currency (%)
Developed economies			
Australia	51 812	55 097	6.34
Belgium	44 594	51 968	16.54
Great Britain	40 285	44 916	11.5
Canada	43 242	48 073	11.17
Luxembourg	115 874	118 360	2.15
Norway	67 294	63 198	-6.09
Developing economies			
Belarus	6 411	20 200	215.08
Bulgaria	9 976	24 367	144.26
Kazakhstan	9 056	26 729	195.15
Russia	10 127	28 213	178.59
Turkey	8 538	28 119	229.34
Afghanistan	509	2 088	310.22
Bolivia	3 143	8 367	166.21
Somalia	309	875	183.17
Myanmar	1 400	4 794	242.43
Mozambique	449	1 297	188.86
Chad	614	1 603	161.07

Note – Source: [1, 2]

From Table 1, we can conclude using the Balassa-Samuelson effect: the level of social and economic development affects purchasing power of a currency.

The next cause of underestimation is the dynamics of the balance of payments. The balance of payments represents all the economic activities of a country in the international trade arena. It shows the inflow and outflow of money and assets. When the balance of payments is negative it means that our country has spent more foreign currency, than it has earned. It causes a shortage in international currencies and the price of these currencies rises inside the country. In conclusion, we have an underestimation of national currency.

This theory could be proved by using the example of the Republic of Belarus, which is characterized by an underestimated currency and an almost permanent negative balance of payments, as shown in the picture below.



Belarusian balance of payments 2000–2020 years
Note – Source: <https://www.nbrb.by/statistics/balpay>

The last point is government action. This issue consists of two parts: political actions and macroeconomic policy. Both of them influence the flow of goods, money and other assets inside and outside the country, which define many macroeconomic variables including exchange rates and purchasing power of a national currency.

References

1. GDP per capita (current US\$) // The World Bank [Electronic resource]: – <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD/>. – Дата обращения: 05.05.2022.
2. GDP per capita, PPP (current international \$) // The World Bank [Electronic resource]. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD>. – Дата обращения: 05.05.2022.
3. Balance of payments of the Republic of Belarus // National Bank of the Republic of Belarus [Electronic resource]: <https://www.nbrb.by/statistics/balpay> . – Дата обращения: 05.05.2022.

DEVELOPMENT OF SCIENTIFIC AND RESEARCH ACTIVITIES UNDER THE CIRCULAR ECONOMY IN CHINA

Tian Yuan

Belarusian State University, Minsk;

tiany182@gmail.com;

supervisor – A. Yu. Andrushchanka, PhD, Associate Prof.

In the context of the formation of the model of the circular economy, a special place is given to scientific research. In connection with the construction of a new model of management, a revision of the mechanism for organizing scientific and research activities is required. The circular economy is undoubtedly the goal of various scientific and research organizations in the context of sustainable development. According to the 3R principles (reduce, reuse, recycle) of circular economy, the implementation of scientific research activities and the application of circular economy are reflected in many aspects, most notably in the research on energy saving and emission reduction by scientific and research organizations.

Keywords: China; scientific research; scientific and research organizations; circular economy; development of scientific research; sustainable development.

Scientific and research organization refers to an institution that has a clear research direction and mission, a high level of academic leadership, a certain number and quality of researchers, the basic conditions for scientific research work, and long-term organized to engage in scientific research and development activities [1].

In general, according to the founding bodies of scientific and research organizations, there are three types of scientific and research organizations in China: government scientific and research organizations, university scientific and research organizations, and corporate scientific and research organizations.

The different identities of the founders and the different purposes for which they set up scientific and research organizations have led to the different characteristics of these three types of scientific and research organizations. The main function of university scientific and research organizations is to train more talents for the society, while the main characteristic of government and corporate invested scientific and research organizations is to absorb talents trained by universities. The scientific and research organizations of universities are more complete and richer in terms of disciplines than those of governmental and corporate scientific and research organizations, but the research and development management mechanisms and incentives of governmental and corporate scientific and research organizations are more complete and richer than those of university scientific and research organizations.

To comprehensively investigate the scientific research performance of scientific and research organizations, a series of indicators are usually used to evaluate the overall strength of scientific research, considering the actual situation, and conducting statistical surveys. For example, the performance evaluation index system of scientific research management in higher education institutions is shown in table 1.

The performance evaluation index system of scientific research management in higher education institutions

Level 1 indicators	Level 2 indicators
Science and technology resource allocation	Innovative Human Resources
Scientific research funding and projects	Scientific research funding
	Significant Projects
Scientific research achievements awards and benefits	Essays
	Publications
	Patent licensing and other intellectual property rights
	Scientific research awards
	Technology transfer revenue
Science and technology communication	Academic conferences
	Visit study
Scientific research input-output ratio	Human efficiency
	Efficiency of funding

As we can see from the table above, the current evaluation system for scientific and research organization management is still mainly in the more traditional mode, looking at the number of research results and research resources, without directly incorporating the circular economy into the assessment criteria.

But in view of today's situation, advocating a circular economy is an inevitable trend in the development of international society. It is a new mode of economic operation for human beings to achieve sustainable development, and this mode of economic operation is a circular economy that realizes the ecological transformation of economic activities. The ecology of the circular economy is a breakthrough change in the history of human society's economic development, it is also an important way and effective way to implement sustainable development strategies.

Consequently, in the context of the development of a circular economy, scientific and research organizations should adapt their own management systems and evaluation systems to the requirements of sustainable development.

First, it is important to understand the fact that development is not only about economic development and technological development, but that the goal of both economic and technological development is to serve a better life for mankind. Therefore, it is important for scientific and research organizations to abandon the traditional concept of focusing on the results of scientific

research and to consider the concept of circular economy and sustainable development as a core element of development, which should be always considered in the research process.

Furthermore, during scientific research activities, consideration should be given to whether the resources used are non-polluting or low-polluting, and renewable energy should be actively developed and utilized, with the aim of energy restructuring, and practical management policies should be formulated to strongly support and guide the healthy and rapid development of renewable energy.

Moreover, scientific and research organizations should strive to build an industrial system characterized by low carbon emissions, as well as promote green consumption model. They should also actively participate in international cooperation and organizational cooperation in response to environmental changes.

Finally, circular economy assessment indicators should be included in the research evaluation system. In the past, the evaluation system was based more on the number of research results and income (e.g. number of SCI papers, awards, research income, etc.) as the main evaluation indicators. For the future, scientific and research organizations should include the circular economy as part of their evaluation, focusing on the significance of research results for the development of the circular economy and whether the research process is in line with the concept of the circular economy.

The development of a circular economy is a long-term process that requires continuous efforts and struggles. Scientific and research organizations need to explore and improve their organizational mechanisms in the process of development, so that the results of scientific research can truly benefit mankind.

References

1. Scientific and research institutions [Electronic resource]. – Mode of access: <https://baike.so.com/doc/617980-654195.html>. – Date of access: 24.10.2021.
2. *Baiqing, S.* Method for evaluating the performance of scientific research management in universities / S. Baiqing // Journal of Harbin Engineering University. – 2010. – No. 6. – P. 803-808.
3. *Chenglei, H.* An empirical study on the implementation mechanism and outcome performance of circular economy in Chinese manufacturing enterprises / H. Chenglei // Journal of Guizhou University of Finance and Economics. – 2016. – No. 2. – P. 100–110.

ANALYSIS OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN COMMUNITY HOSPITALS IN CHINA

Wang yunyun

Belarusian State University, Minsk;

betterwyy@163.com;

supervisor – K. Miniukovich, PhD, Associate Prof.

This paper therefore aims to discuss how to improve the human resource management of community hospitals in China. This paper therefore aims to discuss the current situation of HRM in Chinese community hospitals and the HRM issues exposed by the new epidemic.

Key words: community hospitals; human resource management; challenges.

Introduction

With the outbreak of the new crown epidemic in 2019, China has adopted a unique approach to epidemic prevention. Primary hospitals, represented by community hospitals, have taken on the task of epidemic prevention in addition to their basic daily work. Primary hospitals, represented by community hospitals, are the main force in carrying out epidemic prevention work and are truly the gatekeepers of people's health. Although the human resource management system in Chinese hospitals has made great progress in recent years, there are still many problems, especially in the case of public health emergencies, which have caused many contradictions between the already inadequate human resource management system and the reality of Chinese hospitals.

Community hospital in China

Community hospitals take communities, families and residents as the service object, take the health of residents as the center, provide basic medical services and basic public health services for common diseases, multiple diseases and chronic diseases, and are non-profit medical institutions [1].

After the medical service capacity reaches a certain level of Community Healthcare Centers and health centers, and with actual open beds of 30 or more are China's community hospitals [2].

With the decreasing of health centers, on the contrary the number of high-quality Community Healthcare Centers has been increasing. Therefore, we regard the Community Healthcare Center as the research subject of the community hospital. By the end of 2020 there were 35365 Community Healthcare Centers in China, accounting for 36.5% of the number of primary medical and health institutions [3].

Economic foundations of its functioning

The income of government-run community hospitals is composed of government financial subsidies and service charges (including medical service

revenue and public health service revenue), and at present, the pharmaceutical revenue is no longer the main financing method for community hospitals [4].

When the central government allocates transfer payment funds, it mainly considers factors such as the number of permanent residents in the implementation of basic public health services in various localities, the national basic standards, and the proportion of the central and local governments.

From 2016 to 2020, according to data from the National Bureau of Statistics of China, China's annual health expenditure has increased year by year. Government expenditure on health of 2020 has reached 2,199,830 million yuan [3].

HRM issues in community hospitals

Human resource management in hospitals in China has gone through four historical stages and is currently in its fourth stage. I analysis the human resource management issues of Chinese community hospitals based on the Harvard Model and the HR Value Chain Model.

Employee

Community hospitals lack a recruitment plan and initiative in recruitment. They are overly dependent on their parent units for recruitment. Many positions went unregistered, and no staff could be recruited, even if there were long-term employment positions in vacant.

A shortage of medical staff. According to the end of 2019, the ratio of doctors to nurses in Chinese Community Healthcare Centers and sites cannot reach 1:1, while ratio of doctors to nurses has reached the level of 1:4 as in Finland and the United States. China's grassroots doctors work an average of 9.1 hours a day on weekdays and 4.7 hours a day on rest days [5]. Under normal circumstances, even if the recruitment of medical staff is insufficient, community hospitals can barely maintain their daily work. And the outbreak of COVID-19 has increased the workload of hospitals. Community hospitals can't be able to carry out their normal daily operations with the shortage of medical staff, and have to choose to suspend outpatient clinics and other operations, keeping only emergency services. Staff in community hospitals need to take on many additional tasks in addition to their own work.

A shortage of professionals. On the one hand, the management of the hospital basically comes from the clinic, and rarely has the educational background of management, only 7.2% of the managers have a postgraduate degree or above [3].

In addition, the COVID-19 prevention and control plan during the epidemic requires community hospitals to arrange psychological counselors at isolation points, and in fact, community hospitals are very short of talents in this area, usually by doctors from other departments. Similarly, although current community hospitals are responsible for nucleic acid sampling, because they

do not have the equipment and staff to conduct nucleic acid testing, samples usually need to be sent to a higher level for testing.

Training

The training system and training content need to be improved. There is a shortage of grass-roots medical staff, and the busy work makes it impossible for doctors to take free time to study and grasp what they want to learn. And advanced training basically requires employees to go to higher-level hospitals to learn, and community hospitals themselves cannot provide such training. In the face of a public health emergency such as the COVID-19 pandemic, it can become tricky without training and learning on infectious disease prevention and control.

Compensation and Benefits System

According to the 2021 China Grassroots Doctor Insight Report, 1/3 of grassroots doctors have a monthly income of less than 5,000 yuan. At the same time, the report also shows that more than 80% of grassroots doctors hope that their monthly income can exceed 10,000 yuan [5]. Therefore, community hospitals need to improve the treatment of employees and improve the salary system.

Community hospitals, as representatives of grass-roots hospitals, also face the problem that employees are not only troubled by work but also have problems with learning and career development. These troubles seriously affect their happiness and motivation. Therefore, it is necessary to consider employee motivation in the compensation and welfare system.

Conclusion

Community hospitals, as representatives of grassroots hospitals, are not only the gatekeepers of people's health, but also an important part of China's medical system. Community hospitals are currently facing many challenges, and there are many areas for improvement in human resource activities. They are the following:

- 1) lack of recruitment plan and initiative in recruitment;
- 2) shortage of medical staff;
- 3) lack of management background in management;
- 4) lack of professional and technical personnel;
- 5) difficulties in business training;
- 6) long working hours;
- 7) employee incentives.

At the same time, the number of contradictions have become particularly prominent under the catalysis of the epidemic, specifically

- 1) the shortage of medical staff;
- 2) the lack of professional and technical personnel;
- 3) the unmet needs of employees for professional training.

References

1. Ministry of Health and State Administration of Traditional Chinese Medicine. "Notice on Printing and Distributing the Measures for the Administration of Urban Community Health Service Institutions (for Trial Implementation)." www.gov.cn, 29 June 2006, www.gov.cn/zwgk/2006-08/10/content_359147.htm. Accessed 29 Apr. 2022.
2. Basic Standards for Community Hospitals (Trial). Edited by National Health Commission of the People's Republic of China, 12 June 2019.
3. National Health Commission of the People's Republic of China, 2020 China Health Statistical Yearbook. 6 Dec. 2021.
4. Qingyue Meng, et al. People's Republic of China Health System Review. Edited by Anne Mills and Viroj Tangcharoensathien, World Health Organization, 2015.
5. Dingxiang Doctor Data Institute. 2021 China Primary Doctor Insight Report. Dec. 2021.

STRATEGY FOR THE UNIVERSITY ENTREPRENEURSHIP'S DEVELOPMENT (BY EXAMPLE OF GUANGDONG COLLEGE OF COMMERCE)

Xia Han

Белорусский государственный университет, г. Минск;

xh123000@yeah.net;

supervisor – А. Г. Ветелкина

As research, the paper provides support and reference for the promotion of University Entrepreneurship development in Guangdong College of Commerce. As a social organization gathering advanced knowledge, universities have the responsibility to apply knowledge to practical production to promote the development of social economy. Financial Colleges and Universities are an important part of China's higher education. Under the background of mass entrepreneurship and innovation, their training and education of innovative and entrepreneurial talents has more important theoretical significance and practical value.

Key words: entrepreneurship; University Entrepreneurship; strategy; innovation.

As a social organization gathering advanced knowledge, universities have the responsibility to apply knowledge to practical production to promote the development of social economy. Financial Colleges and Universities are an important part of China's higher education. Under the background of mass entrepreneurship and innovation, their training and education of innovative and entrepreneurial talents has more important theoretical significance and practical value. As research, the paper provides support and reference for the promotion of University Entrepreneurship development in Guangdong College of Commerce.

Since the second half of the 20th century, universities, as the most important non-profit organizations in society, have inspired entrepreneurship. In the era of knowledge economy, knowledge has become the most important factor of production. As a social organization that collects advanced knowledge, colleges and universities have the responsibility to apply knowledge to practical production and promote social and economic development. Some colleges and universities rely on the accumulation of rich knowledge to attract investment and entrepreneurship, accelerate the transfer of scientific and technological achievements, and quickly enter the ranks of world-class universities. Some universities take advantage of the government's cutbacks to start businesses, actively serve local businesses, and undertake the important task of promoting economic development. The higher education researchers who discovered this phenomenon have named this new type of university the "entrepreneurial university." Entrepreneurial University realizes the leap-forward development of the university through knowledge

capitalization, and further promotes the development of the local economy. "Entrepreneurship" has become the new mission of the university, and building an entrepreneurial university has also become a strategic choice for the practice of running a university.

The emergence of Western entrepreneurial universities is not only the result of the joint actions of the government, enterprises and universities, but also the result of the continuous connection and interaction of the triple helix system. The government's demand for entrepreneurship in colleges and universities, the reduction of the government's investment in higher education, the relaxation of the government's control over the ownership of intellectual property rights in colleges and universities, the high-tech needs of college enterprises, the needs of colleges and universities for knowledge-intensive industries, the promotion of universities' independent search for funds, and the promotion of college knowledge industries. The development of modernization has caused constant changes in Western universities and opened up the path of academic entrepreneurship.

At present, the education of domestic colleges and universities is still an indoctrination education model that emphasizes theory and ignores practice. The proportion of practical courses is small, and there are only professional-related entrepreneurial electives. The innovation and entrepreneurship knowledge system of economics and management majors has not yet been professionalized and systematic. Most undergraduate colleges still teach according to the traditional professional education system. Innovation and entrepreneurship education for economics and management majors in most colleges and universities has not yet been incorporated into the education and teaching system. Its personnel training objectives are not clearly defined, and the implementable personnel training projects are often used as employment guidance services for college students, lacking the functions of resource integration and implementation system construction. In addition, teachers of economics and management majors in colleges and universities have more comprehensive theoretical knowledge, but lack rich experience in practical and entrepreneurial activities.

The top-level design of entrepreneurship education in Entrepreneurship University is to plan future development and to concretize the "overall concept". Taking entrepreneurship education as a project, using systematic theoretical methods such as concept consistency, functional coordination, unified structure, and resource sharing, it comprehensively considers all levels and elements of entrepreneurship education from an overall perspective. Specifically, entrepreneurship universities should combine teaching and scientific research, use knowledge, technology, creativity, and skills to carry out entrepreneurial activities, promote entrepreneurship teaching, promote scientific

research and entrepreneurship, and improve social service capabilities with entrepreneurship, establish the concept of entrepreneurship education, and cultivate entrepreneurship education. Pioneer entrepreneurial talents serving economic and social development, improve various entrepreneurial organizations and networks at all levels, establish and improve the rules and regulations of entrepreneurial education, and create a vibrant entrepreneurial culture.

In order to improve the level of entrepreneurship and innovation in my country's colleges and universities, colleges and universities should establish an innovative organizational structure, improve the organizational system, expand the development periphery, and establish an effective interaction mechanism with enterprises and the government. In addition, local and university technology transfer centers or patent licensing agencies should actively sign patent licenses with university patent application companies and carry out patent industrial production to ensure the smooth progress of academic entrepreneurship in universities.

References

1. *Balatsky E. V.* Elements of the economy of the public sector. Minsk: Capital of the Country, 2013.
2. *Wang Yan, Kong Hanbing, Wang Peimin.* Entrepreneurial Universities: Challenges and Opportunities for Research Universities // Higher Education Research, 2003 (5).
3. *Henry Etzkowitz.* *Triple Helix: Innovation Strategy of University –Industry-Government Ternary Integration.* Translated by Zhou Chunyan. Beijing: Oriental Publishing House, 2014:3.

