

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НАУКИ

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

Материалы конференции

Минск, 10–20 марта 2023 г.

В трех частях

Часть 3

Научное электронное издание

МИНСК, БГУ, 2023

ISBN 978-985-881-566-0 (ч. 3)
ISBN 978-985-881-551-6

© БГУ, 2023

УДК 082(06)
ББК 9я431

Редакционная коллегия:

доктор химических наук, профессор *А. В. Блохин* (гл. ред.);
кандидат физико-математических наук *О. Н. Янковский* (зам. гл. ред.);
кандидат биологических наук, доцент *Д. Г. Жоров*;
кандидат исторических наук, доцент *А. А. Кухаренко* (отв. секретарь)

Рецензенты:

кандидат исторических наук, доцент *Н. В. Кошелева*;
кандидат экономических наук, доцент *А. В. Вериго*

80-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета [Электронный ресурс] : материалы конф., Минск, 10–20 марта 2023 г. В 3 ч. Ч. 3 / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: *А. В. Блохин* (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2023. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – ISBN 978-985-881-566-0.

Издание состоит из трех частей. В третью часть включены доклады студентов и аспирантов исторического, экономического и филологического факультетов, Института бизнеса, Института теологии.

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. С. Семенюк*

Подписано к использованию 20.12.2023. Объем 12,2 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>Артамонов П. Б.</i> Аграрный вопрос на страницах белорусской печати в начале XX века.....	14
<i>Артамонов П. Б.</i> Личные дела управления Либаво-Роменской железной дороги как источник по социальной истории Беларуси	18
<i>Бодрыкаў Я. А.</i> Дабрачынная дзейнасць прадстаўнікоў роду Радзівілаў па аказанню дапамогі пацярпеламу насельніцтву і вайскоўцам на тэрыторыі беларускіх губерняў падчас Першай сусветнай вайны (1914–1918 гг.).....	21
<i>Бондаревич М. И.</i> Военный костюм сухопутных войск в контексте реформ Павла I	25
<i>Борисова М. В.</i> Вацлав IV Люксембург: эволюция образа в оценках чешской историографии	29
<i>Бубенец А. В.</i> Зарождение тосафотских академий	33
<i>Будницкий В. А.</i> Брестский мирный договор в оценках современной белорусской историографии	37
<i>Дирко М. Ю.</i> Инвентари имений варшавской части радзивилловского архива как исторические источники по картографии и архитектуре Беларуси.....	41
<i>Евсеенко Г. С.</i> Результаты первой чеченской войны (1994–1996 гг.) и проблема урегулирования российско-чеченских отношений в послевоенный период.....	45
<i>Колас Р. А.</i> Моўныя працэсы на тэрыторыі Беларусі ў XIX ст.: этнакультурны аспект	49
<i>Кононова Е. Е.</i> Политика российских властей в области театрального искусства и деятельности театров во второй половине XIX в.....	53
<i>Костюкевич С. А.</i> Классификация низшей демонологии славян в трудах чешских и словацких ученых-славистов.....	60
<i>Кравченко В. А.</i> Проблема раздела Ирландии в отношениях Ирландского Свободного государства и Ватикана в 1929–30 гг.	64
<i>Левковец И. В.</i> Жизнь и творчество Н. Ходосевич-Леже в контексте влияния Ф. Леже.....	68
<i>Линь Синьмэй</i> Коллекция китайского фарфора с кобальтовой росписью в собрании Национального художественного музея Республики Беларусь	71

<i>Маевский М. С.</i> Эволюция племенного фактора в Ливии к началу гражданской войны 2011 г.	74
<i>Макеев И. А.</i> Антисемитизм в черносотенной идеологии в начале XX века: истоки и особенности	78
<i>Маркова А. И.</i> Китайский вектор внешней политики Чешской республики (1993–2022 гг.) в контексте интересов ЕС и «Вышеградской четверки».....	82
<i>Мельников Я. В.</i> Члены семьи султана в гареме Османского государства в XVI–XVII вв.....	86
<i>Мядзведзева А. А.</i> Асаблівасці другога этапа калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР па матэрыялах Маладзечанскай вобласці.....	90
<i>Недашковская А. А.</i> Роль Н. В. Лунда в становлении науки о документе в Норвегии	93
<i>Ню Бинь</i> Цифровизация архивной отрасли Китая	96
<i>Прокошина В. В.</i> Французский текстиль фазы натурализма в собрании национального художественного музея Республики Беларусь	100
<i>Саковец Я. С.</i> Сохранение исторической памяти о Великой Отечественной войне в Республике Беларусь	104
<i>Симагутина П. В.</i> Живописное наследие Хаима Сутина.....	108
<i>Слобожанин М. М.</i> Социальный статус иудеев в структуре вавилонского общества VI века до н.э. по данным клинописных архивов.....	112
<i>Степанов Н. А.</i> Законодательное оформление эмиграционных процессов с территории белорусских губерний во второй половине XIX – начале XX в.	116
<i>Хомич Д. А.</i> Советские праздники в жизни местного населения западных областей Белорусской Советской Социалистической Республики в 1939–1941 гг.	120
<i>Чернявский Г. О.</i> С пецифика жанра киберпанк в аниме	124
<i>Чэрнік А. Д.</i> Змены ў палітыцы фарміравання дзяржаўнага апарату ў беларускіх губернях у 1830–1850-х гг.	128
<i>Шалькевич В. Д.</i> Акционное искусство Польши в 1980-е гг.....	132
<i>Шидловский Д. Г.</i> Французский протекторат Марокко (1912–1956 гг.)	136
<i>Bahinsky N. V.</i> Kalpa sutra as a historical source	141
<i>Belianina N. I.</i> Interdisciplinary approach to the study of migration processes in the history of Belarus	144
<i>Bubenets A. V.</i> Examination at medieval universities	149

<i>Golubev D. A.</i> Evolution of confessional legislation in the USSR (1953–1964)	152
<i>Lu Weiran</i> The Historical Origin of Traditional Chinese drama (Ming dynasty).....	155
<i>Matskevich Y. O.</i> Prusian coup in 1932	160
<i>Mozoleva O. S.</i> Digital history – the near future of historical science.....	164
<i>Skuratovich M. V.</i> Jean Froissart about the causes of the Hundred Years War.....	168
<i>Traskevich R. R.</i> Changes in british foreign policy in the Middle East at the end of the 20th century	171
<i>Zakrachynski N. A.</i> A study of the chronicles of Jean Froissart in the works of Godfried Croenen	175

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

<i>Аполоник И. А.</i> Особенности использования переводческих трансформаций в переводе кинодиалогов с французского языка на русский.....	179
<i>Асюк П. В.</i> «Караламахія» Хрыстафора Завішы: carmina heroica ў беларускай літаратуры эпохі барока	182
<i>Бойко У. А.</i> Фразеологизм в концепциях отечественных и зарубежных исследований	186
<i>Бречко Д. С.</i> Русская и английская фразеология с семантикой счастья: общие и различительные черты.....	190
<i>Гурыновіч Ю. А.</i> Сінтаксічныя архаізмы ў прозе М. Гарэцкага (на матэрыяле аповесці «На імперыялістычнай вайне»).....	194
<i>Дасько С. В.</i> Гибридизация жанров в романе Ахмаду Курумы «Аллах не обязан»	198
<i>Дедкова С. А.</i> Мир Земноморья У. К. Ле Гуин как пример «вторичного мира»	202
<i>Ермоленко Е. И.</i> Прием ретроспекции в романе Г. Газданова «Вечер у Клэр»	206
<i>Ермолович В. В.</i> Метафоричность французского инаугурационного дискурса	211
<i>Карпиевич А. А.</i> Мифологизация как способ формирования национальной идентичности	215
<i>Леонцьеў Г. А.</i> Палессе і палешукі ў паэзіі Уладзіслава Сыракомлі ..	219

<i>Марчанка Д. Г.</i> Лексіка-семантычныя асаблівасці айканімічнага перайменавання (на матэрыяле назваў населеных пунктаў Віцебшчыны).....	223
<i>Мурзіч Э. А.</i> Апавяданні М. Зарэцкага: паміж класікай і белетрыстыкай.....	227
<i>Назаренко В. Ю.</i> Выживание как фактор развития личности в повести Фан Фан «Пейзаж»	231
<i>Назарова Г. А.</i> Типология и характеристика интернет-ресурсов для поиска публицистических текстов при обучении английскому языку в военном вузе	235
<i>Нестер А. И.</i> Взаимосвязь поэтического и прозаического начал в творчестве В. М. Гаршина	239
<i>Орех А. В.</i> Образ Зельдвилы в новеллистике Готфрида Келлера	244
<i>Семченко М. В.</i> Лексико-грамматический и стилистический аспекты перевода повести Лу Яо «Судьба» на русский язык	248
<i>Судник Д. М.</i> Способы разграничения межъязыковых омографов.....	252
<i>Туровец А. М.</i> Писатель и писательство в романе Вирджинии Вулф «Орландо».....	256
<i>Фань Шучан</i> Лексико-семантическое поле «время» в русском и китайском языках	259
<i>Шадруноў А. А.</i> Вобраз Томаша ў рамане «Невыносная лёгкасць быцця» М. Кундэры праз прызму псіхааналітычных канцэпцый З. Фрэйда і К. Г. Юнга	263
<i>Юргелевич Е. В.</i> Лексико-тематическая организация текстов англоязычных гастрономических блогов.....	267

**ГУО «ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»**

<i>Акопян В. С.</i> Крипто-доллар: его сущность и будущее в мировой экономике	271
<i>Алипчикова Д. Р., Петрусевич Г. А.</i> Применение аппарата нейросетевого моделирования для анализа и прогнозирования криптовалют на финансовых биржах.....	275
<i>Бурцева К. А., Пешкур И. В.</i> Развитие финансовых технологий в банковской системе	281
<i>Вовна Д. А., Моисеенко Д. Ю.</i> Искусственный интеллект в маркетинге	284

<i>Герасимович А. А., Якушевич Д. В.</i> Особенности логистики транспортировки белорусских грузов	288
<i>Герасимович А. А., Якушевич Д. В.</i> Управление ассортиментом и его роль в оптимизации запасов	293
<i>Ерёмушкина А. В., Гормаш А. В.</i> Хакатон как инструмент организации студенческой научной работы	298
<i>Енджиевская К. В., Мундяло А. С.</i> Использование блокчейна в логистике	302
<i>Жолнерчик Е. А.</i> Возможности и перспективы использования омниканального маркетинга в учреждениях высшего образования в условиях цифровизации	307
<i>Закревская П. С., Слиж Е. Р.</i> Показатели качества логистического сервис интернет-магазинов	312
<i>Кадушко Е. Ю.</i> Современное предприятие в условиях крафтовой экономики на примере ЧУП по оказанию услуг «Кадушко энтерпрайс»	317
<i>Капур А. С., Митрахович А. А.</i> Развитие сильных сторон и компетенций студентов.....	321
<i>Ковпак В. Д.</i> Удержание клиентов: актуальные методы роста конкурентоспособности ООО «Синэво&Хеликс».....	324
<i>Кошель Д. В., Кутолова Д. Д.</i> Pop-up магазины как современная тенденция маркетинга	330
<i>Круглик В. Д.</i> Оптовый сайт компании как инструмент интернет- маркетинга на рынке B2B	334
<i>Купчикова И. Д., Ливянт Г. Е.</i> Эконометрическая модель влияния социально-экономических факторов на индекс человеческого развития	338
<i>Ландо А. А., Дайнеко Е. В.</i> Современные тенденции развития маркетинговых исследований	343
<i>Морозова В. Ю.</i> Методические подходы оценки цифровой трансформации маркетинговой деятельности предприятий	348
<i>Морозова М. Д., Журавель А. А.</i> Цифровизация финансов: этапы зрелости и преимущества перехода.....	353
<i>Мундяло А. С., Енджиевская К. В.</i> Современные тренды мировой торговли и логистики.....	357
<i>Пешкур И. В.</i> Мониторинг рентабельности банков Республики Беларусь как маркеров конкурентоспособности	361
<i>Пойта А. И.</i> Внешний долг Республики Беларусь: цели и методы управления.....	366

<i>Савик Е. В.</i> Цифровые инструменты управления трудовыми ресурсами.....	370
<i>Савкин А. А., Терехович Ю. Д.</i> Перецепка и ее использование в условиях санкционных ограничений Республики Беларусь	375
<i>Свидунович А. Д.</i> Комплекс интернет-маркетинга.....	380
<i>Семашко А. А., Канур А. С.</i> Информационная система «ДЮСШ конного спорта»	385
<i>Семашко А. А., Котова В. А.</i> Обзор провайдеров и платформ цифровой оценки персонала	389
<i>Сергель Е. А., Кислова А. А.</i> Цифровые тенденции в индустрии логистики	392
<i>Терехович Ю. Д., Савкин А. А.</i> Опыт экспедиторской деятельности в Казахстане и его использование в Беларуси в новых условиях	397
<i>Федоренко А. Д., Качан А.Н.</i> Экономические аспекты технологических изменений и автоматизации труда	401
<i>Шавейко В. В.</i> Адаптировать или создавать: методика принятия решения в условиях цифровизации	407
<i>Шимков П. И.</i> Использование возможностей продвижения потребительских товаров в социальных сетях (на примере продвижения в сети Instagram)	411
<i>Chen Hantongzhou</i> Platform model of enterprise digital transformation under the background of digital economy.....	416
<i>Chen Hantongzhou, Zhang Boning</i> Realization of public interests in the process of digital economy development	420
<i>Chekhovich A. A., Sukhina Y. D.</i> Visual merchandising in Mark Formelle stores	424
<i>Gramakovskaya E. I., Kostevich M. P.</i> Improvement of business process management in project management in the context of digitalization growing	428
<i>Jie Yang</i> Legal digital currency and commercial bank performance	433
<i>Kozlov Y. A., Keremsha D. A.</i> Evolution of artificial intelligence: impact on business, employment, and economic expansion.....	440
<i>Liviant G. E, Petrusevich G.A.</i> What is procrastination and how to deal with.....	444
<i>Makarevich V. V. Verbitskaya P. R.</i> Artificial intelligence in financial services	449
<i>Zhang Haiming</i> National Economic Strategy from a demographic perspective.....	453

<i>Zubareva U., Stepina V.</i> The dark side of social media: navigating the ethical challenges of data privacy, misinformation, and teenage influencers	460
--	-----

ГУО «ИНСТИТУТ ТЕОЛОГИИ ИМЕНИ СВЯТЫХ МЕФОДИЯ
И КИРИЛЛА»

<i>Каптур А. В.</i> Прообразы Пресвятой Богородицы в Пятикнижии Моисея.....	466
<i>Полянская А. А.</i> Основные течения ислама в Европе.....	470
<i>Сидлецкий Б. И.</i> Проповедь покаяния и крещения Иоанном Предтечей	474
<i>Ткачёва Е. В.</i> Канонические модели в музыкальной составляющей богослужения.....	477
<i>Вертинская А. Е.</i> Философия срединности Нагарджуны.....	481

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

<i>Агейчик П. И.</i> Оценка эффективности деятельности банков в контексте обеспечения экономической безопасности страны.....	485
<i>Агейчик П. И.</i> Исследование теоретических аспектов оценки эффективности деятельности банков	489
<i>Астрейко Т. С.</i> Управление трудовыми ресурсами и повышение экономической безопасности страны.....	493
<i>Астрейко Т. С.</i> Проблемы эффективного управления трудовыми ресурсами.....	497
<i>Бирук Е. А.</i> Анализ экономических эффектов от интеграционного объединения ЕАЭС	500
<i>Бирюков А. А., Ланин Е. А.</i> Применение методов статистического анализа для оценки уровня цифрового развития Республики Беларусь	503
<i>Борисова А. Д.</i> Применение машинного обучения в маркетинге	507
<i>Борисовец Т. С., Тупиченко М. А.</i> Анализ структуры расходов государственного бюджета Республики Беларусь на современном этапе	511
<i>Буданчикова Д. Ю.</i> Нечетко-множественный подход в инвестировании	515

<i>Быкова К. Е., Шахнюк А. А.</i> Влияние социальных трендов Южной Кореи на рынок пищевых добавок	520
<i>Воробей И. В., Черныш Д. А.</i> Исследование влияния группы социальных трендов на компании	524
<i>Ганул И. В., Левонюк Я. И., Кустиков Д. А.</i> Торгово-экономические отношения Китая и Республики Беларусь	528
<i>Герсон М. А.</i> Разработка и реализация антикризисной стратегии	532
<i>Горбач В. И.</i> Предпринимательство как особая форма экономической активности	536
<i>Гречуха А. В., Янковская П. С.</i> Бизнес-модели цифровой экономики	540
<i>Гриб М. И.</i> Современное предпринимательство в пищевой промышленности	544
<i>Грицев Ф.</i> Политэкономическая теология Карла Маркса	549
<i>Данилова Д. Д., Собалевская Д. Н.</i> Тренды маркетплейсов в эпоху цифровой экономики	553
<i>Данченко А. С.</i> Влияние международной интеграции на экономическую политику государств	557
<i>Дявго Я. А.</i> Новые и перспективные направления в экономике. Биоэкономика	561
<i>Ермак В. Д.</i> Моделирование экономического роста с учетом уровней образования и цифровизации	566
<i>Ермачёк В. А., Омелянович А. Д.</i> Развитие электронной торговли в Союзном государстве	570
<i>Ефимова А. П.</i> Инновационные подходы к управлению персоналом	574
<i>Жданович О. В.</i> Эффективные цифровые стратегии трансформации в сфере образования: мировой опыт	578
<i>Залесская С. Н.</i> Формирование экосистемы предпринимательства в университете	581
<i>Иванова А. Д., Евдоченко В. С.</i> Энергетические проблемы современности	586
<i>Карпеш П. С.</i> Влияние криптовалюты на экологию	590
<i>Королёва А. А.</i> Эконометрический и рейтинговый подход к оценке экологической безопасности	594
<i>Криволап И. А.</i> Инструменты Data mining и Deep learning в оценке тенденций рынка ценных бумаг	599
<i>Кривошеева Е. А., Петровский В. И.</i> Цифровая трансформация в сфере услуг	602
<i>Кришень У. А.</i> Открытая модель Леонтьева-Форда	606

<i>Кришень У. А.</i> Новые тенденции в развитии современной экономической науки	609
<i>Кузьмина А. В.</i> Особенности анализа природы валютной нестабильности в экономике Республики Беларусь	613
<i>Кузьмич В. Э., Бугор В. М.</i> Устойчивые облигации как инструмент финансирования экологических и социальных проектов	617
<i>Кургуз Е. Р., Шамрило Е. И.</i> Динамика показателей социально-экономического развития Республики Беларусь	621
<i>Курига Т. А.</i> Деятельность СООО «Коммунарка» в условиях санкционных ограничений.....	624
<i>Курьянович А. А.</i> Особенности создания и функционирования венчурных организаций	628
<i>Лазовик И. А.</i> Методы и инструменты ценовой дискриминации в e-commerce	631
<i>Литвинович А. А.</i> О моделировании влияния объемов жилищного строительства на социально-экономические показатели с учетом запаздывания	635
<i>Лободенко В. Ю.</i> Перспективы развития рынка ценных бумаг в Республике Беларусь	638
<i>Ляхнович А. С., Терехова А. С.</i> Роль искусственного интеллекта в современном бизнесе	642
<i>Малюгина В. Е.</i> Инновации в розничном банкинге: возможности применения в ЗАО «Альфа-Банк».....	646
<i>Мезина А. С.</i> Перспективы развития финансовых технологий в Республике Беларусь	650
<i>Мусловец А. О., Матяс А. Д., Болбас Д. О.</i> Анализ формирования единой промышленной политики Республики Беларусь и Российской Федерации	654
<i>Петровский В. И., Кривошеева Е. А.</i> Роль геоинформационных систем в условиях цифровизации экономики	659
<i>Пивоварова О. В.</i> Повышение эффективности кредитных отношений банка с юридическими лицами.....	663
<i>Подымако А. С.</i> Оптимизационные модели в цепях поставок.....	667
<i>Радивановский А. Д.</i> Нормативное регулирование операций с криптовалютой в Республике Беларусь.....	670
<i>Русак В. В.</i> Товары Гиффена на белорусском рынке	673
<i>Савко М. С.</i> Совершенствование стратегии развития предприятия (на примере ОАО «Амкодор» – управляющая компания холдинга)	677
<i>Сальников Д. В., Слабко М. И.</i> Стратегия увеличения продаж с использованием современных информационных технологий	681

<i>Сегодник К. Д.</i> Управление банковскими рисками в контексте обеспечения экономической безопасности страны	685
<i>Сегодник К. Д.</i> Теоретические аспекты оценки банковских рисков...	689
<i>Селивончик У. Н.</i> Проблемы управления кредитной политикой и направления ее совершенствования (на примере открытого акционерного общества «Сбер Банк»)	692
<i>Скуратович А. С.</i> Поведенческая экономика: инновационный инструмент менеджмента	696
<i>Слабко М. И., Сальников Д. В.</i> UX/UI дизайн: ключевые факторы для создания успешных продуктов	701
<i>Собалевская Д. Н., Данилова Д. Д.</i> Диджитализация бизнеса в современных условиях	705
<i>Сошникова Е. В.</i> Показатели эффективности работы автоматизированных бизнес-процессов на микроуровне	709
<i>Субоч В. К.</i> Оценка влияния факторов цифровой экономики на экономический рост стран с разным уровнем дохода	712
<i>Сюе Цяньвэнь</i> Умное образование: воспитание цифровых навыков..	716
<i>Тащук А. А., Курашова М. О.</i> Анализ данных в сфере управления предприятием	720
<i>Тенякова В. А.</i> Направления оптимизации рисков в банке	724
<i>Трухан А. С.</i> Характеристика основных тенденций системы международных расчетов Республики Беларусь	727
<i>Халимончик А. М.</i> Оценка рынка лизинговых услуг в Республике Беларусь	732
<i>Хомбак Е. И.</i> Эконометрическое исследование факторов инновационной деятельности ЕАЭС	736
<i>Хомбак Е. И.</i> Образование как фактор формирования институциональной конкурентоспособности национальной экономики.....	740
<i>Хомянков А. Д.</i> Применение теории эластичности для анализа прибыли фирм (на примере ООО «Coral Travel»)	745
<i>Хохолко М. Н.</i> Особенности дистанционного банковского обслуживания на рынке банковских услуг Ресбулики Беларусь	750
<i>Шабловская У. С.</i> Пути и предложения по повышению уровня демографического потенциала стран ШОС и Республики Беларусь .	754
<i>Шеверенко Е. О.</i> Анализ влияния научного потенциала и образования на экономический рост в странах ЕАЭС	759
<i>Шкут А. П.</i> Суверенный кредитный рейтинг: анализ и прогнозирование	764

<i>Gritsev F., Krivolap I. A.</i> How to test artificial intelligence for the presence of consciousness.....	768
<i>Zhou Siyan</i> The Digital Silk Road: The Mysterious Power of China's Rise.....	772
<i>Zviaranski A. S.</i> Central bank digital currencies: pros and cons.....	776

ИСТОРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

АГРАРНЫЙ ВОПРОС НА СТРАНИЦАХ БЕЛОРУССКОЙ ПЕЧАТИ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА

П. Б. Артамонов

pavel.artamonov.17@mail.ru;

*Научный руководитель. – А. Г. Кохановский, доктор исторических наук,
профессор*

Данная статья посвящена раскрытию проблематики аграрного вопроса в национальной белорусской печати, а именно на страницах газет «Наша Доля» и «Наша Ніва». Рассматриваются конкретные программные предложения газеты касательно крестьянского вопроса, а также эволюция риторики газеты на фоне происходящих событий.

Ключевые слова: аграрный вопрос; крестьянство; белорусское национальное движение; печать; модернизация; «Наша Ніва»; «Наша Доля».

ВВЕДЕНИЕ

Важным феноменом «долгого девятнадцатого века» была особая роль газет. Именно с помощью этого своеобразного института общество распространяло информацию и искало пути формирования своего дискурса. Важность газет в процессе формирования национальных государств в Европе была замечена многими исследователями, Беларусь в этом плане не была исключением: одним из процессов, сопровождавших модернизацию белорусского общества, было появление национализма и формирование белорусской нации [1, с. 65].

Первым изданием стала газета «Наша Доля», подготовленная к выпуску в рамках принятого решения виленской конференции БСГ от 3–4 июня 1906 г. В своих номерах она содержала статьи под названием «Гутаркі аб гаспадарцы», в которых раскрывались тезисы редакции касательно аграрного вопроса. Легальный характер газеты накладывал некоторые ограничения на градус дискурса. Уже с третьего номера аресты и конфискации тиража стали постоянными, что поставило крест на дальнейшем будущем газеты. 10 ноября 1906 г. вышел первый номер новой белорусской газеты – «Наша Ніва».

МАТЕРИАЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Статья «Зямельная справа ў Беларусі» стала первой статьей, посвященной сугубо крестьянскому вопросу. Она была разделена на три части, размещенные в 5-ом, 6-ом и 7-ом номерах газеты соответственно. В третьей, заключительной части этой статьи, делается вывод о том, 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» [2, 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 фольварочное или хуторское хозяйство; 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, находящийся 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.

«ЗЯМЕЛЬНАЯ СПРАВА У НОВАЙ ЗЭЛЯНДИИ»: за эту объемную статью, которую редакция перевела с украинского, газета была обвинена в агитации против государственного строя. Этот факт подчеркивает важное место идей, содержащихся в статье. В ней приведены тезисы о том, как Новая Зеландия, благодаря грамотной политике и элементам самоуправления, добилась прогрессивной организации земельных порядков, краеугольным элементом которых являлось право «вечной аренды». Идентичные идеи высказываются в статьях «Законы аб арендаторах-мужыках у Индии» [3, с. 5–6] и «Закон аб дробных зямельных гаспадарках у Англіі» [4, с. 5]. Стоит сказать, что с реальным положением аграрного устройства Новой Зеландии статья эта имеет мало что общего, да и вообще она не столько про эту самую Новую Зеландию, сколько про Беларусь и программу реформ.

Еще в 1907 г. газета обращала внимание на проблему малоземелья. В 12-ом номере за 1907 г., в контексте обсуждения предложения земельной реформы от пятерых литовских депутатов (от Ковенской губернии) в думе, делается вывод о необходимости конфискации земли в пользу крестьян под контролем местных сеймов. Примечательно, что взор на проблему сервитутов редакция обратила еще до непосредственного обострения этого вопроса в ходе столыпинских аграрных преобразований, а именно в 6-ом номере за 1906 год: «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» [2]. Это

свидетельствует о достаточно дальновидном анализе кризисных явлений в деревне и правильном видении предпосылок и тенденций. В дальнейшем позиция «Нашай Нівы» по сервитутам не изменилась: ликвидировать в пользу крестьян под контролем местных властей. Отмечается и роль правительства в сложившейся ситуации, а также тенденция к провоцированию антагонизма внутри крестьянства.

«Наша Ніва» отмечала полезность и прогрессивность хуторского землеустройства, в чем хорошо уловила настроения крестьян. В целом, проблема хуторизации была вовсе не в самом переселении на хутор, так действительно проще и эффективнее было вести хозяйство. Проблема была, во-первых, в нарастающей дифференциации в среде крестьянства и распространенности практик подкупа землемеров, что ставило крестьян-хуторян изначально в неравные условия между собой как минимум по качеству земли. Во-вторых, в «марудным» [5, с. 2–3] качестве работы землеустроительных комиссий, а также в частых ложных обещаниях о прирезке земли.

Тенденции антагонизма внутри крестьянства редакция предлагала решать в том числе и кооперацией, которая могла бы вновь объединить разные слои и выровнять дифференциацию. В статье «Коопэраціи и зьезд у Маскве» отмечалось преимущество кооперативов в совместных закупках [6, с. 5]. В целом тема складывается в этот период и на всем его протяжении развивается: крупные статьи по вопросу кооперации были и в 1910 г. («Коопэрація» [7]), и в 1912 г. («Што такое коопэрація?» [8]). Причем с 1910 г. вопросом экономической публицистики стал заниматься также и Янка Окилич. В создании кооперативов «Наша Ніва» призвала крестьян «не ждать реформ сверху, делать супольно, создавать общность».

Важной вехой аграрной публицистики «Нашай Нівы» стал 1911 г. На него выпал пятидесятилетний юбилей отмены крепостного права. В следующем, 1912 г., ввиду подъема крестьянского движения и усиления репрессивных тенденций, редакции пришлось значительно сократить количество материалов по аграрному вопросу, сосредоточившись более на вопросах культурного характера.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно заметить, что белорусская национальная печать проводила комплексный анализ кризисных явлений в деревне, благодаря чему смогла существенно увеличить базу читателей и в целом влияние на белорусскую среду; адаптировалась к деятельности в новых политических условиях с целью сохранения платформы для легальной деятельности национального движения. Особенности аграрной публи-

цистики рассматриваемого периода стали темы проблемы сервитутов, малоземелья, черезполосицы, кооперации и хуторское хозяйство. Наблюдалась также и некоторая эволюция риторики национальной печати: до усиления репрессивных тенденций со стороны правительства общий дискурс статей мог позволить себе местами дословное апеллирование к программе БСГ по решению аграрного вопроса, после же дискурс был скорректирован. Опасаясь бесполезных жертв в крестьянской среде – своей целевой аудитории – «Ніва» призвала к мирной борьбе, так как ей «проще и полезнее добиться улучшения жизни»; в 1912 г., ввиду обострения крестьянской борьбы и пристального внимания к газете со стороны властей (вплоть до обысков в редакции, ареста ее членов и полном запрете некоторых номеров) количество аграрной публицистики заметно уменьшается.

Библиографические ссылки

1. *Каханоўскі А. Г.* Сацыяльная трансфармацыя беларускага грамадства (1861–1914 гг.). Мінск : БДУ, 2013. 335 с.
2. Зямельная справа у Беларусі // *Наша Ніва*. 1906. № 6. Факсімільнае выданне. Вып. 1. Мінск, 1996. С. 2–3.
3. Законы аб арэндаторах-мужыках у Індый // *Наша Ніва*. 1907. № 18. Факсімільнае выданне. Вып. 1. Мінск, 1996. С. 5–6.
4. Закон аб дробных зямельных гаспадарках у Англіі // *Наша Ніва*. 1907. № 20. Факсімільнае выданне. Вып. 1. Мінск, 1996. С. 5.
5. З атчоту землеўстраіцельных камісій у нашым краі // *Наша Ніва*. 1908. № 9. Факсімільнае выданне. Вып. 1. Мінск, 1996. С. 2–3.
6. Коопэрацыі і зьезд у Маскве // *Наша Ніва*. 1908. № 9. Факсімільнае выданне. Вып. 1. Мінск, 1996. С. 5.
7. Коопэрацыя // *Наша Ніва*. 1910. № 31. Факсімільнае выданне. Вып. 3. Мінск, 1998. С. 2–3.
8. Што такое коопэрацыя? // *Наша Ніва*. 1913. № 6. Факсімільнае выданне. Вып. 5. Мінск, 2009. С. 2.

ЛИЧНЫЕ ДЕЛА УПРАВЛЕНИЯ ЛИБАВО-РОМЕНСКОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ КАК ИСТОЧНИК ПО СОЦИАЛЬНОЙ ИСТОРИИ БЕЛАРУСИ

П. Б. Артамонов

pavel.artamonov.17@mail.ru;

*Научный руководитель – А. Г. Кохановский, доктор исторических наук,
профессор*

Данная статья посвящена рассмотрению документальных источников фонда 2414 Национального Исторического Архива Беларуси (НИАБ) с точки зрения социальной истории Беларуси конца XIX – начала XX вв. Рассматриваются и впервые публикуются некоторые подробности из материалов личных дел рабочих Либаво-Роменской железной дороги. Делаются выводы о высокой степени информативности рассматриваемых материалов, а также целесообразности привлечения их к исследованиям социальной истории Беларуси рассматриваемого периода.

Ключевые слова: социальная история; история повседневности; Либаво-Роменская железная дорога.

Социальная история – это подход к историческому исследованию, который фокусируется на изучении социальных, экономических, политических и культурных аспектов жизни людей в прошлом. Она ставит в центр внимания не только деятелей и события, но и обычных людей, их повседневную жизнь, традиции, обычаи и привычки. Социальная история помогает понять, как люди жили, работали, общались и, прежде всего, какие были социальные отношения в разные периоды времени. Этот подход часто используется для изучения социальных движений, модернизационных процессов. Практическая значимость социальной истории состоит в том, что она помогает нам лучше понять нашу собственную историю и нашу роль в обществе сегодня.

Крайне содержательным источником для изучения социальной истории Беларуси конца XIX – начала XX вв. можно назвать документацию управления Либаво-Роменской железной дороги Министерства путей сообщения, содержащуюся в фонде 2414 НИАБ. Железная дорога была одним из символов модернизации конца XIX в., стерев преграду в виде расстояния и тем самым запустив множество социальным процессов.