CROSS BORDER E-COMMERCE DEVELOPMENT ON GREEN SUPPLY CHAINS

Xu Yajiao

*Belarusian State University, Minsk;
y.christina.xu@gmail.com;
supervisor – K. V. Shestakova, PhD, Associate Prof.*

Cross-border e-commerce (CBE) is a type of international e-commerce analogous to cross-border e-tailing. Supported by advanced technology, growing demand and favorable policies, more and more people are shopping online, especially in China. CBE is booming globally, but it also faces challenges. Cultural and consumer behavior, laws and regulations, product and marketing issues, payment terms and logistical constraints have been identified as major obstacles to its success.

As a result, logistics-related issues are a major concern for the industry as CBE requires long-distance shipping, long transit times, high transportation costs and poor return services are increasingly prominent. Traditional logistics systems are inadequate to meet the new challenges. To reduce environmental costs and enhance sustainability, implementing a green logistics system is necessary. However, many companies do not know how to effectively develop green supply chains and lack competitive logistics strategies in cross-border relationships.

The purpose of this study is to explore the theory of green supply chain application in cross-border e-commerce and to explore the practical aspects of its application in cross-border e-commerce in China.

Keywords: Green economy; supply chain management; e-commerce.

Cross-border e-commerce refers to a new form of international trade that belongs to trade entities in different countries or regions and uses Internet technology to complete the sale, purchase, payment and settlement of commodities on intermediate e-commerce trading platforms, and distribute them through cross-border logistics, making transactions successful [1]. It not only breaks down spatial barriers between countries and promotes international trade to gradually become borderless. At the same time, it is also promoting major changes in the global economic and trade pattern.

Cross-border e-commerce has six features: Global Forum, intangible, anonymity, instantaneous, paperless, and rapidly evolving [2]. The emergence of cross-border e-commerce has promoted the development of international trade, but it also has a certain impact on the environment. Reviewing the development history of the global cross-border e-commerce industry, it can be found that cross-border e-commerce has developed from traditional foreign trade to foreign trade e-commerce, and is further developing into cross-border e-commerce. The development of cross-border e-commerce so far has only been 20 or 30 years. With the rapid improvement of Internet technology, cross-border e-commerce has shown explosive growth.

In the past two decades, China's cross-border e-commerce has gone from scratch, from weak to strong, and has gone through four stages from budding to growth, from expansion to maturity [3]. At present, China's cross-border e-commerce industry is accelerating the process of foreign trade innovation and development and has become a new engine for China's foreign trade development (table 1).

Table 1

The Analysis of the development process of CBE in China

Stages in Germination (1999-2003)	Growth Period (2004-2012)	Exploration Period (2013-2018)	Maturation Period (2019-Present)
Only on traditional foreign trade	The whole process of cross-border e-commerce can be realized electronically	Cross-border independent brands, self-built independent stations and other differentiation models appear and lead the giants	Fine operation, localized operation and other began to receive attention and practical application
Adopt online supply and demand information matching, offline to complete transaction mode	Online trading platforms with perfect functions of online display, transaction, customer service and payment appear	CBE channels and categories have achieved rapid expansion, and the transaction scale has continued to grow rapidly	Online combination, distribution, live broadcast marketing and other innovative models continue to penetrate
		CBE services were rapidly improved	Industry barriers have been initially formed

The McKinsey Global Institute (MGI) explains in *Big Data: The Next Frontier of Innovation, Competition, and Productivity* the influence of the mastery of big data on the development of global e-commerce. Driven by the innovation of big data, it can increase labor productivity, stimulate the formation of new business models, and ultimately achieve new economic growth points [4].

China's manufacturing industry has high advantages in cost and scale. With the promotion of the "Belt and Road" initiative and the capital market, in recent years, cross-border e-commerce has advocated for brands to go overseas, and export cross-border e-commerce occupies a dominant position in the cross-border e-commerce transaction structure [5].

Green supply chain is developed on the basis of traditional supply chain. Both emphasize systematization and hope to realize the benefits of the whole supply chain through mutual coordination and cooperation between various nodes, enterprises and departments. However, compared with traditional sup-

ply chains, the green supply chain, while pursuing economic benefits, puts more emphasis on environmental factors, seeks the balance of benefits between economy, society and environment, and emphasizes the environmental compatibility of activities such as planning, procurement, production, circulation and consumption [6].

In the e-commerce environment, through the application of green supply chain management, it is not only conducive to optimizing resource allocation, but also plays an important role in the development of enterprises. It is mainly manifested in the following points.

It is conducive to the integration and optimization of resources, and is conducive to enterprises to obtain competitive advantages. In the e-commerce environment, the implementation of the concept of green supply chain management is conducive to increasing the contact between suppliers, manufacturers, retailers and customers, and facilitating managers to optimize and integrate manpower, material resources, financial resources, technology, and information within the enterprise, and enhance the contact between banks, certification centers, and distribution centers, thereby promoting the smooth progress of the enterprise's work, promoting resource integration and optimization, reducing enterprise production costs, and reducing damage to the surrounding environment. It is also conducive to promoting the innovation and development of enterprises. Green supply chain management is an innovation in the concept of supply chain management. It emphasizes green design, green production, green sales, and focuses on the recycling and utilization of products. Especially in the e-commerce environment, the advantages of this concept are even more obvious. It can reduce the cost of production, sales and other aspects of the enterprise, reduce the damage to the surrounding environment, and it is also a change and innovation in traditional management methods. In the fierce market competition, enterprises have implemented the concept of green supply chain management, which is conducive to better regulating and restraining management activities, reducing the cost and resource consumption of enterprises in all aspects of production, sales, etc., and promoting technological renewal.

The development of e-commerce has created favorable conditions for green supply chain management. However, due to the relatively short time of the concept of green supply chain management, and the imperfect relevant systems, there are still some imperfect relevant laws and regulations and consumers' lack of environmental awareness.

In order to make up for the shortcomings of green supply chain management, better protect the surrounding environment, promote the development of e-commerce, and effectively meet people's needs, the following improvement and improvement measures can be taken. Promote the standardization

and institutionalization of green supply chain management by improving relevant laws and regulations, effective standardization and restraint management activities. Strengthen the guidance of consumers, to help them establish environmental awareness and green consumption concept. Local governments and enterprises should use the Internet, TV, magazines and other media to publicize the importance of environmental protection, guide consumers to establish the concept of green consumption, let them change their ideas, and consciously establish the concept of environmental protection and green consumption [7].

At the same time, we should pay attention to management innovation, improve the management system, improve the overall management level of enterprises, and effectively standardize and guide the work of green supply chain management. Create a green supply chain in line with consumer needs, pay attention to innovative product design, implement the ecological design concept, and select ecological and energy-saving materials. We should maximize the utilization rate of resources, avoid material waste, reduce the cost of enterprises, establish the enterprise brand image, and create conditions for the development of enterprises and the improvement of market competitiveness.

The combination of green supply chain and cross-border e-commerce not only enhances the multifaceted competition and development of enterprises in the market, but also promotes the sustainable development of enterprises to achieve efficient resource utilization and minimize environmental impact.

References

1. *Balatsky, E. V.* Elements of the economy of the public sector / E. V. Batafsky. – Minsk, 2013. – 249 p.
2. *Yan, L.* Research on the Current Situation and Development Mode of Cross-border E-commerce Import in China / L. Yan // *Business Theory of China*. – 2020. – No. 16. – P. 1–2.
3. *Chunquan, L.*, A Review of Supply Chain Management Research Status / L. Chunquan, L. Rengang // *Journal of Huazhong Agricultural University*. – 2008. – No. 2. – P. 63-66.
4. *Yong, P.* The current situation, problems and future development of China's cross-border e-commerce / P. Young // *Theoretical view*. – 2017. No. – 12. – P. 36-39.
5. Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.bdvc.nl/images/Rapporten/big-data-the-next-frontie.pdf>. – Date of access: 13.04.2022.
6. China Cross-border e-commerce Market Data Test Report productivity [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.fibre2fashion.com/news/e-commerce-industry/china-s-cross-border-e-com-market-size-topped-2-25-trn-in-2021-280327-newsdetails.htm> – Date of access: 13.04.2022.
7. *Zhao, K.* Mao Ningying. Review of supply chain management in China, based on the word-frequency analysis / K. Zhao, N. Mao // *Modern trade industry*. – 2017. – No. 02. – P. 37-39.

THE INFLUENCE OF THE PANDEMIC AT THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY

Xu Zongfu

Belarusian State University, Minsk;

nlfbj@outlook.com;

supervisor – A. Yu. Andrushchanka, PhD, Associate Prof.

This article objectively analyzes the development level and influencing factors of digital economy during the pandemic, makes relevant action plans, and predicts the development trend of digital economy during the pandemic. These measures have great practical significance to realize the digitalization of enterprise activities and improve the market environment.

Keywords: digital economy; COVID-19 outbreak; digital technology; digital transformation; big data analytics; digital tools; digital platform; artificial intelligence; e commerce.

In recent years, with the rapid development of emerging digital technologies such as the Internet of Things, big data and artificial intelligence, the digital economy has spread from the information industry to many aspects of the society, and the digital economy has become the mainstream economic development direction of the world; The sudden impact of the outbreak of COVID-19 in 2020 has caused great damage to human life and the world economy, showing the fragility of the world economy. The COVID-19 epidemic and its containment have confirmed the important role of digital technology and the need to transition to a digital economy and society, and the digital transformation has brought new tools and opportunities to address the impact of the pandemic and the recession. Digital technology can help contain the pandemic and mitigate the impact of the pandemic. Digital tools can be used to communicate test results and track infected people: Digital technology can enable parts of the population to continue to work or study from home in isolation, thus allowing access to updated information, public services and educational programs while following social alienation measures. Internet, digital platforms, and e-commerce play an important role in promoting business transactions, financial services, communications services and social networks, travel and hosting services, application development, and work sessions. Big data analysis helps governments track recovery and facilitate research on policy effectiveness. Digital technology can also play an important role in the economic recovery while addressing the continuing challenges of low productivity.

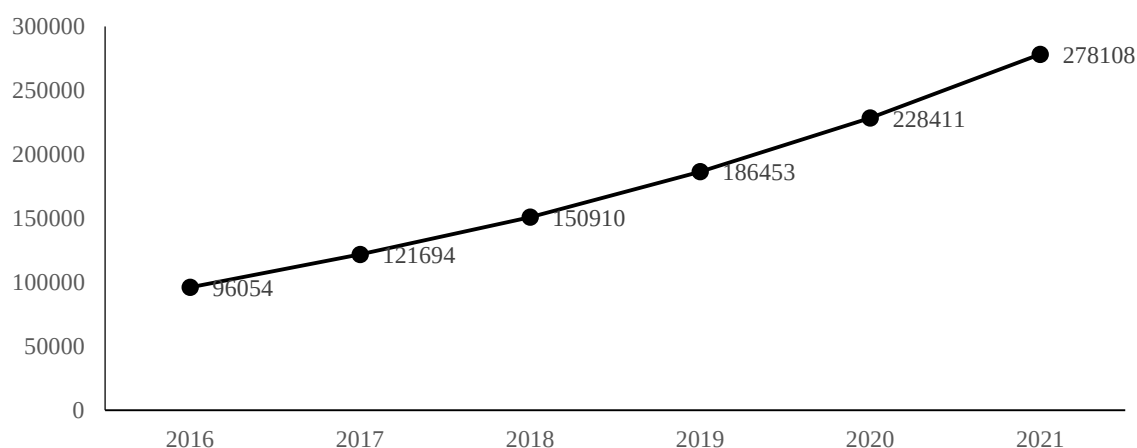
The digital economy is a global network of economic activities, business transactions and professional interaction supported by information and communication technology (ICT). It can be summarized as a digital economy.

In the early days of its existence, the digital economy was sometimes called an Internet economy, a new economy, or a network economy, due to its reliance on Internet connectivity. In the late 1990s, Don Tapscott «Digital Economy: Prospect and Risks in the Era of Internet Intelligence», Manuel Castells «The Information Age Trilogy: Economy, Society and Culture» and Nicholas Negroponte «Digital Survival», the analysis of the digital economy in a series of works represented by them focuses on the use of the Internet and early thinking on its economic impact. In 1998, the US Department of Commerce released its first official agency report on the digital economy, «The Emerging Digital Economy»; Since the mid-2000s, reports published by major institutions have been increasingly focused on the role of the Internet and ICT technologies in economic development. The definition of the digital economy has gradually evolved to include the analysis of different policies and digital technologies on the one hand, and the growth of ICT and digital-oriented companies as key players on the other. After the first decade of the 2000 century, with the development of digital technology, the discussion of digital economy turned more to the application of digital technology in economic and social work, namely digitalization, for example, artificial intelligence (AI), Internet of Things (IOT), cloud computing and big data analysis, these new technologies are collectively known as «digital technologies».

The digital economy continues to grow at an incredible rate, thanks to its ability to collect, use, and analyze large amounts of machine-readable information (digital data) about almost anything. This digital data is collected based on the analysis of digital footprints retained on various digital platforms due to the activities of individuals, social groups, or businesses. Global Internet Protocol (IP) traffic, providing a rough scale of data streams. At present, with the cloud computing, big data, the Internet of Things, and the digital transformation of traditional industries, the growth rate of data traffic is accelerating, and the pressure on data centers is increasing. Data show that from 2016 to 2021, the global IP data traffic showed an increasing trend (fig. 1). Moreover, although the data-driven economy is still in the early stages of development. By 2022, global IP traffic is expected to reach 337,700 (pb / m), driven by the impact of the COVID-19 pandemic and the increasing number of new Internet users.

From the perspective of patents, according to OECD's definition of information and communication technology patents, the search of ICT invention patent application data from 2011–2020 in IncoPat patent database shows that the total number of ICT invention patents disclosed in the past 10 years, accounting for 17,6 % of the total global invention patents disclosed in the same period. As shown in fig. 2, the number of ICT invention patents disclosed has increased steadily year by year, with a compound annual growth rate of 7,3 %.

Nowadays, it is very common for any project, including digital technology to be marked as a digital transformation, which involves some of the changes taking place in the business. Digital transformation clearly means the use of



digital technology to drive major changes in the company's business model. The COVID-19 background accelerates the digital transformation of businesses and the entire industry (such as retail, catering, and education).

Fig. 1. Global IP data traffic, 2016-2021 (Pb/m)

Note – Figure was created by author based on source [1].

For example, while e-learning existed before the pandemic, the COVID-19 pandemic accelerated and expanded the digital transformation of traditional educational organizations at all levels, the only possible way to continue their activities during the lockdown and under the new normal.

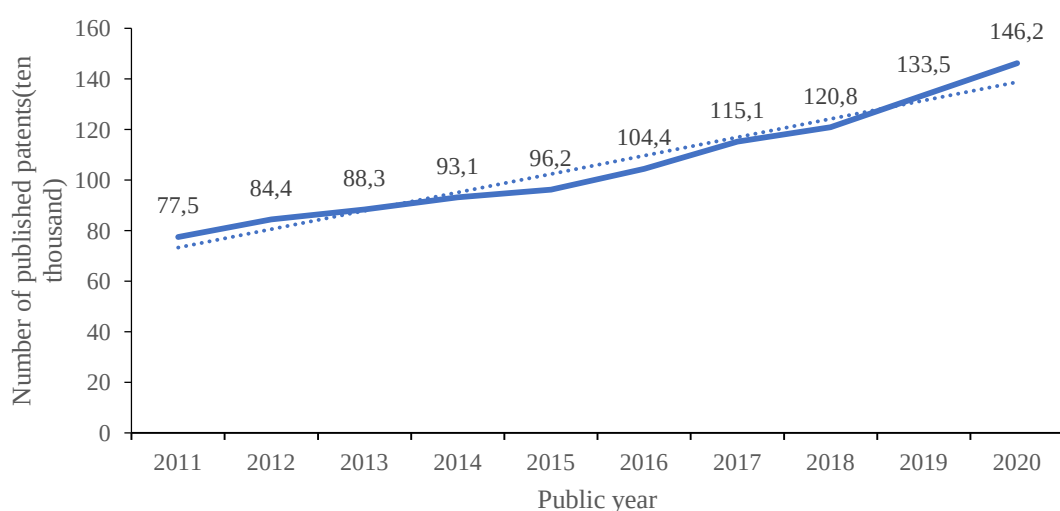


Fig. 2. Annual development trend of I C T invention patent (unit:10 thousand pieces)

Note – Figure was created by author based on source [1].

The pandemic has forced many jobs to be performed remotely, and although digital technology that can support telecommuting has become available, it has forced its accelerated adoption and implementation. For example, Zoom has become one of the most used applications around virtual meetings. There are other industries severely affected by the COVID-19 pandemic, such as entertainment and retail food, that have implemented or strengthened digitization to avoid significant losses. Overall, especially during the lockdown period, online shopping and home delivery have experienced unprecedented growth. So, through digitization, some companies will certainly increase their business volume, turning the threat of the COVID-19 outbreak into opportunities.

To sum all mentioned above, the rapid progress of digital technology and the booming scale of the digital economy. In particular, the epidemic has accelerated the digital transformation and promoted the development of the digital economy. Digital transformation has become an inevitable trend. On the one hand, the digital upgrading of traditional industries will greatly improve the production efficiency of traditional industries and realize high-quality development of industries. On the other hand, digital industrialization will constantly give birth to new forms of business and inject new forces into economic development.

References

1. Media Data Center [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.iimedia.com.cn/en/about.jsp>. – Access date: 07.05.2022.

IMPROVING THE MECHANISM OF INVESTMENT IN ALTERNATIVE ENERGY (CHINA AS AN EXAMPLE)

Yan Wenlei

Belarusian State University, Minsk;

tianyy182@gmail.com;

supervisor – A. Yu. Andrushchanka, PhD, Associate Prof.

In modern times, the world community must secure national energy security. With China's growing energy dependency and rising energy prices, the country's energy-intensive economy suffers enormous losses, resulting in lower production levels and slower socio-economic development. Thus, lowering energy dependence and developing alternative energy in China should be considered a strategic issue demanding immediate attention. Alternative energy development is a significant aspect in increasing energy security. To develop this approach requires large investment resources, thus determining the strategic directions for investing in alternative energy within the context of China's national economy is critical.

Keywords: alternative energy; sources; mechanism of investment; China.

In modern conditions, the world community is faced with the need to ensure the energy security of the state. With China's growing energy dependence on energy supplies and a constant rise in energy prices, the developing energy-intensive national economy suffers significant losses, which leads to a decrease in production levels and a slowdown in socio-economic development. Therefore, the issue of reducing energy dependence through the formation of an effective energy conservation program and the development of alternative energy in China should be attributed to strategically important, requiring an urgent solution. The development of alternative energy sources should be considered as an important factor in increasing the level of energy security. However, the development of the corresponding direction requires significant amounts of investment resources, and therefore, an important issue is to determine the strategic directions for investing in alternative energy in the context of the development of China's national economy.

The development of the world economy, technical and technological growth and modern conditions for the existence of mankind need a sufficient level of energy supply. However, the development of energy has gradually led to the emergence and deepening of numerous problems - both environmental and economic, demographic, political, etc. Their consequences have jeopardized the preservation of the environment and the well-being of the world society. This forced the search for alternative energy sources that are renewable and have a comparatively less negative impact on the natural environment.

First, we should know what the investment is, In a broader interpretation, investment is an investment of capital with the aim of further increasing it. Investment has a financial and economic definition. and we can identifies the following investment attributes: values, investment object, the purpose of the investment is to achieve a certain socio-economic effect.

Then we should be realized that electricity consumption is predicted to comprise an increasing share of the global demand for energy over the next two decades. This is explained by the importance of electricity to industries. It is expected that the growth rate of electricity consumption will be more than that of the consumption of the other sources of energy, including liquid fuels, natural gas, and coal. Due to ongoing concerns regarding climate change, the increasing price of fossil fuels, and political instability in major energy supplying countries, renewable energy (RE) sources have become an important topic of research in world energy demand. Financial support mechanisms are gaining importance in the enhancement of renewable energy development. Conventional sources of energy could be replaced with renewable energy technologies (RET) to mitigate environmental damage caused by old electricity power generation technology. governments use a variety of policies to promote renewable energy. The renewable portfolio standard (RPS) is one of the most common policies used with FITs.

Alternative energy has become a stable trend in the modern globalized world. It is a field of energy that provides the generation of electrical, thermal and mechanical energy from alternative energy sources. Such alternative energy sources are VSE and secondary energy resources. The double-digit growth rates of renewable energy have been achieved since 1970, One of the trends in recent years has been the widening geographical spread of investment in renewables. In 2018, this was manifest in the highest number ever of economies investing \$1 billion or more. In 2019, the signal on this was a record number investing more than \$2 billion, at 21 - up from 20 in 2018 and 16 in 2017.

Thus, the constant increase in investment in alternative energy puts it in the global energy sector and in the energy balance of individual countries above the usual status of a secondary source of energy. The high growth rates of investments in renewable energy, which is in the upward phase of technological development, and the exponential growth of patent activity demonstrate significant potential for improvement, and renewable energy can be considered a high-tech innovative industry. The coronavirus health pandemic and ensuing economic collapse are projected to provide a temporary halt to some of those developments in 2020. However, when economies begin to unfreeze, governments and private sector groups will tackle the climate change emergency.

Since 2008, China has invested the most in renewable energy. Since 2013, renewable energy has outperformed fossil and nuclear energy.

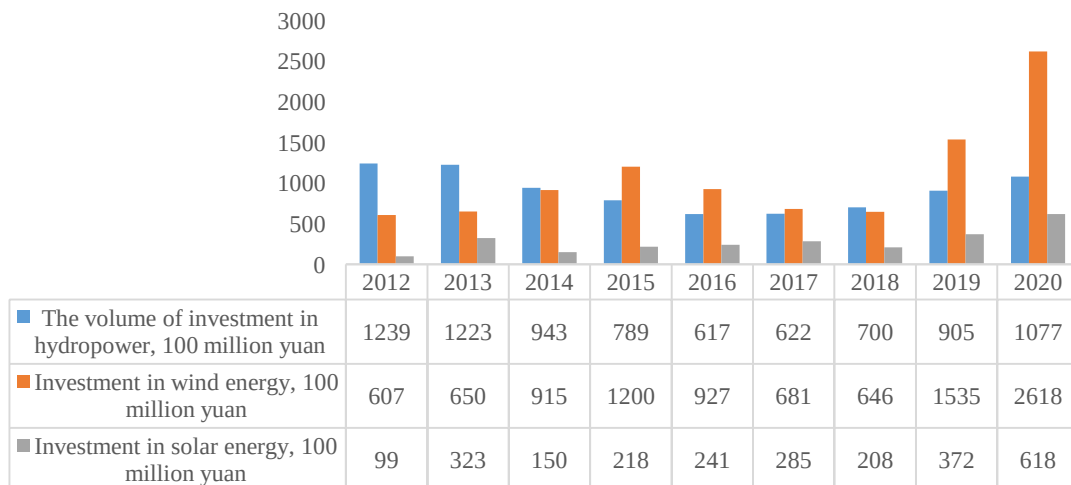
In 2011, the EU members invested a record \$ 123 billion. The next year, it fell to \$89 billion. From 2013 through 2020, the investment volume was around USD 50-60 billion. Basically, huge government programs to promote renewable energy were being phased down. The current high level of technology and industry development in the EU countries allows for private investments, which are, of course, smaller than state investments.

Increasing investment in alternative energy elevates it to a primary source of energy in the global energy sector and in national energy balances. Given the high growth rates of investments in renewable energy and the exponential increase of patent activity, renewable energy can be regarded a high-tech inventive industry.

Currently, developing countries have outperformed developed ones in terms of absolute investment in renewable energy.

By reading the relevant literature and analyzing the scientific results of Chinese and foreign scientists in the field of energy industry development and alternative energy development forecasting, we will address the following four questions. Renewable energy investment risk analysis, renewable energy investment decisions, how governments can create appropriate incentives, and how to improve the effectiveness of policies.

All countries are actively promoting the development and utilization of renewable energy. China invests heavily in the development of renewable energy every year, especially in the past two years, the investment scale of renewable energy construction has grown rapidly. In 2020, the investment in renewable energy construction reached 431.3 billion yuan, an increase of 53.4 % year-on-year. The following table introduces the investment scale of all kinds of renewable energy.



The scale of investment in various types of renewable energy construction in China in 2012-2020

Note. – Source: [3]

At the same time, we should know the problems and prospects of alternative energy development in China. China is once again the largest investor in this sector. Through continuous and active investment in clean energy, China has gradually established itself as a leader in global clean energy investment, but it is still a new field and there are still some problems to be solved. Such as the relevant policy system and governance mechanisms, geopolitics, core technologies and key clean energy purification methods, regulatory framework, etc.

Clearly, we still have a lot to do. In addition to developing stable and supportive policies and regulations, developing countries should explore the following four technical approaches.

First, we need to develop other renewable energy generation technologies besides solar PV and terrestrial wind.

Second, in addition to renewable energy generation, we also need to increase investment in smart grid technology.

Third, in addition to electricity supply, we need to develop other forms of green energy applications.

Fourth, we also need to address potential demand-side energy savings in homes, offices, commercial buildings and industry.

Finally, through the above series of research and analysis, we propose possible directions to improve China's alternative energy investment mechanism and provide certain countermeasures to help China's alternative energy can be developed in a better and higher quality way and provide experience for other developing countries.

First, clear direction of new power system construction, to ensure a safe and stable supply of energy. In the stock power optimization, one is to speed up the flexibility of coal power units in operation to improve the unit regulation rate and deep peaking capacity, new coal power should have deep peaking capacity. Second, the orderly development of natural gas, pumped storage and other peaking power, give full play to the advantages of short start-stop time and fast power regulation, focusing on the construction of new energy generation penetration rate is high, the power grid flexibility is low in the region.

Second, continue to improve the top-level design of the power market system to adapt to the high proportion of new energy, and promote the consumption of new energy through market mechanisms. Coordinated solution of new energy consumption and system safety and stable operation and other issues, promote new energy to participate in market transactions, effectively play a decisive role in the allocation of resources in the market, to guide the power supply, users of all parties to participate in the power system regulation, with the lowest economic cost to achieve clean and low-carbon transformation.

Third, we should improve the supporting mechanism of renewable energy consumption and supply guarantee, improve the capacity and overall economy of new energy consumption, promote the participation of renewable energy in the market in an orderly manner, and guarantee the enthusiasm of new energy project investment.

References

1. *Wu Wang* What is the essence of investing? / Wang Wu // Reference book on securities. – 2017. – No. 6. – P. 25–29.
2. *Masset, A.* Finance / A. Masset // *Entreprise, économie & droit*. – 2014. - № 6. – P. 6–14.
3. Global trends in renewable energy investment 2020 [Electronic resource] – Mode of access: https://www.fs-unep-centre.org/wp-content/uploads/2020/06/GTR_2020.pdf – Date of access: 10.04.2022.
4. Renewables 2021 Global status report [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.ren21.net/wp-content/uploads/2019/05/GSR2021_Full_Report.pdf – Date of access: 10.04.2022.

CREDIT DECISION MAKING FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES BASED ON INTERPLAYED THEORY

Yao Lan

Belarusian State University, Minsk;

lanhm83@hotmail.com;

supervisor – K. V. Shestakova, PhD, Associate Pprof.

With the promotion of the degree of marketization of China's economic system, small and medium-sized enterprises (SMEs) have been booming, and their financing needs have increased rapidly. Relevant government departments have introduced various preferential policies to support the financing of SMEs, encouraging financial institutions to lend to SMEs.

In the application principle, this paper expounds the fundamentals of enterprises and credit projects can be in five elements of fire, soil, metal, water, wood represented by the properties, divided into their five elements. These five elements maintain the balance between business fundamentals and the status quo of credit projects through a relationship that is both promoting and binding. This paper further points out that this relationship can be used to carry out loan risk assessment, and establish interplayed credit decision-making model for reasonable credit decision-making.

According to the conclusion of empirical research, this paper illustrates that credit personnel can clarify their thinking and improve their efficiency by conducting enterprise investigation according to the interplayed theory, and credit institutions can make credit decisions according to interplayed credit decision-making model, which can establish a unified evaluation and decision-making standard, enhance the rationality of decision-making, and effectively reduce the loan risk rate of credit institutions.

Keywords: SME; Five Elements; Interplayed Theory; Risk Assessment Model; Credit Decision Making.

This paper holds that the credit evaluation should be the same as the old doctor of traditional Chinese medicine (TCM). There should be no operation, no film, no test, through the four methods of looking, smelling, asking, and pulsing, which can be accurately diagnosed, and prescribed to cure the disease. The theoretical basis of traditional Chinese medicine is interlinked with ancient Chinese philosophy. «Medicine is easy to be homologous» is an objective understanding of this interconnectedness. The yellow emperor's Canon, the theoretical classic of TCM, has fully absorbed the essence of the Book of Yiing [1], so the theoretical basis of TCM is the Interplayed Theory of the Five Elements.

According to the theory of mutual inclusion of five elements, each line of the five elements can be subdivided into five elements. The five elements of a loan project can be subdivided into their own five elements, so as to achieve a dynamic balance of one element. Among them, this paper analyzes the loan risk by subdividing the five elements of the enterprise fundamentals.

The five elements correspond to the five elements of enterprise fundamentals and their interrelation of mutual promotion is shown in the following figure:

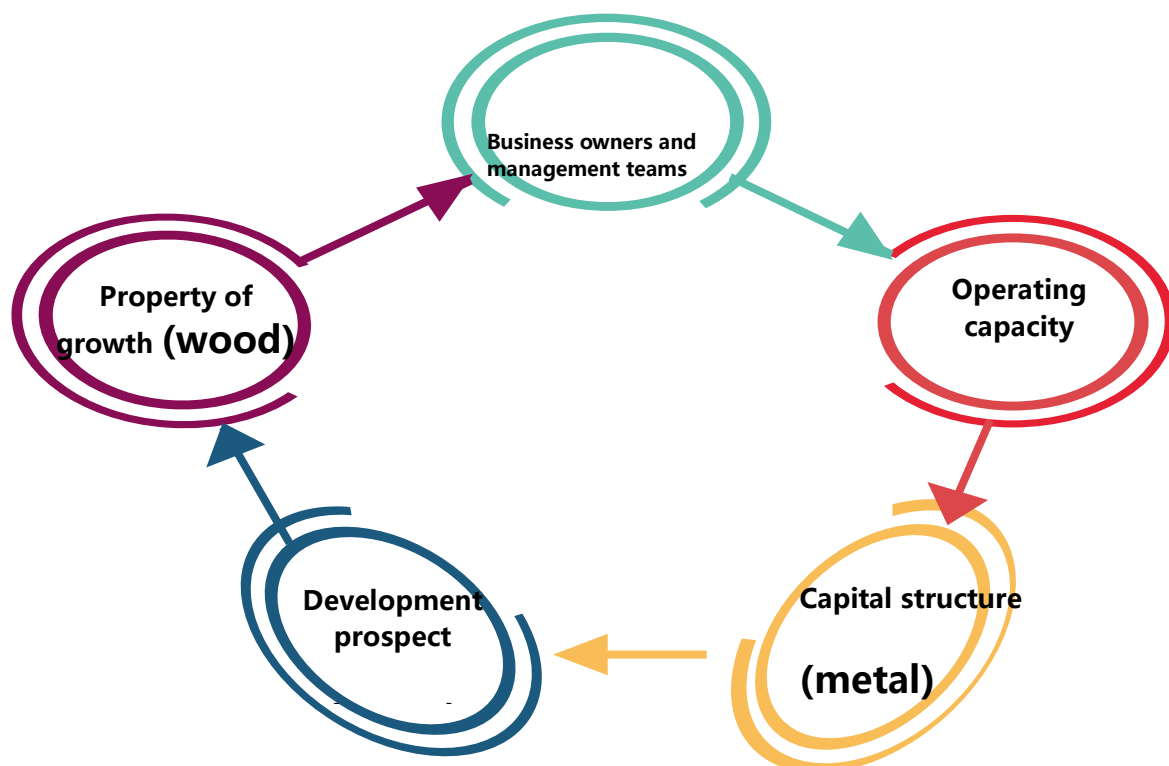


Fig. 1. Schematic Diagram of the Five Elements of an Enterprise of Mutual Promotion

Based on the relationship between the five factors, it can be inferred that if the operating capacity is not good nor is the profitability, the reason will conduct from either the operation is not good, or the enterprise is in recession in the growth stage, and the owner is likely to default. If the operation ability is very good, at the same time the profitability is general or poor, it is likely to be large hidden liabilities, financial leverage will be too high. On the contrary, if the operating capacity is very good, and the profitability is also very good, the hidden liabilities are not large, and there is a certain debt bearing capacity. And so on, it can be expressed in the following table 1.

Five Elements for Inferring Enterprise Fundamental Elements

Known indicators		Inferred conclusion			
Operation ability (Soil)	Profitability (Water)	Liabilities (Metal)	Growth stage (Wood)	Operation ability (Fire)	Probability of default (fire)
Good	High	Low	Growth	Good	Low
Good	Medium	High	Growth	Good	Medium
Good	Bad	Very high	Growth	Good	High
General	High	Low	Steady	General	Medium

End of table

Known indicators		Inferred conclusion			
Bad	High	Low	Steady	Bad	High
General	Medium	Medium low	Steady	General	Medium
Bad	Medium	Medium low	Declining	Bad	High
Bad	Low	High	Declining	Bad	Very high

In practice, every credit project investigated and reviewed by credit institutions can be divided into five major elements: loan purpose, enterprise fundamentals, source of repayment, loan risk and guarantee measures. These five elements also have a mutually reinforcing relationship, each element can be corresponding to a certain line of the five elements.

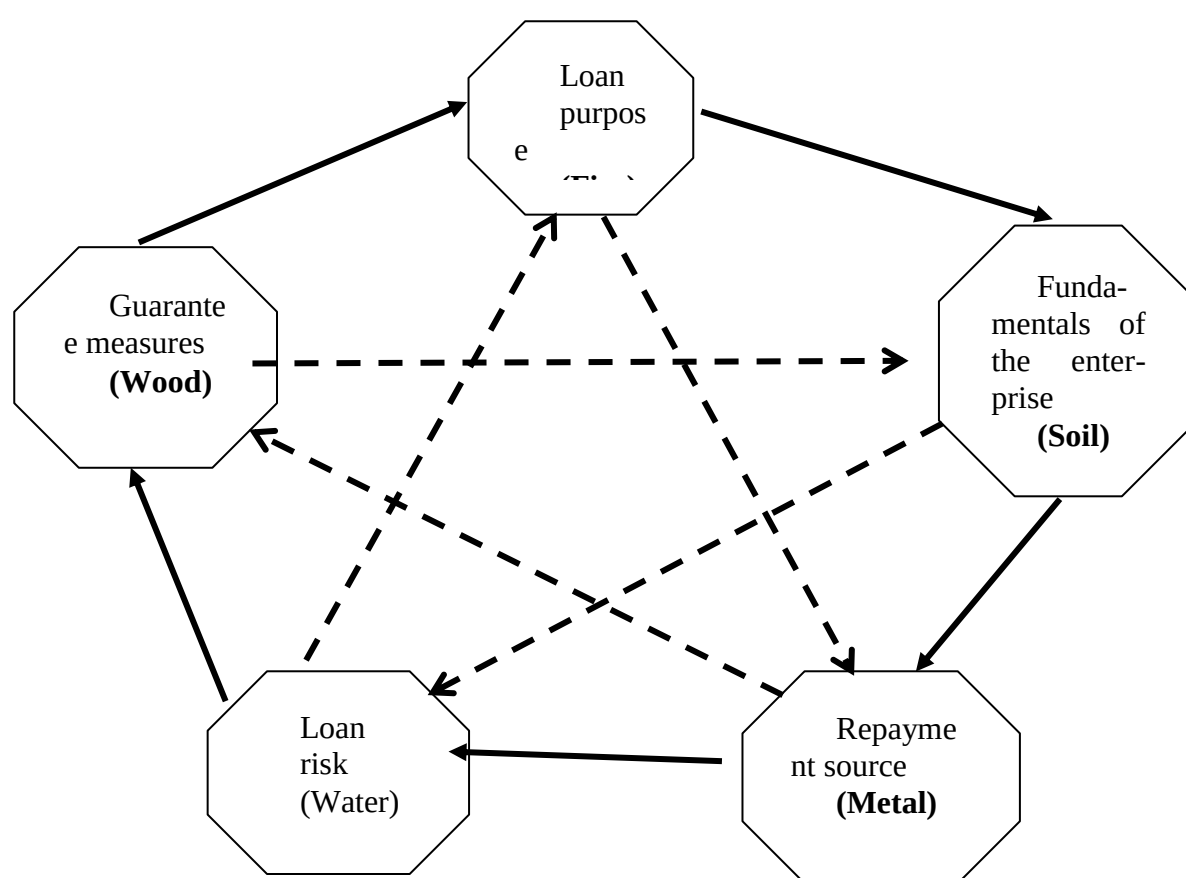


Fig. 2. Corresponding relations between the Five Elements of five elements of Credit Project and Interplayed relationships