Стоит сказать, что данный фонд в должной степени не введен в научный оборот и по сей день, потому многие материалы публикуются в данной статье впервые. Фонд 2414 содержит в себе: циркуляры Министерства путей сообщения, циркуляры начальника дороги об отчуждении земли под постройку Либаво-Роменской железной дороги (1897 год),

приказы по Либаво-Роменской железной дороге, кассовые книги станций, планы отчуждения крестьянских земель под постройку железной дороги, акты о несчастных случаях, личные дела сотрудников за 1877–1922 гг. Наиболее широким в плане информативности видятся личные дела сотрудников железной дороги. Они содержат в себе приемные листы, акты, заявления, записки, прошения, формулярные списки, фотокарточки, медицинские свидетельства о состоянии здоровья, справки о службе и прочие документы. Из этих документов можно узнать персональную информацию о человеке, точное место его службы, сословие и звание, национальность, дату и место рождения, состав семьи и конфессиональную принадлежность. Эти данные могут помочь нам в исследовании целого ряда тем социальной истории конца XIX – начала XX вв.: истории социальной поддержки населения, истории трудовых отношений, производственного травматизма, заболеваемости, культуры, межконфессионального и межнационального диалога, этнологии, социальной антропологии, моды и др.

Личное дело конторщика Минской конторы службы движения управления Либаво-Роменской железной дороги Амурата Мустафеевича Шагидеева примечательно тем, что перед нами на должности мелкого «клерка» ни много ни мало дворянин из белорусских татар, а чем нам говорит отдельная строка в приемном листе [1]. Это свидетельствует о процессе активного стирания социальных границ между формально ещё существующими сословиями. Интересно это дело также с точки зрения взаимодействия представителей разных конфессий в рамках трудовых отношений: Амурат Мустафеевич по вероисповеданию, если судить из приемного листа, был магометанином (т.е. мусульманином).

Личное дело Шариковой Веры Киприановны – гомельской телеграфистки из г. Ковно, которую на курсы, а позже и на должность взяли по личному прошению отца, также работавшего в гомельском отделении управления Либаво-Роменской железной дороги [2]. Дело исключительно интересное, быть может даже уникальное. Женщины на должности телеграфиста в российской империи были не редкостью, даже наоборот работа эта была скорее женской, однако старообрядка с полностью оконченными пятью классами Санкт-Петербургской гимназии на этой должности – действительно большая редкость, несмотря на то, события происходят спустя семь лет с принятия в 1905 г. высочайшего указа «Об укреплении начал веротерпимости».

Личное дело Шарковского Степана (Стефана) Юрьевича, сцепщика вагонов на станции Гомель, мещанина Борисовского уезда минской губернии, ветерана русско-японской войны, который принимал участие в морском бою на корабле эскадры адмирала Рождественского, где, ве-

роятно, был ранен [3]. После войны человек был брошен без средств к существованию, ввиду чего писал слезное прошение на имя господина начальника службы движения Либаво-Роменской железной дороги взять его на должность стрелочника или сторожа, так как «Я человек безземельный и нуждаюсь в службе».

Иной пример культуры отношения к ветеранам боевых действий можно проследить в личном деле Шевчука Ивана Артемьевича [4]. Крестьянин Бобруйского уезда Минской губернии, канонир Квантунской крепостной артиллерии, герой обороны Порт-Артура (за что был награжден медалью «За оборону Порт-Артура» в серебре), получивший боевое ранение. По поручительству общества императрицы Александры Федоровны был устроен стрелочником на один из разъездов в ведении Либаво-Роменской железной дороги, а позже на станцию Гомель. 31 декабря 1915 г. по его вине, а также двух других работников станции и в некоторой степени машиниста, произошло столкновение поездов с существенным ущербом составу и железнодорожному полотну. Первоначально речь шла о полном позорном увольнении стрелочника, однако позже, в ходе делопроизводственной переписки, было решено отнестись к герою войны уважительнее, ввиду чего тот был не уволен, а лишь отправлен в сторожа с выговором в личное дело.

Таким образом, в статье обозначена высокая степень информативности рассматриваемых архивных материалов, которые могут представлять научный интерес среди исследователей социальной истории Беларуси конца XIX – начала XX вв.

Библиографические ссылки

1. НИАБ. – Ф. 2414. Оп. 2. Д. 8360
2. НИАБ. – Ф. 2414. Оп. 2. Д. 8392
3. НИАБ. – Ф. 2414. Оп. 2. Д. 8397
4. НИАБ. – Ф. 2414. Оп. 2. Д. 8428

**ДАБРАЧЫННАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ ПРАДСТАЎНІКОЎ РОДУ
РАДЗІВІЛАЎ ПА АКАЗАННЮ ДАПАМОГІ ПАЦЯРПЕЛАМУ
НАСЕЛЬНІЦТВУ І ВАЙСКОЎЦАМ НА ТЭРЫТОРЫІ
БЕЛАРУСКІХ ГУБЕРНЯЎ ПАДЧАС ПЕРШАЙ СУСВЕТНАЙ
ВАЙНЫ (1914–1918 ГГ.)**

Я. А. Бодрыкаў

yaugen.bodrykau@yandex.by;

Навуковы кіраўнік – А. Я. Верамейчык, кандыдат гістарычных навук, дацэнт

Артыкул прысвечаны даследаванню дабрачыннай дзейнасці прадстаўнікоў роду Радзівілаў падчас Першай сусветнай вайны. Аналізуецца дзейнасць князя Альбрэхта Радзівіла і Марыі Магдалены Радзівіл у сферы сацыяльнай дапамогі пацярпеламу ад вайны насельніцтву і вайскоўцам на тэрыторыі беларускіх губерняў. Робіцца выснова аб характары і памерах дабрачыннай дапамогі прадстаўнікоў роду Радзівілаў у перыяд Першай сусветнай вайны.

Ключавыя словы: Радзівілы; Першая сусветная вайна; дабрачынная дзейнасць; бежанцы; сем’і мабілізаваных.

Першая сусветная вайна 1914–1918 гг. стала складаным перыядам для насельніцтва беларускіх губерняў. Мабілізацыя ў Рускую імператарскую армію закранула многія сем’і, не ўсе з якіх маглі атрымаць дастатковую фінансавую падтрымку з боку дзяржавы. Акрамя таго, праз тэрыторыю беларускіх губерняў за перыяд вайны прайшло больш мільёна бежанцаў, а ў 1915 г. баявыя дзеянні закранулі тэрыторыю Гродзенскай, Віленскай і Мінскай губерняў. Падзеі Першай сусветнай вайны аказвалі негатыўны ўплыў на матэрыяльны стан большай часткі насельніцтва беларускіх губерняў, у асаблівасці бежанцаў і сем’ям мабілізаваных вайскоўцаў. Ва ўмовах немагчымасці з боку дзяржавы пакрыць усе неабходныя расходы грамадскія дабрачынныя арганізацыі і багатыя прыватныя асобы Расійскай імперыі імкнуліся аказваць дадатковую дапамогу найбольш пацярпелым слямам насельніцтва. Сярод такіх ахвяравальнікаў можна адзначыць адразу некалькі прадстаўнікоў роду Радзівілаў, а менавіта перадапошняга ўласніка Нясвіжскага замка князя Антонія Альбрэхта Радзівіла і вядомую мецэнатку Марыю Магдалену Радзівіл.

Не гледзячы на значны інтарэс да роду Радзівілаў сярод беларускіх, польскіх і літоўскіх гісторыкаў, дабрачынная дзейнасць прадстаўнікоў роду ў гады Першай сусветнай вайны да нашага часу даследавана ў недастатковай ступені. Сярод прац айчынных гісторыкаў варта

адзначыць артыкулы А. Я. Верамейчык [2–4], прысвечаныя грамадска-палітычнай дзейнасці князя Альбрэхта Радзівіла і яго бліжэйшых сваякоў у першай палове XX ст. У артыкулах асноўная ўвага надаецца грамадскай і палітычнай дзейнасці, дабрачынная дзейнасць князя Альбрэхта Радзівіла закранаецца ўскосна. Мецэнацкая і дабрачынная дзейнасць княгіні Марыі Магдалены Радзівіл раскрываецца ў артыкуле даследчыцы беларускай літаратуры І. Э. Багдановіч [1]. Пры гэтым, комплексных прац па азначанай тэматыцы ў айчыннай гістарыяграфіі на дадзены момант не існуе.

У 1914 г. новым уласнікам Нясвіжскага замка стаў князь Альбрэхт Радзівіл, які, не гледзячы на цяжкае фінансавое становішча, амаль адразу ўключыўся ў дабрачынную дзейнасць. Разам са сваёй маці Марыяй Розай ён адкрыў лазарэт для параненых салдат Рускай імператарскай арміі [2, с. 82]. У хуткім часе і сам замак быў перабудаваны пад вайсковы шпіталь, які ўжо ў верасні 1914 г. афіцыйна быў падпарадкаваны Галоўнаму ўпраўленню Расійскага таварыства Чырвонага Крыжа. Для забеспячэння рэгулярных паставак харчавання і шпіталізацыі параненых вайскоўцаў князь Альбрэхт Радзівіл за ўласныя сродкі наймаў чыгуначныя саставы [3, с. 11–12].

Шпіталь князя Альбрэхта Радзівіла ў Нясвіжы неаднаразова наведвалі прадстаўнікі ўлады і армейскага камандавання Расійскай імперыі. У прыватнасці, у шпіталі ў перыяд вайны былі Вярхоўны Галоўнакамандуючы Вялікі князь Мікалай Мікалаевіч і мінскі губернатар У.А. Друцкой-Сакалінскі. У эміграцыі былы чыноўнік напісаў і выдаў свае мемуары, у якіх узгадваў і гэты эпізод сваёй дзейнасці на чале Мінскай губерні. Пры гэтым, былы губернатар апісаў не стан медыцынскай службы і дагляду за параненымі, а ўласныя эстэтычныя адчуванні ад недахопу асвятлення і выгляду прыслугі [5, с. 160]. Акрамя таго, успаміны аб сваёй службе ў наваколлях Нясвіжа ў якасці санітара пакінуў і будучы вядомы рускі пісьменнік К. Г. Паўстоўскі [9, с. 424]. Не гледзячы на матэрыяльныя і тэхнічныя складанасці, дзейнасць супрацоўнікаў шпіталя неаднаразова адзначаліся вышэйшым кіраўніцтвам і нават урадам Расійскай імперыі. Шпіталь працягваў сваю ранейшую працу і пасля Лютаўскай рэвалюцыі [7, арк. 149], аднак ужо ў канцы 1917 г. быў нацыяналізаваны бальшавікамі. Толькі ў сакавіку 1918 г., пасля падпісання Брэсцкай мірнай дамовы, шпіталь быў канчатковы ліквідаваны [4, с. 59–63].

Акрамя аказання дапамогі параненым вайскоўцам князь Альбрэхт Радзівіл аказваў дапамогу і мірным жыхарам, пацярпелым ад ваенных падзей. Так у 1914 г. князь Альбрэхт Радзівіл заснаваў Нясвіжскі камітэт грамадскай дапамогі хрысціянскім сем'ям і асобам, якія маюць

патрэбу ў дапамозе з прычыны вайны. Адметнай асаблівасцю гэтай дабрачыннай арганізацыі было тое, што яна аказвала дапамогу толькі праваслаўным і каталіцкім вернікам з Нясвіжа і навакольных вёсак, а таксама бежанцам азначаных канфесій. Па стану на лістапад 1914 г. камітэт паспеў аказаць дапамогу 92 мясцовым жыхарам, сваякі якіх былі мабілізаваныя ў войска, на агульную суму ў 258 р. Дапамога выдавалася ў памеры ад 2 р. да 3 р. на чалавека. Сярод бежанцаў матэрыяльная дапамога найбольш актыўна выдавалася народным настаўнікам [6, арк. 22–23 адв.].

Яшчэ адной вядомай прадстаўніцай роду Радзівілаў, якая аказвала дапамогу пацярпелым ад ваенных падзей Першай сусветнай вайны, з'яўляецца Марыя Магдалена Радзівіл (дзявочае прозвішча – Завіша, у першым шлюбе Красінская). Да 1914 г. Марыя Магдалена Радзівіл ужо займалася мецэнацкай дзейнасцю і актыўна фінансавала беларускае кнігавыдавецтва, шпіталі і прытулкі для сірот. У пачатку Першай сусветнай вайны Марыя Магдалена Радзівіл ўвайшла ў склад Мінскага Гарадскога Камітэта грамадскай дапамогі сем'ям ніжніх чыноў запасу арміі і ратнікаў дзяржаўнага апалчэння, прызваных на дзейную службу.

Першапачаткова Мінскі Гарадскі Камітэт збіраў грошы на дапамогу выключна праз ахвяраванні. Варта адзначыць, што ў зваротах да мясцовага насельніцтва з заклікам ахвяраваць грошы, Камітэт выкарыстоўваў не толькі рускую і польскую мовы, а таксама ідыш і беларускую мову. Можна меркаваць, што друк заклікаў на беларускай мове адбыўся пад уплывам Марыі Магдалены Радзівіл, вядомай сваёй прыхільнасцю да беларускай культуры і беларускага нацыянальнага руху. Акрамя таго, дзеячы Камітэта зрабілі абследаванне гарадскіх сем'яў мабілізаваных ніжніх чыноў і ратнікаў апалчэння [8, с. 6–16].

У 1915 г. Марыя Магдалена Радзівіл стала ганаровым членам Цэнтральнага камітэта Літвы па справе дапамогі інвалідам вайны. Аднак, у дадзенай арганізацыі яе дзейнасць мела хутчэй прадстаўнічыя функцыі. Варта адзначыць, што Марыя Магдалена Радзівіл таксама пацярпела ад падзей вайны: у лістападзе 1914 г. на фронце загінуў яе муж – афіцэр Рускай імператарскай арміі Вацлаў Мікалай Радзівіл [1, с. 23]. Магчыма, гэтая асабістая страта таксама паўплывала на памкненні да працягу дабрачыннай дзейнасці на карысць сем'ям мабілізаваных вайскоўцаў.

У заключэнні трэба адзначыць, што Альбрэхт Радзівіл і Марыя Магдалена Радзівіл у перыяд Першай сусветнай вайны актыўна займаліся дабрачыннай дзейнасцю на карысць пацярпелых вайскоўцаў і мірнага насельніцтва. Добрачынная дзейнасць прадстаўнікоў роду Радзівілаў у дадзены час мела арганізацыйны і фінансава-спонсарскі характар і абмяжоўвалася Мінскай губерняй, на тэрыторыі якой жылі

азначаныя дзеячы. Найбольш разнастайную дапамогу аказваў князь Альбрэхт Радзівіл, які разам са сваёй маці заснаваў вайсковы шпіталь і дабрачыннае таварыства для дапамогі бежанцам і сем'ям мабілізаваных, закранаючы фактычна ўсе слаі пацярпелага ад вайны насельніцтва. Ва ўмовах недахопу дзяржаўных сродкаў у сферы сацыяльнай дапамогі, дабрачынная дзейнасць прадстаўнікоў роду Радзівілаў мела важнае значэнне для функцыянавання комплекснай дзяржаўна-дабрачыннай сістэмы сацыяльнай падтрымкі насельніцтва на тэрыторыі Мінскай губерні.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Багдановіч І. Э.* Дзейнасць дзеля Бога і Айчыны: Магдалена Радзівіл і беларускае нацыянальнае Адраджэнне. Асветніца і мецэнатка: Да 150-годдзя Магдалены з Завішаў Радзівіл: матэрыялы круглага стала (Мінск, 15 снежня 2011 года). Мінск : «Кнігазбор», 2013. С. 20–30.
2. *Веремейчык А. Е.* Несвиж в исторических событиях 1915–1918 гг. // Фарміраванне беларускай дзяржаўнасці ва ўмовах геапалітычных зрухаў XX ст. : матэрыялы міжнароднай навуковай канферэнцыі (Мінск, 29–30 лістапада 2018 г.) / [рэдкалегія: А. Д. Кароль (старшыня) і інш.]. Мінск, 2018. С. 82–87.
3. *Веремейчык А. Е.* Несвиж и Радзивиллы в переломный период истории 1915–1918 гг.: свидетельства очевидцев // Научно-исследовательский институт истории, экономики и права. «Современная научная мысль». Москва, 2018. № 12, Ч. 2. С. 11–14.
4. *Веремейчык А. Е.* Общественно-политические связи Радзивиллов и светская жизнь Несвижского замка 1865–1939 гг. // Весн. Мазыр. дзярж. пед. ун-та. 2007. № 17. С. 59–63.
5. *Друцкой-Соколинский В. А.* На службе Отечеству: Записки русского губернатора (1914–1918 гг.). Орел: РКФ «3 июля», РИГ «Невероят.мир», 1994. 405 с.
6. Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі (НГАБ). Ф. 295. Воп. 1. Спр. 8576.
7. НГАБ. Ф. 694. Воп. 3. Спр. 165.
8. Отчет о деятельности Минского городского комитета общественной помощи семьям нижних чинов запаса армии и ратников государственного ополчения, призванных на действительную службу. Минск : Губернская типография, 1915. 31 с.
9. *Паустовский К. Г.* Далекие годы; Беспокойная юность: повести. Киев : Дніпро, 1987. 508, [2] с.

ВОЕННЫЙ КОСТЮМ СУХОПУТНЫХ ВОЙСК В КОНТЕКСТЕ РЕФОРМ ПАВЛА I

М. И. Бондаревич

his.bondarevMI@bsu.by

Научный руководитель – В. В. Сергеенкова

*кандидат исторических наук,
доцент*

Павел I ступил на престол в 1796 г. и сразу начал реформировать все существовавшие порядки – в том числе армейские. Это не обошло и военную форму. Эту нетерпеливое стремление можно заметить, обратив внимание на хронологию. Придя к власти 6 ноября, первый указ, касавшийся военной формы, Павел Петрович издал уже 7 ноября, а к концу месяца – 29 ноября 1796 г. был издан Военный устав, регламентировавший форму различного типа войск. В настоящей статье прослеживается изменение костюма сухопутных войск, произведенные за 5 лет правления императора Павла I.

Ключевые слова. Павел I; военные реформы; военный костюм; военная история; эволюция военной формы.

Следует отметить, что все реформы Павла I в военном деле были направлены на стандартизацию войска и приведению его к единому порядку, что само по себе имело положительное значение. Образцом такой армии для российского императора являлось прусское войско Фридриха II. Именно поэтому Павел I, как в реорганизации армии, так и в преобразовании военного костюма, опирался на прусский образец, нещадно его копируя.

В конце XVIII в. в русской армии пехоту составляли гренадерские, фузилерные, мушкетерские и егерские батальоны [4, с. 1]. Павел I, добиваясь единообразия мундира в различных родах войск, распорядился всем нижним чинам пехоты носить одинаковое по покрою и цвету обмундирование. Различались подразделения только цветами воротников. Для избегания путаницы полков были составлены специальные таблицы, которые строго регламентировали цвет приборного сукна воротников, лацканов и обшлагов для каждого из полков. Так, наряду с широко распространенными расцветками сукна, украшавшими темно-зеленые мундиры (красная, фиолетовая, оранжевая, черная) существовали весьма редкие: песочная, огненная, лазоревая, померанцевая и др. [2]

По Воинскому уставу 29 ноября 1796 г. низшим чинам мушкетерского батальона полагался темно-зеленый двубортный кафтан с узким стоячим воротником, обшлагами и подбоем красного цвета, красным же был и галстук. Камзол и штаны у мушкетеров были из

белого сукна, черные штиблеты с медными пуговицами. Довершением становилась черная треугольная шляпа [1].

Покрой егерского кафтана был идентичен мушкетерскому, вот только цвет его был светлее, а галстук был черный. В комплект также входили светло-зеленая фуражная шапка и темно-зеленая шинель [2, с. 760].

Обмундирование фузилерных войск в целом не отличалось от гренадерского за исключением единственного – вместо шляпы фузилеры гренадерских полков носили металлические шапки, богато украшенные выпуклыми узорами, в центре которых располагался вензель императора – буква «П» и цифра «I». [4, с. 86]

Нужно заметить, что описанная выше форма принадлежала рядовым солдатам. Офицерский мундир отличался от рядового разве что прибавлением галуна на воротнике и обшлагах, а также посеребренными или позолоченными пуговицами. [4, с. 83]

Реформы военного костюма в эпоху Павла I неразрывно связаны с реорганизацией армии. Так, по его указанию была переформирована кавалерия. Карабинеры, конно-егеря и легкоконные полки исчезли, замененные кирасирами – по прусскому образцу. Так же были сформированы драгунские и гусарские полки. Образцом их формы также стало облачение прусской конницы.

В планах у Павла I был проект одеть и драгун, и егерей, и гусар в штаны из лосиной кожи, однако на деле оказалось, что кож не хватает, поэтому было принято решение оставить такие только у тяжелой конницы – кирасир. Кроме того, кирасиры получали колеты из лосиной кожи, короткий суконный камзол по цвету воротника, плащ из темно-зеленого сукна (на случай непогоды). К слову, плащи также вводились Павлом во всех подразделениях, однако прижились только у тяжелой конницы [5, с. 60].

По свидетельствам современников, драгунский и гусарский костюм павловские реформы изменили менее всего. Драгунский мундир был светло-зеленого цвета, пошит по егерскому образцу. Как и гусары, они носили белого сукна штаны, а цвет галстука и обшлагов совпадал с цветом воротника. Гусары остались в прежних ментиках, доломанах, белые чакчиры и т. д.

Что касается облачения артиллерии, то костюм рядовых артиллеристов (бомбардиров, канониров и гандлангеров) был идентичен форме пехотинца: темно-зеленого сукна кафтан, узкий палевый камзол, того же цвета штаны, штиблеты, тупоносые башмаки. Отличительным знаком офицеров стал серебряный шарф с тремя черно-оранжевыми полосами и кистями, который носили на поясе поверх камзола, завязывая на левой стороне [3, с. 140].

Таким образом, преобразование военного костюма в ходе реформ Павла I, как и прочие изменения в военном деле, было направлено в первую очередь на стандартизацию армии. Унифицируя обмундирование войск, Па-

вел I установил, чтобы его покроем у пехоты, драгун, а также артиллеристов, саперов стал совершенно одинаков. Кроме того, важно заметить, что именно в павловскую эпоху появилось такое понятие, как «честь мундира», до этого не развитое.

Реализация переобмундирования, несмотря на всю горячность Павла, проходила вяло. Многие записки современников свидетельствуют о таких нередких ситуациях, когда роты одного полка были одеты по-разному: кто в форму потемкинского образца, кто в новую. Причина такого порядка лежит в недостатке материалов – актуальнейший вопрос для армии, в которой все подразделения, все типы войск должны быть одеты в кафтаны одинакового сукна, одинакового цвета, одинакового покрова. [5, с. 69]

Новая форма снискала в основном негативную оценку. Она была больше приспособлена для плац-парада, а не для поля боя. В пользу этого говорит показательный факт: даже ружья были подогнаны не для стрельбы, а для приемов. По свидетельствам современников можно понять, что и сама форма была неудобной. Больше всего солдаты мучились от узких штанов и лакированных туфель, натирающих ноги. [6, с. 81]

Также в вину этой реформе вменяют то, что теперь отличить офицера от рядового, пехотинца от артиллериста и проч. со стороны было почти невозможно. Однако, оценивая эту сторону реформы объективно, глядя из сегодняшнего дня, можно сказать, что эта новация была весьма прогрессивна. Вспомним хотя бы тот факт, что нынешняя военная форма также сравнивает всех солдат, – и станет понятно, что унификация формы и стандартизация армии были со стороны Павла Петровича радикальным, но утилитарным шагом.

И пускай реформа военной формы у современников вызвала негативную реакцию, в будущем исследователи и офицеры будут замечать, какой прогресс привнес Павел I в развитие военного дела и военного костюма в частности.

Библиографические ссылки

1. Воинский устав. О пехотной полевой службе. 29 ноября [1796 г.] // Полное собрание законов Российской империи. Т.1. СПб.: Типография II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1830. Т. XXIV. № 17588. С. 26–129.
2. Книга Штатов. Отделение первое. // Полное собрание законов Российской империи. 1-е собрание. Т. XLIII. Ч. 1. СПб.: Тип. II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1830. 865 с.
3. *Висковатов А. В.* История одежды и вооружения российских войск. М.: Эксмо, 2009. 256 с.

4. Историческое описание одежды и вооружения российских войск, составленное по высочайшему повелению. Ч. 7. СПб.: Военная типография, 1848. 309 с.
5. *Леонов О. Г.* Армия Павла I. 1796–1801 гг. Серия «Русский военный костюм». М.: Фонд «Русские Витязи», 2012. 367 с.
6. *Царева Т. Б.* Вооружение и военный костюм русской армии и флота эпохи Павла I / Т. Б. Царева. // *Униформа. Оружие. Награды Российской Империи. От Михаила Романова до Николая II.* Иллюстрированная энциклопедия. М.: Эксмо, 2007. С. 77–87.

ВАЦЛАВ IV ЛЮКСЕМБУРГ: ЭВВОЛЮЦИЯ ОБРАЗА В ОЦЕНКАХ ЧЕШСКОЙ ИСТОРИОГРАФИИ

М. В. Борисова

mvborisova6@gmail.com;

Научный руководитель – В. В. Репин, кандидат исторических наук, доцент

Статья посвящена эволюции историографических оценок в чешской исторической науке касательно личности и правления Вацлава IV, представителя династии Люксембургов на чешском троне и императора Священной Римской империи. Показана специфика изучения и интерпретации этой личности в чешской историографии, начиная с периодов романтизма и позитивизма вплоть до работ современных чешских историков.

Ключевые слова: историография; Чешское королевство; Люксембурги; Вацлав IV.

Правление Вацлава IV (1316–1419), чешского (1378–1419) и германского (1376–1400) короля из династии Люксембургов оценивается в историографии как эпоха двойственности, прогресса и стагнации одновременно, с чем связаны совершенно отличные оценки историков его как правителя и как личности. В начале правления своими современниками Вацлав IV оценивался как яркий и перспективный правитель, однако в течение времени, король стал проявлять все большую слабость и неспособность решать серьезные проблемы своей страны, вместе с тем обращая на себя критику за разгульный образ жизни и нерешительность в государственных делах [1, с. 275–276]. Для историков, которые изучают правление Вацлава IV, представлял интерес вопрос, каковы основные причины, которые привели к ликвидации его власти в Империи в 1400 году в пользу Рупрехта III Пфальцского, и какие факторы привели к изменению оценок его правления. Образ короля Богемии и Германии и на сегодняшний день является предметом дискуссий чешских историков, включая и вопрос о том, был ли Вацлав IV слабым и неудачным королем и какова мера его ответственности за последовавший в конце его правления социально-политический кризис начала гуситских войн.

В этом отношении чешская историография пережила ряд характерных этапов переосмысления и переоценок, и на сегодняшний день они остаются по-прежнему актуальными ввиду новейших исследований источников, а также новых подходов к рассмотрению личности этого монарха.

Современный образ Вацлава IV как слабого и неудачного правителя сформировался в чешской историографии в первой половине XIX века. Среди историографических трудов, сформулировавший этот тезис стал

фундаментальный для чешской историографии периода национального возрождения труд Франтишка Палацкого «История народа чешского в Чехии и Моравии», где автор описывает Вацлава IV как несправедливого правителя, который не смог эффективно управлять королевством, бороться с коррупцией и противостоять опасностям со стороны внешних угроз [2]. По мнению Палацкого, Вацлав IV также неудачно управлял своими владениями в Империи и не сумел защитить интересы Богемии. В результате этого королевство оказалось на грани краха. Такая тенденция к рассмотрению правления Вацлава сопутствовала историографическим трудам почти всего XX века. Таким образом, именно Ф. Палацкий, заложил традицию быть солидарным с недовольными современниками Вацлава, низложившими его с Германского престола. Вместе с тем достаточно широко представлен этот период рассмотрением правления Люксембурга в одностороннем конфессиональном аспекте, что представляют собой работы позитивистского историка Ф. Бартоша, которые, также повлияли на подходы российских и советских историков, сформировав названный стереотип о правлении Вацлава. Так, у него правление Люксембурга предстает только предпосылкой к гуситскому движению, при том, крайне отрицательной. Они также утверждали, что кризис, который произошел в Богемии в период правления Вацлава IV, стал отходом от эволюционного пути развития Чешского королевства, привел его к разрушению старых институтов и упадку. Психологическая сторона личности правителя мало интересовала их в рассмотрении [3].

Поворот к изучению правления Вацлава IV как отдельного и важного периода чешского позднего средневековья состоялся уже в 1980-е и 1990-е гг., когда вышли работы Я. Чехуры о последних Люксембургах на чешском троне, И. Главачка о подробном составе и влиянии королевского двора Чехии, Й. Мезника о Моравских землях в этот период [4, 5, 6]. Тогда же вышла первая историческая биография Вацлава IV под авторством Ярослава Дурдика [7]. Адвокатами неудачной политики Вацлава с психологической точки зрения выступают Й. Спевачек и И. Главачек, которые в основе своих исследований уделили большое внимание тому, кто занимал королевские должности и повлиял на ход событий в стране при неучастии или внушаемости самого Вацлава. Так, они заложили тенденцию видеть в личностных проблемах Вацлава, не позволявших участвовать в светской и политической жизни, неудачное воспитание отцом, возложившим огромную ответственность на сына, но не сумевшим полноценно привить к ней понимание и политических умений [5, 8]. Вместе с этим фундаментальным и широким в обозрении стал труд Й. Спевачка (1986), где рельефно отображен конфессиональный аспект эпохи. Но вместе с тем, половина книги охваты-

вает масштабную картину политики и личной жизни правителя. Этот период стал основополагающим для трансформации подходов к изучению образа Вацлава в чешской академической традиции.

В 1999 году выходит обобщающий труд в серии «Большая история земель Короны Чешской» под авторством М. Благовой, Й. Фролика и Н. Профантовой, всесторонне охватывающий историю правления Вацлава, от аспектов династического до политического до психологического портрета. В этой монографии авторы склоняются к видению первопричин неудач Вацлава в свете его легкомысленности по отношению к своему политическому статусу и к современным реалиям и проблемам, назревшим в Империи: «наверняка он считал свое наследие настолько прочным, что все, что ему нужно было сделать, – это надеть плащ своего отца, взять его скипетр, и все пойдет по-прежнему» [1, с. 277]. Тем не менее, труд хорошо суммирует и сопоставляет все оценки, предшествующие этому правителю в историографии, пытается охватить всевозможные интерпретации поведения и решений правителя. Также тут можно наблюдать тенденцию сопоставления кризисного правления Вацлава с кризисами правления других суверенов XIV века.

Последним и наиболее современным в подходах является этап, ознаменовавшийся выходом ряда работ по теме в 2010-х гг. Среди них работа Й. Армстронга, И. Билека, Л. Бобковой о зарубежной политической стороне правления Вацлава IV, Ф. Шамагеля, Ванека о подробном составе королевского двора Богемии этого периода, и др. [9, 10, 11, 12, 13]. Самое же большое понимание к Люксембургу проявил Л. Вытлачил, который в своей статье «Король с плохой репутацией. Формирование имиджа и репутации чешского и римского короля Вацлава IV» исследует формирование его образа и отрицательной репутации в период после смерти королевы Елизаветы, когда Вацлав IV оказался одиноким среди своих противников и должен был решать политические и личные проблемы [14]. Он размышляет над стереотипом «короля-труса» – соответствовал ли он действительности или нет. В заключении он приходит к тому, что, несмотря на множество проблем, которые были у короля, его нельзя воспринимать только как отрицательного персонажа, а что он был очень сложной и противоречивой личностью, который не смог вынести груз, легший на него ответственности. Однако в качестве реабилитации Лукаш Вытлачил, следуя ряду других исследователей, подчеркивает его большой вклад в культуру и развитие духовной жизни в период перед гуситской революцией.