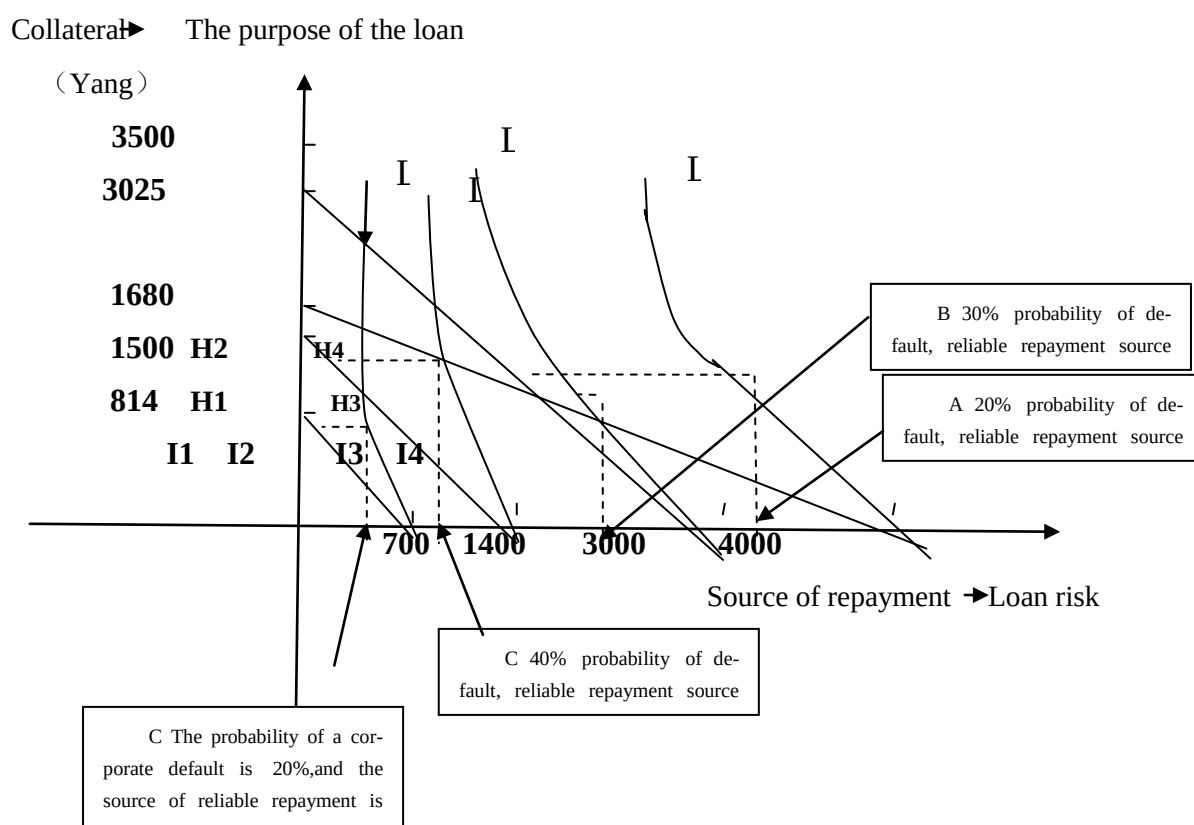


Fig. 3. A sample test diagram of the Five Elements Credit Decision Model

Figure 3 illustrates A, B, C, D four enterprises from the source of controlled repayment straight up to their respective loan lines to apply for the loan line, after intersecting from the intersection level to the left, and their respective credit resources constraint lines intersect in H4, H3, H2, H1. This indicates that the business surface of the four enterprises and the collateral provided can provide loans for the amount of application. The intersection of H2 and H1 between C and D companies is closer to the intersection of the credit resource constraint line on the vertical axis, indicating that the loans provided to the two companies are close to the ceiling relative to the collateral.

This shows that according to Five Elements of the relationship between the two can accurately infer the business situation and debt tolerance, the probability of enterprise default assessment is reliable. The loan conditions are reasonable by judging the credit model.

References

1. Qin J. Zhouyi Guajie. Beijing: Capital of the Country, 2016.

EMPIRICAL ANALYSIS OF EMPLOYMENT IN CHINA DURING COVID-19

Yu ZiQing

*Belarusian State University, Minsk;
dufengling71@gmail.com;
supervisor – C. G. Gospodarik, PhD, Associate Prof.*

The COVID-19 is still spreading globally since the beginning of 2020 and many countries or regions around the world have imposed strict «quarantine» measures in order to control the COVID-19, which has greatly affected many industries. During COVID-19, China's unemployment rate remains high and this paper uses an empirical model to investigate the current situation of China's unemployment rate in the face of COVID-19.

Key words: Unemployment rate; COVID-19; Empirical model of unemployment.

Review of literature

In the context of the global spread of the COVID-19, the literature has explored the impact of the COVID-19 on China's economy mainly from the perspectives of macroeconomic shocks, meso-industrial shocks, business shocks and labour market shocks. First, the impact of the COVID-19 on China's economy under macroeconomic shocks is examined. Chudik [1] quantified the macroeconomic effects of Covid-19 and found that it would lead to a significant decline in world output, and while the impact on China and other emerging Asian economies would be small, the US, UK and other developed economies would be severely and persistently affected. [2] find that China's macroeconomy is severely hit by COVID-19, with growth rising to 1.7 % in 2020 in the event of a recovery in export demand. Second, examining the impact of COVID-19 on China's industries under a meso-industrial shock, assess the impact of the new crown pneumonia on various industries in China based on big data portrait analysis. [3] Services such as aviation and tourism were significantly adversely affected, while new infrastructure, Chinese patent medicine and internet industries made significant developments. Lin and Zhang [4] assessed the impact of COVID-19 on China's agricultural exports and found that while the average exports of agricultural enterprises declined, some agricultural exports, particularly grain and oil, remained strong. Exports of herbs also increased significantly while exports of products such as edible mushrooms and horticultural products declined sharply. Third, examining the impact of the new crown epidemic on China's job market under the labor market, [6] based on data from the Online Job Posting Platform, find that the spread of the epidemic abroad through global supply chains reduced new jobs in China by 11.7 %. At the same time, Chinese firms most affected by international trade outperformed other firms in the early stages of the new pneu-

monia crown, but performed poorly during the economic recovery. Che. L. [5] found that over 90% of migrant workers with rural Hukou could not find work by the end of February 2020, compared to 42% of migrant workers with urban Hukou. Those with low levels of education and skills also had higher unemployment rates. According to Mo Rong [7], the impact of the new crown epidemic on the economy and society is huge, extensive and deep, and the total pressure on employment in China has intensified and structural conflicts are prominent. Shen Guobing [8] proposed a path to alleviate employment pressure from five aspects: market mechanism, demand management, supply services, income policy and talent guarantee, in response to the unemployment crisis brought about by the impact of COVID-19.

Empirical Model

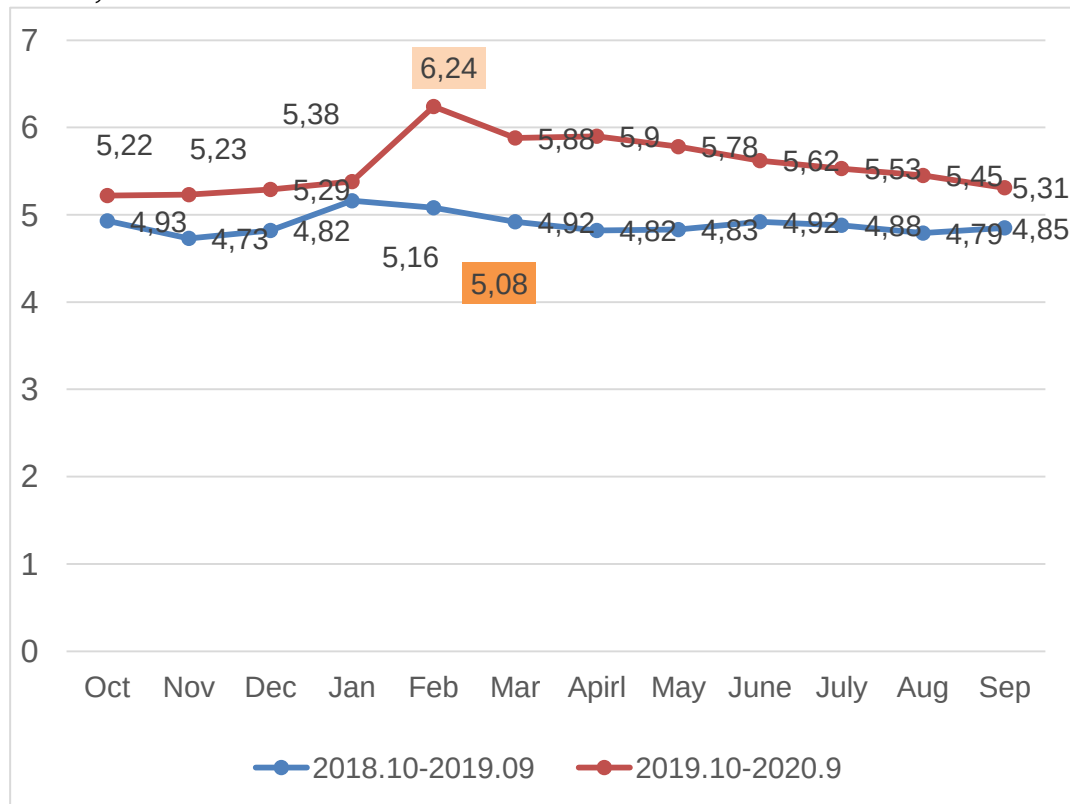
We further assess the impact of the global spread of the COVID-19 outbreak on employment in China using the DID model approach, the most commonly used non-experimental method for policy evaluation, which can largely overcome the endogeneity problem and thus estimate policy effects more accurately. The new crown outbreak can be considered as a completely exogenous randomised experiment, which matches the conditions for the application of the DID approach. Specifically, we set the econometric model as:

$$UR_t = \alpha_0 + \alpha_1 D_t \times Post_t + \alpha_2 D_t + \alpha_3 Post_t + X_t \beta + \lambda_t + \epsilon_t$$

where t denotes month; UR denotes surveyed unemployment rate; D denotes treatment group dummy variable, with $D = 1$ for treatment group; $Post$ denotes new crown epidemic shock time dummy variable, with $Post = 1$ for post epidemic shock period and 0 otherwise. x is the set of control variables, including foreign direct investment (FDI) and total exports and imports (TRA). λ_t is the quarterly fixed effect and ϵ_t is the random α_0 is the constant term, α_1 , α_2 and α_3 are the variable coefficients, and β is the vector of variable coefficients. If α_1 is statistically significant, then there is a significant impact of the new crown epidemic on employment in the country.

The dependent variable is the survey unemployment rate UR , with data from the National Bureau of Statistics. The NBS has been releasing the urban survey unemployment rate as well as the urban survey unemployment rate of 31 major cities to the public since 2018. The core explanatory variable is the COVID-19 shock $D \times Post$, where the biggest difficulty lies in the selection of the control group sample. As the New Crown epidemic has caused a large impact on economic production activities in China and countries around the world, it is difficult to find employment data that are not affected by the epidemic after the outbreak. For this reason, we use data from the post-COVID-19 outbreak period as the treatment group and data from the same period in the previous year as the control group, taking into account existing research. Specifically, we use employment data from October 2019 to September 2020

as the treatment group and employment data from October 2018 to September 2019 as the control group. February 2020 is taken as the point in time when the new crown epidemic hits, i.e. the sample starts in February Post takes a value of 1, otherwise it is 0.



China urban unemployment rate before and after COVID-19
Sources: China Bureau of Statistics

As can be seen from the figure 1, the trends in the survey unemployment rates for the treatment and control groups are similar until February; whereas in February 2020, the trends in the survey unemployment rates for the treatment and control groups change significantly. This suggests that our subgroup setting satisfies the parallel trend assumption of the DID method and that COVID-19 may have a significant impact on the urban unemployment rate in China.

Conclusion

Based on the above empirical model to assess the impact of the COVID-19 on employment in China we learn that the impact of the COVID-19 outbreak has a significant impact on the urban unemployment rate in China. According to the Ministry of Education, it is likely that the employment pressure on university students will also increase further in 2022, and the uncertainty facing China's economic growth will rise, with significant employment pressure persisting.

References

1. *Chudik, A. , Mohaddes, K. , Pesaran, M. H. , Raissi, M. , & Rebucci, A.* A counterfactual economic analysis of covid-19 using a threshold augmented multi-country model. Social Science Electronic Publishing.
2. *Zhang, Y. Diao, X. , Chen, K. Z. , Robinson, S. , & Fan, S.* Impact of covid-19 on china's macroeconomy and agri-food system - an economy-wide multiplier model analysis. *Economic Review*, ahead-of-print (ahead-of-print). – 2020
3. *He, P., Niu, H., Sun, Z., and Li, T.* Accounting Index of COVID -19 Impact on Chinese Industries: A Case Study Using Big Data Portrait Analysis *Emerging Markets Finance and Trade*, – 2020 – №56(10), – p2332-2349.
4. *Lin, B., and Zhang, Y. Y.* Impact of the COVID-19 Pandemic on Agricultural Exports [J].*Journal of Integrative Agriculture*, – 2020 – №19(12),– p 2937 -2945
5. *Che, L. , Du, H. , & Chan, K. W. .* (2020). Unequal pain: a sketch of the impact of the covid-19 pandemic on migrants' employment in china. *Eurasian Geography and Economics*(8) –p 1-16.
6. *Fang, H. , Ge, C. , Huang, H. , & Li, H.* Pandemics, global supply chains and local labor demand: evidence from 100 million posted jobs in china. *cep Discussion Papers*.– 2020
7. *Mo R, Chen Y, Bao CHL, & Huang XM.* A comparative analysis of the impact of the new crown epidemic and SARS epidemic, the international financial crisis on employment and countermeasures. *China Labor*(1), – 2020– p15.
8. *Shen, G. B., & Xu, Y. H.* The impact of the global spread of the epidemic on China's import and export and global industrial chain and countermeasures. *Journal of Sichuan University: Philosophy and Social Science Edition* (4)– 2020– p16.

METHODS OF MEASURING ADVERTISING EFFECTIVENESS

A. A. Yanchevsky

*Belarusian State University, Minsk;
yanchevsky.alexander@gmail.com;
supervisor – E. V. Runcova*

This article considers advertising as one of the components of marketing, and analyzes the methods of its effectiveness. It also illustrates the relevance of studying various techniques for measuring the effect of advertising. The aim of the study is to show the importance of choosing the right advertising strategy for the enterprise.

Key words: advertising; effectiveness of advertising; methods of measuring effectiveness; psychological and economic effects of advertising.

Advertising is the most important element of marketing that contributes to an increase in sales of the company's products. It is necessary for the wide range of consumers in the market to be aware of new products or services and their consumer qualities, and this can be done as effectively as possible only with the help of advertising. However, from the common information message advertising is interested in the end result – an increase in demand.

Determination of effectiveness is a prerequisite for proper organization and planning of advertising activities of the company, rational use of labor, and material resources spent on advertising. The study of effectiveness must be aimed at obtaining specific information about the nature and relationship of the factors serving to achieve the objectives of advertising with the least cost and maximum return, which will eliminate the ineffective ones and determine the conditions for their optimal impact. The concept of advertising effectiveness has two meanings: economic effectiveness and the psychological impact of advertising on the buyer (psychological effectiveness).

The economic effectiveness is the economic result obtained from the use of an advertising tool or the organization of an advertising campaign. It is usually determined by the ratio between the gross income from additional sales as a result of advertising and the cost of advertising. The general condition for the economic result is that the gross revenue should be equal to the number of advertising costs or exceed it. Psychological effectiveness – the degree of influence of advertising on the person (attracting the attention of buyers, memorability, the impact on the motive to buy, etc.). Both of these concepts are closely related. However, the criteria of these two types of effectiveness, of course, are different - in the first case sales volume, in the second - the psychological characteristics of the perception of the advertising addressee.

The main material for analysing the economic efficiency of the results of the company's promotional activities is statistical and accounting data on the

growth of trade turnover. Based on these data, it is possible to study the economic efficiency of a single advertising tool, advertising campaign, and the entire advertising activities of the firm as a whole.

Measuring the economic effects of advertising is very difficult, because advertising, as a rule, does not give the full effect at once. In addition, the growth of turnover is often caused by other (not advertising) factors – for example, changes in the purchasing power of the population due to rising prices, etc. Therefore, it is almost impossible to get absolutely accurate data on the economic effects of advertising.

The simplest method for determining the economic effects of advertising is the method of comparing the turnover before and after the advertising event. According to this method, the economic efficiency of advertising is determined either by comparing the turnover for a certain period of the current year, when the product was exposed to advertising, with the data of the similar period of last year, when the product was not advertised, or by comparing the daily turnover before and after the advertising event in the current time period.

The economic efficiency of advertising can also be calculated by determining the ratio of turnover growth index of the store where the promotional event was held to the index where the event was not held. The final conclusion about the effectiveness of advertising is made by analyzing the cost of advertising and additional profits received as a result of its implementation.

Currently, both in domestic and foreign practice, the method of determining the economic efficiency of advertising is based on a comparison of the additional gross income resulting from the use of advertising and the costs associated with its implementation. According to this method, we first determine the additional turnover obtained as a result of advertising activities, and then calculate the additional sales of the sum of the calculated additional turnover. This method is usually used to define the economic efficiency of individual means of advertising or short-term promotional activities. If the result is greater than or equal to zero, then the advertising campaign was economically effective.

Among the existing methods of determining the psychological effect, the highest level of reliability provide methods associated with conducting market research.

When using the method of expert evaluations, members of the expert committee assess the degree of perception of the advertising appeal in points. A more complex methodology is associated with consumer testing (test to memorize advertising, test to recognize the advertising, the test of association).

According to experts, the optimal size of the group of people who are interviewed to determine the effectiveness of advertising – is 125 people. When the number of people is 100, the results of testing are unreliable. An increase in the number of people to 150 or more leads to a sharp increase in research costs and does not affect the accuracy of the results.

Marketers evaluate the psychological effects of advertising quantitatively. The effectiveness of «direct mail» is measured by the number of return calls and letters received by the advertiser. If 4–8 % responded to advertising materials, the ad can be considered a success, 15–18 % – are considered a great success. More than 20% in real practice does not occur.

To sum up, it should be said that each product must be known to the customers. Therefore, advertising plays a crucial role for every company. However, only effective in both economic and psychological aspects advertising must be applied. Numerous and varied methods of measuring the effects of advertising can give a company an opportunity to eliminate the ineffective advertising and determine the conditions for its optimal impact.

References

1. Бирюкова Е. А., Козюлина И. М., Рябова Т. В. Методы определения экономической эффективности рекламы // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2014. №24. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-opredeleniya-ekonomicheskoy-effektivnosti-reklamy>. – Дата доступа: 25.03.2022.
2. Курьяков И. А., Кашистанов Н. Н., Николаенко Н. Н. Экономическая эффективность рекламы // СТЭЖ. 2008. №7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-effektivnost-reklamy>. – Дата доступа: 25.03.2022.

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AND ENTERPRISE COHESION IN THE CHINESE ECONOMY

Zhang Kailin

Belarusian State University, Minsk;

kelly_kelly88@163.com;

supervisor – S. A. Drobyshevsky

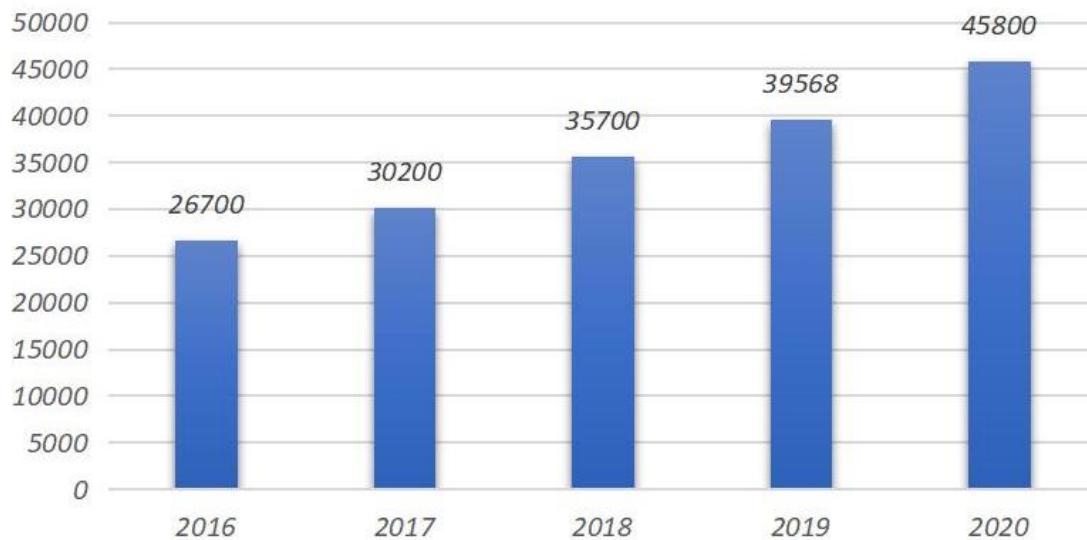
In China, with the continuous development of reform and opening up policy and the socialist market economy, enterprises face many potential opportunities. In recent years, human resource management has been paid more and more attention by enterprises, which plays an important role in promoting the operation and development of enterprises. Therefore, in order to improve the cohesion of enterprises and motivate employee, it is necessary to analyze the influence of human resource management on enterprise cohesion. Besides, incentive strategy based on the Maslow's hierarchy of needs theory and McClelland's human motivation theory will be discussed and taking an example of Haidilao International Holding Limited Company, which has rich experience on human resource management. And the research is significant for other enterprises to improve their employee motivation and promote the mutual development of employees and enterprises.

Keywords: socialist market economy; human resource management; enterprise cohesion; incentive strategy; employee motivation; mutual development.

Human resource management in China started later than many European and American developed countries. In the early 1990s, many foreign-funded enterprises flooded into China, and their advanced human resource management model was obviously superior to the personnel management system in domestic enterprises, with obvious competitive advantages [1]. Therefore, Chinese researchers began to explore approaches to adapt to the Chinese conditions. Since the implementation of the policy of reform and opening-up and the development of socialist market economy in China, the stage of human resources management has evolved from personnel management, human resource management, strategic human resource management to talent management with Chinese characteristics. Nowadays, based on the concept of people-oriented management, Chinese enterprises focus more on coordinating relationship between employees and enterprises, which contributes to giving full play to the potential of employees and achieving the strategic objectives of enterprises.

With the rapid development of economic globalization and the widely used of advanced technology, human resources are becoming more and more important, which may directly affect the rise and fall of an enterprise. The emergency of human resource service industry plays an important role in promoting employment and start up business and providing human resource services for enterprises to improve their management level.

According to the data from Ministry of Human Resources and Social Security of the People's Republic of China. It can be found that the number of human resource service agencies has increased steadily in recent five years. In 2020, the number of human resource service agencies reached 45,800, an increase of 6,232 compared with 2019, with a year-on-year growth of 15.75%. Besides, the human resource service agencies have provided about 49.83 million times of human resources services to enterprises. And we can predict that the human resource service agencies will continue to grow (fig.).



The number of human resource service agencies in China

Enterprise cohesion refers to the collective strength of all employees in an enterprise, which is mainly manifested in the recognition degree of the employees to the business objectives, strategic decisions, development concepts and corporate image of the enterprise [2]. Based on literature research method, we found that enterprise cohesion is an important indicator to measure the work efficiency, economic benefits and development space of an enterprises. Besides, there is a huge relationship between human resource management and enterprise cohesion, which influences each other. On the one hand, effective and scientific human resource management can mobilize employee's enthusiasm and let them feel a sense of belonging, thus further enhance the cohesion of the enterprise. On the other hand, enterprise cohesion is soft power of an enterprise, which related to the effective leadership, organizational culture and thought and attitudes of employees, it will affect the economic results and development direction of enterprises [3].

Therefore, establishing scientific talent management mechanism and implementing appropriate incentive strategy is the main methods of enhancing enterprise cohesion [4]. It can mobilize the enthusiasm of employees, let them gain a sense of identity while realizing their own self-worth, so as to improve

work performance and efficiency. Besides, building reasonable corporate culture is an indispensable part to attract and retain talent.

According to the Maslow's hierarchy of needs theory, people are motivated by five levels of needs, and they are satisfied following the sequence of physiological needs, safety needs, belonging and love needs, esteem needs, and self-actualization. And people begin to pursue the higher needs in the hierarchy when the lower needs have been met. Besides, in the theory of McClelland's human motivation, people can be encouraged by three main motivators, which includes achievement, affiliation, and power. Different characteristics of people have their own dominant motivators. So, it is necessary for enterprise to understand and identify the needs of employees and then adopt appropriate incentive strategy to mobilize their enthusiasm and improve the performance and satisfaction of employees.

The brand Haidilao was founded in 1994 in Sichuan province, China. With over 20 years of development, Haidilao International Holding Limited Company has become a world-renowned catering enterprise. According to the Restaurant 25 2022 released by Brand Finance, a British Brand Evaluation Agency, Haidilao ranked 10th and it is the only Chinese brand on the list. By the end of December 31, 2021, Haidilao has opened 1,443 chain restaurants covering 11 countries, and it has 146,584 employees. The company is famous for its corporate culture and personalized service, so it is of great significance to analyze its incentive strategy.

Through the analysis of the incentive strategy of Haidilao company, we find that they attach great importance to the needs of employees. The average salaries of employees in Haidilao are about 10 percent higher than the average level of the whole catering industry [5]. In addition to increase salary, it also provides employees with canteen, accommodation, gym for free. To care the health of employees, company organizes medical examination every year and it has established psychological consultation department, which help employees relieve their pressure. Implementing these welfare policies can help employees to solve some essential living problems and meet their physiological and safety needs to some extent.

To improve the sense of belonging of employees, Haidilao have built a good corporate culture, that adhering the values of 'change the destiny through hard work'. It provides a variety of training system for employees to improve their both online and offline training, and there are three kinds of smooth and transparent promotion path for employees, covering the areas of management, technology, and logistics. The fair mechanism let all employees have opportunity to explore their potentials and achieve their goals. Besides, the company have set up some humanistic care project like providing special funds to help employees in difficulty, building boarding school for employ-

ees' children, which helps employees relieve pressure. Let employees see Haidilao as a big family and feel sense of identify and belonging.

Haidilao company trusts their employees and grants certain rights to motivate them. Employees in different position have different level of right to use funds. Even the waiters and waitresses in Haidilao have right to send gift, provide meal to customers free of charge. Besides, every employee can give some innovative suggestions, if the suggestions are adopted, they will receive some innovative bonus. In this way, employees can gain a sense of recognition, and feel respected in company. Through mobilizing employees' enthusiasm, their performance will be improved, which can promote the mutual development between employees and enterprises.

In conclusion, effective human resource management can motivate people and contribute to the construction of enterprise cohesion of an enterprise. Strengthen the talent management is very important for the sustainable development of the enterprises. Implementing appropriate incentive policies to give full play to the potential of the talents, providing a clear career development plan and training system can let employees explore their potential, realize their own values, and feel a sense of belonging. Therefore, enterprises should build a reasonable corporate culture and improve its own human resource management system according to their own actual situation, Besides, constantly monitoring and evaluating is of great significance, which can check whether it is contributed to achieving the strategic objectives of the enterprises.

References

1. *Huang, Y.* Comparative analysis of human resource management status at home and abroad / Y. Huang // *Management Science*. – 2012. – No. 19. – P. 549-550.
2. *Zhao, F.* How to improve enterprise cohesion through scientific and effective human resource management / F. Zhao // *Economic and trade practice*. – 2018. – No. 16. – P. 255-256.
3. *Kroik J., Świda A.* Model of the Cohesion Measurement of the Organization's Personnel Strategy / J. Kroik, A. Swida // *Journal of Positive Management*. – 2018. – No. 1. – P. 69-82.
4. *Zhu, Ch.* Discussion on the effect of efficient management of human resources on improving the cohesion of state-owned construction enterprises / Ch. Zhu // *Employment and security*. – 2021. – No. 01. – P. 177-178.
5. *Zhao, Ch., Fan, Y.* Analysis of haidilao human resources internal control management mode / Ch. Zhao., Y. Fan // *Modern Management Science*. – 2020. – No. 02. – P. 93-95.

ГУО «ИНСТИТУТ ТЕОЛОГИИ ИМЕНИ СВЯТЫХ МЕФОДИЯ И КИРИЛЛА»

БОГОСЛОВИЕ ЛЬВА ТОЛСТОГО

Д. Ю. Лавренчик

*ГУО «Институт теологии им. Свв. Мефодия и Кирилла
Белорусского государственного университета», г. Минск;*

dayana.lavrenchik@gmail.com

науч. рук. – А. Ю. Бендин, д-р. ист. наук, проф.

В статье рассматриваются особенности богословских взглядов Л.Н. Толстого после его духовного кризиса 1870-х гг. В поисках духовного смысла жизни Толстой принялся подробно изучать Православие и другие религии. По итогам своих исследований он пришел к выводу, что он должен создать новую религию, которая будет соответствовать мировоззрению современного человека. Религию, в которой нет сверхъестественных неясных постулатов, какими писатель считал догматы православной доктрины.

Ключевые слова: богословие, учение, вероучение, Лев Толстой, мировоззрение, религия.

Лев Толстой был рожден 28 августа 1828 года в дворянской семье и крещен в православии. После смерти матери его с братьями и сестрами воспитывали тетки, сначала Т. А. Ергольская, затем Остен-Сакен. После того как она умерла, дети переехали в Казань к тетке по отцу [2, с. 25].

В 1844 Толстой поступает в Казанский университет на факультет восточных языков. В отношении к учебному процессу Толстой проявил себя очень безответственным студентом, оставался на второй год, в итоге перевелся на юридический факультет. Так и не получив диплома Толстой вышел из университета в 1847 году. Переехав в Москву, он увлекся картами и светской жизнью, часто проигрывал из-за страстного отношения к игре, что не всегда позволяло ему трезво оценивать свои риски и шансы. В итоге он вернулся в Ясную Поляну, где имел намерение быть нужным и полезным для своих крестьян. Однако у него не вышло, так как он не имел достаточного опыта и знаний в крестьянском деле. Ему оставалось продолжать упиваться наслаждениями жизни. Тем не менее, ввиду собственного характера и склада ума, он не мог принимать жизнь такой, как она есть. В дневниках он писал о тяжелой нехватке нравственного и умственного оправдания его жизни. Он выделяет недостатки и пороки как действительные, так и мнимые. Толстой определяет тезис, который гласит, что при осмыслении собственных слабостей мы одновременно освобождаемся от них и возвышаемся над ними [13, с. 365].

После военной службы на Кавказе с 1851 по 1856 гг. Лев Николаевич активно пишет и входит в литературные сообщества в Москве и Петербурге. В 1861 г. писатель женился на юной Софье Андреевне Берс, с которой знаком был с детства, но романтические чувства к ней ранее не испытывал [2, с. 305].

В это время на свет рождаются два литературных произведения, которыми было отпечатано имя Толстого в истории: «Война и мир» (1863–1869 гг.) и «Анна Каренина» (1874–1876 гг.) Как раз во время написания «Анны Карениной» Лев Николаевич переживает кризис духовности, который привел его к религиозному обращению. Кризис этот был вызван страстной одержимостью размышлениями о смерти и ее реальности. Эти мысли вернули ему потребность в высшем оправдании.

Поначалу Толстой пришел к православию, но не согласился с догматами и обрядами православного христианства, ему помешал его всепроникающий реализм. Именно из-за него писатель пришел к мысли об исключительно рациональной религии, которая допускает только нравственное, и не допускает богословие и мистику в христианском учении. Толстой решил, что рациональная религия и есть то самое оправдание, которого так страстно требовала его душа. Так им был найден ответ – толстовство, которого он придерживался до конца своих дней.

Сам Толстой приписывал свое духовное обращение к 1877 году: «Нынче я вспомнил, что мне 56 лет, и я слышал и замечал, что семилетний период – перемена в человеке. Главный переворот во мне был $7 \times 7 = 49$, именно когда я стал на тот путь, на котором теперь стою. Семь лет эти были страшно полны внутренней жизнью, уяснением, задором и ломкой» [13, с. 461].

Основой учения Льва Толстого стала нравственная база Нового Завета: любовь к людям и непротивление злу насилием – именно эти тезисы являют суть «толстовства», обретшим популярность в России и за границей [12, с. 101].

Лев Толстой решил посвятить свою жизнь установлению религии, которая соответствует эволюции человечества и Христовой религии, но освобождена от веры и тайны, это практическая религия, которая не гарантирует блаженства в будущем веке, а дает его на земле [12, с. 211]. Толстой мечтал о том, что разум или увлечение станут проводниками этой идеи к исполнению. Сознательное движение к объединению людей и религии стало его целью. Отсюда вытекают три фундаментальных тезиса толстовской религии: религия обязана отвечать интеллектуальному развитию человечества, она не должна в себя включать сверхъестественное и чрезмерную таинственность, и блаженства после смерти в религии быть не должно [12, с. 253]. Царство Божие, по мнению Льва Тол-

стого должно строиться на земле. Можно сказать, что в первую очередь в этой религии есть нравственные постулаты, а не вера или Церковь, или Воскресение Господа [11, с. 156].

Под конец 1879 года Лев Толстой начал заниматься истолкованием и написанием своих религиозных взглядов, и систематизацией отношения к вере православной. Изначально он делал это сугубо для личного пользования, переживая сильное внутреннее волнение, и совсем не планировал публиковать эти труды, недопустимого для православного человека содержания. Эту сосредоточенность мы видим в письмах Н. Н. Страхову в ноябре 1879 года, где он упоминает, что «очень занят, очень взволнован своей работой», и что «работа не художественная и не для печати» [13, с. 701].

Этот труд впоследствии был назван «Исповедь». В ней Толстой ищет истину, некоего исцеления и пути возвращения к вере в Бога [10, с. 102–103]. Он пытается постичь нравственное совершенствование, христианское вероучение, которые не были искажены церковным клиром, которые освобождены от вымысла [10, с. 255]. Собственно, именно этим освобождением он и собирался заняться.

Очень четко Толстым определяется цель его духовного поиска: «разрешение противоречия конечного с бесконечным и ответ на вопрос такой, при котором возможна жизнь» [11, с. 45]. Писатель сопоставляет верование с силой жизни, с осознанным бытием.

Л. Н. Толстой считал, что был, повергнут в изучение православного учения о вере «неизбежно» [10, с. 77]. Он нашел в Православной Церкви спасение от уныния, и имел убеждение, что это есть истина. Но видел в нем множество проявлений несоответствующих его пониманию бога и закона, почему и был вынужден приступить к подробному рассмотрению этого учения.

Религия Толстого оформлялась на его собственной трактовке Евангелия. Конкретно нравственную проповедь Христа он избавил от любых намеков на сверхъестественность. Толстой заканчивает «Евангелие» смертью Спасителя, а не Его Воскресением. Чудеса Спасителя он также описывает либо рационально, либо отрицает позднейшие и неподлинны дополнения. Подробно изучая и критикуя тексты, на которых основывается Церковное учение, Толстой, делал более обширным собственное религиозное учение [9, с. 155].

Одним из основных элементов религии писателя является категория – Бог [13, с. 71]. Бог для него не есть Сущность для человека недостижимая. По Толстому, познание Бога и нравственная жизнь суть то же самое. Божественные ипостаси у него являют собой нравственные меры, ограничивающие поведение человека. Эти меры Толстой определяет,

как братство и любовь, добро и совесть, также склонность к тому, чтобы отдавать свыше того, что получаешь или берешь. Он уверен, что Бог является собой наилучшие свойства, присущие человеку, которые должны отвечать благонравному устроению жизни человека. Также он называет Бога высшим, что есть в человеке. Допуская существование Бога в человеке, это может быть только Бог, которого человек осознает в себе, как и себя самого [11, с. 91].

Писатель определяет фундаментальную основу своего вероучения: каждая религия в мире представляет из себя ядро морали, дающее ответ на животрепещущий вопрос «что делать?», а мистическая периферия отвечает на вопрос «во что верить?» Мистицизм есть ошибочное суеверие, и нравственное основание всех религий точно такое же и в своей самой совершенной форме, как отражено в Нагорной проповеди Евангелия от Матфея, где Христос излагает основы нравственных учений [9, с. 67].

Ещё одно важное место в религии Толстого занимает критика догмата о Троице. Заявление того, что Бог един и одновременно троичен, для писателя было сродни бессмыслицы. Он говорил, что не прислушался бы ни к какому авторитету, утверждавшему подобное, потому что ни на одном языке мира подобное утверждение не имеет смысла [9, с. 103].