Библиографические ссылки

1. Velké dějiny zemí Koruny české /Marie Bláhová, Jan Frolík, Nad'a Profantová. Praha; Litomyšl : Paseka, 1999. Svazek IVb. 1310–1402. 2003. 581 s.
2. *Palacký F.* Dějiny národu českého v Čechách a v Moravě. Praha: B. Kočí. 1907. 442 s.
3. *Bartoš F. M.* Čechy v době Husově. Praha: Nakladatelství J. Laichter, 1947. 515 s.
4. *Čechura J.* České země v letech 1378–1437. Lucemburkové na českém trůně. Praha: Libri, 1999. 438 s.
5. *Hlaváček I.* Aktivita české šlechty na dvoře Václava IV. Praha: Historický ústav AV ČR, 1999. 135 s.
6. *Mezník J.* Lucemburská Morava. Praha: Lidové noviny, 1999. 565 s.
7. *Durdík J.* Václav IV. (1361–1419). Politický a intelektuální portrét. Praha: Academia, 2001. 258 s.
8. *Spěvák J.* Václav IV. 1361–1419. K předpokladům husitské revoluce. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1986. 773 s.
9. *Armstrong J.* Václav IV a jeho vliv na rozvoj Čech. Praha: Literární agentura Kultpraktika, 2016. 192 s.
10. *Bílek J.* Václav IV. Nešťastný syn slavného otce. Praha: Víkend, 2019. 254 s.
11. *Bobková L.* Václav IV. a jeho doba, Praha: Pavel Mervart, 2015. 336 s.
12. *Šmahel F.* Husitská revoluce. 2, Kořeny české reformace. Praha: Univerzita Karlova, 1996. 364 s.
13. *Vanek J. W. W.* Wenceslas IV and His Court. Boulder, CUP: East European Monographs, 2006.
14. *Vytlačil mL.* 2019. Král se špatnou pověstí. Utváření obrazu a pověsti českého a římského krále Václava IV // Česká literatura. 2019. № 67(5). S. 765–769.

ЗАРОЖДЕНИЕ ТОСАФОТСКИХ АКАДЕМИЙ

А. В. Бубенец

his.bubenecAV@bsu.by;

*Научный руководитель – О. Б. Келлер, доктор исторических наук,
профессор.*

В статье рассматривается феномен тосафотских академий в Западной Европе. Описываются причины их выделения из начальных школ. Раскрывается процесс превращения Домов учения в средневековое высшее учебное заведение. Выделяются этапы становления еврейского образования в Западной Европе.

Ключевые слова: еврейское образование; средние века; тосафот; ашкеназы; синагоги; Крестовый поход.

Евреи известны в Европе еще со времен Римского владычества. Основными центрами их расселения являлись территории современной Италии и Испании. Субэтническая группа, проживающая на Пиренеях, получила название сефардов, а их восточные соседи – ашкеназов [1]. С каждым этапом становления европейской цивилизации наблюдались особенности становления в каждом регионе, что не могло не отразиться на образовании. Ашкеназское общество в целом было грамотным и интеллектуально мотивированным. Однако их образование значительно уступало сефардскому, которое переживало «золотой век» на территории Испании. В XII–XIII в. возник корпус талмудических комментариев, кодексов и трудов по толкованию Библии преимущественно в Испании, который совершил революцию в изучении библейской и талмудической литературы и произвел глубокое впечатление на все последующие поколения еврейских ученых.

Изучение еврейского образования осложнено тем, что оно не подтверждается документально. Христианские университеты имели двухступенчатую систему подтверждения своего статуса – от монарха и от духовных лиц. Несмотря на то, что йешивы – высшие талмудические школы – имеют долгую восточную традицию, в небольших еврейских общинах письменных подтверждений не требовалось, для создания школы или академии требовался лишь авторитет учителя.

Beit midrash – первое понятие, обозначающее школу, которое встречается в источниках. Его дословный перевод – «дом учения». Чаще всего они располагались при синагогах и представляли собой библиотеки чтения Торы, ввиду сложности создания книг в средневековый период [2, с. 99–100]. Однако встречались учителя, которые могли брать от одного до 25 учеников [3, с. 26]. Р. Чазан утверждает, что если ашкеназское еврейство могло произвести таких выдающихся ученых и «высшие учебные заведения», то должно было иметь и элементарное образование, служившее базой для акаде-

мий [4]. Таким образом, баттей-мидраш широко распространились среди еврейских общин.

Ученик Петра Абеляра пишет: «Если христиане воспитывают своих сыновей, то они делают это не для Бога, а для корысти, чтобы один брат, если он писарь, мог помочь своему отцу, своей матери и другим своим братьям. Говорят, что у писаря не будет наследника, а что у него будет, будет нам и другим братьям... Но иудеи, из ревности о Боге и из любви к закону, всех сыновей, сколько имеют, поставили к грамоте, чтобы каждый мог понять закон Божий. Еврей, каким бы бедным он ни был, даже если бы у него было десять сыновей, отправил бы их всех по буквам не для корысти, как это делают христиане, а для понимания закона Божия, и не только своих сыновей, но и своих дочерей» [5, р. 434].

Ввиду того, что общины были небольшими, они перерождаются в хедеры (дома учителей), где возрастает роль наставника. Вопрос об оплате *melammed* (учителей) остро стоит в еврейском обществе, потому что обучение детей считалось обязательным в общине. Возраст обучающихся в мидраше разнился, но, как правило, учились дети. Рабби Меирха-Леви (Рама) написал следующий комментарий к талмудическому отрывку, в котором излагаются обязанности города при найме учителей мидраша: «Отсюда мы выводим, что община должна назначать учителей в каждом городе, жалованье которым должно выплачиваться общиной. Это лучше всего, потому что позволяет детям бедняков учиться так же, как и детям богатых» [3, р. 21]. Это привело к созданию общинных школ и большому недовольству общин. Данное правило обнародовали рейнские ученые в Майенте в 1220 г. и повторили в Шрейере с небольшими изменениями в 1223 г.: «Там, где люди не платят воспитателям детей достаточно, потому что в благотворительном фонде [*heqdash*] недостаточно денег, так как у них нет так много, они могут брать их из другого фонда [*she'arheqdash*]...» [3, с. 22]. Фонд состоял из денег умерших евреев, которые не указали при жизни, куда нужно их направить, и капитал переводили на благо общины. Проблемы оплаты и доступности образования привели к широкому распространению семейного обучения, которое по качеству не уступало общинному.

Однако ни баттей-мидраш, ни хедер все еще не являлись академиями, так как не формировали новое научное знание, а ориентировали обучающихся на знание Торы. Йешивы – высшие талмудические школы – с эпохи Раннего Средневековья во многом утратили свои административные функции [1]. Они продолжали существовать, но скрывали за собой большое разнообразие религиозных и нравоучительных текстов.

Самые ранние попытки устойчивого толкования Талмуда в Германии предпринял Гершом бен Иуда (960–1028/1040, Метц). Раббену Гершом, наиболее известный своими постановлениями над коммунами, принятыми

под его покровительством, также составлял респонсы, которые опирались не только на талмудический сугьер, но и на мишнаистские формулировки, библейские стихи и молитвенные тексты, тем самым заложил основы тосафотской методологии [6].

Первый Крестовый поход нанес значительный удар по йешивам и общинам Майнца, Вормса и их окрестностей. Тем не менее, общины пережили относительно быстрое восстановление. К середине XII в. учреждения вновь открылись, и выдающиеся ученые-раввины снова стали главами йешив. Вместе с тем эти события продемонстрировали угрозу уничтожения еврейского наследия.

Исаак бен Ашер ха-Леви из Шпейера (Риба ха-Закен, ум. 1133) считается самым ранним тосафистом. Для тосафистской методологии характерно внимательное прочтение текста Талмуда. Его основная цель – прояснить значение талмудического отрывка с точки зрения, как формулировки, так и внутренней логики, а затем сопоставить данный отрывок с остальной частью талмудического и раввинистического корпуса.

Современная наука обсуждает влияние, которое христианская диалектика и Ренессанс в целом оказали на евреев. В последней трети XI в. ученые канонического (и римского) права начали анализировать заново открытый сборник Кодекса Юстиниана. Они использовали диалектический метод, весьма схожий по форме и функциям с методом тосафистов [7, р. 282]. Тосафисты не читали по-латыни, текст Библии широко был представлен на иврите. Однако в академии Шпейера некоторые раввины могли работать над лешон галахим [3, р. 59]. Поэтому предполагается, что концепция диалектического обучения могла передаваться через разговоры и обсуждения, особенно учитывая его существование в литературе самого Талмуда, а также его более раннее проявление в докрестовом Вормсе. В пользу возможности христианского влияния говорит и тот факт, что йешивы до Крестового похода имели общие институциональные характеристики с христианскими монастырскими школами. К ним относятся методы чтения и сбора информации, характерные для раввинистических школ до 1096 г. Тосафистские академии имели много общего со схоластическими методами и условиями кафедральных школ, которые выступали важными центрами образования только тогда, когда там преподавали ведущие мастера. Таким образом, Крестовый поход стал поводом для создания устойчивой трактовки священных текстов с целью сохранения связи между общинами.

Таким образом, на зарождение тосафотских академий повлияли такие факторы, как:

1. Высокая образованность членов общин.
2. Авторитетность и знаковая роль учителей в общине.
3. Создание базы трактовки Талмуда в более ранний период VII–XI вв.

4. Постоянное взаимодействие еврейских общин с христианской средой.

Историки рассматривали тосафистов и их достижения как признаки высокого интеллектуального уровня и высокого качества образования ашкеназского общества. Так, Р. Чазан пишет, что при отсутствии явных источников, указывающих на качество школьного обучения, «грамотность, требуемая хозяйственной деятельностью евреев, и уже высокий уровень культурных достижений указывают на успешную систему образования» [4, р. 20]. Тосафотские академии Парижа, Сена и Труа Чазан упоминает как часть системы высшего образования [4]. Действительно, академии северной Франции и Германии слыли во всем средневековом еврейском мире как исключительные центры обучения и эрудиции. Их гегемония в изучении Талмуда считалась неоспоримой [7, р. 9].

Таким образом, все еврейское образование пережило трансформацию в XII–XIII вв., переняв черты христианской цивилизации. Бейт-мидраш переродились в хедеры, а йешивы – в тосафотские академии. Их деятельность способствовала сохранению и развитию еврейского наследия, языка и культуры.

Библиографические ссылки

1. *Дубнов С. М.* История евреев в Европе от начала их поселения до конца XVIII века: в 4 т. Т. 1. М.: Мосты культуры, 2003. 416 с.
2. Энциклопедия Иудаизма: Меир Натив; пер. с ивр. А. Кидерман. Иерусалим: Массада, 1983. 347 с.
3. *Kanarfogel E.* Jewish Education and Society in the High Middle Ages. Wayne State University Press, 1992. 118 p.
4. *Chazan R.* Medieval Jewry in Northern France. Baltimore, 1973. 238 p.
5. *Landgraf A. M.* Commentarius Cantabrigiensis in Epistolas Pauli e Schola Petri Abaelardi. University of Notre Dame, 1937.
6. *Kanarfogel E.* The Torah Comments of Yehiel of Paris: Mediating between Peshat and Derash. Ben-Gurion University of the Negev Press, 2020. P. 223–255.
7. *Kanarfogel E.* Judah he-Hasid and the Tosafists of Northern France // Jewish History. 2021. 34. P. 177–198.

БРЕСТСКИЙ МИРНЫЙ ДОГОВОР В ОЦЕНКАХ СОВРЕМЕННОЙ БЕЛОРУССКОЙ ИСТОРИОГРАФИИ

В. А. Будницкий

his.budnickiVA@bsu.by;

Научный руководитель – К. И. Козак, кандидат исторических наук, доцент

В связи с растущим интересом к исторической памяти, важно понимать, какие оценки современная белорусская историография дает Брестскому миру. В статье приведены описание и характеристика работ, созданных в рамках современной белорусской историографии, касающиеся Брестского мира. Целью данной статьи является анализ и систематизация работ современной белорусской историографии непосредственно посвященных и касающихся Брестского мирного договора.

Ключевые слова: Брестский мирный договор; Брест-Литовск; переговоры; Беларусь; современная белорусская историография.

После того как в 1991 г. Беларусь стала независимым государством, начался новый этап в изучении ее истории: произошел отход от старых установок, подчиненных политической и идеологической доктрине государства. Изменения также коснулись и Брестского мира [9, с. 8]. В нынешней белорусской историографии исследования, касающиеся Брестского мира, можно разделить на две группы: исследования обобщающего характера и специализированные историографические источники. В данной статье рассматривается последняя группа.

Наиболее значимыми в белорусской историографии Брестского мира работами следует считать диссертационные исследования Д. А. Мигуна и С. А. Третьяка. В 2001 г. белорусский историк Д. А. Мигун подготовил кандидатскую диссертацию, в которой затрагивался Брестский мир. Он исследовал развитие отношений между Германией и Советской Россией в рамках Брестской системы. Определил роль белорусского вопроса в контексте данных отношений [12, с. 83]. В своей докторской диссертации Д. А. Мигун рассматривая влияние на Беларусь Брест-Литовского мирного договора, смог определить его значение в процессе развития германо-белорусских отношений [11, с. 6].

В 2005 г. отечественный ученый С. А. Третьяк в своей кандидатской диссертации исследовал влияние Брестского мира на общественно-политические процессы в Беларуси [16]. В 2009 г. у С. А. Третьяка вышла монография, посвященная Брестскому миру, где автор пишет, что подписание мира с Россией не означало юридического признания власти большевиков Германией. Делая ставку на мирный договор, правящие круги Германии, желали не только ударить по Антанте новыми силами,

но и остановить революционное движение внутри страны, а в будущем и завоевать Россию и превратить в полуколонию [17, с. 81–82].

Отметим также монографию В. С. Мисиюка «Берастейскі мір», изданную в 2019 г. В данной работе описана лишь часть мирной конференции: переговоры представителей Четвертного союза с делегатами от Рады УНР [2].

В отечественной историографии, по проблематике данной статьи, также опубликован ряд научных статей. Так А. В. Тихомиров в статье 1999 г. «Брестский мир 1918 г. и Беларусь» выделяет основные этапы Брест-Литовской конференции. А. В. Тихомиров отмечает, что главными причинами, которые заставили Германию согласиться на переговоры, было желание перебросить войска с Восточного фронта на Западный. Советскую Россию пойти на переговоры заставили сложная экономическая, политическая ситуации и потеря боеспособности армии. Брестский мир лишил Россию возможности присоединиться к победителям в Первой мировой войне и стал одним из факторов гражданской войны и интервенции [14, с. 80–81]. Схожей по подаче материала является публикация в 2017 г. С. А. Третьяка, в которой он указывает, что антисоветское военное наступление стран Четвертного союза началось не 18 февраля, а двумя днями ранее 16 февраля – в этот день перешли в атаку войска 1-го Польского корпуса. Корпус ранее присягнул на верность варшавской Регенцийной раде – марионеточному правительству, созданному Германией и Австро-Венгрией. Интересным является утверждение С. А. Третьяка о том, что в начале декабря 1917 г. СНК Российской республики был заинтересован в создании автономной Белорусской области советской России [18, с. 105–118].

Влияние мирного договора и сложившейся после него системы на земли Беларуси, развития отношений между Германией и Советской Россией, Украиной и Польшей в рамках Брестской системы изучали в своих статьях А. С. Мельникова, В. С. Мисиюк и т. д. [10; 13]. Отношение целых социальных групп к происходившему на переговорах и их последствиям, разбирали в своих работах А. С. Мельникова, Л. Ю. Малыгина [9; 10]. Роль представителей советской делегации, стран четвертного союза, отдельных личностей современников тех событий к происходившему на переговорах в Брест-Литовске нашло отражение в статьях Н. Ф. Белоуса, С. Н. Белоуса, Ю. А. Борисенка, Н. Н. Ковалевой, А. А. Гладышук, [1; 3; 6; 7; 9]. Содержательные историографические обзоры представлены публикациями В. А. Кохновича, С. Н. Рожковой, В. В. Здановича [3; 9; 14]. Историографические обзоры позволяют аккумулировать ранее созданные работы с целью уменьшить число повторов информации в исторической науке. Такую же функцию имеют и библио-

графические указатели. В 2013 г. Брестской областной библиотекой им. М. Горького был издан библиографический указатель «Брестский мир: 95 лет со дня подписания» [4]. В 2014 г. был реализован проект полнотекстовой базы данных «Брестский мир» на основе изданного ранее библиографического указателя [5].

Неразрывно с научными публикациями связаны конференции, по итогам работы которых, издаются сборники научных статей. Среди конференций, посвященных Брестскому миру, стоит выделить конференцию 2018 г. «Март 1918 года. На изломе истории» [9].

Таким образом, на современном этапе белорусская историография Брестского мирного договора исходит из принципа методологического плюрализма и стремится к комплексному, рассмотрению места Брестского мира в истории Беларуси. Основными вопросами на данный момент являются: положение белорусского народа во время проведения переговоров, отношение разных социальных групп и отдельных личностей к переговорам, мирному договору и т. д. Зачастую современные авторы отмечают в своих работах, что ни страны Четвертного союза, ни Советская Россия, ни в том числе УНР и Польша не считались с правами белорусского народа. Широко распространено мнение, согласно которому большевики пошли на уступки, так как не могли бороться с военной мощью Германии. Считается, что Брестский мир активизировал белорусское национальное движение и стал одним из факторов, обусловивших провозглашение БНР. С другой стороны, Брестский мир стал катализатором Гражданской войны и иностранной интервенции.

Библиографические ссылки

1. Белоус Н. Ф. А. И. Деникин о российско-германских переговорах в Брест-Литовске // Актуальные проблемы германской истории, политики, экономики, культуры: материалы междунар. науч. конф., 17-19 апр. 2003 г. / УО «Брестский государственный технический университет». Брест : БрГТУ, 2003. С. 88–92.
2. Берестейський мир / [рэдактар В. С. Місіюк]. Мінск : Смэлтак, 2019. 57 с.
3. Берестейський мир: 100 років : сборник научных трудов / составитель В. С. Мисіюк. Минск : В. Хурсик, 2019. 103 с.
4. Брестский мир: 95 лет со дня подписания : библиографический указатель / УК «Областная библиотека имени М. Горького», Информационно-библиографический отдел ; сост.: Е. И. Жук, М. Н. Путилина; под общ. ред. А. Н. Вабищевича. Брест : ОАО «Брестская типография», 2013. 56 с.
5. Брэсцкі мір [Электронны ресурс] / Краязнаўства Берасцейшчыны – Режим доступа: <http://kb.brl.by/index.php/component/docvisor/?task=search&isBiblioSearch=yes&Itemid=161>. – Дата доступа : 10.02.2022.

6. *Весялкоўскі Ю.* Мірная канферэнцыя ў Берасці. Троцкі прайграў у Берэсці // Беларусь у Першай Сусьветнай вайне : (гістарычны нарыс) / Ю. Весялкоўскі ; рэд. А. Мірановіч. Беласток ; Лёндан, 1996. С. 72–84.
7. *Гладышук А. А.* Прынц баварскі Леапольда і Брэсцкі мір // Берасцейскі мір у кантэксце гісторыі і культуры Ўсходняй Еўропы / [укладальнік В. С. Місіюк]. Мінск: Р. М Цымбераў, 2020. С. 10–17.
8. *Мамонтов В. И.* Брестский мир и его последствия для Беларуси. Минск: Военная академия РБ, 1996. 40 с.
9. Март 1918 года. На изломе истории...: материалы международной научно-практической конференции исследователей, преподавателей, музейных, библиотечных и архивных работников (Брест, 14-15 марта 2018 года): посвящена 100-летию подписания Брестского мира / [редколлегия: Г. Г. Бысюк и др.]. Брест : Альтернатива, 2018. 123 с.
10. *Мельникова А. С.* Брестский мирный договор 3 марта 1918 г. и его последствия для Беларуси // Россия и славянские народы в XIX–XXI вв.: материалы Междунар. науч. конф. ; Новозыбков, Брянск. обл., 22 окт. 2021 г. / Брянск. гос. ун-т ; под ред. В. В. Мищенко, Т. А. Мищенко, С. П. Куркина. Брянск, 2021. С. 61–68.
11. *Мигун Д. А.* Беларусь в германо-советских отношениях (1918 – 1941 гг.) : автореф. дис. ... канд. ист. наук : 07.00.15 / Д. А. Мигун; БГУ. Минск, 2020. 46 с.
12. *Мигун Д. А.* Политика Германии в отношении Беларуси (1914-1922 гг.): автореф. дис. ... канд. ист. наук : 07.00.15 / Д. А. Мигун ; Бел. Гос ун-т. Минск, 2001. 20 с.
13. *Мисиюк В.* В залах Белого дворца родился долгожданный мир // Брест. курьер. 2013. С. 21.
14. *Рожкова С. Н.* Брестский мир в белорусской советской и постсоветской историографии // Первая мировая война: события и люди : сборник научных статей / Учреждение образования «Гомельский государственный университет им. Франциска Скорины», Государственное научное учреждение «Институт истории НАН Беларуси», Российский центр науки и культуры в Гомеле. Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2018. С. 78–87.
15. *Тихомиров А. В.* Брестский мир 1918 г. и Беларусь // Белорус. журн. междунар. права и междунар. отношений. 1999. № 2. С. 44–57.
16. *Трацяцк С. А.* Брэсцкі мір і грамадска-палітычныя працэсы ў Беларусі : аўтарэф. дыс. ... канд. гіст. навук / С. А. Трацяцк ; Бел. дзярж. пед. ун-т імя М. Танка. Мінск, 2005. 22 с.
17. *Трацяцк С. А.* Брэсцкі мір і грамадска-палітычныя працэсы ў Беларусі: лістапад 1917 – студзень 1919 г. Мінск : Беларуская навука, 2009. 208 с.
18. *Третьяк С. А.* Брестский мир 1918 года и Беларусь // Нарочская операция 1916 г.: история и современность / Российско-белорусская ассоциация историков «Союзная инициатива памяти и согласия» [и др.]. М.: Фонд «Историческая память», 2017. С. 105–118.

ИНВЕНТАРИ ИМЕНЕЙ ВАРШАВСКОЙ ЧАСТИ РАДЗИВИЛЛОВСКОГО АРХИВА КАК ИСТОРИЧЕСКИЕ ИСТОЧНИКИ ПО КАРТОГРАФИИ И АРХИТЕКТУРЕ БЕЛАРУСИ

М. Ю. Дирко

misha.dircko@yandex.by

*Научный руководитель – М. Ф. Шумейко, кандидат исторических наук,
профессор кафедры источниковедения*

Инвентари представляли собой хозяйственные документы, в которых описывались имения светских и духовных феодалов, а также повинности населения имений. Их составление было характерно для Беларуси, Литвы, Правобережной Украины, Восточной Прибалтики, Польши, Венгрии, Словакии в XVI–XIX вв. К отдельным инвентарям прилагаются графические рисунки строений, описания промышленных объектов, географические планы имений, сел, карты волостей, староств. Объектом исследования данной работы являются инвентари имений князей Радзивиллов как источники по картографии и архитектуре белорусских земель XVII–XIX вв. Предмет – их свойства и специфические черты, цель – определение информационного потенциала исторических источников данного вида.

Ключевые слова: Главный архив древних актов в Варшаве; архив Несвижской ординации князей Радзивиллов; инвентари имений; исторический источник; картография; архитектурно-проектные материалы.

ВВЕДЕНИЕ

Инвентари появились на территории Великого Княжества Литовского в 20-е гг. XVI в. от «инвентарных правил», которые были распространены в Польше в XV в. Инвентари являлись уникальными частноправовыми документами, аналогов которым не было в дипломатике Российской Империи. Целью их составления были купля-продажа имения, дарение, наследование, передача в управление новому эконому, арендатору, залоговому владельцу, разрешение земельных споров [1]. Инвентари позволяют проследить важные стороны развития сельского хозяйства; раскрывают особенности жизни помещиков, крестьян; их быт, церковный и семейный уклад; развитие сельскохозяйственных технологий и орудий труда. Значение инвентарей как исторических источников неоднократно подчеркивалось в научной литературе. Однако до сегодняшнего дня опубликовано лишь незначительное количество этих ценных источников. Вопрос же использования инвентарей в качестве источников по картографии и архитектуре в белорусской историографии практически не исследован, а массовое введение картографических материалов, содержащихся в инвентарях, в научный оборот сопряжено с целым рядом трудностей по их выявлению, описанию и представлению [2].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Инвентари имений Радзивиллов составлялись с конца XV в., чаще всего по случаю изменения правового статуса поместья или при чрезвычайных обстоятельствах. Документы выделяются обоснованностью и полным описанием хозяйственного положения имений. Основная масса радзивилловских инвентарей находится в рукописном виде в архивных фондах и коллекциях Национального исторического архива Беларуси (НИАБ) в Минске и Главного архива древних актов (AGAD) в Варшаве и не доступна широкому кругу пользователей. Опубликовано лишь небольшое количество источников. Публикации единичных инвентарей имений Радзивиллов имеются в «Актах Виленской археографической комиссии», в серии «Историко-юридических материалов», в публикациях инвентарей магнатских владений Белоруссии XVII–XVIII веков (имения Сморгонь и Тимковичи) [2]. С целью определения информационного потенциала инвентарей в качестве источников по картографии и архитектуре Беларуси автором был изучен XXV раздел «Инвентари имений» варшавской части архива князей Радзивиллов. Раздел содержит инвентари имений, которые вместе с иными документами Несвижского архива Радзивиллов были перевезены в 1929 г. в Варшаву [3]. Он находится в личном фонде князей № 354 в Главном архиве древних актов в Варшаве. Это инвентари владений князей Радзивиллов в целом, инвентари их составных частей, инвентари поместий, усадеб, деревень, фольварков, резиденций, инвентари владений Радзивиллов по Несвежской, Олыцкой, Клецкой линиям, линии Витгенштейнов. Копии документов варшавской части архива Радзивиллов в НИАБ находятся в коллекции микрофотокопий (КМФ) № 5 «Документы по истории Беларуси из фондов князей Радзивиллов, Сангушков, графов Пшездецких, Тизенгаузов».

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

В ходе исследования в КМФ № 5 выявлено 17 картографических материалов, находящихся в инвентарях радзивилловских имений. 9 источников были подробно изучены и описаны. Это Инвентарь имения Бранчицы, 1682 г.; Инвентарь имения Кореличи, 1727 г.; два Инвентаря города Слуцка за 1802 г. и 1818 г.; один Геометрический инвентарь имения Березовец, 1841 г.; Линейные карты деревень Лаплина, Веротеи и отрывки из инвентарей этих деревень, 1810 г., а также План фольварка Лахва XIX в. и План строений имения Ишкольд, 1891–1893 гг. Рассмотрена и текстовая информация в архитектурном Описании города Слуцка, 1815 г.

Все исследованные инвентари или их части являются достаточно информативными источниками экономического, социального, аграрного, генеалогического, культурологического характера. Выявлено, что картография, содержащаяся в данных инвентарях, отображает разнообразную информацию географического, геодезического, топонимического и архитектурно-проектного планов, иллюстрирует текстовую информацию хозяйственных описаний графическими и зобразительными средствами. Она позволяет восстановить ландшафт местности на определенном этапе, установить владельцев земель и границы владений. Исследователи белорусско-польской картографии С. Александрович отмечает очень высокий уровень картографических работ радзивилловской службы [4].

Одним из самых ярких примеров радзивилловских инвентарей с использованием в описании картографических материалов является Инвентарь имения Бранчицы, датируемый 1682 годом. Данный документ является хозяйственным описанием Бранчицкого ключа. В XVII–XVIII вв. в его состав входили: имение, деревни Бранчицы, Пиваши, Жабин, Листопадовичи и Копацевичи. Автор графических материалов Бенедикт Казимир Петрашко. Картографические сведения не только иллюстрируют текстовое описание границ владений, но и в виде рисунков дают информацию о сезонных сельскохозяйственных работах и быте крестьян; передают внешний вид и назначение построек. Масштаб всех планов, а их 7, крупный, около 1:15500. Такой масштаб позволяет выразительно показать земли отдельных деревень вместе с их границами, разбросанные среди лесов и болот пахотные земли. Инвентарь имения Бранчицы – это уникальный документ, едва ли не единственный случай сохранившегося инвентаря XVII в. такого типа [5], [6], [7]. Примером инвентарей, содержащих картографическую информацию, могут служить геометрические инвентари имений. Однако не все они имеют планы и карты. В геометрических инвентарях могут содержаться исключительно текстовые описания земель имения. Нередко в инвентарях можно обнаружить линейные карты отдельных деревень. На таких картах применяются в основном линейные условные знаки, которые используются в картографии для изображения объектов линейного характера: дороги, реки, озера, ручьи, границы населенных пунктов, участков земли и другие протяженные объекты, длина которых выражается в масштабе плана, а ширина нет. Примером могут служить Линейные карты деревень Лаплина, Веротеи и отрывки их инвентарей [8]. Наиболее ярким примером радзивилловских инвентарей, содержащих материалы архитектурно-проектного характера, является План строений имения Ишкольд и их описание 1891–1893 гг. Исследованный документ содержит инвентарь имения, план имения, таблицу описания строений, посевов имения, во-

дяной мукомольной мельницы. Автор плана не известен. В изображенный на плане комплекс хозяйственных построек входят жилой дом, дом эконома, три амбара, гумно, одрина, три скотных сарая, конюшня, две овчарни, несколько сараев разных размеров, коптильня из досок, погреб, мельница. Имеется краткое описание каждой постройки [9]. К сожалению, графических планов подобного вида в инвентарях не много.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как видим, инвентари имений князей Радзивиллов являются ценными источниками картографической и архитектурно-проектной ретроспективной информации. Картография инвентарей необходима сегодня историкам-краеоведам, реставраторам, строителям, географам, геологам, геодезистам, иным специалистам. И потребность в этой информации постоянно растет. К тому же картография инвентарей имений Радзивиллов являет высокий уровень мастерства исполнения, и может стать предметом теоретических исследований картографической науки. XXV раздел «Инвентари имений» варшавской части архива Радзивиллов составляют 5408 дел. Материалы по картографии и архитектуре Беларуси есть также в разделах фонда 354 AGAD: VIII, XVI, XVIII и требуют дальнейшего выявления и изучения.

Библиографические ссылки

1. Инвентари // Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А. М. Прохоров. 3-е изд. М.: Советская энциклопедия, 1969–1978.
2. Улашчык М. Працы па археаграфіі і крыніцазнаўству гісторыі Беларусі: з рукапіснай спадчыны. Мн.: БелНДЦДАС, 1999. 120 с.
3. Вяртанне-7: зборнік / рэдкал.: А. Мальдзіс (гал. рэд.) [і інш.]. Мінск: Бел. фонд культуры, 2002. 364 с.
4. Александрович С. Картография Великого княжества Литовского от XV до середины XVIII века. Минск: Технология, 2021. 312 с., ил.
5. НИАБ, КМФ-5, оп. 1, д. 351а.
6. *Kazimierski J.* Inwentarz pomiarowy dobr klucza branezyckiego na Bialorusi z 1682 roku // КНKM. 1955. R. 3, Nr. 2, S. 404.
7. *Pietkewicz K.* Najstarszy inwentarz dobr Radziwillowskich z 1528 roku // Lituanoslawica Poznaniensia. Studia Historica. Poznan, 1985. S. 175–186.
8. НИАБ, КМФ-5, оп. 1, д. 1414а.
9. НИАБ, КМФ-5, оп. 1, д. 2204.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПЕРВОЙ ЧЕЧЕНСКОЙ ВОЙНЫ (1994–1996 ГГ.) И ПРОБЛЕМА УРЕГУЛИРОВАНИЯ РОССИЙСКО-ЧЕЧЕНСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ПОСЛЕВОЕННЫЙ ПЕРИОД

Г. С. Евсеенко

evseenko_1973@bk.ru;

Научный руководитель – О. В. Бригадина, кандидат исторических наук, доцент.

Данная статья посвящена проблемам урегулирования российско-чеченских отношений после окончания Первой чеченской войны. Актуальность данной работы заключается в том, что обозначенная тема на данный момент не была исследована. Косвенно тема рассматривалась только в контексте Первой чеченской войны и ее итогов, а также в контексте причин начала Второй чеченской войны. Цель работы заключается в комплексном исследовании процесса урегулирования российско-чеченских отношений в послевоенный период.

Ключевые слова: Первая чеченская война; Хасавюртовские соглашения; Республика Ичкерия; Российская Федерация; Назрановский протокол.

Первая чеченская война стала одним из ключевых событий истории России 1990-ых годов. Ее результаты имели влияние, как на внутривнутриполитические процессы в Российской Федерации, так и на формирование новых тенденций в международных отношениях. Рассматривая ход формирования чеченского сепаратизма можно заметить, что первоначально события носили характер условного мятежа, во главе с лидерами различных местных группировок, в том числе и Джохаром Дудаевым, однако впоследствии мятеж перерос в полномасштабную войну с новой национальной идеологией преподносящейся населению «сверху» от условных руководителей движения, а впоследствии Республики.

Проблема урегулирования российско-чеченских отношений возникла еще на заключительном этапе войны, связано это было с серией терактов, а также с негативным влиянием войны на предвыборную кампанию Бориса Ельцина. На первом этапе вопрос вставал о прекращении боевых действий и выводе федеральных войск с территории Чечни.

Урегулирование конфликта началось в начале лета 1996 года, 10 июня 1996 года был подписан Назрановский протокол, который предполагал собой прекращение боевых действий, однако вскоре после подписания бомбардировки населенных пунктов на территории Чечни возобновились. Следующим витком в урегулировании конфликта стали Хасавюртовские соглашения от 31 августа 1996 года, первый проект был предложен еще 26 августа, и речь в нем шла об особом статусе Чечни в составе Российской Федерации с наличием собственной валюты, вооруженных сил и тд. Проект был отвергнут чеченской стороной, и следующая версия носила назва-

ние «Принципы определения статуса Чеченской республики», однако и этот проект был отвергнут в связи со ссылками в нем на Конституцию Российской Федерации. Окончательный проект соглашений был принят 31 августа, было подписано 2 документа: «Совместное заявление» и «Принципы определения основ взаимоотношений между Российской Федерацией и Чеченской Республикой». Возникшие противоречия обозначили первую проблему: различие взглядов чеченских и российских властей на дальнейший статус территории Чечни. Чеченская сторона, ни при каких условиях, не соглашалась на юридическое закрепление территории как субъекта Российской Федерации[3].

После этого 3 октября произошла встреча председателя правительства РФ Виктора Черномырдина и чеченским лидером Зелимханом Яндарбиевым, на котором было подписано заявление о развитии российско-чеченских отношений. В нем дублировались пункты Хасавюртовских соглашений, и оговаривалась деятельность Объединенной комиссии по урегулированию отношений между сторонами. Особым пунктом в заявлении стал вопрос о финансировании восстановления экономики и социальной сферы Чеченской Республики[1].

В этот период появляется и вторая проблема: условия экономической помощи и ее размеры. При ведении переговоров чеченское руководство заявляло о суммах на восстановление региона в 5 раз превышающих годовой бюджет Российской Федерации, а российская сторона в свою очередь использовала предложения о финансовой помощи как единственный рычаг давления на чеченское руководство.

23 ноября Виктором Черномырдиным и Асланом Масхадовым, который на тот момент являлся Премьер-министром Коалиционного правительства Чеченской Республики, было подписано Соглашение о принципах взаимоотношений между Российской Федерацией и Чеченской Республикой. Соглашение предусматривало решение экономических вопросов в сфере восстановления экономики Чечни, а также решения социальных и гуманитарных вопросов: выплате пенсий, заработной платы, восстановлении объектов жизнеобеспечения в населенных пунктах Чеченской Республики. Срок действия соглашения назначался до избрания нового Президента и Парламента Чеченской Республики[5].

Выборы президента Чеченской Республики Ичкерия состоялись 27 января 1997 года. Результатом стало избрание Аслана Масхадова президентом. После них Масхадов заявил о намерении чеченского руководства добиваться полной независимости республики, а также о требовании возмещения Чечне ущерба, причиненного входе войны[6].

Логическим итогом этого стала встреча Бориса Ельцина и Масхадова в Кремле 12 мая, там же был подписан «Договор о мире и принципах взаи-

моотношений между Российской Федерацией и Чеченской Республикой Ичкерия». Первым важнейшим аспектом этого договора стало фактическое признание независимости республики, так как было принято ее до этого неофициальное название Ичкерия. В пунктах же договора указывается только отказ от применения силы при решении любых спорных вопросов. 18 августа состоялась еще одна встреча Масхадова и Ельцина, по словам Масхадова она должна была стать финальной в процессе признания независимости Чеченской Республики Ичкерия, однако переговоры завершились только предложениями по созданию группы, которая будет далее заниматься этим вопросом.

Говоря об отношении к вопросу становления чеченской независимости среди российских политических элит можно приводить в пример неоднозначную точку зрения в Государственной Думе. На протяжении сессий 1997 года неоднократно поднимался вопрос о финансировании Чеченской Республики, а точнее об отмене финансирования или его сокращении, однако решений по нему так и не было принято. Всего же в 1997 году Российская Федерация выделила Чечне 963 млрд. рублей. Из них 300 млрд. составили выплаты пенсий Пенсионным фондом России, однако ни о каком восстановлении чеченской экономики, о котором шли все переговоры 1996–1997 годов, речи не было[4].

Итогом долгих переговорных процессов стало получение Чеченской Республикой де-факто независимости, однако, как можно заметить, официальное признание независимости оттягивалось, и ввиду начавшихся террористических актов уже в ноябре 1997 года этот процесс был отложен уже на неопределенный срок. Чеченскую Республику не признавало и мировое сообщество. Рассматривая причины начала нового конфликта называть затягивание переговоров можно только как второстепенную причину, так как основным фактором, приведшим к росту уровня терроризма стали уже внутривнутриполитические разногласия среди чеченского правительства и множества уже на тот момент исламизированных группировок. Говоря о процессе урегулирования конфликта этот процесс нельзя считать завершенным, юридически вопрос о статусе региона откладывался до 31 декабря 2001 года, фактически же процесс признания независимости начался в конце 1996 года, но так и не был закончен.

Библиографические ссылки

1. *Калашикова Н.* Вокруг Чечни: Черномырдин и Яндарбиев // Коммерсантъ. – 1996. 5 октября. С. 1.
2. *Куликов. А. С. Малишевский Н. Н.* Историография вооруженного конфликта в Чечне // ГАУ МО «Издательство Подмосковье», 2015. 336 с.

3. Совместное заявление и Принципы определения основ взаимоотношений между Российской Федерацией и Чеченской Республикой // Независимая газета. 1996. 3 сентября. С. 4–5.
4. Стенограмма заседания Государственной Думы 24 июня 1997 г. // Государственная Дума. [Электронный ресурс]. URL: <http://transcript.duma.gov.ru/node/2898/> (дата обращения: 03.05.2023).
5. Указ Президента от 23 ноября 1996 года № 1590 «О мерах по обеспечению дальнейшего мирного урегулирования в Чеченской Республике» // Ельцин Центр. [Электронный ресурс]. URL: yeltsin.ru/archive/act/37660/ (дата обращения: 03.05.2023).
6. Chechen rebel leader claims presidential victory // CNN interactive/ World News store page. [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/WORLD/9701/28/chechnya/> (дата обращения: 03.05.2023).

МОЎНЫЯ ПРАЦЭСЫ НА ТЭРЫТОРЫІ БЕЛАРУСІ Ў XIX СТ.: ЭТНАКУЛЬТУРНЫ АСПЕКТ

Р. А. Колас

kolosrodion@mail.com

Навуковы кіраўнік – Т.А. Наваградскі, доктар гістарычных навук, прафесар

Разглядаючы моўныя працэсы, якія разгортваліся на тэрыторыі Беларусі ў XIX ст., у артыкуле дэманструюцца галоўныя тэндэнцыі, што з’яўляліся рухавікамі ў працэсах станаўлення нацыянальнай самасвядомасці беларусаў, іх калектыўнай рэфлексіі да пашырэння ўжывання эндаэтнонімаў. Важнае месца ў працэсе даследавання займае роля фарміравання адзінай этнакультурнай прасторы ў кантэксце стварэння наратыву калектыўнага светаўспрыняцця беларусаў.

Ключавыя словы: моўныя прыцэсы; моўная прастора; культурная прастора; беларусы; білінгвізм; дыгласія; нацыяўтварэнне.

Вывучэнне этнічнай культуры беларусаў – адна з добра даследаваных галін славістыкі, якая, нягледзячы на гэта, працягвае прыцягваць да сябе пільную ўвагу з боку розных гуманітарных дысцыплін. Спрыяе гэтаму і наяўнасць новых у навуцы метадаў і падыходаў, што дазваляе па-новаму паглядзець на раней апісаныя і выкладзеныя з’явы беларускай этнічнай культуры. Асаблівы пласт у сучаснай сусветнай антрапалогіі ўяўляе вывучэнне моўнай культуры і моўных працэсаў пры фарміраванні светаўспрымання.

Галоўным тэрміналагічным апаратам, які выкарыстоўваецца этнолагамі пры даследаванні моўных працэсаў, з’яўляецца паняцце «моўнай прасторы»¹ [1, с. 392] і «культурнай прасторы»² [2, с. 754]. Адсутнасць даследаванняў у накірунку вывучэння акрэсленых праблемных палёў, а таксама не ўжыванне гэтых тэрмінаў у сучасных айчыных гісторыка-этналагічных даследаваннях, прывяло да ўзнікнення

¹ Моўная прастора Беларусі – гэта культурны і геаграфічны рэгіён, дзе агульная ці дамінуючая мова (у нашым выпадку беларуская) разам з дыялектнымі варыянтамі і групай іншых моў (рускай, польскай, габрэйскай) утвараюць адзіную супольнасць, аб’яднаную аднолькавымі тэндэнцыямі, працэсамі, і ў падмурку якіх знаходзіцца дамінуючая этнічная група (беларусы). Для еўрапейскай навукі характэрна выкарыстанне двух тэрмінаў: «*Sprachbund*» і «*Sprachraum*», якія ўвёў В. фон Гумбальд у 1836 г.

² Культурная прастора – гэта цэльнае сацыяльнае асяроддзе і геаграфічны рэгіён, на якім разгортваецца працэс як утварэння новых формаў чалавечай дзейнасці, так і працэс захавання, зарыентаванага на перадачу будучым пакаленням, гістарычнага вопыту і здабыткаў сваёй духоўнай ды матэрыяльнай дзейнасці.

статусу «*lacuna*» гэтай праблемы ў беларускай навуцы³ [3, с. 61], [4, с. 13–15].

Асноўнымі моўнымі працэсамі, якія разгортваліся сярод беларускага насельніцтва XIX ст. (тэндэнцыйна: з канца XVIII – пачатку XX стст.) былі «*receptio*» фарміравання і замацавання білінгвізму ў грамадстве⁴, а таксама «*ἀποθεώσις*» нацыяўтваральнага наратыву [5, с. 30].

Працэс станаўлення дыгласіі сярод беларускага насельніцтва меў характар як культурнага, так і палітычнага навязвання. У ім мы можам вылучыць некалькі этапаў: польска-беларуская дыгласія, характэрная да 1860-х гг.; і руска-беларуская – ад 1870-х і па сучаснасць⁵ [6, с. 24].

Сувязь этнакультурнага аспекту з моўнымі працэсамі на тэрыторыі Беларусі ў XIX ст. палягае ў плоскасці як разглядання канфесійнага складу насельніцтва і яго эвалюцыі, так і паглыблення сістэмы самаўсведамлення з прычыны актыўнага ўцягвання мясцовага насельніцтва ў кантакты з «*ξένος*», а занчыць «*іншымі*» этнасамі.

Грунтоўна асветленая канфесійная карціна беларускіх земляў па перапісе 1897 г. паказвае, што праваслаўнымі прызнавала сябе 70,8 % насельніцтва Беларусі, а беларускую мову роднай – 80 %⁶. Такую ж карэляцыю можна правесці і з каталіцкай царквой: каля 13 % каталікоў і толькі каля 5 % польскамоўных [7, с. 49–51].

Захаванне замкнёнай структуры беларускай этнічнай супольнасці спрыяла развіццю і паглыбленню ў выспяванні своеасаблівых рысаў канфесійнага складу. Роля ўніяцкай царквы ў захаванні этнічнай культуры беларусаў, а асабліва мовы, займае важнае месца, паколькі спрыяла паступоваму фарміраванню адной этнаканфесійнай групы. Менавіта ўніяцтва стала для беларусаў адной з найгалоўнейшых формаў

³ У пэўным сэнсе «*даў давол*» гісторыкам на вывучэнне моўных працэсаў французскі даследчык-медыевіст Марк Блок у працы «*Apologie pour l’histoire ou Métier d’historien*» («Апалогія гісторыі альбо рамяство гісторыка»), напісанай у 1943 г., але апублікаванай пасмяротна ў 1949 г.

⁴ Дыгласія (грэц. δύο – «два», γλωσσα/γλωττα – «мова») – гэта білінгвістычная з’ява, калі існуе структурна-функцыянальнае размеркаванне задзейнічаных моў.

⁵ Паколькі самі працэсы і механізмы правядзення палітык паланізацыі і русіфікацыі досыць добра апісаны беларускай гістарыяграфіяй і грунтоўна даследаваны – актуалізацыі звяртацца да іх няма.

⁶ Падобныя паказчыкі дазваляюць рабіць высновы аб узрастанні нацыянальнай свядомасці ў 2-й палове XIX ст. і яе ўзвышэнні над канфесійным аспектам самавызначэння.

самаідэнтыфікацыі. Да пачатку ХХ ст. шэраг жыхароў Беларусі працягвалі прылічваць сябе да «*беларускай царквы*»⁷ [8, с. 29].

Вялікую ўвагу ў моўных працэсах як складніка фарміравання нацыянальнай свядомасці адыгралі святары. На працягу 1860–1872 гг. каталіцкімі святарамі на Віцебшчыне быў прачытаны шэраг казанняў па-беларуску [9]⁸.

Варта адзначыць, што Усход Беларусі быў найбольш «*беларускім*», а праваслаўе такім чынам адыграла значна большую вядучую ролю ў фарміраванні свядомасці ў простага насельніцтва. Разам з гэтым, на Захадзе Беларусі мы назіраем выспяванне свядомасці з «*ініцыятывай знізу*». Пра гэта сведчаць шматлікія скаргі насельніцтва з патрабаваннем перавесці набажэнства на беларускую мову [10]. Цікава таксама рэакцыя мясцовага святарства на падобныя патрабаванні, якая адлюстроўвалася ў лістах да Рымскага Папы, Рыжскага біскупу з пытаннямі аб дазvole правядзення набажэнства па-беларуску [11].

Для моўных працэсаў ХІХ ст. характэрна станаўленне сучаснай беларускай мовы на аснове беларускіх народных дыялектаў ва ўмовах адсутнасці сталай практыкі пісьма. Агульная арыентацыя на народнае жывое вымаўленне і ігнараванне здабытку старабеларускай літаратурнай традыцыі абумовілі развіццё мовы без аніякага кодэксу правілаў, і запатрабавалі выпрацоўвання зусім новых граматыка-арфаэпічных і арфаграфічных нормаў, хаця спробы стварэння граматыкі народнай гаворкі прадпрымаліся каталіцкім і праваслаўным святарствам з канца ХVІІІ ст. Не спрыяла хуткаму арфаграфічнаму ўнармаванню і выкарыстанне двух алфавітаў: лацінскага і кірылічнага, якія набылі ў ХІХ ст. выключна канфесійную, а не этнічную афарбоўку. На распаўсюджанне і выкарыстанне беларускай мовы паўплываў і працяглы палітычны канфлікт паміж расійскімі ўладамі і польскім дваранствам, у якім абодва бакі спрабавалі атрымаць сімпатыі беларускага сялянства, звяртаючыся да таго з агітацыйнай літаратурай, якую выдавалі па-беларуску. Гэта ўжо завочна сведчыла пра прызнанне самастойнасці беларускага народа, а таксама аб наяўнасці білінвістычных / дыгласных канструктаў у супольнасці шляхты. З гэтага відавочна, што ў ХІХ ст. характэрна назіранне тэндэнцый складвання этнасацыяльнай супольнасці беларусаў з адзінай сістэмай нацыянальнай свядомасці на падставе

⁷ Прыведзеныя вышэй дадзеныя перапісу 1897 г. датычацца ў тым ліку і пазнейшых формаў самасвядомасці, што складвалася на працягу 2-й паловы ХІХ ст. (канкрэтней: з 1860-х гг.).

⁸ Неабходна заўважыць, што аўтарства дадзеных казанняў высвятліць не ўдаецца – магчыма, што аўтарам іх быў каталіцкі святар (унят па нараджэнню) Язэп Зэльба.

этнакультурнай прасторы, хаця і з разнастайным ужываннем этнонімаў [7, с. 131].

Такім чынам, у моўнай прасторы Беларусі XIX ст. нацыяўтваральны наратыў займае праявы як у канфесійным (пераважна ў каталіцкім асяроддзі, калі мы кажам пра індывідуальную ідэнтыфікацыю асобы; і праваслаўным – у калектыўным памеры ўсведамлення сябе як часткі супольнасці), так і культурным аспекце духоўнай спадчыны беларусаў; а сфармаваная палітычнымі і адукацыйнымі ўстановамі дыгласія спрыяла пашырэнню білінгвістычнага канструкту ў грамадстве. Відавочна таксама, што як праваслаўная, так і каталіцкая царква не з’яўлялася падмуркам самаідэнтыфікацыі беларусаў: як каталіцкая царква не спрыяла паланізацыі мясцовага насельніцтва, так праваслаўная – русіфікацыі. Разам з гэтым, шматмоўная прастора Беларусі працягвала развіццё ў напрамках пашырэння крос-культурных сувязяў, што спрыяла паглыбленню і ўдасканалванню працэсаў самаідэнтыфікацыі шматэтнічнага насельніцтва Беларусі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Justus C. F. Language Typology: Crosslinguistic Studies in Syntax* by Graham Mallinson, Barry J. Blake / Vol. 20, No. 2 (Sep., 1984): Cambridge University Press. P. 392–399.
2. *Vaes J., Heflick N. A., & Goldenberg, J. L. (2010). «We are people»: Ingroup humanization as an existential defense. Journal of Personality and Social Psychology, 98(5). P. 750–760.*
3. *Bloch M. Apologie pour l’histoire ou Métier d’historien (Cahiers des Annales) / Marc Bloch. – Paris: Librairie Armand Colin, 1949. 110 p.*
4. *Мікуліч Т. М. Мова і этнічная самасвядомасць. Мн.: Навука і тэхніка, 1996. 157 с.*
5. *Joshua Fishman. Bilingualism with and without diglossia; diglossia with and without bilingualism. Journal of Social Issues 23(2), 1967. P. 29–38.*
6. *Цвікевіч А. І. Западно-руссизм: нарысы з гісторыі грамадзкай мыслі на Беларусі ў XIX і пачатку XX в. / Пасьляслоўе А. Ліса. 2-е выд. Мн.: Навука і тэхніка, 1993. 352 с.*
7. *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.*
8. *Первая всеобщая перепись населения Российской империи. 1897 г. Изд. Центр. стат. ком. Министерства внутренних дел. Предварительные итоги. СПб.: Слово, 1898. С. 70.*
9. ЦНБ НАН Беларусі. Ф.23. Воп. 1. Адз. зах. 14. л. 104.
10. ЦНБ НАН Беларусі. Ф.23. Воп. 1. Адз. зах. 28. л. 2.
11. ЦНБ НАН Беларусі. Ф.23. Воп. 1. Адз. зах. 15. л. 7.

ПОЛИТИКА РОССИЙСКИХ ВЛАСТЕЙ В ОБЛАСТИ ТЕАТРАЛЬНОГО ИСКУССТВА И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕАТРОВ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX В.

Е. Е. Кононова

his.kononovaEE@bsu.by

Научный руководитель – В. В. Сергеевкова, кандидат исторических наук, доцент

Российские власти обращали большое внимание на развитие театрального искусства, деятельность актеров, прежде всего императорских театров. В статье рассматривается сложный и многогранный процесс взаимодействия между театром и властью в Российской империи в период с середины по конец XIX века.

Ключевые слова. Императорские театры, законодательные акты, театральная реформа, частные театры, пенсии актеров.

15 марта 1850 г. было издано дополнение к «Положению» от 1833 г. «О пенсиях артистов императорских театров». По-прежнему, пенсии выдавались тем, кто прослужил в театре срок, составлявший 20 лет [1, № 6392, с. 469–471]. Повторялось, в соответствии с положением «Об управлении Императорскими С.-Петербургскими театрами» от 1827 г., разделение артистов на четыре разряда: первый – занимающие первые амплуа в разных характерах; второй – играющие вторые роли; третий – не имеющие определенного амплуа; четвертый – вводные лица, используемые для объявления выходов [2, № 1533, с. 970–982]. Для каждого из разрядов полагалась определенная сумма пенсий: для первого – 1140 руб., для четвертого – 500 руб. серебром. В отличие от Положения «О пенсиях артистам императорских театров» 1833 г., где право на получение пенсий имели те иностранные подданные, которые прослужили 10 лет, теперь это право имели те иностранные артисты, срок служения которых составил уже 15 лет. К тому же они разделялись на два разряда, что отсутствовало в «Положении» от 1833 г. [3, № 25992, с. 171–172]. Таким образом, данное дополнение, получившее законодательное оформление, следует охарактеризовать как определенную систематизацию и дифференциацию материальных выплат артистам императорских театров: теперь пенсии выплачивались в соответствии с разрядом, к которому принадлежал артист.

Директор императорских театров, А. М. Гедеонов, представил проект положения о частном капитале для взаимного вспомоществования. В итоге 10 августа 1851 г. был утвержден именной указ «О составлении чиновниками и канцелярскими служителями Дирекции С.-Петербургских театров и Театрального училища особого капитала для

взаимного вспомоществования, в виде пенсионов». По нему распространялись правила, которые содержались в «Положении» от 22 апреля 1849 г., на управление делами императорских театров [4, № 25487, с. 620]. Источниками данных пенсионов становились ежегодные двухпроцентные взносы с полного содержания каждого служащего чиновника Канцелярии, денежных вкладов, иных процентов из содержаний чиновников. Пенсии, независимо от пенсий и пособий, назначаемых правительством, выдавались всем уволенным в отставку чиновникам, которые прослужили в Канцелярии не менее 10 лет, а находились на службе вообще не менее 35 лет. Исключение составляли чиновники, не прослужившие указанного срока, которые, при небольших материальных средствах, подверглись болезни или телесному недостатку, мешающим их возможности продолжать службу. Пенсии выплачивались соответственно должностям, занимаемым чиновниками (состояли из одного или двух окладов), раз в полгода [5, № 23197, с. 229–234]. 19 марта 1873 г. положение от 10 августа 1851 г. было заменено «Положением о частном пенсионном учреждении чиновников Дирекции императорских С.-Петербургских театров». В соответствии с данным законодательным актом, «пенсионный капитал, составляя общую неотъемлемую собственность чиновников Дирекции императорских С.-Петербургских театров, употребляется только на производство им пенсий и временных ссуд, и ни в коем случае, и ни под каким предлогом, не может быть употреблен иначе» [6, № 52030, с. 337]. Цель данного Положения определялась следующим образом: «Чиновники Дирекции императорских С.-Петербургских театров, желая обеспечить себя и оставшиеся после их семейства в средствах к существованию, предприняли составление собственного капитала, для производства пенсий тем из них, которые, по прослужении в Дирекции определенного числа лет, оставят вовсе государственную службу, а также вдовам и малолетним детям их, независимо от пенсий и пособий, назначаемых от Правительства. Кроме того, для пособий нуждающимся чиновникам, в виде займа в счет получаемого ими от Дирекции содержания» [6, № 52030, с. 337]. На основании этих законодательных актов следует говорить о вовлечении чиновников и служащих Дирекции С.-Петербургских театров и Театрального училища в сферу оказания социальной поддержки тем служащим, которые подлежали причислению к пенсионерам или находились в трудном положении. В итоге они имели право на гарантированные материальные выплаты.

В декабре 1852 г. были утверждены «Правила о производстве в классные чины официантов, певчих и других лиц Министерства императорского двора». В § 16 указывалось, что артисты императорских театров I и II разряда, прослужив 15 лет, получали права канцелярских служащих III разряда [7, № 26860, с. 763]. В соответствии с «Положением

об артистах императорских театров» от 1839 г., только артисты I разряда по выслуге 10 лет имели такое право, а артисты II разряда по выслуге 10 лет получали права отставных придворных служителей, не достигших классных чинов [8, № 11934, с. 62–63].

11 марта 1851 г. А. М. Гедеонов, будучи директором императорских театров, предложил установить следующий порядок рассмотрения пьес:

1) было установлено три инстанции рассмотрения пьес: первая – начальником репертуарной части; вторая – собранием артистов; третья – директором императорских театров;

2) все пьесы в порядке рассмотрения делились на три разряда: первый – пьесы незначительные, заключающие в себе не более двух актов, – предварительно рассматриваются лишь начальником репертуарной части; второй – пьесы с тремя или более актами – особо начальником репертуарной части, а затем собранием артистов; третий – пьесы, имеющие особенное значение, – начальником репертуарной части и, кроме того, в чрезвычайном собрании литераторов;

3) наибольшее значение придано оценке пригодности пьес в сценическом отношении, так как вся тяжесть возлагалась на собрание артистов, преимущественно первостепенных и тех, кто играет первые роли – именно из-за этого судьба представляемых авторами пьес вручалась небольшой группе первоклассных артистов, что значительно снижало роль начальника репертуара;

4) ограниченной становилась роль режиссера труппы, так как право голоса при оценке пьесы ему не предоставлялось [9, с. 26–27].

Таким образом, установленный директором императорских театров А. М. Гедеоновым порядок рассмотрения пьес просуществовал до 1858 г. И 5 февраля 1858 г. император Александр II издал указ «О разрешении печатания в журналах и газетах статей об императорских театрах, и о порядке цензирования статей о театрах и драматических сочинений». Согласно указу, во-первых, отменялась цензура статей в периодике и драматических произведений, предназначенных для показа на сцене, в III Отделении собственной его императорского величества канцелярии. Во-вторых, разрешалось журналам и газетам печатать статьи об императорских театрах при условии их предварительного рассмотрения чиновником Министерства императорского двора, который назначался специально для взаимодействия с Санкт-Петербургским Цензурным комитетом [10, № 32739, с. 91]. Таким образом, можно отметить определенное ослабление цензуры статей об императорских театрах в соответствии с общей политикой по отношению к цензуре императора Александра II. Если раньше это входило в обязанности III Отделения собственной его императорского величества канцелярии, то теперь это входило в обязан-

ности Министерства императорского двора, а именно чиновника, назначенного для взаимодействия с Цензурным комитетом.

В августе 1856 г. было издано высочайшее повеление, в соответствии с которым приглашались литераторы для подготовки пьес к столетнему юбилею русского театра и учреждался специальный комитет из находившихся в Петербурге 35 литераторов и других лиц по назначению министра императорского двора. Следует отметить, что комитет создавался как временный совещательный орган [9, с. 29–31]. 5 марта 1858 г. Театрально-литературный комитет, которому министром императорского двора было поручено составление положения о «комитете для рассмотрения драматических произведений, поступающих в Дирекцию императорских театров», представил данный проект. Согласно проекту, целью комитета являлось рассмотрение драматических произведений, получаемых Дирекцией императорских театров от сочинителей и переводчиков для представления на сцене. Вследствие этого, ни одна пьеса, предназначенная для представления на сцене, не допускается к показу без предварительного рассмотрения и одобрения ее Театрально-литературным комитетом. Комитет подчинялся Министерству императорского двора [9, с. 32–34]. Следует отметить, что этим положением устанавливалась двойная цензура для пьес: общая драматическая цензура и цензура Театрально-литературного комитета.

К 1880-м гг. острым стал вопрос о реорганизации театральной деятельности и о необходимости соответствующих реформ. В 1881 г. на престол вступил Александр III, министром императорского двора стал И. И. Воронцов-Дашков, директором императорских театров был назначен И. А. Всеволожский. Итак, именно данные деятели приступили к театральным реформам, которые коренным образом изменили условия существования и развития императорских театров. Следует отметить, что эти реформы проводились «властями» в условиях наступления реакции, то есть в интересах существующего социально-политического режима. Преобразования были направлены на достижение высоких художественно-творческих и социально-культурных целей сценического искусства. Реформы 1882 г. производились в два этапа: первый, единовременный, происходил сразу же, в 1882–1883 гг., второй, постепенный, продолжался до конца 1890-х гг. Реформы первого этапа были направлены, в первую очередь, на улучшение положения и самого театра, и его служителей. Были проведены следующие мероприятия:

1) установление свободы частной театральной антрепризы в столицах, до 1882 г. обложенной сбором в пользу Дирекции императорских театров и допускавшейся лишь в виде исключения;

2) улучшение положения русских императорских театров путем расширения их бюджета и увеличения состава хора и оркестра;

3) улучшение благосостояния артистов путем увеличения денежного содержания, в особенности – для артистов сценических масс, наименьший оклад которым назначен в 600 р., вместо прежних 140 р.;

4) установление новых штатов с подъемом содержания всего служебного состава Дирекции;

5) поднятие размера авторского вознаграждения;

6) «обновление монтировочной части и поднятие блеска, художественности и исторической и бытовой правды обстановки пьес» [11, с. 10–11].

Театральные реформы 1882 г. касались и Театрально-литературного комитета: он был реформирован. 21 марта 1882 г. Александр III утвердил «Временный устав Театрально-литературного комитета». В этом уставе главное внимание следует уделить положению о том, что Театрально-литературный комитет получил право обсуждать и давать оценку в литературном и сценическом отношении драматическим произведениями, в том числе и переводам, представляемым авторами для постановки на сценах императорских театров [12, с. 139].

Второй этап проведения театральных реформ начался с 1884 г. Следует отметить, что здесь уже уделялось внимание именно экономической стороне деятельности Дирекции императорских театров. Были предприняты такие мероприятия, как сокращение расходов театров путем закрытия в 1885 г. итальянской оперы и в 1890 г. немецкой драмы и увеличение доходов путем расширения объема деятельности русских оперной и драматической трупп [11, с. 12]. Таким образом, можно говорить об осуществлении принципа национальности театра, в соответствии с которым иностранная сцена, кроме французской, закрывалась. Театральными реформами отменялась так называемая бенефисная система. Сохранились только четыре наградных полубенефиса, раз в каждый сезон, где половина сбора шла в доход Дирекции, за исключением расходов [12, с. 147].

Таким образом, проведенные в два этапа театральные реформы имели немалое значение и для императорских театров, и для русского театра в целом. Одним из важнейших последствий, в первую очередь, следует назвать ликвидацию монополии императорских петербургских и московских театров на представления в обоих городах. В связи с этим начался новый этап в театральной деятельности. Он характеризовался появлением в Москве и Петербурге ряда частных театров, в будущем составившие в некоторой степени конкуренцию императорским театрам. Однако за частными театрами сохранялись некоторые ограничения. Так, если дра-

матурги ставили свои пьесы на императорских сценах в Петербурге и Москве, то они не имели права ставить свои пьесы на сценах частных театров, такое допускалось только в провинциях. Следующим последствием следует назвать приток в эти города провинциальных артистов, желавших выступать в столичных городах. Именно открытие ряда частных театров предоставило талантливым провинциальным артистам эту возможность. Частная театральная инициатива в виде открытия своего собственного театра позволяла ставить на сцене новые драматические спектакли, предлагаемые постановщиками и драматургами. Это серьезно расширяло для драматургов круг театров и вместе с тем публики, где и для кого могут быть представлены их пьесы. Все это явилось последствиями проведения театральных реформ 1880-х гг. Появление ряда иностранных театральных трупп и самих театров, оживление театрального дела в провинциях, появление, наконец, небывалого ранее спроса на артистический труд – все это следует отметить в качестве важных последствий осуществлённых правительством мероприятий.

Таким образом, главными событиями правительственной политики в области театральной жизни, а вернее в деятельности драматургов и служителей театральной дирекции, которые получили свое законодательное оформление, следует назвать новый порядок цензуры статей об императорских театрах и драматических произведениях от 5 февраля 1858 г., создание «капитала для взаимного вспомоществования в виде пенсионера» 10 августа 1851 г., создание Театрально-литературного комитета, проведение театральных реформ в 1882 г.

Библиографические ссылки

1. Высочайше утвержденное положение о пенсиях артистам императорских театров, вдовам их и детям. Августа 13 [1833 г.] // Полное собрание законов Российской империи. Собрание второе. Отделение 2. Т. VIII (1833). СПб.: Типография II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1834. № 6392. С. 469–471.
2. Положение об управлении Императорскими С.-Петербургскими Театрами. Высочайший рескрипт на имя Министра Императорского Двора, князя Волконского. Ноября 13 [1827 г.] // Полное собрание законов Российской империи. – Собрание второе. Т. II (1827). СПб.: Типография II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1830. № 1533. С. 970–482.
3. Высочайше утверждённое дополнение к положению 15 августа 1833 года о пенсиях артистов императорских театров. Марта 15 [1850 г.] // Полное собрание законов Российской империи. Собрание второе. Отделение 1. Т. XXV (1850). – СПб.: Типография II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1851. № 25992. С. 171–172.
4. Именной указ, объявленный Сенату Министром юстиций о составлении чиновниками и канцелярскими служителями Дирекции С.-Петербургских театров и Театраль-

- ного училища особого капитала для взаимного вспомоществования, в виде пенсioнов. Августа 10 [1851 г.] // Полное собрание законов Российской империи. – Собрание второе. Отделение 2. Т. XXVI (1851). СПб.: Типография II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1852. № 25487. С. 620.
5. Высочайше утвержденное положение о пенсионном капитале, учреждаемом чиновниками Канцелярии Статс-Секретаря. Апреля 22 [1849 г.] // Полное собрание законов Российской империи. Собрание второе. Отделение 1. Т. XXIV (1849). СПб.: Типография II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1850. № 23197. С. 229–234.
 6. Положение о частном пенсионном учреждении чиновников Дирекции императорских С.-Петербургских театров. Именной указ, объявленный Сенату Министром юстиции. Марта 19 [1873 г.] // Полное собрание законов Российской империи. – Собрание второе. – Отделение 1. – Т. XLVIII (1873). – СПб.: Типография II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1876. – № 52030. – С. 337–343.
 7. Высочайше утвержденные правила о производстве в классные чины официантов, певчих и других лиц Министерства императорского двора. Декабря 15 [1852 г.] // Полное собрание законов Российской империи. – Собрание второе. – Отделение 2. – Т. XXVII (1852). СПб.: Типография II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1853. № 26860. § 16. С. 763.
 8. Высочайше утвержденное положение об артистах императорских театров. Января 15 [1839 г.] // Полное собрание законов Российской империи. – Собрание второе. – Отделение 1. Т. XIV (1839). СПб.: Типография II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1840. № 11934. С. 61–63.
 9. *Погожев В. П.* Проект законоположений об императорских театрах. Составлено по поручению Министра Императорского Двора в 3 т. Т. III. СПб: Типография Главного управления уделов, 1900. 552 с.
 10. О разрешении печатания в журналах и газетах статей об Императорских театрах, и о порядке цензирования статей о театрах и драматических сочинений. Именной указ, объявленный Министру народного просвещения Управляющим делами Комитета министров. Февраля 5 [1858 г.] // Полное собрание законов Российской империи. Собрание второе. Отделение 1. Т. XXXIII (1858). СПб.: Типография II Отделения собственной его императорского величества канцелярии, 1860. № 32739. С. 91.
 11. *Погожев В. П.* Проект законоположений об императорских театрах. Составлено по поручению Министра императорского двора / В. П. Погожев. В 3 т. Т. I. СПб: Типография Главного управления уделов, 1900. 475 с.
 12. *Сологян А. А.* Театральная реформа 1882 г. и ее влияние на финансово-экономическое положение императорских драматических театров России в 80–90 е гг. XIX в. // Вестник Российского университета Дружбы Народов. М., 2009. № 4. С. 137–150.