Толстой сам писал о своей вере, что Бога он сам понимает как дух, как любовь и как начало всего. Воля Бога наиболее ясно отражена в учении «человека Христа» [10, с. 88]. Определение Христа Богом Толстой называл величайшим кощунством [10, с. 89]. Самое настоящее человеческое благо он видел во взаимной любви людской, следствием которой было бы поступать с людьми так, как хотели бы, чтобы поступали с ними [13, с. 605].

Развитие любви в самом себе Толстой считал смыслом жизни каждого человека: «чем больше будет в человеке любви, и вместе с тем и более всего другого содействует установлению в мире царства Божия» [9, с. 91]. В понимании писателя Царство Божие являет собой жизненный строй, который заменяет ложь, насилие и обман на свободное согласие, правду и взаимную братскую любовь [7, с. 33]. А для достижения успеха в этой любви необходимо молиться. Но молитву в храмах он отрицал, ссылаясь на слова о молитве из Нагорной проповеди «и, когда молишься, не будь, как лицемеры, которые любят в синагогах и на углах улиц, останавливаясь, молиться, чтобы показаться перед людьми. Истинно говорю вам, что они уже получают награду свою. Ты же, когда молишься, войди в комнату твою и, затворив дверь твою, помолись Отцу твоему, Который втайне; и Отец твой, видящий тайное, воздаст тебе явно» (Мф. 6:5–6). Он считал, что молитва должна быть уединенной

и должна восстанавливать и укреплять сознание жизни человека и зависимости исключительно от Божьей воли [11, с. 85].

В своем завещании Лев Николаевич писал: «были моменты, когда я чувствовал себя посредником и носителем божественной воли, и это были самые счастливые моменты в моей жизни» [13, с. 306]. Одним из главных качеств Толстого можно назвать его постоянный обмен религиозным опытом и моральными взглядами, вытекающими из нужд самого писателя, этот обмен сопровождал его жизненный путь до самой смерти [8, с. 190].

В целом, проповедь писателя схожа с вероучениями протестантизма, потому что они содержат культуру почитания Священного Писания и Христа, а рождалось протестантское учение схожим с Толстым образом: проповедник, который не согласен церковным учением создает свою собственную богословскую интерпретацию Священного Писания. По результатам исследования писателем разных учений, ни одно его не удовлетворило. Он нуждался в «идеальной» религии [8, с. 54]. И так как подходящей ему не нашел, разработал собственное учение и собственное Евангелие.

Учителем Толстой себя никогда не определял, его долг, по его мнению, лежал на пути к возрождению истинного христианства, очищению учения от искажений, вносимых Церковью в образ Христа веками [10, с. 361].

В конце 1870-х гг. писатель начал посещать Оптиную Пустынь, которая в то время переживала расцвет старчества. Там жил тогда Амвросий Оптинский, который являлся прообразом старца Зосимы в произведении «Братья Карамазовы» у Достоевского [5, с. 19]. В Оптиной Пустыни Лев Николаевич часами беседовал с разными отшельниками на тему Бога и веры. Но в результате поисков и дискуссий лишь убедился в собственных антицерковных взглядах [10, с. 23]. Роман «Воскресение» можно назвать литературным выражением воззрений Толстого, а труд «Исследование догматического богословия» (1891 г.) – научным. Определенно, спецификой этого трактата является непродуманная и неубедительная аргументация: автор все время обращается к возможностям человеческого мышления, логике и опыту [16, с. 34]. Он не применяет научную критику, а использует исключительно литературные средства, поэтому предстает не в качестве философа, а в качестве писателя, что, по сути, воспринимается как недостаточно серьезный подход к богословским темам [6, с. 135].

Еще одной характерной особенностью труда по изучению Евангелия Толстым явилась установка к очищению Евангелия от «вековых

наслоений» [9, с. 99], которые на протяжении долгого времени искажали изначальную идею Христа и авторов Евангелия – передать человеку ясное и простое учение.

По его мнению, Церковь преподносит в качестве истины непонятные откровения мистического характера, сказки и небылицы [9, с. 111]. Писатель избавляется от всех элементов мистики, от иррационального, пытаясь преобразовать веру в разумную. Его совершенно не удовлетворяет вера, в которой присутствуют мистические начала, которые невозможно выразить словами и известными понятиями. Толстой утверждает, что вера изначальная, истинная не может быть основана на представлениях бессмысленных, из ряда воскресения Христа или непорочного зачатия, или усмирения бурь взмахом руки – все это он считает притворством и уязвимым местом Евангелия. Христианская церковь отвергает логику и разум, находясь в попытках соблазнения людей чудесами. К примеру, Христос у Толстого не является сыном Бога, он отвергает божественность Христа. По его мнению, Христос родился обычным человеческим рождением и не имеет никаких сверхъестественных способностей. Этот человек обладает качествами доброты и справедливости, но это земной человек, который проживает праведную жизнь и ценит заповеди Бога, он исцеляет добрым словом и мощью морального примера благонравия, почему и обретает авторитет. В переломное время он ведет себя как истинный герой, не отказываясь от своей веры и погибает. Однако следствием этого события не становится воскресение. Богословский термин «сын Божий» Толстой меняет на слово «отрок». В его религии признается только Бог-отец – это религия Ветхого Завета. Бердяев описывал эту особенность как отсутствие у Толстого чувствования Христа, но сильное чувствование Бога. Таким образом, религия Толстого относится к антихристианскому направлению, потому что отрицает богочеловечность Сына Божия [10, с. 85].

Лев Толстой принимает установление Евангелия, связанное с фактом, что жизнь вечная есть познание Бога, но переиначивает его по-своему: данное познание суть наиболее близкое соединение с Богом как Личностью, это не процесс между личностями, совсем нет, это дело самоопределения, для этого нужно отречься от себя, преодолеть себя как личность с целью обретения самого себя в благе общем [13, с. 368–369].

В частности, по этой причине в воззрениях Толстого и Церковном учении (по крайней мере, на уровне теории) существует огромная пропасть. Толстой не принимает то, на чем строится христианство – Воскресение Христа, всеобщее личное воскресение и жизнь вечная.

Центральным элементом Евангелия он видит Христово учение в нравственном аспекте, описанное в Нагорной Проповеди. В своем учении писатель отбрасывает значительный аспект христианского учения – жертвенное искупление. Христианская религия есть религия искупления и спасения, содержит в себе понятие спасения человека посредством жертвы Христа. Главным делом Христа на земле был подвиг мученика ради спасения человека, а не исключительно проповедь морали и божественных истин [11, с. 51].

Именно этическая составляющая притягивала Толстого в христианстве, заслуга Иисуса Христа как моралиста, просветителя и приверженца божественной истины. Толстой писал, что Христос обучал тому, каким образом избежать бед и счастливо коротать век человеческий. Считал наиболее весомым моментом в Евангелии именно Нагорную проповедь, а не трагедию гибели Христа и дальнейшее Его Воскресение. Религия Толстого суть религия, основанная на библейских заповедях. Библию он понимал как источник морали и заповедей [11, с. 33].

Следствием духовного переворота писателя стала жизнь, посвященная противостоянию православной вере и «историческому христианству» [1, с. 54]. Противостояние это выражалось как в теоретическом аспекте, так и в практическом. Кроме того, можно обратить внимание на то, что в «Исповеди» центральные идеи были оформлены еще не совсем четко, тогда как в дальнейшем разборе Евангелия и религиозно-философском трактате «В чем моя вера?», эти идеи приобрели уже оформленный агрессивный характер [4, с. 36].

Находясь в своем религиозном поиске Толстой видит себя как апостола «чистой веры». От церкви он требует истинной святости. Он открыл отрицательные моменты, обратную сторону убеждений современных ему церковных отцов. Лев Николаевич замечает не более чем вероисповедание словесное и отступление от заповедей во всех аспектах жизни. Немалое количество церковных служителей пьют, врут, причастны к воровству, потонули в лживых изречениях и лишь словесно признают Иисуса Христа. А он с храбростью справедливо критикует официальную Церковь, которая не выполняет своих обязанностей и погрязла в глубоком упадке нравственности [3, с. 27].

Толстой утверждает, что Церковь толкует свои догматы исходя из непогрешимости ее собственного учения [9, с. 211]. Церковная непогрешимость в свою очередь является следствием непогрешимости иерархии. Таким образом, значение иерархии в богословии замещает значение церкви [9, с. 193].

Планы Льва Николаевича включают в себя образование всеобщей религии, куда будет входить и Будда, и Коран, и Талмуд [15, с. 20]. Церковный институт Толстой также пытается свергнуть. Он понимает Церковь как явление общественное, связанное с экономикой, политикой, но не духовностью. По мнению писателя, Церковь занимается убеждением народа в невозможности непосредственного общения с Богом – без священнослужителей, без духовенства [14, с. 501]. Потому что, по утверждению Толстого, Бог живет в человеческой душе. Также он возражает против почитания икон, называя их безобразными идолами. Потусторонняя жизнь, как он считает, также отсутствует, как и бессмертие. Как раз отрицание бессмертия и являлось причиной его вселенской тоски, которая отравляла всю его жизнь [14, с. 515].

Библиографические ссылки

1. *Антоний (Храповицкий, А.П.), митр.* Нравственное учение в сочинении Толстого «Царство Божие внутри вас» пред судом учения христианского. / митр. Киевский и Галицкий Антоний. – Изд. 2-е. – М.: Синод. тип., 1902. – 87 с.
2. *Гусев Н. Н.* Летопись жизни и творчества Льва Николаевича Толстого / Н. Н. Гусев. – М.: Гослитиздат, 1960. – 918 с.
3. *Ленин В. И.* В.И. Ленин о Толстом: сб. ст. / В.И. Ленин // Сост., вступ. и коммент. К. Н. Ломунова. – Москва: Современник, 1978 – 191 с.
4. *Маклаков В. А.* Толстой как мировое явление / В.А. Маклаков // Современные записки. – Париж, 1929. – № 100. – С.221–226.
5. *Мережковский Д. С.* Д. С.Мережковский: мысль и слово / Д. С. Мережковский – М.: Специализир. изд.-торговое предприятие «Наследие», 1999. – 347 с.
6. *Мосс, В.* Православная церковь на перепутье (1917-1999): Пер. с англ. / В. Мосс; Ред. пер. Т. А.Сенина. – СПб: Алетейя, 2001. – 405 с.
7. *Ореханов, Г. прот.* Лев Толстой. «Пророк без чести»: хроника катастрофы / прот. Г. Ореханов. – М.: Эксмо, 2016. – 602 с.
8. *Пругавин, А. С.* О Льве Толстом и о толстовцах: очерки, воспоминания, материалы / А. С. Пругавин. – Изд. 2-е, – М.: URSS. – 2011. – 323 с.
9. *Толстой, Л. Н.* Исследование догматического богословия / Л. Н. Толстой. – Москва: URSS Либроком, 2013. – 246 с.
10. *Толстой, Л. Н.* Моя жизнь / Л. Н. Толстой. Собрание сочинений: в 22 томах. Т. 10 – М.: Художественная литература, 1978– 1985. – 469 с.
11. *Толстой, Л. Н.* Царство Божие внутри вас: или христианство не как мистическое учение, а как новое жизнепонимание / Л. Н. Толстой. – Берлин: Издание Библиографического Бюро, 1894. – 302 с.
12. *Толстой, Л. Н.* Что такое религия и в чем сущность ее? / Л.Н. Толстой // Полное собрание сочинений Льва Николаевича Толстого: в 24 т. / под редакцией и с примечаниями П. И. Бирюкова. – М.: Изд-во Д.И. Сытина, 1913. – Т. 15. – 326 с.
13. *Толстой, Л. Н.* Полное собрание сочинений: в 90 т. / Л. Н. Толстой; под общ. ред. В. Г. Черткова; при участии ред. ком. в составе: А. Л. Толстой, А. Е. Грузинского, Н. Н. Гусева [и др.]. – М.: Худож. лит., 1934. – Т. 63: Письма 1880-1910. – 522 с.

14. *Флоровский, Г., прот.* Пути Русского Богословия / прот. Г. Флоровский. – Изд. 3-е. – Киев: Христианско-благотворительная ассоциация «Путь к истине», 1991. – 600 с.
15. *Ярославский, Е. М.* Л. Н. Толстой и толстовцы / Е. М. Ярославский. – М.: Гаиз, 1938 – 38 с.
16. Яснополянский сборник: литературно-критические статьи и материалы о жизни и творчестве Л. Н. Толстого. – сост.: Л. В. Милякова, А. Н. Полосина. – Тула: Книжное изд-во. – 2008. – 465 с.

ЖЕНЩИНА В ХРИСТИАНСТВЕ

В. Ю. Тимофеева

*ГУО «Институт теологии им. Свв. Мефодия и Кирилла
Белорусского государственного университета», г. Минск;*

timmoletto@gmail.com;

науч. рук. – А. С. Мартысевич, канд. культурологии

Основной темой публикации является рассмотрение значимости женского пола в рамках христианства и конкретных фрагментов Священного Писания. Поднимается проблема различных методов толкования, их взаимоотношения друг с другом и взаимодействия в недалеком будущем. Также рассматривается возможность взаимного общения среди приверженцев отличающихся точек зрения на толкование Библии касательно женского пола. Цель исследования заключается в поиске возможной истины относительно поднятой проблемы. Ценность результатов имеет место быть в связи с конечной точкой зрения, нацеленной на поддержание взаимоотношения между разными людьми, называющими себя христианами. По сравнению с другими публикациями данную отличает ее обширность в рассмотрении разных точек зрения, касающихся одного вопроса.

Ключевые слова: женщина в христианстве; женщина в Библии; стихи о женщинах в Библии.

Раздается грохот революций и пересчетов: заголовки, протесты феминисток и женщин против женоненавистничества, беспрецедентная реакция на индустрию из-за неравной оплаты труда, новые открытия об опасностях маскулинности и коварной взаимосвязи природы расизма, сексизма. Что христианство думает по этому поводу?

Важность обсуждения того, что библейские тексты говорят о женщинах, и как люди должны понимать то, что они говорят – становится все более актуальной с каждым днём. Истина такова: в Новом Завете есть оправдание для любого взгляда, которого хочет придерживаться человек в отношении женщин.

Если человек хочет оправдать лидерство женщин в церкви, он может обратиться к Евангелиям, где Иисус путешествует с женщинами и принимает их поддержку. Например, от Луки 8:1. Или посмотреть на фрагмент из Послания к Римлянам, где Павел приветствует Фиби, дьякона и благотворителя, и Юнию, «выдающуюся среди апостолов» (Рим 16:7).

Если человек верит в равенство, он может обратиться к 1-му Посланию к Коринфянам 7:2, где Павел выступает за взаимность в браке (1 Кор 7:2), или к Галатам 3:28, которые рассматриваются как полное стирание различий. «Больше нет иудея или грека, больше нет раба или

свободного, больше нет мужчины и женщины; ибо все вы едины во Христе Иисусе» (Гал 3:28).

Если человек хочет отстаивать главенство мужчины в семье, он может обратиться к 1-му Посланию к Коринфянам 11:3. «Христос – глава каждого мужчины, и муж – глава своей жены» (1 Кор 11:3); к Титу 2:5, в котором говорится, что женщины должны быть «покорны своим мужьям, чтобы слово Божье не было дискредитировано» (Тит 2:5).

Если человек хочет привести доводы в пользу подчинения женщин, он может вновь сослаться к 1-му Посланию к Коринфянам 14:34. «Женщины должны молчать в церквях, ибо им не позволено говорить, но они должны быть подчиненными, как сказано в законе. Женщине стыдно говорить в церкви. Я не позволяю женщине учить или иметь власть над мужчиной; она должна молчать» (1 Кор 14:34).

Если человек хочет сделать заявление о женщинах, основываясь на текстах Нового Завета, можно найти стих, который подойдет любому. Тексты не говорят в один голос о женщинах. Как же тогда различать эти разрозненные послания, особенно христианам, которые считают эти тексты Словом Божиим для народа Божьего? Как можно надеяться на взаимный диалог с христианами, которые придерживаются разных взглядов на женщин, если мы не понимаем их подхода к интерпретации?

Обрисует три основных герменевтических подхода, используемых сегодня в церкви, сосредоточимся на 1 Тимофею 2:11, чтобы показать, как различные стратегии толкования могут привести к совершенно разным выводам даже в отношении одного отрывка.

Интерпретационный подход 1: Извлечение и применение.

С этой точки зрения – Слово Божье универсально применимо в любое время, в любом месте. Мы должны извлекать отрывки Нового Завета из их исторических условий и прямо применять сегодня. Вот как, например, современный совет по библейской мужественности и женственности может заявить, что 1 Тим. 2 означает, что каждая женщина в любое время и в любом месте должна подчиняться мужчинам. Этот мандат для человеческой иерархии, по их мнению, не обусловлен историческим или литературным контекстом.

Большинство тех, кто придерживается подхода «извлекай и применяй» к толкованию Библии, считают новозаветные предписания о домашнем хозяйстве и церкви аналогичными – то есть все, что новозаветный автор говорит о доме, применимо к церкви, и наоборот. Некоторые, однако, проводят различие между ролями женщин в обществе (например, в церквях) и ролями женщин в частной жизни (например, дома). 1 Тим. 2 говорит, что женщины, в целом, обладают возможностью учить, но в церкви это делать запрещается, как и иметь власть над муж-

чиной. Распространенным исключением является случай, когда женщинам разрешается обучать детей в церкви (1 Тим 2:1).

Подход 2: Контекстуализация.

Второй важный подход заключается в расположении конкретных отрывков Нового Завета исторически и литературно, дабы определить их значение. Эти практикующие могут указать на то, что женщины, как правило, не получали образования в древнем мире. Таким образом, упоминание о том, что Ева была обманута в 1 Тим. 2:14, не означает, что всех женщин повсюду легко обмануть; это означает, что женщины в той общине были обмануты учителями ложного учения, упомянутыми в 1 Тим. 1:3, потому что они были необразованны.

Такие читатели иногда указывают на то, что 1 Тимофею утверждает, что оно написано Тимофею в Эфесе, который был местом культа Артемиды, богини плодородия. В этом историческом контексте, предполагают толкователи, ссылка на сотворенный порядок Адама и Евы была бы уравнивающим коррективом для тех, кто утверждал, что женщины, подобные Артемиде, должны находиться в положении превосходства над мужчинами [1, с. 14–26].

Некоторые, кто придерживается такого подхода, считают, что эти иерархические структуры неприменимы в 21 веке, но основополагающий принцип подчинения продолжает оставаться актуальным в различных формах. Одна из версий этого принципа заключается в том, что, если христиане сталкиваются с противодействием со стороны нехристиан, особенно тех, кто имеет над ними власть, они должны терпеть ради спасения этих людей. Другой вариант показывает, как работает Божья любовь. Речь идет о самопожертвовании: тот, кто с наибольшей вероятностью злоупотребит властью, должен сначала выбрать смирение.