КЛАССИФИКАЦИЯ НИЗШЕЙ ДЕМОНОЛОГИИ СЛАВЯН В ТРУДАХ ЧЕШСКИХ И СЛОВАЦКИХ УЧЕНЫХ-СЛАВИСТОВ

С. А. Костюкевич

kastsiukevichstsepanida@gmail.com

Научный руководитель – В.В. Репин, кандидат исторических наук, доцент

В статье рассматриваются различные подходы к рассмотрению демонологии славян. Представлен обзор на основные работы славистов посвященные классификации низших персонажей. Статья помогает проследить этапы эволюции различных подходов к изучению данной темы.

Ключевые слова: славянская демонология; славянская мифология; классификация мифологических персонажей.

Низшие духи и магия окружали славянина на протяжении всего языческого периода и даже после прихода христианства. Хоть двоеверие было вытеснено относительно быстро, верования в духов оставались очень долго и до сих пор сохранились в той или иной степени у различных народов. Демонология играла огромную роль для древних славян, влияла как на бытовую, так и на религиозную части его жизни. Благодаря этому, представления о низшей мифологии пронизывает все уровни народной культуры и является неотъемлемой частью многих обрядов, традиций и поверий даже сейчас.

Из-за огромного количества духов уже в начале развития славистики авторы пытались представить свои схемы классификации данных существ. Одним из первых специалистов, уделивших этому внимание, является чешский этнограф Любор Нидерле. В своей работе «Славянские древности» славист приводит весьма неоднозначную и на данный момент устаревшую классификацию демонов по их происхождению. В соответствии с ней, он разделяет души умерших предков, которую составляют наибольшее количество духов, и различные анимизмы, то есть одухотворение живой и неживой природы. Также автор упоминает и о заимствованных у других народов мифологических образах на примере пришедших из античной традиции персонажей судички, роденицы и соеницы – славянских богинях судьбы, зачастую соответствовавшим древнегреческим сестрам-ведьмам Мойрам. Нидерле считает, что это не единственный случай [1, с. 387].

Упоминает автор и почитание зверей, затрагивая тему тотемизма. Несмотря на то, что Нидерле говорит о том, что почитания в определенного зверя не было, славяне именовали свои племена названиями, производимыми от животных (Vlci, Vraňané, Suzlové, Reregové), и что во мно-

гих местностях почитался предок рода в образе змеи, жившей под порогом жилища или под очагом [1, с. 385].

Однако, классификация в работе Нидерле весьма условна, ведь сам автор говорит, о том, что из-за недостатка источников, нельзя с точностью определить являлся ли приводимый дух умершим человеком или же персонификацией природного явления ряда существ.

Уже более объемную и содержательную классификацию славянской демонологии представил польский исследователь Якуб Станиславович Гейштор в своем труде «Мифология славян». В нем автор разделил существ низшей мифологии на пять отдельных групп: 1. духи воды, 2. духи мертвых и кикиморы, 3. духи лесов и зверей, 4. воздушные духи, 5. духи дома двора и пашни [2, с. 241–249].

Демонология славян крайне разнообразна, у многих славянских народов встречаются подобные или даже одинаковые духи, поэтому зачастую очень сложно определить происхождение того или иного существа, или даже праздника, однако у каждого народа можно выделить духов, которые будут характерны лишь для одного племени. Установить архаичность того или иного мифологического персонажа для конкретного народа невозможно без уже достаточно сформированной базы различных исследований на эту тему, что становится доступным лишь с недавнего времени, благодаря трудам многих ученых.

Так к примеру, русский филолог М. М. Валенцова в своих статьях, посвященных мифологии чехов и словаков, старается не только дать подробную характеристику различным типам демонов, но и отделить исконно чешско-словацких духов от общеславянских, что является крайне непростой задачей, также она демонстрирует различие демонов и у этих двух народов, что обусловлено множеством факторов: географическое положение, рельеф, контакты с соседними народами и т.д. [3, с. 2–3].

Отдельно она также выделяет такие демонологические свойства людей как оборотничество и колдовство. Такими свойствами могли наделить людей, обладающих странными и нетипичными умениями: знахарей, кузнецов, гадалок, мельников, странствующих монахов и т.д. [4, с. 141–144].

Стоит отметить, что до сих пор не выведено наиболее полной и единой классификации демонологии славян в связи с ее разнообразностью у различных славянских народов.

Эта проблема широко рассматривается в статье Л. Н. Виноградовой и С. М. Толстой «К идентификации и сравнения персонажей славянской мифологии». В ней они дают довольно полную схему классификации мифологических персонажей по различным параметрам. В начале своей работы авторы говорят о несовершенстве традиционного подхода

к изучению низшей мифологии. Так как уже существующее классификации, предложенные учеными, не могут в полной мере отражать всего влияния, которое оказывали персонажи на жизнь людей и их представления о мире, поэтому и корректный сравнительный анализ изучения различных систем мифологических персонажей без разносторонней классификации не представляется возможным. Для наиболее точного анализа, предлагается выявление характерных черт персонажа на трех различных уровнях: лингвистическом, морфологическом и функциональном. [5, с. 16–17]

В своей работе они проводят сравнение четырех женских мифологических персонажей, каждого из которых можно считать ведущим, стержневым женским образом по ареалу распространения и количеству упоминаний в поверьях о нем, для одной из наиболее крупных этнических традиций по 16 признакам. Схема, разработанная институтом славяноведения и балканистики РАН включает в себя описания: 1. названия, имена, интерпретация, 2. ипостаси, 3. «социальный статус» и внешний вид, 4. атрибуты, спутники, 5. взаимоотношения с другими мифологическими персонажами, 6. генезис, 7. локусы, 8. время, в которое они активны, 9. свойства способности и пристрастия, 10. характерные занятия и привычки, 11. функции и предикаты, 12. объекты и адресаты, 13. модулы, 14. коммуникация человека и мифологического персонажа, 15. характерные мотивы мифологического персонажа, 16. характеристика источников, упоминающих данного персонажа [5, с. 40–44].

Отдельное место в системе низшей мифологии славян занимают различные животные с колдовскими свойствами. Все они подробно описаны в труде А. В. Гуры «Символика животных в славянской народной традиции». Ею была составлена схема для более подробной идентификации и классификации животных, основой которой послужила уже приведенная ранее схема института РАН, которая была отчасти изменена в связи с основной спецификой работы [6, с. 31–32].

Гура выделяет четыре основные группы животных: звери, гады и насекомые, птицы и рыбы. Работа дает очень подробное представление о достаточно узкой картине низшей мифологии, она систематизирует все данные известные о мифическом взгляде славян на животных. Весь комплекс переплетен похожими повторяющимися мотивами у разных народов с разными действующими лицами [6, с. 15–27].

Если на начале развития славистики, важнейшей задачей был сбор материала, то на данном этапе важным оказывается не только выявление всего круга мифологических персонажей, их системное описание и классификация, с учетом всевозможных местных форм поверий. С течением времени труды учёных становятся лучше и продуманнее, что связано со

множеством факторов, главным из которых является накопление знаний и исследований. Сейчас разработки методики сравнительного изучения демонологических персонажей является одним из главных приоритетов в исследованиях ученых.

На данном этапе развития изучения демонологии, перед ученым ставятся такие задачи как обзор множества диалектических форм поверий различных этнических групп, разработка теоретических основ и методики сравнительного анализа, не только мифологических персонажей, но и других элементов системы верования, таких как обряды, ритуалы, пословицы, поговорки и т.д. Важным является не только рассмотрение известных и устоявшихся образов, таких как леший, домовый, русалка ведьма, но и локальных персонажей, а также животных и растений, атмосферных явлений, персонификации праздников, времени, то есть все то, что влияло на религиозную жизнь человека.

Библиографический ссылки

1. *Нидерле Л.* Славянские древности / пер. Т. Ковалевой, М. Хазанова, Отв. ред. О. А. Платонов. Москва: 1956. 784 с.
2. *Гейштор А.* Мифология славян / пер. А.М. Шпирт. Москва: Весь мир. 2014. 410 с.
3. *Валенцова М. М.* Народная демонология Чехии (этнолингвистический аспект) // Славяноведение. 2022. № 6. С. 66–84.
4. *Валенцова М. М.* Словацкая Демонология. Краткий Обзор// Славяноведение. 2020. № 4. С. 128–145.
5. Славянский и балканский фольклор. Верования, текст, ритуал / ред. Н. И. Толстой. Москва: Наука. 1994. 269 с.
6. *Гура А. В.* Символика животных в славянской народной традиции. Москва Индрик. 1997. 912 с.

ПРОБЛЕМА РАЗДЕЛА ИРЛАНДИИ В ОТНОШЕНИЯХ ИРЛАНДСКОГО СВОБОДНОГО ГОСУДАРСТВА И ВАТИКАНА В 1929–30 ГГ.

В. А. КРАВЧЕНКО

uladzimir.krauchanka@gmail.com

Научный руководитель – П. Г. Космач, кандидат исторических наук, доцент

В публикации рассматривается влияние проблемы раздела Ирландии на становление и развития отношений между Ирландским Свободным государством и Ватиканом в 1929-1930 гг. Автор характеризует и анализирует проблемные аспекты во взаимодействии двух стран, вызванные несовпадением государственной границы на о. Ирландия с церковным-административным делением. Сделан вывод, что существование раздела осложнило развитие отношений между сторонами.

Ключевые слова: Ирландское Свободное государство; Ватикан; международные отношения; проблема раздела Ирландии; нунций; апостольский делегат.

ВВЕДЕНИЕ

Подписание и ратификация Латеранских соглашений 1929 г. ознаменовали собой формирование Государства-города Ватикан как международно-правового субъекта и утверждение светской власти Папы Римского в нем. По итогу этих мероприятий Папа Римский получил новые возможности по реализации своей международной политики в рамках католического мира. Новость об урегулировании «Римского вопроса» была тепло встречена католиками во всем мире, считавшими восстановление светской власти Папы Римского над его ближайшим окружением в Ватикане гарантией его независимости как духовного лидера [1, р. 3]. Как следствие этого, ряд стран обозначил свою заинтересованность в установлении и развитии отношений с Ватиканом. Одной из наиболее заинтересованных стран являлось созданное в 1922 г. Ирландское Свободное государство (ИСГ). Для руководства ИСГ католицизм выступал основным фактором, способным консолидировать как население своей страны, так и многочисленной эмиграции ирландского происхождения, расколотой по своему отношению к Ирландскому доминиону как государству, признающим верховенство британского монарха. Папа Римский Пий XI, в свою очередь, стремился к проведению политики, направленной на увеличение влияния Римско-Католической церкви в мире и борьбу с секулярными процессами, и интерес Ирландии к установлению и развитию официальных отношений был взаимным.

МАТЕРИАЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Установление отношений между ИСГ и Ватиканом было инициировано в апреле 1929 г. секретарем Министерства иностранных дел ИСГ Дж. Уолшем в ходе визита в Рим. В рамках планирования ответных действий руководству Ватикана было необходимо определиться с рангом своего представителя в Дублине. Единственным приемлемым для ирландцев вариантом считалось назначение посланника Папы Римского в статусе нунция, т. е. представителя при государстве, статус которого в дипломатической вертикали идентичен рангу чрезвычайного и полномочного посла [2]. Вероятной альтернативой являлось назначение папского легата, который был представителем Папы Римского при местной церкви, но, в отличие от нунция, не имел полномочий в светской дипломатии, занимаясь лишь вопросами религии. Подобное назначение, по мнению руководства Ирландского доминиона, не отражало бы успехов последнего в государственном строительстве и никоим образом не выделяло ИСГ среди других католических стран.

Помимо вопроса о статусе представителя Папы Римского в Ирландии, имел место еще один конфликт интересов. 27 июня 1929 г. государственный секретарь Святого престола кардинал П. Гаспарри заявил послу ИСГ в Риме Ч. Бьюли, что Ватикан, признавая влияние Ирландии в католическом мире, имеет намерение возвести одного из ирландских архиепископов в сан кардинала [3]. Исторически Папа Римский при назначении кардинала в Ирландии выбирал между архиепископом города Дублина, политического и экономического центра острова, и архиепископом Арме, обладающим преемственностью от основателя местной кафедры св. Патрика, одного из самых известных и почитаемых католических святых. Трудность состояла в том, что с 1922 г. кафедра в Арме находилась на территории Северной Ирландии в составе Соединенного Королевства, и, таким образом, внутрицерковная борьба за назначение кардинала переходила в международную плоскость.

Кардинал П. Гаспарри заявил, что приоритет в передаче кардинальской шляпы отдается Арме [3]. Причин для принятия подобного решения могло быть несколько. Во-первых, подобным фактором являлось формальное старшинство кафедры в Арме над Дублином. Во-вторых, Дж. Уолш по итогам своего визита в Рим выразил мысль, что, по его мнению, Папа Римский Пий XI и кардинал П. Гаспарри плохо осведомлены и довольно-таки «невежественны» в своих представлениях об Ирландии в целом и ее позиции в рамках Британского Содружества наций и католического мира в частности [4]. То, что ирландский дипломат называл «невежеством», было явным отсутствием у папского секретариата представления об актуальном состоянии британо-ирландских отношений и понимания, может ли ук-

репление влияния Ватикана в Ирландии привести к осложнениям во взаимодействии с Соединенным Королевством. С данной позиции передача кардинальской шляпы в Арму была определенным компромиссом, диверсифицирующим влияние понтифика и предотвращающим осложнение в дипломатическом треугольнике Ватикан – Ирландия – Великобритания. И, в-третьих, сами ирландцы считали, что имел место факт персональной симпатии секретариата Ватикана по отношению к архиепископу Армы [5].

В сентябре 1929 г. Ч. Бьюли был уведомлен, что из-за нахождения Армы не на территории ИСГ Папа Римский рассматривает вариант отправки в Ирландию апостольского делегата, а не нунция [6]. Данное решение могло быть интерпретировано так, что Ватикан намерен взаимодействовать с церковными иерархами на острове, не признавая актуальную границу между ИСГ и Северной Ирландией. Последующие встречи Ч. Бьюли с сановниками Папского двора оказали влияние на мнение руководства Ватикана по статусу своего представителя в Дублине: в ноябре 1929 г. П. Робинсон был назначен на должность нунция в Ирландии [7]. Вместе с тем, однако, также было принято решение, что архиепископ Армы Дж. МакРори будет назначен кардиналом [7].

Факт назначения нунция в ИСГ формировал новый прецедент: нунций, назначенный в ИСГ, становился промежуточным звеном между местными иерархами и Ватиканом, образуя церковную вертикаль под управлением Святого Престола, но кафедра Примаса всея Ирландии в Арме на территории Северной Ирландии оказывается вне юрисдикции нунция как представителя Папы Римского. Руководство Ватикана рассматривало два варианта устранения этого казуса: наделение нунция в Дублине полномочиями апостольского делегата в Северной Ирландии или создание отдельной должности делегата для этого же региона [8]. Первый вариант считался потенциальным подспорьем при гипотетическом объединении ИСГ и Северной Ирландии и не требовал в дальнейшем никаких кадровых изменений, второй же еще больше акцентировал факт существования раздела [8]. Кардинал Дж. МакРори, понимая деликатность своего положения как высшего иерарха религиозного меньшинства в регионе с доминирующим протестантским населением, выступил против назначения апостольского делегата в Северную Ирландию, опасаясь произвести негативное впечатление на общественное мнение [9]. Вопрос юрисдикции представителя Папы Римского остался нерешенным: в 1938 г. в Великобританию был назначен апостольский делегат, уполномоченный взаимодействовать исключительно с иерархами Англии, Уэльса и Шотландии [10, p. 55–56].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Существование раздела Ирландии серьезным образом осложнило реализацию намерений руководства ИСГ добиться увеличения авторите-

та своей страны в рамках католического мира. Существование на территории о. Ирландия двух государств, границы которых не совпадали с церковно-административным делением, не позволило правительству ИСГ сосредоточить на своей земле максимально возможное число высокопоставленных католических иерархов ни одновременно, ни разновременно. Ватикан же в своей деятельности в данном регионе столкнулся со сложной конъюнктурой, требовавшей осторожной продуманной политики, и в этой связи его решения носили компромиссный характер.

Библиографические ссылки

1. *Kent P.C.* The Pope and The Duce: The Internal Impact of The Lateran Agreements. London: The Macmillan Press, 1981. 248 pp.
2. Letter from Joseph P. Walshe to Seán Murphy [Electronic resource]. URL: <https://www.difp.ie/volume-3/1929/establishment-of-nunciature-in-dublin/916/#section-documentpage> (date of access 15.05.2023).
3. Letter from Charles Bewley to Joseph P. Walshe [Electronic resource]. URL: <https://www.difp.ie/volume-3/1929/presentation-of-credentials/948/#section-documentpage> (date of access 15.05.2023).
4. Letter from Joseph P. Walshe to Patrick McGilligan [Electronic resource]. URL: <https://www.difp.ie/volume-3/1929/irish-religious-orders-in-rome/943/#section-documentpage> (date of access 15.05.2023).
5. Memorandum from Charles Bewley to Joseph P. Walshe [Electronic resource]. URL: <https://www.difp.ie/volume-3/1929/relations-with-the-vatican/1351/#section-documentpage> (date of access 15.05.2023).
6. Letter from Charles Bewley to Joseph P. Walshe [Electronic resource]. URL: <https://www.difp.ie/volume-3/1929/papal-nuncio/976/#section-documentpage> (date of access 15.05.2023).
7. Telegram from Charles Bewley to the Department of External Affairs [Electronic resource]. URL: <https://www.difp.ie/volume-3/1929/papal-nuncio/1015/#section-documentpage> (date of access 15.05.2023).
8. Extract from a letter from Charles Bewley to Joseph P. Walshe [Electronic resource]. URL: <https://www.difp.ie/volume-3/1929/papal-nuncio/1023/#section-documentpage> (date of access 15.05.2023).
9. Report from Charles Bewley to Joseph P. Walshe [Electronic resource]. URL: <https://www.difp.ie/volume-3/1930/irish-free-state-vatican-relations/1031/#section-documentpage> (date of access 15.05.2023).
10. *Ó Corráin D.* The pope's man in London: Anglo-Vatican relations, the nuncio question and Irish concerns, 1938-82 // *British Catholic History*. 2021. Vol. 35, №1. P. 55–84.

ЖИЗНЬ И ТВОРЧЕСТВО Н. ХОДОСЕВИЧ-ЛЕЖЕ В КОНТЕКСТЕ ВЛИЯНИЯ Ф. ЛЕЖЕ

И. В. Левковец

levkovez.irina@gmail.com;

*Научный руководитель – И. Г. Томашева, кандидат
искусствоведения, доцент*

В данной статье рассматривается тема влияния французского художника Фернана Леже на творчество Надежды Петровиц Ходосевич-Леже. Особое внимание уделяется отражению этого влияния на использовании цвета в творчестве Н. Ходосевич-Леже. При этом тема раскрывается на примерах конкретных произведений двух художников.

Ключевые слова: Фернан Леже; творчество Н. П. Ходосевич-Леже; роль цвета в творчестве Ф. Леже; палитра Н. Леже.

Одновременно трудно и замечательно работать рядом с таким мастером, как Фернан Леже, чья личность и творчество поистине грандиозны. На протяжении длительного промежутка времени этот сильный человек наставлял Надю, давал ей полную уверенность в себе и в своей работе. Но в то же время работа молодой женщины подверглась сильному влиянию Фернана Леже.

Это влияние отразилось и на использовании цвета в творчестве Н. Ходосевич-Леже. Французский художник способствовал увеличению интереса Надежды Петровны к использованию ярких цветов. Сам Ф. Леже, все творчество которого строилось на красочной пластике, считал цвет одним из элементов первой необходимости: «Цвет – жизненная необходимость. Это такой же предмет первой необходимости, как вода и огонь. Невозможно представить себе существование человека без цветовой среды» [5, с. 288–289].

Впервые художник попытался освободить чистый цвет в пространстве в картине «Женщина в голубом» (1912 г.). До этого он работал в основном с серыми и приглушенными тонами, но теперь он хотел манипулировать пространством не только с помощью изогнутых и угловатых линий, но и наложением чистого цвета. «Цвет был необходимым возбудителем для меня», – писал Леже [2, с. 51]. Начиная с этого времени, картины художника отмечены яркими цветами. При этом, Ф. Леже пользовался только «самыми красными, самыми синими» тонами. Он стремился, как он сам говорил, к «освобождению» чистого тона.

Свидетельством значимости цвета в творчестве Ф. Леже является идея роли цвета в современной архитектуре, которую художник активно

разрабатывал. Он занимался вопросом трансформации стены цветом: «Если стену окрасить, она становится динамичной, зрительно подвижной, «жилой прямоугольник» трансформируется. Комната, которую я называю «жилым прямоугольником», будет трансформироваться в «эластичный прямоугольник». Светло-голубая стена удаляется, черная приближается, желтая исчезает. Например, черное пианино на фоне светло-желтой стены вызывает такой зрительный шок, что ослабляет чувство масштабов» [5, с. 288].

Видя ту ценность, которую придавал цвету Фернана Леже, Надежда Петровна не могла не проникнуться его идеями. И сейчас, анализируя ее работы, видно, что живопись этой художницы отнюдь не монохромна, ее творческая палитра яркая, красочна и лучезарна.

Ранние работы Надежды Петровны, среди которых «Пресс-папье» (1918 г.), «Автопортрет» (1919 г.), «Ксенька» (1920 г.) написаны в темных тонах и совсем не имеют ярких акцентов. Только в супрематические работы 1920-х гг. художница вводит насыщенные красный, синий, желтый, зеленый: «Девушка-супрематист» (1922 г.), «Супрематистский дом» (1922 г.).

В первые годы жизни в Париже и обучения в академии – 1925–1930 гг. – Надежда находилась под влиянием А. Озенфана и Ж. Арпа [1, с. 78]. Ее картины этого периода отличались сдержанной палитрой: «Натюрморт с вазой» (1925 г.), «Композиция Нью №2» (1926 г.).

И только с 1930-гг. Н. Ходасевич начала использовать яркие цвета в своих работах: «Игрушки моей дочери в пространстве» (1932 г.), «Инструменты в пространстве» (1934 г.). В 1932 г. художница становится ассистенткой Ф. Леже и оказывается ближе к мастеру и его идеям. Палитра Надежды становится яркой и насыщенной. Прочно в ней закрепляются красный, синий, желтый, оранжевый, зеленый цвета, которые она активно будет использовать на протяжении всей дальнейшей жизни. Прибегает к ним как в своих портретах, так и в натюрмортах, жанровых картинах: «Портрет Фернана Леже с красным петухом» (1942 г.), «Купальщицы» (1953 г.), «Натюрморт с самоваром» (1957 г.).

Теорию цвета Фернан Леже развивал в Америке в 1940–1946 гг., куда был вынужден отправиться в связи с началом Второй мировой войны [4, с. 307]. Ф. Леже воспринимал Нью-Йорк чем-то контрастным по своей природе. Этот город он считал невыразимым в живописи. Художник был особенно впечатлен неоновыми огнями города, которые подтверждали его веру в то, что «цвет – жизненная необходимость». В картине «Прощай, Нью-Йорк» (1946) Ф. Леже объединяет этот городской цвет как с природными, так и с искусственными элементами. При этом цвет в картине используется художником по-новому. Ярко-зеленый, красный, синий и жел-

тый перенесены на холст с помощью цветowych полос, освобожденных от контура. Эти цветowych полосы существуют на поверхности холста независимо, они никак не связаны с изображенными объектами.

После возвращения из США Ф. Леже все еще находится под вдохновением новой идеи – писать контуры предметов и отдельно – цветowych пятна. Именно в такой манере выполнены работы «Черный корень» (1948 г.), «Великий парад, (окончательное состояние)» (1954 г.) и др.

Подобное цветowych решение можно увидеть и в работах Надежды Петровны этого периода. В картине «Натюрморт с рыбой» (1949 г.) лишённые цвета изображения рыб и букета цветов в вазе пересекаются широкими линиями зеленого, синего, желтого, красного и оранжевого цвета. Такой же приём художница использует при создании плаката для Французской коммунистической партии в 1948 г.

Таким образом, можно сказать, что Фернан Леже оказывал влияние не только на палитру Надежды Ходосевич-Леже, но и на приемы работы с цветowych пятнами в произведениях художницы.

Библиографические ссылки

1. *Дубенская Л.* Рассказывает Надя Леже. Мн.: Юнацтва, 1983. 255 с.
2. *Жадова Л. А.* Творческая судьба Фернана Леже // Искусство: журнал. Москва: Аля Тесис, 1966. № 6. С. 51–57.
3. *Пракоп'ева С. П.* Надзя Хадасевіч-Лежэ. Мінск.: Беларусь, 2019. 79 с.
4. *Сагалович М.* По следам Фернана Леже. М.: Сов. художник, 1983. 319 с.
5. *Фернан Леже* // Мастера искусства об искусстве: избранные отрывки из писем, дневников, речей и трактатов: в 7 т. / под общей редакцией А. А. Губера [и др.] – Москва: Искусство, 1965-1970 г. – Т. 6 : Искусство народов СССР, XIV–XIX вв. / Под ред. А. А. Федорова-Давыдова. 1969. С. 281–292.

КОЛЛЕКЦИЯ КИТАЙСКОГО ФАРФОРА С КОБАЛЬТОВОЙ РОСПИСЬЮ В СОБРАНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Линь Синьмэй

965579526@qq.com;

Научный руководитель – И. Г. Томашева, кандидат
искусствоведения, доцент

В коллекции НХМ РБ есть ряд фарфоровых изделий с росписью кобальтом, в основном работы времен династии Цин, демонстрирующих изысканный стиль китайского декоративно-прикладного искусства периода его расцвета. Однако национальный музей предоставляет сравнительно мало информации об этих интересных экспонатах. Благодаря сравнению с аналогичным фарфором в китайских музеях и изучению литературы по этой теме в данной статье более подробно рассказывается об этих памятниках, при этом акцентируется внимание на вопросах технологии и художественного оформления, а также на стилевой эволюции китайского фарфора XVII–XX вв.

Ключевые слова: Китай; фарфор; Национальный художественный музей Республики Беларусь; роспись кобальтом; династия Цин; мастерские Цзиндэчжэня.

В коллекции НХМ РБ есть ряд фарфоровых изделий с кобальтовой росписью – одной из самых традиционных техник китайского фарфора. Роспись кобальтом – это разновидность подглазурной росписи, при которой изделие расписывается кобальтом, затем покрывается слоем прозрачной глазури и обжигается в печи при высокой температуре. Такая техника появилась во времена династии Тан (VII–X вв.), во времена династии Цин (XVII–XX вв.) она достигла вершин в своем развитии [1, с. 111]. Именно этим периодом датируется основная масса произведений из НХМ РБ, выполненных в императорских гончарных мастерских Цзиндэчжэня.

Самое раннее изделие – императорская печать («великая печать», Юй Си – печать, которой пользовался только император) с фигурой льва, относящаяся к эпохе Ваньли (XVII в.). Кобальтовая глазурь на этом предмете не очень насыщена по цвету, с серым оттенком и без блеска, что показательно для фарфора конца династии Мин, когда экономика находилась в состоянии упадка и качественные пигменты были недоступны [2, с. 506].

Следующими по хронологии являются две чаши периода Канси (1661–1722 гг.) очень высокого художественного уровня, с тонким черепком и яркой кобальтовой росписью. Фарфор периода Канси отличается легкостью форм и кристальной чистотой глазури. Декор скромный, но

весьма изысканный. Основание чаш украшено изображением морских волн, а ближе к устью располагается узор из восьми триграмм. Каждая триграмма состоит из одной длинной и двух коротких линий, причем сплошная линия представляет собой ян, а пунктирная – инь. Такой мотив имеет символическое значение, связанное с отпугиванием злых духов и пожелания благословения.

Большинство декоративных мотивов в китайском искусстве имеют благожелательную символику. Например, две фарфоровые чаши периода Юнчжэн (1722–1735 гг.) с изображением подставок в виде лотоса и санскритскими письменами и два фарфоровых кубка этого же времени с изображением «восьми сокровищ» буддизма. Мотив «Восемь сокровищ» впервые появился во времена династии Юань как мотив, состоящий из восьми буддийских филактерий. Как и триграммы «Восемь сокровищ» призваны отпугивать злых духов и предотвращать бедствия.

Следующий период в истории китайского фарфора – период Цяньлун (1736–1796 гг.), который в коллекции музея представлен шестигранным цзунь. Цзунь – это общий термин для обозначения большого фарфорового сосуда, использовавшийся для ритуалов и питья еще в доциньский период (до 221 года до н.э.). Они были настолько большими, что с эпохи Юань их ставили в домах только в декоративных целях. Сосуды такой формы очень трудно обжигать: при обжиге они легко трескаются на стыках граней, поэтому мастеру приходится следить за тем, чтобы толщина каждой стенки была одинаковой, а стыки плотно сшиты, что позволяло избежать деформации готового изделия.

Фарфор периода Цяньлун отличается толстым черепком, чрезвычайно разнообразным и сложным декором, детальным плотным рисунком, широким спектром сюжетов, насыщенным кобальтовым цветом [2, с. 293]. Это демонстрирует и чаша с изображением рыбы-дракона. Сюжет росписи взят из древней китайской сказки и рассказывает о том, как карп перепрыгнул ворота дракона и превратился в дракона. В метафорическом смысле такое перевоплощение означало карьерный рост, повышение по службе, удачную сдачу экзамена и т.д.

Похожую плотную роспись имеют и кубок с запутанным лотосом и ваза с запутанным лотосом. Вся поверхность этих изделий покрыта сложным декором из цветков лотоса, ветвей, листьев, санскритских надписей и символов благословения.

Больше всего в коллекции изделий, относящихся к периоду Цзяцин (1796–1820 гг.), когда императорская гончарня в Цзиндэчжэне перешла под контроль местных чиновников. Производство фарфора в это время в основном осуществлялось в соответствии с правилами, и никаких новаторских работ не было, поэтому изделия периода Цзяцин следуют тради-

циям фарфора предыдущего периода. Из интересных предметов в собрании музея этого времени следует отметить чашу для мытья кистей в форме цветка яблони-китайки, в центре которой – поэтическая строка, сочиненная императором Цзяцином, повествующая о том, как император в холодную ночь пробовал новый чай.

Последнее по хронологии изделие – чаша с санскритскими письменами периода Даогуан (1820–1850 гг.). В это время государственная гончарная мастерская продолжала технологию периода Цяцин, цвет был равномерный и устойчивый, хотя и не столь яркий [3, с. 298].

Как можно видеть, коллекция китайского фарфора с кобальтовой росписью из НХМ РБ позволяет проследить основные этапы развития этой техники на протяжении всей династии Цин. С точки зрения художественной ценности почти все изделия являются превосходными произведениями своего времени, особенно несколько работ периода Канси и Цяньлун.

Библиографические ссылки

1. *Сунь Цзе*. Причины расцвета фарфоровой промышленности в Цзиндэчжэне во времена династии Мин – на примере экспорта сине-белого фарфора. Инвестиции в коллекцию. 2012. С. 111–113.
2. *Е Чеминг*. История китайского фарфора. Жизнь – Чтение – Новые знания, книжный магазин Саньянь. 2011. 667с.
3. *Гэн Баочан*. Идентификация фарфора эпохи Мин и Цин. Издательство Запретного города. 1993. 523с.
4. *Ван Юань*. Исследование влияния имперской религиозной культуры на официальный фарфор династий Мин и Цин. Университет Лаудун, 2015. 36с.

ЭВОЛЮЦИЯ ПЛЕМЕННОГО ФАКТОРА В ЛИВИИ К НАЧАЛУ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ 2011 Г.

М. С. Маевский

maevskijm58@gmail.com;

Научный руководитель – А. А. Кондраль, кандидат исторических наук, доцент

Племенной фактор в Ливии стал одной из самых важных причин начавшейся в 2011 г. гражданской войны, которая на долгое время разделила страну. В данной статье рассмотрено влияние племенного фактора на обстановку, сложившуюся накануне 2011 г., племена, их цели и политику правительств разных государств, действовавших на территории Ливии в разное время.

Ключевые слова: трайбализм; Ливия; Триполитания; Киренаика; Феццан; сенуситы, Муаммар Каддафи.

ВВЕДЕНИЕ

Гражданская война в Ливии – один из самых волнующих конфликтов современности. Причины ее лежат в основании существующей там и поныне племенной системе. Трайбализм в Ливии играл определяющую роль как в политической, так и в социальной жизни ливийцев. Также немаловажную роль среди множества причин конфликта сыграла региональная дифференциация страны на три историко-географических части, которые оказывали влияние на племенную структуру в каждом конкретном регионе, формируя особенности развития и существования разных племен на своей территории.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование влияния племенного фактора проходило путем изучения темы из других источников, в том числе работ иностранных авторов. Для этого применялись методы анализа, сравнения и синтеза.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Племя – это группа людей, связанных между собой известными общими признаками, а иногда предполагаемой общностью происхождения. Учитывая особое историческое развитие Ливии, там до сих пор остается весьма сильным институт племени, который зачастую влияет на жизнь человека больше, чем институт государства. Поэтому термин «Ливия» корректнее рассматривать как термин географический, нежели государственный, так как между ее жителями никогда не существовало единства взглядов об их национальной принадлежности. На сегодняшний день на

ее территории насчитывается более 140 племен, 30 из которых являются наиболее крупными и влиятельными [1, с. 26].

Племена во время своего существования устанавливали тесные контакты друг с другом через брак, совместное проживание на общей территории или в процессе торговой деятельности. Такие связи расширялись и укреплялись, в процессе чего часто уходили за рамки ливийской территории. Именно таким образом были установлены многочисленные связи с Египтом и Тунисом.

Такие связи племен с разными соседями обосновали региональную дифференциацию страны на три территории, население которых имеет свои традиции, цели и задачи. Триполитания издревле тяготела к Тунису, и в ней сильнее всего развито городское население. Эта территория считалась во все времена культурным центром Ливии, поэтому с пренебрежением относилась к жителям соседних регионов. Здесь проживали берберы, коренные жители Северной Африки, которые внесли свой вклад в бедуинскую культуру Ливии. Киренаика имела тесные связи с Египтом, откуда было недалеко до Аравийского полуострова. Так что арабские традиции в этом регионе наименее были подвержены искажению и берберскому влиянию. Именно тут обосновалось движение сенуситов, пришедшее с Аравии. Феццан был домом не только для племен арабского или берберского происхождения, но также для племен Туарег и Тубу. Бескрайние просторы пустыни разделяли между собой племена, поэтому они редко контактировали между собой и, тем более, с представителями из других регионов. Поэтому Феццан едва ли можно назвать истинным регионом Ливии, потому что у местных жителей редко возникало сознание единства с другими регионами [2, с. 7].

На протяжении истории Ливии племена играли важную роль в жизни людей. На разных этапах отсутствия и существования государства на ее территории племенной фактор или в открытую играл главенствующую роль, или его пытались свести к минимуму, или вовсе полностью уничтожить. В средневековье, в условиях отсутствия государства на территории Ливии, она была поделена между различными племенами. С их влиянием на человека некому было бороться. Османы в 1555 г. первыми бросили вызов существующей племенной системе. Они действовали по принципу «разделяй и властвуй», когда привилегии на сбор налогов и осуществление насилия отдавались на откуп местным вождям племен и последующей их интеграцией в государственную систему, чтобы отделить ключевых игроков от своих племен. Итальянцы пошли по другому сценарию. Путем физического уничтожения племенной верхушки и перевоспитания племенной молодежи они хотели уничтожить на корню всю систему целиком. Но она оказалась очень устойчивой и стала симво-

лом борьбы населения Ливии за национальное освобождение. Вместе с племенами за национальное освобождение боролся и орден сенуситов. В отличие от племен, он имел цементирующую идею в виде ислама, которая позволила ему параллельно с борьбой против колонизаторов объединять вокруг себя племена и территории Ливии, что и позволило ему стать у истоков независимой Ливии.

Национальное государство в Ливии, созданное в 1951 г. также столкнулось с племенной проблемой. Борьба с влиянием племени, которое укоренялось веками, было крайне трудно, поэтому режим короля Идриса I пошел на сделку с племенами, внедряя их в свой аппарат, позволяя собирать налоги и формировать гвардию короля из лояльных племен Киренаики. Племена Триполитании и Феццана оставались не у дел и довольствовались формированием корпуса низших офицеров, которые в будущем станут костяком революции. Король относительно поздно понял свою ошибку и попытался начать выстраивать собственную систему государственного аппарата, не зависящую от племен [3, с. 24]. Но они не готовы были терять свое влияние, поэтому подняли мятеж против монархии. Король был оставлен даже собственными сторонниками и теми, с кем он поделился властью.

После прихода к власти в 1969 г. Муаммар Каддафи имел реальные шансы уничтожить существующую систему. Старая сильная племенная элита была отодвинута на второй план, а молодая западная была еще слаба. И в принципе, он начал реализовывать этот план, заменяя племенную власть на власть революционных комитетов. «Прямая демократия» должна была ликвидировать существующие племенные отношения и объединить людей в участии в управлении страной. Был проведен ряд мер по перемещению племен и разрушению существующих союзов для изменения баланса сил (Каддафи из Феццана были перемещены в Триполитанию), но окончательный слом племенной структуры так и не был произведен. Каддафи начал вводить представителей племен в государственную систему и систему национальной безопасности, выстраивая хрупкий баланс, на котором удерживалась его собственная власть. Из-за того, что эта система не предполагала существования без ее автора, она рассыпалась как карточный домик во время арабской весны, откатывая все достижения раннего периода правления Муаммара Каддафи назад.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Племенной фактор – важный элемент в политике и социальной жизни Ливии. Долгое время именно этот фактор позволял населению Ливии оказывать сопротивление колониальным властям и отказываться идти с ними на сотрудничество. Но он же впоследствии стал главным препят-

ствием на пути построения национального государства. Племенное сознание и привязанность людей к территории племени мешала населению формировать национальное самосознание, чтобы ливийцы начали ощущать себя ливийцами. Поэтому главной задачей, которая стояла перед национальными правительствами, было преодоление племенного фактора для того, чтобы не допустить дезинтеграцию страны. Распад Ливии в 2011 г. после падения режима Каддафи показал, что эта проблема не была решена и ее еще предстоит решать в будущем.

Библиографические ссылки

1. Беларусь в современном мире: материалы XVIII Междунар. науч. конф., посвящ. 98-летию образования Белорус. гос. ун-та, Минск, 30 окт. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: В. Г. Шадурский (пред.) [и др.]. Минск: БГУ, 2019. С. 425–428.
2. *Ben Lama M.* The Tribal Structure in Libya: Factor for fragmentation or cohension? / M. Ben Lama. Fondation pour la recherche strategique, 2017. 58 p.
3. *Видясова М. Ф.* Ливия. Куда идет страна 140 племен?. «Садра», 2019. 208 с.

АНТИСЕМИТИЗМ В ЧЕРНОСОТЕННОЙ ИДЕОЛОГИИ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА: ИСТОКИ И ОСОБЕННОСТИ

И. А. Макеев

ilya-makeev-2002@mail.ru;

*Научный руководитель – М. А. Шабасова, кандидат исторических наук,
доцент*

Статья посвящена истокам и особенностям антисемитизма в черносотенной идеологии. Антисемитизм являлся одной из основ черносотенного движения в России, повлиявшей на все аспекты его деятельности. Это было отражено как в программе и прессе черносотенцев, так и в конкретных действиях. Для монархистов евреи были абсолютным злом, в первую очередь, по религиозным причинам. Именно исповедование иудаизма, а не этническая принадлежность, определяло, по мнению монархистов, национальный характер и враждебное по отношению к русскому народу поведение евреев.

Ключевые слова: антисемитизм; религиозный фактор; черносотенцы; идеология монархистов; евреи.

Отдельное место в идеях монархистов занимал антисемитизм. Данный вопрос в России стоял остро еще с XVIII века, когда была введена черта еврейской оседлости. Здесь повлиял как религиозный, так и экономический, и политический факторы.

Рассматривая религиозный фактор, монархисты, выступая за главенство Православной церкви, не могли допустить распространения иудаизма. Иудаизм не поддается ассимиляции и открыто отделяет себя от традиций окружающих этносов, превращая евреев в вечных чужаков, к которым в лучшем случае надо относиться с подозрением. Для черносотенцев это были иноверцы, которые портили христианскую веру.

Они утверждали, что евреи избрали Россию в качестве объекта экономической экспансии. «Русский характер, черты национального уклада русских людей, отменное историческое гостеприимство славян вообще, и в особенности русских, прекрасно взвешены и учтены евреями. Недаром Россия буквально осаждена евреями» [5, с. 137]. Черносотенцы были категорически против предоставления евреям права жительства по всей России. Монархическая пресса откровенно писала: «Жидов надо поставить в такие условия, чтобы они постоянно вымирали» [5, с. 139].

Монархисты добивались неукоснительного исполнения ограничительного законодательства в отношении евреев, сохранения черты еврейской оседлости, лишения евреев всех политических, гражданских и имущественных прав. Введение комплекса запретов, значительно уже-

сточающих российское законодательство в отношении евреев, рассматривалось лидерами черносотенцев как стимул для принудительной эмиграции. Все программы монархистов провозглашали поддержку сионизма.

Проблема сохранения империи, защита христианской и национальной традиции определила базовые подходы черносотенцев к инородческой проблематике. В отличие от националистов (стоит обозначить разницу в таких терминах, как – крайне правые, правые, консерваторы. Крайне правые – черносотенцы (монархисты); консерваторы – Октябристы и Кадеты; правые – общее обозначение, которое подходит и к националистам, и к Октябристам с Кадетами.), руководствовавшихся идеями этнической чистоты, а потому с подозрительностью относившихся к любому инородческому влиянию, крайне правые предложили принцип дифференцированного подхода, посредством деления национальных меньшинств на дружественные и враждебные. В документах черносотенных организаций неоднократно приводился список конкретных народов, отнесенных к разряду враждебных: «Россия должна быть настороже не только против соседей, но и против таких подданных, как финляндцы, поляки, латыши, армяне, а также обитатели Кавказа» [7].

Из всех населяющих Россию народов к наиболее враждебным черносотенцам причислялись евреи, в которых, по их мнению, сконцентрировались все присущие прочим враждебным инородцам пороки. Значимость еврейской темы для черносотенной идеологии объясняется крайне негативной ролью, приписываемой ими «беспокойному племени» в судьбе российского государства. Для монархистов негативное отношение к евреям базировалось на консервативном постулате защите христианской и национальной традиции, а не на проникавших с Запада различных расистских псевдонаучных концепциях. В избирательной программе на выборах во II Государственную думу, принятой I Всероссийским съездом уполномоченных отделов СРН, утверждалось: «Евреи в течение многих лет, и особенно в последние два года, вполне выказали непримиримую ненависть к России и ко всему русскому, свое невероятное чело-веконенавистничество, свою полную отчужденность от других народностей и свои особые иудейские воззрения, которые под ближним разумеют одного только еврея, а в отношении христиан допускают всякие беззакония и насилия, до убийства включительно» [7].

Черносотенцы объединяли исключительно отрицательный взгляд на евреев как единственную на земле этнорелигиозную группу, вносящую отрицательные настроения в среду принявших их народов. Разность черносотенной доктрины проявлялась в трактовке причин антисемитизма. Если националисты без критического анализа пошли на поводу у идеологов различных расовых теорий, то черносотенцы остались верны

религиозной традиции, согласно которой специфика народов определялась не физиологическими признаками, а религиозными, формировавшими их духовный стержень, мировоззрение, смысл земного существования, а также поведение и этику отношения к окружающим. Именно иудаизм, а не состав крови, по мнению крайне правых, стал источником негативных качеств евреев, приводя к напряжению с коренным населением в политической, экономической и иных областях.

По мнению монархических идеологов, причиной поврежденности национального характера евреев и их неуживчивости стало заложенное в Торе пророчество о приходе мессии, который обеспечит им господство над человечеством. Черносотенцы признавали, что ни один другой народ не имеет более четко выраженной мессианской идеи, приобретшей признаки мании: «Великий вождь, которого они ждут, непременно должен покорить им все народы, и эти народы они собираются пасти жезлом железным» [1, с. 219]. В антисемитской литературе часто цитировались талмудические тексты, свидетельствовавшие о сформированном стереотипе рассматривать другие народы в качестве «идолопоклонников, существ низших, даже не людей, а как таковых подлежащих ограблению и оскорблению» [1, с. 223]. «Талмудическое жидовство», по мнению черносотенных идеологов, проповедовало крайний эгоцентризм еврейской нации, отрицание любых законов и устоявшихся традиционных норм.

По мнению монархистов, на протяжении веков враждебность к христианству проявлялась в инспирировании различных ересей и сект, поддержке гностицизма, протестантизма, якобинства, порождении франкмасонства, нигилизма, атеизма, социализма, безнравственности и т.д. Именно рационалистичность иудаизма стала благодатной почвой для появления в среде евреев различных материалистических учений с их следованием закону и тщательным регулированием человеческой жизни.

Если либералы и марксисты находили причины революционности евреев в социальных условиях жизни последних, то для черносотенцев они лежали в религиозной плоскости. Революция 1905–1907 гг. казалась для них взрывом сатанинских сил против установленного на земле порядка. Идеологи монархистов доказывали, что иудейская этика, заставлявшая евреев постоянно переделывать жизнь на земле (в том числе и посредством революций), в корне противоречила христианским принципам терпения и покорности. Мнение крайне правого лагеря о том, что евреи являлись истинными и главными виновниками революционной смуты разделяли многие. Революция в России имела явно выраженное еврейское лицо. Так, по подсчетам американского историка А. А. Гейфман, насчитывая около 0,5 % населения России, евреи составляли в 1903 г. около 50 % всех революционно настроенных граждан

[1, с. 239]. Подчеркивая еврейский характер русской революции, видный деятель монархистов Н. Е. Марков заявлял: «Евреи сделали все возможное, чтобы во время войны поднять внутри России бунты и смуту и подготовить революционное движение 1905 года» [3, с. 205]. На страницах черносотенной прессы евреи обвинялись в попытках оттеснить русский народ и присвоить принадлежавшее только ему право самостоятельно определять пути развития страны.

В отличие от русских националистов черносотенный антисемитизм не носил расового характера, а основывался на религиозных, политических и экономических факторах. Действительно, еврейское население Российской империи заняло совершенно исключительное место в черносотенной идеологии. Масштаб антисемитизма крайне правых определялся масштабом проблем, которые, по их мнению, создавали евреи для православной России и социального уклада всего человечества. Острие своей критики они направили на «талмудическое жидовство», рассматривавшегося как враждебное православной и русской национальной традиции. Черносотенный антисемитизм не носил этнической основы. «Еврей, как особь может быть признан равным другим человеческим особям, но как религиозная секта, основанная на человеконенавистническом талмуде, является опасным для блага человечества» [2, с. 228].

Библиографические ссылки

1. *Гейфман А. А.* Революционный террор в России, 1894–1917 / Пер. с англ. Е. Дорман. М.: КРОН-ПРЕСС, 1997. 448 с.
2. *Лакер У.* Черная сотня. Происхождение русского фашизма / Пер. с англ. М.: Текст, 1994. 431 с.
3. *Марков Н. Е.* Думские речи. Войны темных сил. М.: Институт русской цивилизации, 2011. 704 с.
4. Правые партии. 1905–1917 гг. Документы и материалы. В 2 т. Т. 1. 1905–1910 гг. М.: РОССПЭН, 1998. 720 с.
5. Правые партии. 1905–1917 гг. Документы и материалы. В 2 т. Т. 2. 1911–1917 гг. М.: РОССПЭН, 1998. 816 с.
6. *Степанов С. А.* Черная сотня. М.: Эксмо, Яуза, 2005. 544 с.
7. Устав и основоположения Союза русского народа. М., 1906. 16 с.

КИТАЙСКИЙ ВЕКТОР ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ (1993–2022 ГГ.) В КОНТЕКСТЕ ИНТЕРЕСОВ ЕС И «ВЫШЕГРАДСКОЙ ЧЕТВЕРКИ»

А. И. Маркова

Asya.igorevna.03@bk.ru

Научный руководитель – В. В. Ретин, кандидат исторических наук, доцент

В статье рассматривается новый этап сотрудничества между Чешской республикой и Китаем, прошедший в период правления президента Милоша Земана и выразившийся в интенсификации двусторонних отношений на всех уровнях и подключении Праги к китайской инициативе «Один пояс, один путь».

Ключевые слова: Чешская республика; Китай; Милош Земан; «Один пояс, один путь»; сотрудничество.

Об актуальности китайского вектора в последнее десятилетие свидетельствует бум исследований чешских историков и политологов, направленных на изучение и анализ моделей сотрудничества между КНР, видящей в Чехии одну из ключевых точек мировой логистической цепочки «Один пояс – один путь», и Прагой, для которой китайский фактор приобретает все большее значение в условиях конфронтационных процессов в Восточной Европе и внутривосточной борьбы. Данной проблематикой активно занимается профильный экспертный центр под эгидой Чешского МИДА «АМО» («Ассоциация по международным вопросам»), Чешско-китайский центр, созданный на базе экспертов кафедр философского факультета Карлова университета и их аналитический проект «Sinopsis». Публикуемые данными и иными структурами исследования и аналитические материалы рассматривают Китай как одну из угроз национальной безопасности Чехии, что шло вразрез с политикой чешских президентов Вацлава Клауса и особенно Милоша Земана, который приложил немало усилий для подключения Чехии к китайским проектам в Европе.

Находящиеся в открытом доступе ежегодные отчеты Министерства иностранных дел ЧР за 1999–2009 гг. свидетельствуют об активизации чешско-китайского сотрудничества уже в Новом тысячелетии, что связано с периодом правления президента Вацлава Клауса (2003–2013 гг.), который в отличие от своего предшественника, первого президента Чешской республики Вацлава Гавла (1993–2003 гг.), стремился отойти от идеологических установок антикоммунизма [1; 2, s. 410–417]. Именно в годы его правления началась нормализация официального сотрудничества

Праги и Пекина по политической, торгово-экономической и культурной линиям.

Год вступления в должность президента М. Земана был ознаменован новой глобальной международной инициативой Китая, озвученной президентом КНР Си Цзиньпином в сентябре 2013 г. во время выступления в Назарбаев университете в Астане в рамках официального визита в Казахстан. В своей речи «Promote People-to-People Friendship and Create a Better Future» китайский лидер впервые упомянул инициативу экономического Нового Шелкового пути.

Президент Чехии Милош Земан выразил большой интерес к данной инициативе, и хотя мнения чешских экспертов по вопросу интенсификации сотрудничества с КНР разделились, новый глава государства исходил из тезиса, что проект Нового Шелкового пути играет для Центральной Европы важную роль. Как утверждает эксперт Китайской академии социальных наук Янг Ли, сотрудничество в рамках данной инициативы улучшало стратегическое партнерство в направлениях технического обмена, энергетической политики и финансовых институтов. Но что более важно, Чехия стала пытаться стать ключевым логистическим и транспортным партнером Китая в регионах Центральной и Восточной Европы [3, с. 46].

Первый визит М. Земана в функции президента в Китай состоялся в октябре 2014 г. Трендом чешской внешней политики на этом этапе стало усиление прагматических реалистических подходов и отход от идейного наследия В. Гавла, умершего в 2011 г. Глава чешского правительства Богуслав Сobotка отметил отношения с КНР как один из приоритетов нового чешского руководства. Визиту Земана предшествовало подписание в апреле 2014 г. главой МИД ЧР Любомиром Заоралком в Пекине заявления, что Прага не поддерживает независимость Тибета. Декларируемыми целями визита М. Земана стали вопросы о привлечении китайских инвестиций и помощь чешским экспортерам в Китае, что отражало актуальный дисбаланс в чешско-китайской торговле, достигавший 264,5 миллиардов чешских крон. В следующем году Земан осуществил второй визит в начале сентября, тем самым подтвердив последовательность заявленного им китайского вектора [4].

Первый в истории официальный визит главы Китайской народной республики в лице Президента Си Цзиньпина состоялся в конце марта 2016 г. В его рамках было проведено несколько встреч с чешским лидером, а также главой правительства Б. Сobotкой. В своем выступлении М. Земан обозначил тренд внешней политики: получение большей независимости от традиционных евроатлантических партнеров и сближение с КНР и «Безопасная гавань» для Китая в сердце Европы. Во время офи-

циального ужина главы двух государств говорили о Чехии как о европейском «авианосце» для Китая [5]. В 2015 г. советник Земана Ян Когоут учредил Институт Нового шелкового пути в Праге, который с 2017 г. стал партнером организации Silk Road Think Tank Network.

Чешская республика приняла активное участие в двух саммитах китайской инициативы «16+1», которые состоялись в 2016 г. в Будапеште, а в 2018 г. в Софии [6, с. 15]. В рамках Первого Форума «Один пояс – Один путь», состоявшегося в Пекине 14–15 мая 2017 г., из 29 участвующих делегаций представительство Чешской республики было представлено на самом высоком уровне в лице президента М. Земана. Итоги данного визита были закреплены в ноябре 2018 г. в рамках отмечания 70-летней годовщины установления дипломатических отношений между Чехословакией и КНР. В Пекине был проведен форум «Пояс и путь и переплетение сердец чешского и китайского народов». Президент М. Земан также посетил Второй Форум данного формата, состоявшийся 25–27 апреля 2019 г. в Пекине.

Стоит отметить, что весь комплекс мероприятий нацеленных на развитие чешско-китайского сотрудничества находился под огнем постоянной критики как политических оппонентов М. Земана, так и многих чешских прозападных экспертных центров, которые усматривали в нем продвижение не столько экономической кооперации, а политическое проникновение Китая в высшие эшелоны власти Чешской республики. Тем не менее, победа М. Земана на президентских выборах 2018 г. в целом отражала поддержку большинства избирателей выбранного им курса. Однако ввиду отмеченных неблагоприятных факторов в условиях агрессивной медийной политики критиков Земана Пражскому Граду приходилось быть все более осторожным и осмотрительным в публичных начинаниях, что однако не отразилось на уровне постоянно поддерживаемого личного контакта М. Земана и Си Цзиньпина, перешедшим в онлайн-формат в условиях короновирусной пандемии, а также по причине ухудшения здоровья главы чешского государства, по факту ограничившего возможности его зарубежных поездок. Как сигнал возникших проблем можно отметить прекращение деятельности пражского Института Нового шелкового пути в 2019 г.

О приверженности М. Земана курсу на строительство взаимовыгодных отношений с Китаем свидетельствуют и заявления, сделанные им в ходе обострения международных кризисов в 2022 г., а также слова руководителя диппротокола Пражского града Р. Йиндрака в августе 2022 г., что президент не отказывается от идеи посетить Китай в рамках завершающего периода своей каденции. Факторы, осложняющими осуществления данного плана помимо здоровья чешского президента могло

бы стать лишь обострение тайваньского вопроса, а также логистические сложности перелета в Китай. Поскольку реализовать данный проект так и не удалось, в январе 2023 г. состоялся разговор китайского и чешского лидеров по видеосвязи, который подвел итоги значимой и плодотворной главы чешско-китайских отношений [7].

Говоря об итогах чешско-китайского сотрудничества в сфере экономики, отметим, что еще в 2015 г. китайско-чешский товарооборот достиг 11 млрд долларов США. В 2019 г. объем двусторонней торговли достиг почти 30 млрд. долл. Активно развивается китайско-чешское сотрудничество в области ядерной энергетики, финансов, авиации, науки и техники, а также сельского хозяйства. Многочисленные предприятия двух стран инвестируют и развивают бизнес в КНР и Чехии. Китай с долей 5,8 % стал одним из самых значимых торговых партнеров Чешской Республики среди государств, не входящих в Евросоюз. Кроме того, Чехия стала первой страной Центральной Европы, где можно пользоваться картами китайской национальной платежной системы UnionPay. Количество китайцев, едущих в Чехию, постоянно увеличивается. Туристическое сотрудничество стало одним из основных направлений китайско-чешского обмена и взаимодействия.

Библиографические ссылки

1. *Fürst R. Česko-čínské vztahy po roce 1989.* Praha: Karolinum, 2010. 235 s.
2. *Zpráva o zahraniční politice České republiky : leden – prosinec 2009.* Praha : Ministerstvo zahraničních věcí ČR, 2010. 617 s.
3. Китай и Восточная Европа: звенья нового Шелкового пути / Отв. ред.: В. Михеев, В. Швыдко. М.: ИМЭМО РАН, 2016. 70 с.
4. *Zeman letí do Číny po 15 letech. Poprvé bez "faktoru Havel".* URL: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/zeman-leti-po-15-letech-do-ciny-uz-bez-faktoru-havel/r~5bef3ac859e011e4aff10025900fea04>. (дата обращения: 02.02.2023)
5. «Чешско-китайские отношения переживают лучший период в истории». URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2016/0325/c31520-9035593.html>. (дата обращения: 02.02.2023)
6. *Центральная Европа: политический портрет на фоне 100-летия / под ред. Л. Н. Шишелиной; Федеральное гос. бюджетное учреждение науки, Ин-т Европы Российской акад. наук. М. : ИЕ РАН, 2018. 240 с.*
7. «Земан все еще надеется поехать в Китай». URL: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zeman-se-nevzdal-cesty-do-ciny-zalezet-bude-na-jeho-zdravi-212034> (дата обращения: 02.02.2023)

ЧЛЕНЫ СЕМЬИ СУЛТАНА В ГАРЕМЕ ОСМАНСКОГО ГОСУДАРСТВА В XVI–XVII ВВ.

Я. В. Мельников

melnikov247000@gmail.com;

*Научный руководитель – Н. В. Кошелева, кандидат исторических наук,
доцент*

Статья посвящена роли главенствующих лиц в гареме Османского государства в XVI–XVII вв. В рассматриваемый промежуток времени гарем претерпел большие изменения, которые в первую затронули членов султанской семьи. Начало этим изменениям положил, своего рода, переворот в гареме в сер. XVI в., который совершила простая рабыня, в европейских кругах известная как Роксолана.

Ключевые слова: Османская империя; гарем; валиде-султан; институт наложниц; Роксолана; шехзаде; кафес.

Гарем Османского государства, несмотря на довольно расплывчатые представления о нем, – это четкая иерархическая структура со множеством особенностей. В данной статье нас интересует положение тех, кто составлял верхушку этой своеобразной пирамиды власти – семьи султана.

Поначалу может показаться, что султан, управлявший всей Османской империей, держал в своих руках власть и над гаремом – своей личной и неприкосновенной территорией. Однако правителем гарема был не султан. Вся власть в гареме принадлежала матери правящего падишаха – *валиде-султан* (осман. *والده سلطان* – «мать султана»).

Данный титул носили далеко не все матери султанов, а только 23 из 36. Известно, что до середины XVI в. по сельджукской традиции титул матери был *валиде-хатун* [1, с. 113]. Однако вопрос, кто именно был первой матерью падишаха, носившей титул-приставку «*султан*», все еще открыт. Это могла быть Хафса-Султан – мать Сулеймана I (1520–1566) или же Нурбану-султан – мать Мурада III (1574–1595) [2, с. 231].

Именно валиде-султан доверялось самое ценное имущество правителя – женщины. Являясь высшим гаремным авторитетом, она выполняла множество функций: поддержание порядка и финансовой стабильности в гареме – его материальное обеспечение; урегулирование споров всех подчиненных и, конечно же, функцию законодательницы моды: музыка, которую слушали девушки, одежда, которую носили – все это находилось под постоянным надзором *валиде-султан* [3, с. 220].

Определенно, *валиде-султан* имели неограниченную власть в гареме, однако наиболее амбициозным носителям данного титула этого было мало. Матери султанов, пользовавшиеся уважением обитателей дворца,

при поддержке влиятельных сановников занимались политикой и нередко злоупотребляли своим влиянием. Самыми яркими примерами влиятельных *валиде-султан* являются Нурбану-султан, Сафийе-султан – мать султана Мехмеда III и Кесем-султан – мать султанов Мурада IV (1623–1640) и Ибрагима I (1640–1648). Их жалование зависело от их могущества и составляло от 2 до 4 тыс. акче в день [4, с. 127].

Хотя мать падишаха и обладала весьма неограниченной властью, она не являлась единственной женщиной в жизни правителя. Первостепенной задачей любого новоиспеченного султана было рождение как можно большего количества принцев – *шехзаде* (осман. شهزاده, совр. тур. *şehzade*). В этом ему помогало огромное количество девушек-наложниц различных национальностей в гареме.

Институт наложниц в XVI–XVII вв. отходит от принципа, заложенного Мехмедом II: «Одна мать – один сын». В гареме постепенно формируется собственная иерархия: начиная с фавориток султана – *икбал*, которые всегда были подготовлены к случаю принятия милости падишаха и делили с ним ложе; девушек в статусе *гёзде* или «присмотренных», до неофициальных жен – *кадин*, которым удавалось родить наследника. Неофициальными они считались потому, что со времен султана Баязида I (1389–1402) практика официальных бракосочетаний постепенно отходила на второй план, а вскоре и вовсе была позабыта.

Значительные изменения гаремных устоев произошли в эпоху правления султана Сулеймана I. С ног на голову утвердившийся порядок в гареме перевернула рабыня, получившая гаремное имя Хюррем (от перс. *خرم* – «веселая, радость приносящая»). В европейских кругах она более известна как Роксолана – вероятнее всего, искаженное имя от «La Rossa» – русская. Она была простой рабыней, определенно славянкой по происхождению, хотя достоверных сведений об этом нет. Михаил Литвин, дипломат и известный мемуарист XVI в., в своем трактате упоминает о Роксолане как о «похищенной из земли нашей» [5, с. 72].

Тремя главными достижениями девушки были количество рожденных детей, переезд во дворец Топкапы и брак с падишахом. Вопреки всем обычаям с 1521 по 1531 г. ей удалось родить 6 детей, 5 из которых были мальчиками [6, с. 200]. Это пренебрежение Сулеймана к правилу «Одна наложница – один сын» оказалось скандальным. Однако еще больший триумф ожидал Роксолану в 1534 г., когда султан, нарушив обычай, женился на ней.

Как отмечают европейские путешественники – очевидцы события, церемония прошла во дворце, и торжество было невероятно пышным. Суть этого события отражала фраза: «По всей стране много говорят об этом браке и никто не может точно понять, что именно он означает»

[7, с. 28]. До сих пор бытует мнение, что именно для Роксоланы Сулейман Великолепный после свадьбы придумал новый титул – *хасеки*, и именно она была первой из наложниц в истории османской империи, носившей этот титул. Однако факт спорный, ведь известно, что титул *хасеки* бытовал в кругах дворцовой элиты еще со времен Мехмеда II.

Немаловажным событием оказался переезд Роксоланы и ее детей во дворец Топкапы, где ее покои в гареме примыкали к покоям султана, что стало еще одним нововведением, которое многими было встречено с неодобрением. До правления Сулеймана главным помещением гарема была бывшая королевская резиденция (до 1468 г.), известная как Старый дворец. Однако переезд, скорее всего, случился не из-за «большой любви», а являлся вынужденной мерой. Гийом Пелисье, французский прелат и дипломат писал в марте 1541 г.: «27 января сгорел Старый дворец, где проживают женщины Великого синьора, вместе с имуществом ценою в более полутора миллионов золотых монет. Пожар уничтожил и драгоценности, и все остальное. Даже султанша потеряла все самое красивое и лучшее, что у нее было [8, с. 152].

Нельзя не упомянуть и влияние Роксоланы на внешнюю политику государства. С согласия султана Сулеймана она переписывалась с польскими королями Сигизмундом I Старым (1506–1548) и Сигизмундом II Августом (1548–1572). Считается, что основной целью данной переписки было подтверждение мирных взаимоотношений Османского государства и Польского королевства. Подобной политики придерживались и ее преемницы: Нурбану-султан и Сафийе-султан по отношению к Венецианской республике, из которой, вероятнее всего, были родом.