Подход 3: Отклоните Эти Тексты.

Подходы №1 и №2, описанные выше, обычно направлены на то, чтобы оценить или оправдать тексты Нового Завета о женщинах для нашего сегодняшнего мира. Сторонники №3 вместо этого считают тексты, подобные 1 Тимофею 2, вредными для женщин и, таким образом, отвергают их полностью. Эти интерпретаторы считают деспотические тенденции в тексте следами падшей природы человечества.

Это не обязательно отрицание божественного вдохновения Священного Писания. Те, кто отвергает определенные тексты, часто являются убеждёнными христианами, которые верят, что Новый Завет – это Слово Божье. Разница в том, что они верят, что, когда Бог вдохновлял, буквально, вдыхал, слова Священного Писания, Он не диктовал слова и тем самым не избегал человеческого влияния при написании текстов [2, с. 97–98].

Многие, кто придерживается подхода №3, полагаются на историческую контекстуализацию иного рода, чем в №2. Для этих людей существует традиция равенства Павла, сохраненная в Послании к Галатам 3:28, которую пытались внедрить самые ранние последователи Иисуса, но это вызвало критику со стороны посторонних. 1 Тим. 2, по их словам, свидетельствует о том, что со временем церковь обратилась к патриархату как к средству умиротворения враждебных чужаков, которые с подозрением относились к христианам. Для тех, кто выбирает вариант №3, такие разделительные линии вокруг пола сегодня более вредны, чем исцеление [3, с. 87–90].

Очевидно, что каждый из подходов может быть расширен во многих направлениях. Главная мысль, однако, заключается в следующем: когда христиане делают заявления о женщинах, основываясь на Новом Завете, следует делать это с полным пониманием используемых стратегий толкования и критериев, по которым люди делают выводы.

Может возникнуть соблазн игнорировать тех, кто читает Библию иначе. Но тогда человечество застревает в эхо-камере, окруженное собственными интерпретирующими сообществами, где слишком легко впасть в стереотипы и неточности. Когда мы разочарованы или сбиты с толку позицией других христиан в отношении женщин, мы должны вести диалог на уровне толкования, понимая их подходы к тексту и четко излагая свои собственные [4, с. 23].

Вопросы о Новом Завете и женщинах поднимают еще более серьезные вопросы об авторитете, вдохновении, взаимоотношениях, человеческой природе. Но не стоит их обсуждать, пока не будет точности, где и почему происходит расхождение во мнениях относительно толкования Библии.

Библиографические ссылки

1. *Бреннер А.* Библейские женщины рассказывают свои собственные истории. Миннеаполис: Пресса Фостера, 2005. С. 1–119.
2. *Фраймер-Кенски Т.* Читая Библейских женщин: новая интерпретация. Нью-Йорк: Шокен, 2002. С. 1–387.
3. *Гафни У.* Повторное знакомство с женщинами Библии. Луисвилл: Вестминстерское издательство Джона Нокса, 2017. С. 1–217.
4. *Ройбак Д. Г.* Освободите женщин. Нью-Йорк: Христианская история: 2021. С. 1–224.

ХОРОВЫЕ ЦИКЛЫ «ЛИТУРГИЯ СВ. ИОАННА ЗЛАТОУСТА» И «ВСЕНОЩНОЕ БДЕНИЕ» С. В. РАХМАНИНОВА: ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА

Е. В. Ткачева

*ГУО «Институт теологии им. Свв. Мефодия и Кирилла
Белорусского государственного университета», г. Минск;
altocowwa@gmail.com;*

науч. рук. – канд. богословия, игумен Ермоген (А. Н. Панасюк)

В статье рассматривается вопрос о жанровой специфике хоровых циклов «Литургия» и «Всенощное бдение» Сергея Васильевича Рахманинова, его вклад в развитие русской церковной музыки XX века. Автор анализирует новаторские черты стиля композитора и их сочетание с традицией: методы и приемы.

Ключевые слова: «Литургия»; «Всенощное бдение»; хоровой цикл; церковная музыка; жанр.

Музыка С. В. Рахманинова охватывает множество жанров: от миниатюр и фортепианных концертов до романсов, симфоний и опер. Как человек верующий, и глубоко связанный с русской национальной традицией, русской культурой в целом, композитор не мог не прибегнуть к жанрам духовной музыки, к каноническим текстам, которые он слышал с раннего детства.

К важнейшему христианскому богослужению – Литургии – обращались представители разных эпох, от древнерусских распевщиков до музыкантов–профессионалов, всех их объединяло стремление передать сокровенный смысл божественных строк. В эпоху «серебряного века» представители Нового направления также обращались к Литургии – А. Т. Гречанинов, П. Г. и А. Г. Чесноковы, с целью возвращения первоначального богослужебного смысла жанру. В этом ряду стоит также и «Литургия св. Иоанна Златоуста» С. В. Рахманинова [8, с. 424].

Духовно-музыкальное произведение включает в себя синтез богослужебных и внебогослужебных элементов, это объясняется соединением, на первый взгляд, несовместимых областей: все, относящееся к православному богослужению (сакральное, вневременное), и индивидуальное творческое мышление автора (личные переживания, эмоции).

В начале XX в. искусство Древней Руси обращает на себя широкое общественное внимание, привлекая к себе высоким уровнем нравственности и эстетики. Общение с деятелями «возрожденческого» движения в церковном пении оказало непосредственное влияние на работу композитора.

Литургия С. В. Рахманинова не обладает единством стиля и строгостью, которые впоследствии будут им достигнуты во «Всенощном бдении». Причиной явилась новая для автора область работы.

В процессе написания своего цикла он руководствовался «Литургией» П. И. Чайковского, трактуя литургический текст самостоятельно [5, с. 385].

В своем сочинении С. В. Рахманинов создает «свободную» композицию, не обращаясь к одnogолосным распевам Древней Руси, отображая личное понимание смысла литургического действия. Такой подход приводит к тому, что ряд частей Литургии наполнены лиризмом, например, «Иже херувимы», «Тебе поем». Это обосновано тем, что у Сергея Васильевича было желание создать высокохудожественную церковную музыку, содержащую в себе самостоятельную эстетическую ценность, не противоречившую строгости и простоте богослужения. В этом отношении он продолжил идею П. И. Чайковского, предлагая свои пути решения. Стоит отметить, что рахманиновская Литургия, как и Чайковского, была встречена критикой по поводу «нецерковного» характера музыки [4, с. 120–121].

По воспоминаниям А. А. Трубниковой, «когда была написана «Литургия святого Иоанна Златоуста», мы очень интересовались, как Сережа, не будучи религиозным, мог написать церковную музыку... Концерт должен был состояться 25 ноября 1910 года при участии Синодального хора под управлением Н. М. Данилина. Духовенство было также очень заинтересовано, ведь среди них было много любителей музыки, но посещать концерты светской музыки они не могли, и только некоторые особенно смелые, надевали светское платье и тайком бывали на концерте в театрах. Законоучитель школы, в которой я работала, после исполнения «Литургии» отозвался так: «Музыка действительно замечательная, даже слишком красивая, но при такой музыке молиться трудно. Не церковная» [1, с. 142].

Композитор действительно придает музыке Литургии большую эмоциональность, привнося сложные, непривычные гармонии и голосоведение для церкви, использует приемы вокальной «оркестровки», например, пение с закрытым ртом, подражание голосов колокольному трезвону.

Сергей Васильевич удивительно изобретателен в вопросе хоровой фактуры. Он использует чередование tutti с отдельными голосами, движение которых может быть параллельным, самостоятельным или навстречу друг другу, такая красочность прослеживается в «Достойно есть» [4, с. 121–122].

В «Достойно есть» звучат женские голоса, мужские только осторожно и мягко поддерживают их, мелодико-гармонический строй создает поэтичный и светлый образ, будто вдохновленный народными сказаниями, а не словами канонического текста.

Элементы концертности связаны с опытом профессиональной деятельности композитора. Стремление Рахманинова передать сущность

и характер песнопения приводит к использованию им самых различных средств музыкальной выразительности. Он дает свыше ста указаний, касающихся темпа, динамики, штрихов характера исполнения в хоровом цикле [6, с. 228].

За богослужением это произведение не закрепилося, т.к. не получило признания церковных властей. Даже при исполнении в концертных залах некоторые части исключались по требованию духовной цензуры, так как музыка недостаточно соответствовала смыслу «священных слов».

Литургия Сергея Васильевича Рахманинова полна величия и сосредоточенности, но ее скорее можно назвать ученическим сочинением, т. к. композитор еще не освоил стиль церковной музыки, ее тонкостей, духа, соборности, воспринимал ее индивидуально. Духовная музыка призвана объединять слушающих в едином порыве религиозного чувства, в рахманиновской Литургии этого не было. Литургию называют первым ученическим шагом к его духовной вершине [7, с. 170].

Ю. В. Келдыш отмечает, что «большей стилистической выдержанностью и единством замысла отличается Всенощное бдение – произведение, в котором композитор стремился выразить свой религиозно-нравственный идеал» [4, с. 122].

Всенощное бдение по своей структуре – соединение вечерни и утрени. По многообразию литургических текстов эта служба не имеет равных. Вспоминаются события Ветхого Завета, пророчества о Спасителе, их исполнение: Рождение, Страдания и Его Воскресение из мертвых. Вместе с тем, значительное место отведено текстам, воспевающим духовный подвиг святых, память которых празднуется в этот день. Сергей Васильевич использует неизменяемые песнопения богослужения, относящиеся к суточному богослужебному кругу.

«Всенощное бдение», посвященное памяти С. В. Смоленского, написано в середине первого года мировой войны. С. В. Рахманинов был обеспокоен судьбами людей и своей Родины, не оставался безучастным к лишениям и бедствиям. Эта тревога побудила его искать опору в коренных устоях отечественной культуры.

Сохранился рассказ композитора: «Я сочинил Всенощную очень быстро: она была закончена менее, чем в две недели. Импульс к сочинению появился после прослушивания моей Литургии, которую, между прочим, я не люблю, ибо в ней проблема русской церковной музыки решена очень неудовлетворительно» [2, с. 455].

Помимо этого условия, «Всенощное бдение» формируется в тот период, когда музыкально–общественная мысль направлена на восстановление древнего церковного пения. Стоит отметить, мелодические обороты старинных одноголосных распевов встречались еще в самых ранних

сочинениях композитора, но в его «Всенощной» этот круг интонаций получает особенно широкое развитие.

В отличие от «Литургии», которую рассматривают чисто с музыкальной стороны, «Всенощное бдение» нужно воспринимать не только с музыкальной точки зрения, но и с музыкально-литургической, в целом богослужебном комплексе возгласов и чтений. Большинство песнопений представляют собой обработки уставных мелодий знаменного, киевского, греческого распевок. Автор заимствовал их из Обихода – из квадратно-нотных богослужебных синодальных певческих изданий. Интересно, что при всем разнообразии полифонного голосоведения уставная мелодия нисколько не теряется. Таким образом, эта мелодия ведет за собой все голоса, при этом не лишая каждого самостоятельности и не приводя хор к так называемому «органному звучанию».

«Всенощное бдение» начинается песнопением, предназначенным по чинопоследованию не для хора, а для священнослужителей, которые исполняют его в алтаре храма. Он отступает от этого правила для создания возможности широкого праздничного действия воскресной службы. «Приидите, поклонимся», №1 – своеобразный образ гимна-призыва. Основой служат попевки знаменного распева, хотя ни с одной из них нет тождества, основные черты – плавность, ровность ритма и всеохватывающее многоголосие. Затем следует 103-й псалом, №2 греческого распева, повествующий о сотворении мира. Этому лирико-эпическому рассказу Сергей Васильевич придал большую драматургическую рельефность. Он поручает запевы соло альты, совмещая его с почти идентичными зачинами, превращая их в хоровые припевы. Такой синтез характерен для обиходных напевов и для народных песен, в которых идет чередование запевов и припевов. Такой способ изложения придает песнопению черты песенной обобщенности за счет «тонких вариантных завитков».

Свою «светскость» композитор проявляет в использовании пения с закрытым ртом, добиваясь требуемой тембровой окраски, то есть использует человеческий голос как бессловесный инструмент, также аккуратно добавил одновременное произношение слов голосовыми партиями, правда, в редких местах и очень умеренно [3, с. 554–555].

Автор свободно использует мелодии старинных распевок, иногда изменяя их, показывая слушателю различные варианты возможной гармонии и окраски звучания. Подобно Глинке и другим классикам русской музыки он воспринимал их как живой звук народа.

Вершиной утрени и всего «Всенощного бдения» служит «Великое словословие», №12 на мелодию знаменного распева. Оно является самым значительным по смыслу и самым продолжительным, так как в нем объединились все черты предыдущих песнопений. Важно отметить, что знамен-

ная мелодия сохраняется неизменно, хотя прослеживается в разных голосах и даже тональностях. Две вершины – №7 (Шестопсалмие) и №12 – имеют одну начальную тему: «Слава в вышних Богу» – важный момент, скрепляющий цикл [7, с. 172].

Композитор в разнообразнейших формах и гармонизации преподносит мелодию, в своем цикле он сфокусировал все то ценное, что позволяет считать это сочинение настоящим художественным открытием. Этот цикл, можно сказать, завершает длившийся с середины XIX века спор об «особом стиле» гармонизации древнерусской монодии в церковно-музыкальной среде. О «Всенощном бдении» говорят как о вершине духовной музыки XX века.

Важным составляющим жанровой специфики хоровых циклов С. В. Рахманинова является синтез традиций и новаторства, элементов, характерных как для богослужебного, так и светского пения. Вобрав в себя все ценнейшее, что было достигнуто в русской художественной культуре за последние века, они явились кульминационным этапом в развитии русской духовной музыки XX века, воплощая при этом свет Христова вероучения.

Библиографические ссылки

1. Воспоминания о Рахманинове: в 2 т. / сост. и ред. З. А. Апетян. М.: Гос. муз. изд., 1961. Т. 1.
2. *Брянцева В. Н.* С. В. Рахманинов. М.: Советский композитор, 1976.
3. *Гарднер И. А.* Богослужебное пение Русской Православной Церкви: в 2 т. Сергиев Посад: Моск. духов. акад., 1998. Т. 2: Сущность. Система. История.
4. История русской музыки: в 10-ти т. М.: Музыка, 1997. Т. 10А: 1890–1917-е годы.
5. *Келдыш Ю. В.* Рахманинов и его время. М.: Музыка, 1973.
6. *Ковалев А. Б.* История и теория богослужебного пения. М.: Изд. Дом МИСиС, 2012.
7. *Протопопов В. В.* Музыка русской литургии. Проблема цикличности: Исследование. М.: Композитор, 1990.
8. *Рапацкая Л. А.* История русской музыки: от Древней Руси до Серебряного века. СПб.: Лань; Планета музыки, 2015.

ХРИСТИАНСКИЕ МОТИВЫ В ЯПОНСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ НОВЕЙШЕГО ВРЕМЕНИ НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА АКУТАГАВЫ РЮНОСКЭ

М. М. Шкут

*ГУО «Институт теологии им. Свв. Мефодия и Кирилла
Белорусского государственного университета», г. Минск;
marina.shkut.021@gmail.com;
науч. рук. – Н. С. Семенов, канд. ист. наук, доц.*

В статье рассматривается взаимосвязь между заинтересованностью японских авторов, в частности Рюноскэ Акутагавы, христианством и их стремлением углубиться в западную культуру. Автор анализирует ряд произведений писателя, выделяет христианские образы и устанавливает параллели со Священным Писанием. Изучив биографию Акутагавы и его творчество, можно прийти к следующему выводу: христианство стало катализатором утверждения японской национальной идентичности. Японцы привнесли новые идеи в христианскую практику, тем самым сделав собственное – «японское» христианство.

Ключевые слова: христианство; Япония; Рюноскэ Акутагава.

В начале XX века в культурной жизни Японии нашли отражение такие характерные для европейской культуры того времени тенденции, как акцентирование внимания на человеческой личности, подчеркивание ее особого значения. Среднестатистический японец в эпоху Токугава редко испытывал чувство собственной значимости. Новые представления нашли отражение в японской литературе, потому в этот период появляется огромное разнообразие литературных направлений и жанров. Появляется, в том числе, христианская литература [5].

В эпоху Тайсё широко распространяются идеи космополитизма, универсализма и либерализма, с одной стороны, и растущее чувство имперской идентичности японцев, с другой. Акутагава Рюноскэ начинает увлекаться иностранными, экзотическими культурами, включая христианство, и пишет ряд рассказов. Акутагава указывает на различия между христианством и японской религией. По мнению автора, христианству не прижиться в Японии. По крайней мере в «неискаженной японской культурой» форме.

Рюноскэ Акутагава (1892–1927) родился в Токио в семье небогатого торговца Тосидзо Ниихара. Мальчик рано потерял мать, и был вынужден жить у своего дяди – Митиаки Акутагавы, чью фамилию он позже взял. В 1913 году Акутагава поступил в Токийский Императорский университет на отделение английской литературы, где спустя год опубликовал в университетском литературном журнале «Синситё» («Новое Течение»)

свой первый рассказ «Старик». С этого времени начинается активный 13-летний период его творческой деятельности [4, с. 127].

Отдельную группу произведений Акутагавы составляют его рассказы на христианскую тематику. Отношение к христианству у Акутагавы трансформировалось на протяжении всей его жизнь, но писатель всегда оставался непоколебимым в своей вере в превосходство искусства над религией. В своем последнем эссе «Люди Запада II» Акутагава объясняет каким образом развивался его интерес к христианству: «Я любил христианство, в частности католицизм, с художественной точки зрения. Это было лет десять назад. <...> Затем, несколько лет назад, меня начали интересовать христианские мученики, погибшие за свою религию. Только недавно я наконец полюбил человека по имени Христос, которого четыре биографа передали нам».

Нельзя воспринимать слова Акутагавы «я начал любить человека по имени Христос» как проявление религиозного интереса к образу Христа. Со стороны Акутагавы это скорее отрицание, потому как для него Христос – это художник. Его работы начала 1920-ых годов, отчетливо демонстрируют критическое отношение к христианским догмам, особенно по сравнению с японскими религиозными и культурными ценностями.