Таким образом, с появлением Роксоланы, в османском гареме укрепляются титул и положение официальной жены султана со множеством привилегий и нарастающим авторитетом. Вероятнее всего, именно сын *хасеки-султан* становился потенциальным претендентом на престол.

Нарастающее с сер. XVI в. и господствующее до конца XVII в. вмешательство женщин в дела государства получило название «Женский султанат», начало которому положила именно Роксолана.

Что касается детей наложниц, то конечно же, их положение соответствовало их статусу. Дочерей османских султанов называли султаншами и давали великолепное воспитание. Свадьбам в жизни султанш принадлежит исключительное место, они часто становились жертвами политических интриг своих матерей и еще не родившись, были сосватаны за пожилых пашей.

Мальчиков, которых производили на свет обитательницы гарема, до периода Мурада II чаще называли *челеби*, но потом утвердилось вышеупо-

мянутое наименование *шехзаде*. В гареме им также давалось прекрасное воспитание, а после достижения совершеннолетия османские наследники традиционно направлялись в провинцию в качестве беев санджаков [1, с. 115–116].

Однако жизнь наследников престола с начала XVII в. стал омрачать новый элемент политики правящих султанов – *кафес* (от тур. kafes – «клетка») [9, с.100]. Его появление связывают с правлением Ахмеда I, который, став султаном, отказался от убийства своего брата, следующего падишаха Мустафы I, нарушив бытовавший в то время закон Фатиха (братоубийства). Заточение в *кафесе* юных *шехзаде* позже отразится непосредственно на их правлении и приведет к ослаблению мужской султанской власти и соответственно усилению женской.

Таким образом, в XVI–XVII вв. в гареме произошла трансформация внутренней иерархии: диверсификация статусов его обитательниц, а также укрепление статуса и влияния матери и официальной жены султана.

Библиографические ссылки

1. *Ихсаноглу Э.* История Османского государства, общества и цивилизации. Москва: Восточная литература, 2006.
2. *Финкель К.* История Османской империи: Видение Османа. Москва : АСТ, 2010.
3. *Ткачева А. В.* Структура гарема в Османской империи // Молодой учёный. 2020. № 12. С. 220–223.
4. *Peirce L. P.* The Imperial Harem: Women and Sovereignty in the Ottoman Empire. New York: Oxford University Press, 1993.
5. *Литвин М.* О нравах татар, литовцев и москвитян. Москва: Изд-во МГУ, 1994.
6. *Alderson A. D.* The structure of the Ottoman dynasty. Oxford: At the Clarendon press, 1956.
7. *Davey R.* The Sultan and his subjects. London: Chapman and hall, 1897.
8. Correspondance politique de Guillaume Pellicier, ambassadeur de France à Venise [Электронный ресурс] URL: <https://archive.org/details/correspondancepo01pel/luoft/page/252/mode/2up> (дата доступа: 03.03.2023).
9. *Новичев А. Д.* История Турции: Эпоха феодализма, XI–XVIII века. Изд-во Ленинградского университета, 1963.

АСАБЛІВАСЦІ ДРУГОГА ЭТАПА КАЛЕКТЫВІЗАЦЫІ Ў ЗАХОДНІХ АБЛАСЦЯХ БССР ПА МАТЭРЫЯЛАХ МАЛАДЗЕЧАНСКОЙ ВОБЛАСЦІ

А. А. Мядзведзева

sasha100965@gmail.com;

Навуковы кіраўнік – А. Г. Кахановіч, доктар гістарычных навук, прафесар

У артыкуле паказаны асаблівасці другога этапа калектывізацыі ў заходніх абласцях Беларускай Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі. Другі этап калектывізацыі адбываўся ў 1949–1953 гг. і характарызаваўся правядзеннем масавай калектывізацыі і ўзбуйненнем калгасаў. Трэба адзначыць, што дадзены этап завершыў калгаснае будаўніцтва ў Заходніх абласцях Беларускай Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі і даў пачатак новаму этапу ў жыцці заходніх абласцей Беларускай Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі.

Ключавыя словы: другі этап калектывізацыі; заходнія вобласці БССР; масавая калектывізацыя; узбуйненне калгасаў; Маладзечанская вобласць; 1949–1952 гг.

Другі этап калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР адбываўся ў 1949–1952 гадах. На пачатак 1949 года ўжо былі створаны перадумовы для больш маштабнага і хуткага працэса калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР. У лютым 1949 года адбыўся XIX з'езд Камуністычнай партыі Беларусі, які паставіў перад партыйнымі арганізацыямі БССР задачу ажыццяўлення масавай калектывізацыі сялянскіх гаспадарак [1, с. 94].

У другой палове 1948 г. у заходніх абласцях БССР значна ўзмацнілася калектывізацыя сялянскіх гаспадарак, а ў сакавіку 1949 года яна стала нарастаць. Па стане на 01.07.1948 г. у заходніх абласцях БССР было 330 калгасаў, якія аб'ядноўвалі 11476 гаспадарак [2], а па дадзеных ад 15.03.1949 г. у заходніх абласцях БССР было створана 1420 калгасаў, якія аб'ядноўвалі 59762 гаспадаркі. Працэнт калектывізацыі склаў 10 % у цэлым па краіне. У Маладзечанскай вобласці – 12 %. Да зімы 1949 года тэмпы калектывізацыі паступальна ўзрасталі. Было створана 4210 калгасаў і працэнт каектывізацыі склаў 35 % [3].

У 1950 годзе тэмпы калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР вельмі хутка ўзрасталі. Па стане на 15.01.1950 г. у заходніх абласцях БССР налічвалася 4914 калгасаў, а працэнт калектывізацыі склаў 40,6 %. А праз год, па дадзеных ад 01.01.1951 г., у заходніх абласцях БССР было створана 6054 калгасы і працэнт калектывізацыі склаў 83,7 % [4].

У Маладзечанскай вобласці па стане на 15.01.1950 г. было 1138 калгасаў і працэнт калектывізацыі складаў 39,4 %. А ўжо ў студзені

1951 года на тэрыторыі Маладзечанскай вобласці знаходзілася 1607 калектыўных гаспадарак, а працэнт калектывізацыі склаў 87,3 % [4].

У лютым 1951 года партыйным органам была пастаўлена задача завяршыць калектывізацыю, палітычна і арганізацыйна-гаспадарча ўмацаваць калгасы. Была зроблена ўстаноўка – скончыць калектывізацыю за 2–3 месяцы [56, с. 110]. Па гэтаму калектывізацыя працягвалася. Працэнт калектывізацыі паступова рос. У лютым 1951 года ён склаў 84,8%, а ў лістападзе гэта года – 89,7 % [6].

У Маладзечанскай вобласці калектывізацыя ў 1951 года праходзіла без адметнасцяў. Па стане на 15.01.1951 г. было створана 1607 калгасаў і працэнт калектывізацыі склаў 87,3 %, а ўжо праз год, на дадзеных на 01.01.1952 г. у Маладзечанскай вобласці налічвалася 1228 калгасаў і працэнт калектывізацыі склаў 92,7 % [6].

Адначасова з калектывізацыяй працягваўся працэс узбуйнення раней арганізаваных дробных калгасаў. Згодна з пастановай ЦК ВКП(б) ад 30.05.1949 г. «Аб узбуйненні дробных калгасаў і задачах партыйных арганізацый у гэтай справе» афіцыйна было абвешчана, што дробныя калгасы не могуць эфектыўна ўкараняць новую тэхніку і тэхналогію [56]. Больш за 2200 дробных калгасаў у 1949–1951 гг. былі аб'яднаны ў 599 узбуйненых калгасаў [60].

У 1951 годзе асноўны ўпор быў зроблены на ўзбуйненне калгасаў. Пра гэта сведчаць статыстычныя дадзеныя. Калі ў студзені 1951 года ў заходніх абласцях БССР налічвалася 6054 калгасы, то ўжо ў лістападзе 1951 года было 4568 калгасаў [34, малюнак 3.3, малюнак 3.4], а ў студзені 1952 года – 4384 калгасы [11].

У верасні 1952 г. на XX з'ездзе КП(б)Б былі падведзены вынікі калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР. Партыйным кіраўніцтвам было канстатавана, што калектывізацыя ў заходніх абласцях БССР завершана. Адзначалася, што такі вынік – сур'ёзная палітычная перамога, важнейшы паказчык дзейнасці партыйных арганізацый у вёсцы [4, с. 126].

Па стане на 1953 г. у заходніх абласцях БССР былі створаны 2705 калгасных гаспадаркі, 43 саўгасы, якія аб'ядноўвалі 520900 сялянскіх двароў, 99,7 % пасяўных плошчаў [4, с. 127].

У азначаны перыяд узмацнілася агітацыя сялян па стварэнню калгасаў, пачаўся больш шырокі наступ на кулакоў, што абумаўлівалася павялічэннем падаткаў і высылкай ў Казахстан найбольш нязгодных з палітыкай партыі. 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 вялікай кааперацыі і абагульнення жывёлы, прылад працы, зямель. Таксама ўступленне ў калгасы было фарсіраваным з выкарыстаннем прымусу і рэпрэсій.

У выніку патрэбна адзначыць, што другі этап калектывізацыі ў заходніх абласцях БССР (1949–1953 гг.) характарызаваўся правядзеннем масавай калектывізацыі і ўзбуйненнем калгасаў. Можна адзначыць, што ў 1949–1950 гг. больш увагі надавалася пабудове калгасаў, а ўжо ў 1951–52 гг. іх развіццю, станаўленню і ўдасканаленню. У верасні 1952 года калектывізацыя была завершана. У 1953 годзе на прэдыдні план выйшлі пытанні ўжо не пабудовы калгасаў, а перавыканання плана, арганізацыі сацыялістычных спаборніцтваў, узняцця ўзроўню жыцця грамадзян.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Белязо Е. П.* Крестьянство Белоруссии на пути к развитому социализму. Мн.: Наука і тэхніка, 1982 г.
2. Стенограмма совещания по вопросу колхозного строительства в западных областях Белоруссии от 21.10.1948 // НАРБ. Ф. 4п. Оп. 29. Д. 623. Л. 48–210.
3. Сведения о ходе коллективизации и колхозном строительстве в западных областях БССР на 15 декабря 1949 г. // НАРБ. Ф. 4п. Оп. 46. Д. 398. Л. 69–103.
4. Из докладной записки представителя Совета по делам колхозов при правительстве СССР по БССР Р. Мачульского председателю Совета по делам колхозов при правительстве СССР А. А. Андрееву об организационно-хозяйственном состоянии колхозов западных областей БССР от 09. 09. 1949 // НАРБ. Ф. 4п. Оп. 62. Д. 22. Л. 61–82.
5. Сведения о ходе коллективизации в западных областях БССР в 1950 году // НАРБ. Ф. 4п. Оп. 46. Д. 444. Л. 218.
6. *Смяховіч М. У.* Сельская гаспадарка Беларусі ў 1943–1991 гг: этапы развіцця, дасягненні, вопыт: НАН, Інст-т гісторыі. Мінск: Беларуская навука, 2017.
7. Справка о количестве колхозов имеющихся в БССР на 01 декабря 1946 года // НАРБ. Ф. 4п. Оп. 46. Д. 212. Л. 87.
8. О помощи западным областям в наведении порядка в землепользовании новых колхозов. Товарищу Красикову от Министра сельского хозяйства БССР С. Костюка от 4.07.1949 // НАРБ. Ф. 4п. Оп. 46. Д. 390. Л. 199–203.
9. Информация министерства сельского хозяйства БССР о ходе коллективизации в западных областях БССР от 01.01.1952 г. // НАРБ. Ф. 4п. Оп. 46. Д. 564. Л. 68.
10. Информация о ходе коллективизации в Западных областях БССР в 1951 году / Сведения Министерства сельского хозяйства БССР о ходе коллективизации в Западных областях БССР // НАРБ. Ф. 4п. Оп. 46. Д. 488. Л. 2–197.
11. Информация о ходе коллективизации в Западных областях БССР в 1952 году / Сведения Министерства сельского хозяйства БССР о ходе коллективизации в Западных областях БССР // НАРБ. Ф. 4п. Оп. 46. Д. 564. Л. 68.

РОЛЬ Н. В. ЛУНДА В СТАНОВЛЕНИИ НАУКИ О ДОКУМЕНТЕ В НОРВЕГИИ

А. А. Недашковская

nedaschko@bk.ru;

Научный руководитель – Д. С. Самохвалов, кандидат исторических наук, доцент

В статье рассматривается научно-исследовательская и преподавательская деятельность профессора Н. В. Лунда в контексте развития науки о документе в Норвегии. Подчеркивается вклад Н. В. Лунда в развитии историографии документоведения в европейской научной мысли, а также дается представление об основных положениях его авторской концепции «Теория документа».

Ключевые слова: наука о документе; понятие документа; теория документа; библиотечно-информационное знание; документоведение в Норвегии.

Нильс Виндфельд Лунд – заслуженный профессор кафедры документоведения факультета культуры, литературы в Университете Тромсе (Арктический университет Норвегии), имеет более 70 публикаций по тематике науки о документе [1]. В годы своей работы на кафедре (сейчас на пенсии) профессор разработал теорию документа, нетипичную для западноевропейской историографии науки о документе. Специфика его авторского подхода к теории документа заключается в следующем. Профессор предложил рассматривать документ с трех взаимодополняющих точек зрения: физической, социальной и ментальной, что в совокупности позволяет охватить все аспекты теоретических наработок науки о документе [2]. Н. В. Лунд акцентирует внимание на том, что документ в той или иной степени обладает каждым из этих трех признаков и его можно рассматривать одновременно как физическое, социальное и ментальное явление. Его взгляды получили название «Отдельной теории документа», которая наиболее просто может восприниматься русскоязычным ученым, так как достаточно близка к взаимосвязи информационного, гуманитарного и управленческого подхода к теории документа в отечественном документоведении [3]. Интересно, что взаимосвязь выделенных им аспектов Н. В. Лунд выстраивает через особенности среды, в которой происходят процессы документирования, служащими основой для создания документа.

По сравнению с другими авторскими теоретическими концепциями, Н. В. Лунд вводит важное отличие в своем определении документа. Он расширяет это понятие, отходя от типичных представлений о бумажном носителе, включая любое выражение или демонстрацию в определение документов, например, речь и живое исполнение без записей. Здесь же он

ссылается на важное для документной науки соотношение между двумя концепциями коммуникации и документации. В его понимании документ не может существовать без коммуникации и наоборот.

Профессор также признает, что документ чаще выступает средством фиксации информации, нежели коммуникации, однако отрицать существенную взаимосвязь документа и коммуникации нельзя. Ряд его тезисов противоречит англоязычному убеждению, что профессиональная область науки о документе ограничивается книгами и другими носителями, предназначенными для сохранения. Деятельность документоведа он видит, как в создании документа, так и в его изучении по различным направлениям: в науке о документе, информатике, литературе и др. Благодаря Н. В. Лунду наука о документе в Норвегии выходит в самостоятельное научное направление, отделившись от философии или библиотечно-информационного знания, в отличие практики других стран Западной Европы.

Кроме выше отмеченного профессор сформулировал трехуровневую аналитическую структуру дисциплины, которая состоит из общего уровня с изучением формы документа, конкретного уровня с изучением содержания документа и третьего уровня с изучением его внутренней природы. Его теоретические разработки по вопросу определения структуры познания документа были признаны в науковедении и окончательно закрепили самостоятельность научного знания о документе в Норвегии.

Также Н. В. Лунд вел активную преподавательскую деятельность. Он стал первым сотрудником и полноправным профессором кафедры документоведения Университета Тромсе, а также адъюнкт-профессором Королевской школы библиотечного дела и информатики в Дании, дважды был приглашенным профессором Калифорнийского университета в Беркли. В 2001 г. профессор Н. В. Лунд основал Академию документации (Document Academy), международную сеть по изучению документа, организующую ежегодные конференции в Северной Америке и летние школы в Норвегии при Университете Тромсе [4].

Н. В. Лунд является одним из составителей программы подготовки документоведов «Доквит» («Dokvit») в Университете Тромсе. Необходимость адаптации опыта подготовки специалистов и устоявшейся научной мысли для реалий Норвегии вызвана созданием Национальной библиотеки в 1989 г. и изданием отраслевого закона в стране. Для удовлетворения потребностей государства в квалифицированных кадрах в сфере, в 1996 году в указанном университете была создана программа изучения документации для всех ступеней высшего образования. Перед началом функционирования данной программы Н. В. Лунд совместно с коллективом библиотекарей и преподавателей различных дисциплин,

сформулировал общую концептуальную основу программы, в основу которой заложил свое новое видение изучения документа [5].

При реализации программ «Доквит» было обучено больше 500 студентов и аспирантов, часть которых курировал сам Н. В. Лунд. Концептуальной основой обучения стало исследование документации, однако в процессе разработки направления оно становилось междисциплинарным и, сейчас, близко к отечественному пониманию образования документоведа. Программа охватывает различные области и смежные дисциплины, ее можно рассматривать как своего рода метадисциплину, приносящую новый вид знания. Образование также выходит за рамки классического библиотечно-информационного знания, оно становится документоведческим, с связью с архивоведением и музееведением. Программа нацелена не только на изучение уже созданных документов, но и на самом процессе создания документов с учетом выбора различных средств в конкретных ситуациях документирования. Профессор не только разработал концепцию обучения «Доквит», но и стал автором отдельных курсов для преподавания, неоднократно организовывал открытые лекции и всегда выступал за обмен научным опытом.

Таким образом, Н. В. Лунд стал основоположником науки о документе в Норвегии, его научная и преподавательская деятельность, а также установленные международные связи, создали прочный фундамент для дальнейшего развития документоведения как науки.

Библиографические ссылки

1. *Niels Windfeld Lund* // Cristin [Electronic resource]. URL: <https://app.cristin.no/persons/show.jsf?id=1871> (date of access: 15.04.2023).
2. *Lund N. W.* Document theory [Electronic resource]. URL: <https://sci-hub.se/10.1002/aris.2009.1440430116> (date of access: 15.04.2023).
3. *Суровцева Н. Г.* «Общая теория документа» и ее влияние на развитие документоведения // Отечественные архивы. 2015. № 5. С. 9–17.
4. *Lund N. W.* Norges Arktiske Universitet [Electronic resource]. URL: https://uit.no/ansatte/person?p_document_id=41508 (date of access: 15.04.2023).
5. *Lund N. W., Buckland, M.* Document, documentation, and the Document Academy: introduction [Electronic resource]. <https://sci-hub.se/10.1007/s10502-009-9076-3> (date of access: 15.04.2023).

ЦИФРОВИЗАЦИЯ АРХИВНОЙ ОТРАСЛИ КИТАЯ

Ню Бинь

niubinx8@gmail.com

*Научный руководитель – С. Н. Ходин, доктор исторических наук,
профессор кафедры источниковедения*

Цифровизация китайских архивов с момента их первоначального освоения в XX в. до скачкообразных достижений сегодня, несомненно, неотделима от «Пятилетнего плана национального экономического и социального развития Китайской Народной Республики», который формулируется в Китае каждые пять лет. Поэтому сравнительный анализ текстов пятилетних планов, начиная с 1953 г. для архивов полезен для понимания и осмысления процесса цифровизации архивов, тонкостей работы с архивными данными, изучения развития истории архивов Китая.

Ключевые слова: пятилетнее планирование; цифровизация; оцифровка архивов; Китайская Народная Республика; датафикация архивов.

ВВЕДЕНИЕ

Цифровизация архивов является важным элементом строительства цифрового Китая, начиная с момента их первоначального освоения в XX в. веке до скачкообразных достижений сегодня. Этот процесс неотделим от «Пятилетнего плана национального экономического и социального развития Китайской Народной Республики» (пятилетнее планирование (кит. 五年计划, с 2006 г. – 五年规划), который начал применяться в Китайской Народной Республике с 1953 г.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Планирование осуществляется в сфере экономического и общественного развития. В планах определяются главные направления развития для всей страны: цели и перспективы развития национальной экономики, распределения производительных сил и др. [1]. Новый план формулируется в Китае каждые пять лет.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

В середине XX в. темпы промышленного роста Китая и социальный порядок были относительно стабильными. Китай сформулировал первый пятилетний план (1953–1957) и предложил план использования архивов для развития промышленности. Во время второго пятилетнего плана (1958–1962) Китай вступил в период Большого скачка вперед, обнаружил проблему избыточности официальных документов и работал над повышением административной эффективности. В рамках реализации Третье-

го пятилетнего плана (1966–1970) развивались культурные предприятия и в том числе, и в сельской местности. В 1971–1975 постепенно корректировалась стратегия, делался упор на экономические выгоды, уделялось внимание как прибрежным районам, так и отдаленным районам. Вплоть до Пятого пятилетнего плана (1976–1980) о развитии архивов не упоминалось.

В 1981–1985 гг. Китай перешел к реформам и открытости, предложив изучить историческую ценность архивов, содействовать развитию архивного дела и уделять внимание охране культурного наследия, а также сосредоточить внимание на развитии культурных начинаний в отдаленных районах. В Седьмом пятилетнем плане (1986–1990) Китай вступил в стадию реформ и преобразований, особое внимание было направлено на строительство и преобразование архивов. Восьмой пятилетний план (1991–1995) был направлен на более полное использование научной ценности архивов.

Девятый и десятый пятилетние планы (1996–2000, 2001–2005), были направлены на развитие и культурных мероприятий, усиление строительства культурных объектов и управления ими, а также на скоординированное развитие материальной и духовной культуры. В одиннадцатой пятилетке (2006–2010) укрепляются тенденции к глобализации и открытости, построению гармоничного общества в том числе и в культурной сфере.

Далее (2011–2015, 2016–2020 и 2021–2025) Китай ускоряет трансформацию своей экономической структуры, способствует развитию социальных наук и изучению культурного наследия, обращает внимание на социальную значимость архивов, реализует концепции инноваций и развития и требует широкой цифровизации архивов для выполнения ими необходимых социальных функций. На последнем этапе наблюдаются ускоренные процессы развития цифровых технологий в контексте построения цифровой Китая, формирования национальной коллективной памяти, оптимизации структуры архивных ресурсов [2].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Если резюмировать изменения в содержании планирования на протяжении данных этапов, то можно выделить три основные характеристики. Во-первых, положения, касающиеся архивов, становились все более и более конкретными: от косвенных упоминаний некоторых документов (чертежей), к прямому упоминанию архивов и архивного дела, т.е. изменений на уровне терминологии. Постепенно уточнялось, что архивы являются научными и культурными учреждениями, т.е. наблюдались изменения в оценке функций архивов. Делался также упор на социальную роль

архивов, их значение в жизни общества, а также значительного расширения сферы их применения. Все это отражает динамику осмысления роли архивов в контексте основных направлений развития Китая.

Во-вторых, ценность и прикладное значение архивов становится все более заметным: применение научно-технических архивов для содействия промышленному развитию и укреплению национальной мощи, организация исторических архивов для содействия научным исследованиям и защиты исторической памяти, защита культурного наследия для продвижения китайской культуры и наследования китайской цивилизации, создание медицинских архивов для динамичного сбора информации и улучшения доступа к медицинскому обслуживанию, создание архивов честности для обмена кредитной информацией и улучшения кредитной системы. По мере того, как сфера применения архивов постепенно расширялась, их ценность постепенно становилась все более заметной.

Начиная с Третьей пятилетки все больше внимания уделяется строительству культурных предприятий в сельских и отдаленных районах, неоднократно предлагалось улучшить возможности культурного обслуживания этнических меньшинств, особенно в приграничных районах. После Одиннадцатого пятилетнего плана было предложено построить систему государственного культурного обслуживания: от городских до сельских районов, от развитых до отдаленных районов, а также развивать цифровые архивы, делая систему развития архивного дела более четкой и ясной [3, с. 22].

Создание ресурсов архивной информационной инфраструктуры началось с Десятого пятилетнего плана, затем последовал всплеск роста во время Одиннадцатого пятилетнего плана, и в настоящее время сохраняется высокая тенденция роста. Развитие архивной отрасли демонстрирует комплексную тенденцию к работе с данными. Четырнадцатый пятилетний план и «Видение 2035» [4], на которые ссылается план архивов, показывают стратегическую необходимость для Китая стать ориентированным на данные, включая непрерывное развитие цифровых технологий, управление и использование данных в качестве стратегического национального ресурса, а также полное построение управления данными в качестве компонента национальной системы управления, и все это будет отображено на архивах. В архивной сфере существуют более четкие задачи, связанные с архивной датафикацией. С другой стороны, архивная датафикация присутствует и в трактовке Четырнадцатого пятилетнего плана, во главе с его целями. С одной стороны, стратегическая трансформация архивной отрасли четко изложена при постановке целей, и существует более значительный консенсус в отношении того, что информатизация в настоящее время воплощается в данных. Поставлены

цели в рамках высококачественного развития, такие как всестороннее продвижение системы управления архивами и системы архивных ресурсов, системы использования архивов и построения системы безопасности архивов. Все они требуют глубокого технического подхода в направлении информатизации и оптимизации на основе управления данными [3, с. 23].

Библиографические ссылки

1. Пятилетки Китая [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Пятилетки_Китая (дата доступа: 25.05.2023).
2. Пятилетние планы Китая. 中华人民共和国国民经济和社会发展五年规划. [Электронный ресурс]. URL: https://baike.baidu.com/starmap/view?nodeId=7e4db7414add634e5cd90c79&lemmaTitle=第一个五年计&lemmaId=2366218&starMapFrom=lemma_starMap&fromModule=lemma_starMap (дата доступа: 25.05.2023).
3. Чжоу Вэньхун, Тянь Синь, Сюн Сяофан. Направление и стратегия реализации оцифровки архивов - основаны на перспективах «14-го пятилетнего плана развития национальных архивов» 档案数据化的走向与实现策略——基于《“十四五”全国档案事业发展规划》的展望 // Мир Ландаи. 2022. № 3. С. 22–23. DOI: 10.16565/j.cnki. 1006-7744.2022.03.06.
4. Основные положения Четырнадцатого пятилетнего плана национального экономического и социального развития Китайской Народной Республики и долгосрочные цели на 2035 год. 中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要 [Электронный ресурс]. URL: http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content_5592681.htm (дата доступа: 25.05.2023).

ФРАНЦУЗСКИЙ ТЕКСТИЛЬ ФАЗЫ НАТУРАЛИЗМА В СОБРАНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В. В. Прокошина

prokoshina.victoria@gmail.com;

*Научный руководитель – И. Г. Томашева, кандидат
искусствоведения, доцент*

Автор на основе атрибуции памятников текстиля из коллекции «Ткани культовые» НХМ РБ выявляет французские шелка XVIII в. фазы натурализма. В зависимости от способа воспроизводства прослеживается эволюция технологических приемов и средств художественной выразительности.

Ключевые слова: фаза натурализма; французское шелкоткачество XVIII в.; стилистика Ф. Куртуа; стилистика Ж. Ревеля; техника ткачества *broche*; техника ткачества *broche* с приемом *points rentres*.

В собрании Национального художественного музея Республики Беларусь находится богатая коллекция художественного текстиля западноевропейского происхождения. Коллекция насчитывает около 300 единиц хранения и обладает очень редкими и ценными памятниками. Особый интерес представляет текстиль т. н. фазы натурализма, признанный вершиной текстильного искусства во всем мире. Коллекция музея дает редкую возможность проследить эволюцию развития текстильного производства французских мануфактур XVIII в.: изменений вкусов и эстетического восприятия эпохи, технологических изменений в производстве.

Ведущие эксперты в области текстиля выделяют переход от причудливой «*bizarre*» фазы к фазе натурализма примерно с 1730–1750 гг. Характерными мотивами этой фазы становятся цветы, фрукты, архитектурные изображения, выполненные на шелках во множестве разноцветных утков. Отличительной чертой этих узоров является большой размер изображаемых элементов, высокое художественное качество рисунка, воспроизводимое с шаблонов на ткани. Сложные узоры отличаются крупными мотивами и высокими раппортами [3, с. 554].

При этом внимательно следят за тем, чтобы в узорах сохранялись рокальные элементы, которые вплетались в те поверхности мотивов, которые стремились показать как наиболее выступающие, трехмерные, используя отражение света от металлических оболочек нитей. Благодаря контрастам фактуры (гладкости и блеска) они еще больше подчеркивали пластичность доминирующих элементов мотива.

Во Франции в начале 1730-х гг. начинает применяться новый способ разработки шаблонов для шелка, знаменующий период натурализма. Эти изменения связаны с деятельностью трех известных художников – П. Ринге, Ф. Куртуа и Ж. Ревеля.

Жубер де Ибердери пишет, что Пьер Ринге (1698–1771) стал первым художником, который ввел натуральные цветы в узоры для тканей (природный флер), но его мотивы все еще были в значительной степени плоскими и прочно привязаны к декоративным элементам. В то время как шаблоны Пьера Ринге и шаблоны Жана Ревеля, к счастью, сохранились (созданы между 1731–1733 гг.), то для освещения работы Куртуа мы в основном полагаемся на работу Жубера де Ибердери, потому что ни один из его подписанных шаблонов не известен. Куртуа разработал специальные приемы в ткачестве, при помощи которых становится возможным передать объем и трехмерность изображений, переносимых в текстиль. Это стало фундаментальным новшеством, присущее тканевым узорам периода натурализма [4, с. 116].

Прилагая усилия в достижении объема и рельефности изображения, он разработал мотив, где сочетает поверхности, сотканые нитями близких по тону, но разных по яркости оттенков. Тем не менее, Жубер де Ибердери критиковал его резкие переходы между цветами. Очертания мотива четко обозначены, а штриховка или цветовые переходы достигаются таким образом, что соседние, по-разному «окрашенные» области на мотиве имеют ломаные края, пронизывающие друг друга (*Рис. 1*).



Рис. 1. Фрагмент орната
Неизвестный мастер
(стилистика Куртуа)
1730-е гг.
Шелк, лен,
нить золотная,
ткачество *broché*,
плетение
184 x 67,5 см
НХМ РБ
КП-015169; ТК-00085

Искусство изготовления шелковых шаблонов достигло своего апогея в работах Жана Ревеля (1684-1751). Обучение Ревеля на художника и его связи с королевской мануфактурой гобеленов в Париже во многом предопределили его как художника по изготовлению шаблонов для шелка. С начала 1730 г. он вводит методы рисования в технологии производства шелка. Для того, чтобы достигнуть в текстиле ярко выраженного, но утонченного эффекта кьяроскуро, он ввел особый метод, называемый *points rentrés* или *berclé*, который позволял ткачам выполнять более тонкие переходы между нитями разного цвета с помощью техники *broché*. Данная техника дает возможность создавать почти трехмерные узоры с помощью затенения. В мотивах, сотканных при помощи данной техники, в результате применения специальных точек (рент) становится невозможно провести «разделительную линию» между соседними поверхностями. Нити, окрашенные в один оттенок, накладываются на участки, сплетенные нитями другого, близкого оттенка, и наоборот (Рис. 2).



Рис. 2. Фрагмент орната
Неизвестный мастер
1730 – 1740-е гг.
шёлк, нить серебряная;
ткачество *lampas*,
liseré, *broché*
200 x 64 см
НХМ РБ
КП-014535; ТК-00057

Самые ценные французские (лионские) шелка периода натурализма были созданы между 1735–1745 гг. т. е., приблизительно между пятидесятым и шестидесятым годами жизни Ж. Ревеля. Архивные исследования доказали, что он приобрел исключительное состояние именно в 1740 г. Он добился успеха в отрасли не только как разработчик шаблонов (схем), но и как предприниматель по производству тканей этого периода, которые в конструктивном смысле почти всегда являются лампасами и представляют собой кульминацию ткацкого искусства [2, с. 79–96].

Результатом длительного и тщательного процесса ткачества, становилось чрезвычайно требовательное, сложное плетение при котором использовалось множество дополнительных утков как с металлической

оболочкой, так и с шелковой оболочкой в технике broché с долей эффектов liseré. Потому они считаются самыми роскошными шелками XVIII в., которые могли позволить себе только высшие социальные слои. На всех этапах их изготовления применялись всевозможные знания шелкоткачества, доведенные до совершенства.

Таким образом, французский текстиль фазы натурализма XVIII в. является уникальным явлением в истории декоративно-прикладного искусства и представляет собой образец революционных технологий в производстве шелков, которые давали возможность художнику и мастеру воплощать самые смелые живописные замыслы в текстиле. Коллекция художественного текстиля НХМ РБ позволяет проследить все важнейшие стадии развития текстильного искусства фазы натурализма и в ряде отдельных случаев установить авторство художников оригинальных дизайнов. Благодаря атрибуции редкие памятники впервые вводятся в научный оборот и являются информационной базой в изучении текстиля, как для специалистов нашей страны, так и других крупнейших музейных собраний мира.