Одним из лучших примеров, иллюстрирующих раннее позитивное восприятие Акутагавой христианства, является его рассказ 1918 года под названием «Смерть христианина», в котором отчетливо проявляется его интерес к мученическому действию. История повествует о сироте по имени Лоренцо, которого воспитывали иезуиты в Нагасаки. Монах рос набожным и образцовым христианином, но однажды девушка обвиняет его в том, что он является отцом ее ребенка. Никто не поверил словам Лоренцо, и ему пришлось бежать на окраину города и жить в нищете. Около года спустя в Нагасаки разгорелся огромный пожар. Маленькая дочь «Лоренцо» оказалась одна в горящем доме. Люди не могли пробиться внутрь, но затем из ниоткуда появился Лоренцо, бросился в огонь и спас ребенка в обмен на свою жизнь. Благодарная мать признается, что оклеветала монаха. Получивший смертельные ожоги монах погиб, и под обгоревшей одеждой все видят девическую грудь – свидетельство полной невинности погибшей. То, как описываются самоотверженный поступок Лоренцо и ее возможное мученичество, предполагает, что Акутагава приветствует такой альтруистический акт мученичества, что также ясно засвидетельствовано в описании смерти Лоренцо. Лоренцо изображен образцом человека, который изящно умер, с «мирной улыбкой на губах» [3].

Однако эта история не лишена критического изображения христианства. В то время как Лоренцо изображен как образец христианина, все

остальные христиане показаны довольно жестокими и лицемерными в том, как они обращаются с Лоренцо, когда ее подозревают. Даже Симеон, который рос с Лоренцо как брат, или священник, заботившийся о Лоренцо, не поверил в ее невиновность. Поэтому сомнительно, что намерение Акутагавы состояло в том, чтобы восхвалять само христианство. Его внимание, скорее всего, было сосредоточено на человеческом акте смерти ради других и на «красоте», порожденной этим актом.

«Нанкинский Христос» – еще одно произведение Акутагавы, где он затрагивает христианскую тематику. Эта история о 15-летней девушке по имени Сун Цзинь-хуа, вынужденной торговать своим телом, чтобы прокормить себя и отца – уже немощного старца. Мать ее была католичкой, и потому воспитывала дочь в христианской вере. От нее девушке досталось лишь распятие, которое висело на стене в комнате. Цзинь-хуа молится перед распятием, и ее угнетает то, что она занимается «позорным ремеслом». Христос для нее – не карающий, а милостивый Бог. Когда один человек упрекает ее в недостойном занятии, она отвечает ему: *«Я думаю, что господин Христос на небе Сам, наверное, понимает, что у меня на сердце. Иначе господин Христос был бы все равно, что полицейский из участка в Яоцзякао»* [2].

Через какое-то время девушка заболевает сифилисом, и перестает принимать гостей. Приятельницы пытаются помочь ей, предлагая различные лекарства. Одна из них же советует передать свою болезнь другому. Цзинь-хуа молится Господу о даровании ей смирения, потому как она не желает никому зла или смерти.

Однажды к ней приходит иностранец. Его лицо кажется девушке таким родным и близким, но она все равно не может вспомнить своего гостя. Когда ее взгляд падает на распятие, Цзинь-хуа решает, что перед ней стоит сам Христос. Девушке кажется, что ее гость – тот самый Бог, который Один может «взять на Себя все скорби и болезни» и не пострадать при этом. Она впервые ощутила чувство любви и нежности. Ночью Цзинь-хуа снится сон, в котором Христос говорит ей, что утром она очнется здоровой. Проснувшись, девушка осознает, что болезнь отступила. Никто не осмелился рассказать юной китаянке правду о ее ночном госте, который был обычным человеком. Цзинь-хуа живет, продолжая верить в чудесное исцеление, потому как кроме Христа у нее не было никого, кто бы смог ее защитить и поддержать [2].

В своей рассказе Акутагава вновь акцентирует внимание на альтруистичных порывах души главной героини. Ее душа – чистая и светлая, и ее не смогло запятнать ничто мирское. Цзинь-хуа никогда ничего не просила для себя, и не обвиняла других в том, как сложилась ее жизнь: ни отца, ни других людей, ни, тем более, Бога. Потому девушка, по воле

Божьей и благодаря своей вере в Господа, и исцелилась. «Христос из Нанкина» – это тот образ, который принял Христос из Назарета для укрепления веры больной девушки, явившись ей во сне.

В этом произведении также можно найти параллель между главной героиней и Девой Марией. Точнее, сопоставление этих двух образов. Дева Мария, «не знавшая мужа» и Цзинь-хуа, торгующая своим телом. За Пресвятой Девой приглядывал старец Иосиф, в то время как Цзинь-хуа из-за старика-отца приходится оберегать не только себя, но и его. Но есть между ними и общее. Это их вера и абсолютное доверие Богу. Как Пресвятая Дева Мария смиренно произнесла во время Благовещения: «Се, Раба Господня; да будет Мне по слову твоему» (Лк. 1:38), так и бесконечно предана была Господу юная китаянка. Когда к ней пришел незнакомец, единственное, что волновало ее – как не причинить вреда невинному человеку, не заслуживающему такой ужасной участи, на которую она сама была обречена. Вот почему, чтобы отбросить сомнения девушки, Господь явился ей в сонном видении, приняв образ ночного гостя. И она поверила в чудо.

24 июля 1927 года Акутагава покончил с собой, приняв смертельную дозу снотворного. Его смерть потрясла японское общество, близко затронув не только его родных и друзей, но и всех знавших его как писателя хотя бы по имени. Жизнь и смерть Акутагава были восприняты всем японским обществом как архетип жизни художника. В 1935 году Кикучи Кана была основана литературная премия имени Акутагавы, которой и сейчас награждаются лучшие произведения молодых писателей Японии.

В ночь перед самоубийством Акутагава закончил эссе под названием «Люди Запада II» («*Zoku saiho no hito*»), продолжение «Люди Запада» («*Saiho no hito*»), написанное двумя неделями ранее о Христе. У его постели лежал Новый Завет. Но, несмотря на кажущийся окончательный поворот к религии, на протяжении всей своей жизни Акутагава был последовательным в своей вере в превосходство искусства над чем угодно, включая религию и даже жизнь. Христианство сыграло важную роль в его творчестве, потому что именно благодаря сопоставлению христианства с японской религией он начал видеть свою родную культурную и религиозную среду с новой точки зрения и пришел к выводу о пользе такой религиозной среды. Именно через это сравнение он определил то, что он называет «возрождающей силой», которая составляет его философию художественного творчества. Вполне возможно, что его положительное отношение к японской религии было связано с ее близостью к процессу художественного творчества.

Роль его смерти в этом «возрождении» могла быть тем, что Акутагава видел во Христе. Христос был идеальным образцом для Акутагавы, что-

бы оправдать его самоубийство, когда он посвятил свою жизнь своему искусству. Превращение религиозного Христа в художника Христа было проявлением Акутагавой превосходства искусства, в котором даже сама жизнь была превращена в простой указатель в его произведениях.

Таким образом, для Акутагава Рюноскэ вопрос христианской веры был не столько личным делом, сколько почвой для своего творчества. Акутагава продемонстрировал сильное чувство безотлагательности установления своих национальных, религиозных и художественных идентичностей, когда он столкнулся с западной религией – христианством.

Христианский писатель – относительный новичок на японской литературной сцене, несмотря на значительную роль, которую христианство сыграло в развитии литературы нового и новейшего времени. Таким образом, главной задачей для японских авторов того периода была попытка трансформировать опыт обращения в христианство в литературные произведения, доступные для непосвященного японского читателя.

Библиографические ссылки

1. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. – Москва: Издательский Совет Русской Православной Церкви, 2008. – 1376 с.
2. *Рюноскэ Акутагава* Мадонна в черном (сборник). Нанкинский Христос. пер. Н. Фельдман / Акутагава Рюноскэ. - Санкт-Петербург: Абзука, 2012. – 320 с.
3. *Рюноскэ Акутагава* Новеллы (сборник). Смерть христианина. / Акутагава Рюноскэ. – Москва: Худлит, 1974. – 320 с.
4. *Чегодарь, Н. И.* Литературная жизнь Японии между двумя мировыми войнами / Н.И. Чегодарь. – Москва : Вост. лит., 2004. – 222 с.
5. *Sasabuchi, Y.* Kirisutokuyō to Nihon kindai bungaku («Христианство и современная японская литература»)/Y. Sasabuchi. – Tokyo: Nihon no shingaku, 1963. – 153 p.

МЕССИАНСКИЕ МЕСТА КНИГИ ИСХОД В ЭКЗЕГЕЗЕ ОТЦОВ ЦЕРКВИ

А. Г. Шпаков

*ГУО «Институт теологии им. Свв. Мефодия и Кирилла
Белорусского государственного университета», г. Минск;*

antoniy8258@yandex.by;

науч. рук. – К. И. Козлова, ст. преп.

Данная статья посвящена исследованию мессианских мест, содержащихся в книге Исход. О самой книге Исход нельзя сказать, что в ней имеются прямые пророчества или обетования о пришествии Мессии, как, к примеру, в книге Бытия (Быт 22:18, Быт 49:10) или книге Чисел (Чис 24:17). Несмотря на это, вся ее историческая часть имеет прообразовательное значение. Целью самого центрального события книги Исход – Исхода евреев из Египта, было заключение Синайского Законодательства, что означало узаконивание Ветхого Завета [4]. Самая главная фигура книги Исход – Моисей, становится тем человеком, посредством которого Бог освободил Израиль [2], тем самым прообразуя Христа, а сам Исход – победу Христа над адом, переход через Чермное море – крещение. Поэтому книга Исход является не только историей, но еще и прообразом Спасения.

Также нами были рассмотрены толкования иудейских комментаторов – Раши и Сончино, ортодоксальные комментарии к Торе и Соты из Вавилонского Талмуда. Сравнивая такие иудейские комментарии и толкования святых отцов можно увидеть, что, с одной стороны иудейские комментарии могут быть близки по смыслу к христианским. С другой стороны, кардинально отличаются направления толкований.

Ключевые слова: пророк Моисей; книга Исход; Мессианские места; иудейские комментарии.

Мессианские места в Священном Писании Ветхого Завета – отрывки текста, которые или прямо, или через прообразы говорили о будущем пришествии Мессии (евр. מָשִׁיחַ, «машиах»), т.е. Спасителя мира. Значение центрального события книги Исход, и, следовательно, самой книги, усматривается из того, что в память него по повелению Божию был установлен праздник Пасхи (ивр. פֶּסַח), который стал центральным праздником в Ветхозаветные времена. Именно Ветхозаветная Пасха стала прообразом Новозаветной Евхаристии, которую установит Сам Христос во время ветхозаветной пасхальной трапезы. Самую главную фигуру книги Исход – пророка Моисея святые Отцы также рассматривают прообразовательно, и видят в нем прообраз Христа.

Самый первый прообраз, содержащийся в книге Исход, святые отцы видят в событиях, описанных в первой главе книги, где идет повествование о порабощении еврейского народа египтянами с помощью «тяжкой работы над глиною и кирпичами и всякой работы полевой, всякой работы, к которой принуждали их с жестокостью» (Исх 1:14) и умерщв-

ления еврейских детей мужского пола (Исх 1:16). В таком порабощении еврейского народа египтянами свт. Григорий Нисский понимает рабское подчинение страстям [8].

В авторе этой книги – пророке Моисее святые отцы видят прообраз Мессии – Иисуса Христа. О рождении Моисея в книге Исход есть следующие слова «Жена зачала и родила сына и, видя, что он очень красив, скрывала его три месяца» [4]. Иудейский комментатор Священного Писания и Талмуда Раби Шломо Ицхаки (сокр. Раши) дает следующее пояснение к данному месту: «что он хорош» – [значит] с его рождением весь дом озарило светом [Сота 12] [4]. При этом комментатор ссылается на 12-ю Соту – 12-й лист пятого трактата третьего раздела Талмуда: «И зачала женщина, и родила сына...» (Шемот 2:2). Сказал рав Иегуда бар Звина: безболезненным было зачатие, и роды были безболезненными» [10]. В данном толковании автор говорит о безболезненном зачатии и безболезненных родах Моисея, что близко по смыслу к толкованиям святых отцов о Рождестве Иисуса Христа.

Следующий прообраз святые отцы видят в событии, описанном во 2-й главе книги Исход. Именно это событие стало началом в его призвании. «Посмотрев туда и сюда и видя, что нет никого, он убил египтянина и скрыл его в песке» (Исх 2:12) [8]. В событии, о котором можно сказать, что оно перевернуло всю прежнюю жизнь пророка Моисея, святые отцы видят прообраз низложения ада и победы Христа через крестную смерть над дьяволом.

О том, что именно Моисей убил египтянина, становится известным фараону, о чем и пишет Раши: ««Истинно, стало известным это» (Шемот 2:14) – понимай в прямом смысле, как вытекает из значения слов. А мидраш говорит: Мне стало понятным то, чему я удивлялся: Чем (сыны) Израэля провинились больше (всех) семидесяти наций, чтобы их порабощали тяжким трудом? Но вот я вижу, что они заслуживают этого» [4]. Но, чтобы понять мысль иудейского толкователя о том, почему же все-таки еврейский народ заслуживает такого сурового и жестокого наказания, нужно обратиться к комментарию другого толкователя Торы. Сончино по смыслу дополняет толкование Раши, и говорит о том, что именно Датан и Авиран, соотечественники Моисея, донесли до фараона о событии убийства Моисеем египтянина, что снова возвращает нас к мысли о нравственном состоянии евреев во время Египетского плена.

В бегстве из Египта в землю Мадямскую Моисея святые отцы видят прообраз самоуменьшения Христа. Этот прообраз выражается в том, что Моисей «чтобы идти освободить братьев своих или страдать вместе с ними» [11] отказывается от придворного великолепия, понимая, что

«что утехы двора языческого скоропреходящи, а за ними последуют вечные муки» [11].

Следующий прообраз святые отцы видят в событии, с которого начался третий сорокалетний период жизни пророка, – первого Богоявления Моисею, произошедшего на горе Хорив.

«Моисей пас овец у Иофора, тестя своего, священника Мадиямского» и «однажды провел он стадо далеко в пустыню и пришел к горе Божией, Хориву» (Исх 3:1). В том, что Моисей, пася овец, пришел к горе Божией, свт. Кирилл Александрийский видит предызображение проповеди Иисуса Христа [8]. Как Моисей стал пастухом и пас стадо овец, так Христос стал Пастырем словесных овец, о чем говорится в Евангелии от Иоанна в притче о Добром Пастыре (Ин 10:11-15). Сончино дает комментарий к этому месту книги Исход, который по смыслу очень близок к святоотеческому толкованию. Он пишет о том, что «Всевышний никогда не возлагает миссии на человека, не проверив его» [5], и далее идет ссылка на Мидраш на эпизод, описанный также и в Агаде, где Моисей спасает отбившегося от стада ягненка.

Чудо, совершенное Господом во время хождения евреев по пустыне – «одождение» (Исх 16:4) Манны Небесной, так же в святоотеческом толковании рассматривается как один из важнейших прообразов. О том, что Манна Небесная является прообразом Евхаристии, пишет Магн Аврелий Кассиодор, отмечая то, что слова о Хлебе Небесном не просто были сказаны Господом: «Чтобы показать, что это прообраз, Он [Бог] не сказал «манна», но хлеб небесный, чтобы в этом даре чувствовалось пришествие Господа Спасителя, Который есть Хлеб живой, Который с небес сходит» [4]. Вместе с тем, здесь идет отсылка к Евангельским словам, сказанным Христом вовремя беседы о Хлебе Жизни, происходившей в Капернаумской синагоге, где Христос говорит, что Он и есть Хлеб жизни: «Я есмь хлеб жизни; приходящий ко Мне не будет алкать, и верующий в Меня не будет жаждать никогда» (Ин 6:35).

Таким образом, в данной работе нами были рассмотрены мессианские места, находящиеся в книге Исход. Несмотря на то, что прямых указаний о будущем пришествии Мессии в этой книге нет, там находятся описания событий, о которых можно сказать, что они прообразуют Мессию. Также нами были рассмотрены толкования иудейских комментаторов – Раши и Сончино, ортодоксальные комментарии к Торе и Соты из Вавилонского Талмуда. Сравнивая такие иудейские комментарии и толкования святых отцов можно увидеть, что, с одной стороны иудейские комментарии могут быть близки по смыслу к христианским. С другой стороны, кардинально отличаются направления толкований. Святые отцы дают более возвышенные комментарии, относящиеся ко Христу,

и говорят о Ветхозаветных событиях как о прообразах Новозаветных событий, прообразах Мессии.

Библиографические ссылки

1. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. – М., 1991. – 1371с.
2. Новая Женевская учебная Библия / под ред. Цорна В.А. – Свет на Востоке, 1998. – 2052 с.
3. Библия. Исход 6:3 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://azbyka.ru/biblia/in/?Ex.6:3&r>. – Дата доступа: 19.04.2022.
4. *Бриллиантов, Л. И.* Краткое руководство к изучению Священного Писания Ветхого Завета. / Л. И. Бриллиантов. – Могилев. Губ. : Типография И. Б. Клаза и М. Л. Кагана, 1914. – 398 с.
5. *Герц, Й.* Пятикнижие (Тора) и Гафтарот с классическим комментарием Раши и Сончино / Й. Герц [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.shabat-shalom.info/books/Tanach-ru/Chumash_Rashi/1.htm. – Дата доступа: 17.04.2022.
6. *Бриллиантов, Л. И.* Краткое руководство к изучению Священного Писания Ветхого Завета. / Л. И. Бриллиантов. – Могилев. Губ. : Типография И. Б. Клаза и М. Л. Кагана, 1914. – 398 с.
7. Исход [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Исход>. – Дата доступа: 23.04.2022.
8. *Поликарпов, Д. прот.* Толкования святых отцов и учителей Церкви и богослужебные песнопения на мессианские места Библии. Книги законоположительные и исторические / прот. Д. Поликарпов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://azbyka.ru/otechnik/Dmitrij_Polikarpov/tolkovaniya-svjatyh-ottsov-na-messianskie-mesta-biblii/. – Дата доступа: 08.05.2022
9. *Снигирев, Р. прот.* Законоположительные книги Ветхого Завета / прот. Р. Снигирев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://azbyka.ru/otechnik/Biblia/zakonopolozhitelnye-knigi-vethogo-zaveta/6>. – Дата доступа: 17.03.2022.
10. Сота [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://khazarzar.skeptik.net/thalmud/_tb_ru/sotah.htm/. – Дата доступа: 07.04.2022.
11. Филарет Московский, свт. Избранные места из священной истории Ветхого и Нового завета с назидательными размышлениями / свт. Филарет Московский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://azbyka.ru/otechnik/Filaret_Moskovskij/izbrannye-mesta-iz-svjashhennoj-istorii-vethogo-i-novogo-zaveta-s-nazidatelnyimi-razmyshlenijami/. – Дата доступа: 25.04.2022.