Библиографические ссылки

1. *Banič S.* Ranonovovjekovne tkanine s uzorkom na liturgijskim predmetima Zadarske nadbiskupije: doktorski rad. Zagreb: 2016, 562 p.
2. *Miller L. A.* Jean Revel: Silk Designer, Fine Artist, or Entrepreneur? // *Jornal of Design History*. 1995. Vol.8, № 2. P. 79–96.
3. *Jenkins David.* The Cambridge History of Western Textiles / D. Jenkins – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 1191 p.
4. *Thornton P.* Baroque and Rococo silks. London: Faber and Faber, 1965. 209 p.

СОХРАНЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Я. С. Саковец

Yanich25_02@mail.ru;

Научный руководитель – А. И. Маскевич, кандидат исторических наук, доцент

В статье отражены мероприятия по сохранению исторической памяти о Великой Отечественной войне в политической, общественной и культурной жизни Республики Беларусь. По результатам работы было выяснено, что в сознании белорусов эта война остается именно Великой Отечественной, а сама проблема сохранения памяти о Великой Отечественной войне является актуальной задачей государственной политики Республики Беларусь.

Ключевые слова: Великая Отечественная война; Холокост; историческая память; культура Республики Беларусь; патриотические акции; Хатынь.

В последние годы в Республике Беларусь уделяется особое внимание сохранению исторической памяти о Великой Отечественной войне и расследованию событий, связанных с геноцидом белорусского народа. Политику по сохранению исторической памяти о Великой Отечественной войне в Республике Беларусь отражают положения закона «О геноциде белорусского народа» от 5 января 2022 г. Согласно закону, публичное отрицание факта истребления белорусского народа в годы Великой Отечественной войны подлежит уголовной ответственности. В 2021 г. был принят закон о «О недопущении реабилитации нацизма». По законодательству Республики Беларусь 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 [2, с. 16].

Мероприятия, направленные на сохранение исторической памяти о Великой Отечественной войне, являются крайне важными и актуальными для белорусского народа. Доказательством этого выступают результаты республиканского референдума 2022 г., на котором 78,63 % граждан проголосовали за внесение поправок в Конституцию Республики Беларусь, которые касались в том числе вопросов сохранения памяти о Великой Отечественной войне. Также по результатам исследо-

вания Института социологии Национальной Академии наук Беларуси выявилось, что более 69 % респондентов считают, что Великая Отечественная война и победа в ней являются наиболее значимым событием новейшей истории в сознании населения Беларуси [3, с. 26]. 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.

Государством также финансируются такие мероприятия, связанные с темой памяти о Великой Отечественной войне, как республиканская патриотическая акция «Беларусь помнит», ежегодное проведение торжественного концерта и салюта в честь памяти о Великой Отечественной войне, а также велопробег, который включает в себя возложение цветов к мемориалам, связанным с Великой Отечественной войной.

Культурная и общественная жизнь белорусского народа также указывает на успешное проведение государственной политики Республики Беларусь в области сохранения памяти о Великой Отечественной войне. На средства государственного бюджета на территории Беларуси в начале XXI в. были созданы скульптуры «Беларусь Партизанская» в г. Минске, располагающийся недалеко от станции метро «Могилевская» 5 мая 2005 г., памятник пограничникам в г. Гродно в 2004 г., памятник Маршалу Г. К. Жукову в г. Минске в 2007 г., а также установлен во дворе школы №69 г. Минска памятник Константину Заслонову, архитектором Л. М. Левиным и скульптором А. М. Финским создан памятник детям-жертвам Великой Отечественной войны, который является частью мемориала на месте концлагеря «Красный берег» [4, с. 145]. 22 марта 2023 г. к 80-летию Хатынской трагедии состоялось открытие музея на территории мемориального комплекса «Хатынь». Ранее в 2006 г. был создан Гомельский музей военной славы, а в 2014 г. было открыто для посещения новое здание музея истории Великой Отечественной войны в г. Минске.

Трагической страницей в истории Великой Отечественной войны является Холокост. В Республики Беларусь немалое внимание уделяется мемориализации этих событий. В 2000 г. в память об узниках Минского гетто была установлена бронзовая скульптурная композиция «Последний путь», расположенная вдоль ступенек, ведущих к центру мемориала «Яма» [4, с. 145]. Другим примером увековечивания памяти о Холокосте на территории Беларуси стоит считать монумент «Жертвам нацизма на Бронной горе» в г. Бресте, который будучи приграничной зоной, первым принял на себя удар вражеских войск. Обелиск на месте массового расстрела евреев был установлен в 1992 г., но постоянный памятник организован только 17 ок-

тября 1994 г. [5, с. 158]. Скульптурными памятниками событий Холокоста являются также мемориал на месте Бобруйского гетто, Братская могила евреев в д. Малые Воробьевичи Новогрудского района, памятная табличка о Минском гетто в мемориальном комплексе «Хатынь», памятник «Праведникам народов мира» в г. Бобруйске и узнице гетто Михле Сосновской в г. Новогрудке.

За последние несколько лет было составлено большое количество справочной литературы и сборников документов, в которых зафиксированы имена евреев-жертв немецко-фашистских захватчиков. Одним из трудов в этой области является документальное издание, подготовленное в 2022 г. Национальным архивом Республики Беларусь, «Холокост в Беларуси: трагедия и память». В сборник включено 517 документов, рассказывающих о политике нацистов в отношении еврейского населения на территории оккупированной Беларуси, его уничтожении, послевоенном расследовании совершенных преступлений и сохранении памяти о жертвах Холокоста [6]. Презентация сборника прошла в январе 2023 г. в Национальной библиотеке Республики Беларусь.

В издании также есть несколько приложений: «Список мест принудительного содержания евреев», «Список мест массового уничтожения и депортации евреев на оккупированной территории Беларуси», «Список мест принудительного содержания и уничтожения евреев, увековеченных на Стене памяти в Государственном мемориальном комплексе «Хатынь» [6]. К другим литературным изданиям о Холокосте на территории Беларуси относятся «Минское гетто: книга памяти» и «Жертвы Холокоста в Беларуси» М. В. Акулич, вышедшие в 2018 г.

В живописи Беларуси тема Холокоста нашла отражение в картине Михаила Савицкого «Бульдозер», на которой изображено, как в яму сбрасывают тела убитых нацистами евреев. В начале 2022 г. по инициативе бывшей малолетней узницы Минского гетто Фриды Рейзман в разных городах Республики Беларусь прошла выставка «Холокост глазами художника», на которой были представлены работы таких современных белорусских художников как Глеб Отчик, Егора Григорьева и Александра Якубовича, а также ряд картин, авторы которых остались неизвестны («Молитва о спасении», «Завтра была война», «Наступит ли завтра?») [7, с. 549].

Память о Холокосте освещается и в музыке Беларуси. В г. Минске по инициативе руководства Белорусской государственной филармонии в 2018, 2020 и 2021 гг. проводились памятные вечера классической музыки о событиях Холокоста «Желтые звезды».

В Республике Беларусь также функционируют музеи, экспозиции которых напоминают о трагических событиях Холокоста. Самым известным музеем такой тематики является Музей еврейского сопротивления в г. Но-

вогрудке, построенный на месте крупного гетто. Этот музей имеет экспозицию не только внутри здания, но и за его пределами, где установлена ветвистая скульптурная композиция плана проложенного узниками тоннеля, как способ выйти на свободу [8, с. 142]. Помимо Новогрудского музея существует Минский музей истории и культуры евреев Беларуси. Также в различных историко-краеведческих музеях Республики Беларусь регулярно проводятся временные экспозиции по теме Холокоста. Например, 22 марта 2023 г. в Несвижском краеведческом музее прошла фотодокументальная выставка «Холокост: об этом нельзя забывать».

В результате сохранения памяти о Великой Отечественной войне и Холокосте в Республике Беларусь позволила избежать стране «войн памяти». В сознании белорусов эта война остается именно Великой Отечественной, но 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.

Библиографические ссылки

1. *Аленькова Ю. В.* Великая Отечественная война в исторической памяти белорусов. Могилев: МГУ им. А. А. Кулешова, 2020. 6 с.
2. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь от 9 ноября 2010 г. № 575. Минск: Гос. погранич. ком. Республики Беларусь, 2010. С. 6–17.
3. *Денисова Н. Ф.* Историческая память белорусов: Социологический анализ – Минск: Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі, 2018. 32 с.
4. *Козак К. И., Рунн И. А., Щая-Зуброва И. А.* Трагедия и мужество партизанского края 1941–1945 гг.: живые свидетельства Беларуси. Минск: Р. М. Цимберов, 2022. 172 с.
5. *Ринский М.* Белоруссия – Израиль: евреи в войне и мире: очерки. Тель-Авив: Shlomo Levy, 2010. 191 с.
6. Холокост в Беларуси: трагедия и память: документы и материалы. Минск: Колорград, 2022. 1039 с.
7. *Урбан М. М.* Белорусско-еврейский диалог: вопросы сотрудничества и развития культур // Першы міжнародны навуковы кангрэс беларускай культуры: зб. матэрыялаў (Мінск, Беларусь, 5–6 мая 2016 г.) / Нац. акад. навук Беларусі, Цэнтр даслед. беларус. культуры, мовы і літ., М-ва культуры Рэсп. Беларусь; рэдкал.: А. І. Лакотка (гал. рэд.) [і інш.]. Мінск, 2016. С. 546–550.
8. *Вершицкая Т. Р.* Боль и гнев. Холокост и Сопротивление в Новогрудке, Мн: БелЭН, 2020 г. 321 с.

ЖИВОПИСНОЕ НАСЛЕДИЕ ХАИМА СУТИНА

П. В. Симагутина

his.simaguti@bsu.by;

*Научный руководитель – И. Г. Томашева, кандидат
искусствоведения, доцент*

В данной статье выявлены и охарактеризованы наиболее важные коллекции произведений Хаима Сутина зарубежом и в Беларуси: Музей Оранжери (Франция), Музей искусства авангарда (Россия) и Корпоративная коллекция Белгазпромбанка (Беларусь).

Ключевые слова: Хаим Сутин; живописное наследие; Музей Оранжери; Корпоративная коллекция Белгазпромбанка; Музей искусства авангарда.

Хаим Сутин – художник, картины которого в последние годы бьют рекорды по стоимости на аукционах. Например, «Бычью тушу» в 2016 году продали за 28 165 000\$, «Маленького кондитера» в 2013 году продали за 18 000 000\$, а «Портрет мужчины в красном шарфе» ушел с молотка за 17 200 000\$. Все названные цифры говорят об одном – увеличение интереса к этому выдающемуся художнику.

На сегодняшний день наибольшим количеством работ Х. Сутина обладает Франция, что неудивительно, поскольку именно на французской земле Хаим Сутин провел большую часть своей жизни. В результате исследования удалось выделить 55 полотен мастера, которые хранятся и экспонируются в музеях и галереях Франции.

Самым большим собранием картин Сутина не только во Франции, но и во всем мире обладает Музей Оранжери в Париже (23 картины). Собрать такую значительную коллекцию в одном месте довольно сложно – это дело не одного десятка лет. Комплектование Музея Оранжери картинами Сутина имеет свою особенную историю. Все 23 полотна происходят из коллекции Поля Гийома и Жана Вальтера. Начало собирания данной коллекции было положено молодым страстным французским арт-дилером П. Гийомом. В период с 1914 года по 1934 год он собрал богатую коллекцию из нескольких сотен картин, от импрессионизма до современного искусства, а также произведений искусства Африки и Океании. В конце своей жизни коллекционер подумывал об открытии музея, но не успел осуществить свой проект. После смерти П. Гийома, его вдова Доменика вышла замуж за архитектора Жана Вальтера, и, прожив с ним до 1957 года, расширила коллекцию. Д. Вальтер помнила план своего первого мужа: придать коллекции музейный статус. Она начала переговоры с французским государством о приобретении им коллекции на правах узуфрукта, что и произошло в два этапа: 47 картин было передано

в 1959 году и 99 картин – в 1963 году. Д. Вальтер попросила назвать коллекцию в честь двух ее мужей. Именно под таким названием она поступила в музей Оранжери, где 31 января 1966 года Д. Вальтер торжественно открыла первую выставку коллекции вместе с министром культуры Франции Андре Мальро. Коллекция стала государственной собственностью Франции только в 1977 г., после смерти Д. Вальтер, а постоянно экспонироваться начала только с 1984 года. Именно такой интересный путь проделали картины Хаима Сутина, прежде чем попасть в Музей Оранжери [6].

Самое крупное российское собрание картин Сутина – Музей искусства авангарда. Музей искусства авангарда (сокращенно МАГМА) – постоянно пополняемая частная коллекция, включающая в себя несколько сотен произведений искусства, в том числе картины известных русских художников еврейского происхождения, фотографии, шедевры графики и скульптуры. Возник музей в 2001 году на основе частной коллекции общественного деятеля, бизнесмена, филантропа и мецената Вячеслава Владимировича Кантора [3].

Согласно сайту музея, на данный момент в экспозиции находится 7 произведений Сутина: «Пейзаж в Кань» (1924-25), «Улица в Кань» (1924), «Освежеванная туша» (1924), «Натюрморт со скатом» (1923–24), «Красная лестница в Кань» (1923–24), «Кондитер из Кань» (1922–23) и «Женщина в зеленом» (1920–21). После поиска по ряду других источников было установлено, что в фондах музея находится еще 3 полотна Хаима Сутина: «Пейзаж Кань-Сюр-Мер» (1924–25), «Маленькая площадь в Вансе» (1929) и «Женщина, входящая в воду» (1931) [2; с. 4].

Самой известной картиной в этой коллекции является «Женщина, входящая в воду». Сутин писал ее, вдохновившись работой «Купальщица» Рембрандта.

Белорусское собрание картин Сутина ограничивается всего тремя полотнами, но каждое из них имеет безграничную ценность для белорусов и ценителей искусства. Все полотна находятся в корпоративной коллекции Белгазпромбанка. Началом формирования коллекции послужило приобретение в 2011–2012 годах картин известных художников – уроженцев белорусских земель, принадлежавших к Парижской школе, которых ранее не было на исторической родине. Ядром собрания стали шедевры Хаима Сутина, Марка Шагала, Осипа Цадкина и других представителей ранее упомянутой школы живописи. [5, с. 2]. Формирование и пополнение коллекции способствует устранению пробелов в истории белорусского искусства и повышению интереса общества к нашему культурному наследию.

Важно понимать, что на родине Хаима Сутина, в Беларуси, до 2012 года не было ни единой его работы. Самой первой приобретенной картиной стала работа «Большие луга в Шартре, возле виадука» (1934). Пейзаж написан в присущей художнику динамичной манере. Лирический, немного меланхолический пейзаж посвящен прекрасному месту недалеко от маленького городка в центральной Франции. Размашистые мазки в сочетании с яркими красочными акцентами придают природному мотиву драматический характер. При всей нервной напряженности линий, при странности словно бы кружащегося, плывущего изображения полотно оставляет впечатление светлого ликования. Картину купили в Лондоне на аукционе «Christie's», стоимость составила 400 000\$. Произведение включено в Государственный список историко-культурных ценностей Республики [1].

Следующим приобретенным полотном стала «Ева» (1928), покупка которой состоялась в 2013 году на аукционе «Sotheby's» в Нью-Йорке. Самый реалистичный образ в портретной галерее Сутина иногда образно называют «Белорусской Моной Лизой». Картина притягивает и завораживает своей энергетикой. Любой человек, подходя к ней, ощущает на себе пронзительный и немного томящийся взгляд героини. Картина «Ева» является не только наиболее ценным произведением в Корпоративной коллекции Белгазпромбанка, но и самой дорогой картиной в Беларуси. Ее стоимость составила 1 805 000\$. Данное произведение также включено в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь.

Самым последним приобретением белорусской коллекции картин Сутина стала «Уснувшая читательница, Мадлен Кастен» (1937). Картина наполнена рядом символических элементов. Мерцание вполне сезанновских красочных вспышек, нестройное, синкопированное сплетение мазков, поразительное для молодого художника владение фактурой производит впечатление редкой зрелости и трагизма. Картина была куплена к 125-летию Хаима Сутина в Лондоне на аукционе «MacDougall's». Ее стоимость составила £359 тыс.

Все картины из коллекции Белгазпромбанка в данный момент выставляются в Галерее «Арт-Беларусь» в Минске. Также в других городах Беларуси периодически проходят выставки с их участием.

Подводя итог, можно сказать, что титанический талант Сутина очевиден абсолютно каждому, кто хоть немного знаком с его работами. Живопись мастера из Смилович давно и навсегда встала вровень с творениями Ван Гога и Пикассо. Более четверти века он работал отдельно от современного ему искусства, которое без него, тем не менее, не смогло бы быть таким, каким стало. Живописное наследие Хаима Сутина пред-

ставляет собой значительную, но малоизученную страницу мирового культурного наследия. Художник оставил нам огромное количество картин, которые разбросаны по разным уголкам мира от США на западе до Японии на востоке.

Библиографические ссылки

1. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнастей Рэспублікі Беларусь // Міністэрства культуры Рэспублікі Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://gosspisok.gov.by/Home/Index> (дата доступа: 12.04.2023).
2. Герман М. Ю. Хаим Сутин: 1893–1943. Москва: Искусство – XXI век, 2019. 237 с.
3. О музее МАГМА и его создателе Вячеславе Моше Конторе // МАГМА [Электронный ресурс]. URL: <https://www.museummagma.ru/?lang=ru> (дата доступа: 10.04.2023).
4. Хаим Сутин. Ретроспектива [Изоматериал] : каталог выставки, Москва, 24 октября 2017 – 21 января 2018 / составитель: Сурия Садекова. Москва: ABCdesign, 2017. 150 с.
5. ART-Belarus [Изоматериал]: корпоративная коллекция «Белгазпромбанка»: постоянно действующая выставка в Минске. Б. м. : б. и., 2017. 124 с.
6. L'O History of the collection // L'O Musée de l'Orangerie [Электронный ресурс]. URL: <https://www.musee-orangerie.fr/en/collection/les-arts-a-parishistory-of-the-collection> (дата доступа : 11.04.2023).

СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС ИУДЕЕВ В СТРУКТУРЕ ВАВИЛОНСКОГО ОБЩЕСТВА VI ВЕКА ДО Н.Э. ПО ДАННЫМ КЛИНОПИСНЫХ АРХИВОВ

М. М. Слобожанин

mishaslobozhanin@gmail.com;

Научный руководитель – О. В. Перзашкевич, кандидат исторических наук, доцент

Данная статья рассматривает категории иудейского населения периода Вавилонского плена на основе клинописных источников по истории Вавилонского плена. Исследуются категории иудеев в Вавилонии преимущественно на основе текстов из архивов *Āl-Yāhūdu* и *Murašû*. На основе текстов *Āl-Yāhūdu* и *Murašû* выделены основные социальные категории иудейского населения в Вавилонии, устанавливается место иудеев в структуре вавилонского общества.

Ключевые слова: Вавилонский плен; *Āl-Yāhūdu*; евреи; внебиблейские источники; Аль Яхуду; социальные группы; нововавилонский период.

Отследить статус иудеев в Вавилонии позволяют два источника тексты из *Āl-Yāhūdu* и *Murašû*. В текстах из *Yāhūdu*, *Našar* и их окрестностей иудеи фигурируют среди главных действующих лиц – это единственный большой корпус клинописных текстов. Хотя происхождение табличек неизвестно, весьма вероятно, что все они происходят из того же места, что и находки, в современном Ираке, вероятно, недалеко от Бирс-Нимруда (по-аккадски *Borsippa*). Таблички датируются VI и V веками до н.э. период около 90 лет (572–484 до н.э.). Тексты *Āl-Yāhūdu* и *Murašû* изображают повседневную жизнь сельской общины иудейских изгнанников и их потомков в древней Вавилонии. Все тексты возникли в результате администрирования договоров, связанных с арендной землей, и они изначально принадлежали нескольким независимым архивам, точное количество которых невозможно реконструировать.

Писцы документов *Āl-Yāhūdu* и *Murašû*, уделяя внимание родословной со сложной многоступенчатой структурой, при записи сделок, аренды не используют маркер чужого. Это равносильно в отношении аккадского термина – *aḫūt* для обозначения чужого (который указывает на внешнее или периферийное местоположение, а не враждебность), также не встречается древнееврейский и арамейский термин, *нехар* (נַחַר) чужой (со значением чужеземец, враг, чужбина), который в Ветхом Завете использован 35 раз.

В силу специфики источника, краткости документов, мы можем установить явно и косвенно указываемые профессии и выделить категории

населения, характерные для иудеев Вавилонии. Это возможно сделать для следующих категорий населения: торговцы, писцы, жители деревень без конкретизации занятия и царская служба (требует отдельного рассмотрения).

Торговцы (*tamkāru*, тамкары) засвидетельствованы в клинописной документации, начиная с древнеаккадского периода, и этот термин использовался как в новоассирийский, так и в нововавилонский периоды [1, с. 125]. В нововавилонский период некоторые торговцы носили титулы, описывающие вид торговли, в которой они специализировались, а некоторые играли роль в долгосрочной транзитной торговле [2, с. 177–178]. Тамкары также были вовлечены в храмовую экономику: они покупали основные продукты для храма и приобретали предметы роскоши для этого учреждения [Там же]. Кроме тамкаров, в вавилонских источниках засвидетельствованы *tamkār (ša) šar- riš* (царские купцы). Царские купцы были как-то связаны с дворцом, но нет достаточных свидетельств, чтобы определить, были ли они царскими чиновниками.

Иудейские торговцы засвидетельствованы в 8 текстах, опубликованных И. Блохом [3]. В 6 табличках, относящихся к Сиппару (*Sippara*) Т. Алстола показывает связь потомков Ариха (*Arih*) с другими торговцами Сиппара. Хотя 3 таблички составлены и были составлены храмовой администрацией Эббара (храма Шамаша в Сиппаре), но эта социальная группа была закрытой по своему характеру, Т. Алстола указывает на то, что они редко торговали сами, хотя участвовали в торговле как частные лица, хотя храм регулярно участвовал в торговле. Также важно отметить, что он разводит категории купцов и жрецов в Сиппаре [4]. По своему характеру тексты соответствуют нововавилонской практике торговли, мы не наблюдаем ограничений в торговой деятельности.

Писцы. Выделяется несколько категорий писцов с иудейскими именами. Это могли быть частные писцы и писцы, связанные с дворцовыми архивами Вавилонии. Но не засвидетельствованы писцы, которые были бы связаны с храмовыми архивами. Также за исключением единственной таблички с протоарамейским письмом нет сохранившихся источников, указывающих на арамейские и древнееврейские документы, созданные в Вавилонии. Что указывает на обучение носителями древнееврейских имен клинописи. Просопографические исследования семей и отдельных писцов охватывают все опубликованные тексты *Āl-Yāhūdu* и *Murašû*, а также таблички из Сиппара, опубликованные И. Блохом [3; 4; 5, с. 225–300]. Изучение клинописи – это хозяйственная необходимость, но в то же время, в большинстве текстов писцы и участники сделок – разные люди, что указывает на то, что писцы – это самостоятельное хозяйственное занятие, по ряду причин недоступное всем. Другой вопрос состоит в том,

почему нет писцов в жреческих архивах. Как отмечалось ранее, храмовый комплекс представлял собой закрытую социальную страту, включавшую такие социальные роли как жрецов, писцов и торговых представителей. К этому также стоит добавить, что иудейский культ Yhwh не представлен в политеистической вавилонской религии.

Жители сельской местности. Вавилонская практика расселения депортированных в этнически однородных сельских общинах обеспечивала выживание культуры в сельской местности. Хотя депортированные были интегрированы в вавилонскую экономику, доказательств социальной и культурной интеграции крайне мало.

Архив Murašû выступает источником, но более поздним, содержащим записи из Ниппура (Nippur). Хотя источник является поздним, охватывающим первые пятидесятилетний период правления Ахеменидов, однако содержат в себе ряд терминов и персоналий, относящихся к иудеям.

Земли в сельской местности Ниппура и более мелкие землевладения, присоединенные к более крупным административным единицам, были переданы отдельным жителям или семьям для обработки. Основная структура этой схемы земля в обмен за службу напоминает ту, с которой встречается в текстах из окрестностей Āl-Yāhūdu: людей, зачастую иностранного происхождения, селили на королевских землях, давали участок для возделывания и ожидали, что взамен они будут платить налоги и выполнять службу. Поскольку хронологическое распределение иудейских текстов отражает хронологию архива в целом, большие группы иудеев вряд ли мигрировали в этот регион или из него. Ничто в текстах Āl-Yāhūdu и Murašû не указывает на то, что социально-экономический статус иудеев чем-либо отличался от других депортированных в сельской местности.

На основе установленных категорий можно сделать вывод о том, что иудеи представлены в структуре вавилонского общества. Ограничения и поражения в правах не выявлены, для категорий торговцы, писцы и жители деревень. Однако отсутствие категорий, которые упоминаются в Ветхом Завете пророки (נביאים), аккадский термин для прорицателя (sg. šā'ilu), иудейское жречество и иных, требует отдельного рассмотрения. Также для полноты отражения чужих в структуре вавилонского общества отдельного рассмотрения требуют категории ремесленников и дворцовых работников. Создание целостного представления о статусе иудеев открывает возможность для анализа чужих (в первую очередь арамеоговорящих) в вавилонском обществе.

Библиографические ссылки

1. The Assyrian Dictionary of the Institute for the Study of Ancient Cultures of the University of Chicago (CAD) in 21 Volumes. Chicago: The Oriental Institute of Chicago, 2006. Volume 18
2. *Joannès F.* Structures et opérations commerciales en Babylonie à l'époque néo-babylonienne // Publications de l'Institut Historique-Archéologique Néerlandais de Stamboul. 1999. № 84. P. 175–194.
3. *Bloch Y.* Judeans in Sippar and Susa during the First Century of the Babylonian Exile: Assimilation and Perseverance under Neo-Babylonian and Achaemenid Rule // Journal of Ancient Near Eastern History. 2014. № 1(2). P. 119–172.
4. *Alstola T.* Judean Merchants in Babylonia and Their Participation in Long-Distance Trade // Die Welt des Orients. 2017. Bd. 47, H. 1, Traders and the Exchange of Religious Ideas: Case Studies of Material Evidence. P. 25–51.
5. *Pearce L., Wunsch C.* Documents of Judean Exiles and West Semites in Babylonia in the Collection of David Sofer. Bethesda, Maryland: CDL Press, 2014.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ЭМИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ С ТЕРРИТОРИИ БЕЛОРУССКИХ ГУБЕРНИЙ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX – НАЧАЛЕ XX В.

Н. А. Степанов

nickolay_step@mail.ru;

Научный руководитель – А. Г. Кохановский, доктор исторических наук, профессор

В данной статье рассматривается общая тенденция изменений законодательства Российской империи на территории белорусских губерний в 1861–1914 гг., ставшая ответом на проблему массовых трудовых эмиграций этого периода. Также затрагивается тема отношения российских властей к проблеме массовой эмиграции населения как новому социальному явлению, что связывается с реактивным и запоздалым характером законодательного оформления эмиграционных процессов.

Ключевые слова: белорусские губернии; территориальная мобильность; трудовые эмиграции; миграционное законодательство.

ВВЕДЕНИЕ

Рассмотрение истории законодательства – один из важнейших аспектов изучения процессов территориальной мобильности населения, т.к. законодательство отражает отношение властей к миграционным процессам, обозначает направления и рамки миграционной политики в целом.

Российская империя долгое время была страной, которая не знала массовых эмиграций, затрагивавших широкие слои населения, а наоборот, в большей степени принимала чужих мигрантов на своей территории в рамках привлечения иностранных специалистов еще со времен первых Романовых.

Именно в рассматриваемый нами период, российское правительство столкнулось с объективной проблемой массовых, в первую очередь, трудовых, эмиграций, что стало причиной для изменений в российском законодательстве, которые должны были послужить ответом на проблему массовой трудовой эмиграции.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

К началу анализируемого периода, в рамках российского законодательства отсутствовало само понятие эмиграции: ни возможности выехать из России свободно, ни возможности выехать навсегда, ни возможности отказаться от подданства не было [1, с. 3]. Подобное положение сохранится до конца рассматриваемого периода.

Однако это не значит, что в Российской империи не существовало возможностей для выезда за границу даже для крестьян. В период после 1861 г. сложность была не в отсутствии возможностей к выезду, а к невозможности уехать навсегда, в сложной и дорогостоящей бюрократической процедуре получения разрешения и документов на выезд, в возможности российского правительства в любой момент своим распоряжением приказывать человеку вернуться [1, с. 4].

В 1860-е гг. специализированное законодательство только начало оформляться. Еще по манифесту об отмене крепостного права 19 февраля 1861 г. по старому стилю было объявлено, что смена места жительства станет причиной исключения из рядов крестьянской общины [2, с. 102], на разрушение или реформирование которой в то время правительство курс еще не взяло.

Относительно основы городского населения – евреев, в 1865 г. был принят закон, который позволил им по специальному документу (так называемому паспорту) селиться за границами черты «еврейской оседлости» [2, с. 102], но был отменен в 1882 г. в рамках общего консервативного и антисемитского курса Александра III.

А. Г. Кохановский справедливо отмечает, что в 60-е гг. XIX в. миграции населения в границах Российской империи проходили в соответствии с устаревшим законодательством 1840–1850-х гг. [2, с. 102].

В 1870-е ситуация не изменилась. Государство по-прежнему относилось к миграции населения как внутри страны, так и за ее пределами исключительно негативно.

1880-е стали переломным моментом, когда правительство, осознав, что более сдерживать миграционные процессы не в силах, начало давать людям возможности для более свободного во всех отношениях переселения. Но эмиграция за пределы Российской империи оставалась нелегальной, в этом аспекте государство никак не реагировало на новые вызовы времени.

1890-е гг. стали попыткой обуздать и частично прекратить начавшуюся массовую эмиграцию за границу, но число мигрантов неуклонно росло. В это же время были окончательно узаконены переселения в Среднюю Азию и Сибирь (1894), упрощен порядок получения документов для этих мигрантов (1896). [2, с. 103]. Кроме общеимперских указов, местные белорусские власти были вынуждены вводить в оборот собственные законы, которые ограничивали бы деятельность так называемых «недобронастроенных личностей», которые оказывали в обход государственного контроля свое влияние на процесс восточного направления эмиграции [2, с. 101].

В 1897 г. для заведывания всем переселенческим делом было образовано переселенческое управление, обладавшее правами департамента в составе структуры Министерства Внутренних Дел [3, с. 90]. Однако оно занималось внутренними миграциями.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Как видно, Российское правительство с 1880-х гг. активно поддерживает эмиграцию крестьян с европейских своих территорий в слабозаселенные азиатские регионы, ставит под контроль процессы целенаправленного переселения туда именно крестьян.

Но важным направлением с 1880-х также становится именно, рассматривая нами, эмиграция за границу, в страны Запада.

Об отношении имперских властей к данным общественным процессам красноречиво сказал сотрудник того самого департамента при МВД Российской империи, бывший очевидцем событий массовой эмиграции уже в начале XX в. – С. А. Яновский.

Приведем характеристику, данную им: «Если таким образом движение на восток было предметом попечения как правительства, так и общества, то движение на запад – эмиграция, – напротив, не привлекало к себе ничьего внимания» [3, с. 90].

Сам С. А. Яновский находит этому оправдание: он говорит, что большинство эмигрантов – нерусские. Это евреи, поляки, литовцы, немцы и прочие народы, которых автор называет инородцами [3, с. 92], а потому их отъезд не должен волновать русского царя и его государство.

Однако подобное отношение с точки зрения истории оказалось несправедливым. Ведь при рассмотрении конкретных статистических данных далее станет видно, что как абсолютные показатели численности эмигрантов, так и отдельные структурные показатели среди различных эмигрировавших социальных групп, были весьма многочисленны и во многом своей деятельностью определяли экономическое, общественное и культурное развитие населения, как белорусских губерний, так и всей Российской империи.

Отношения российского правительства с 1880-х гг. изменились от негативных оценок самого факта эмиграции до попыток проанализировать причины эмиграционного движения, его потенциальные экономические выгоды для Российской империи. Губернские власти в приказном порядке стремились остановить тайную крестьянскую эмиграцию в страны Европы и Америки. Однако административно-полицейские методы выявили свою неэффективность [1, с. 10].

Потому важно отметить, что к моменту активизации эмиграционных процессов в конце XIX в., российское правительство все же пошло на по-

пытку пересмотра своего отношения к законодательному оформлению эмиграции из России.

Так, в рамках этого пересмотра в 1892 г. прошла унификация и регламентация законодательства, связанного с получением паспорта на выезд за пределы России (он не давал возможности на постоянный выезд, а лишь на период от нескольких месяцев до года), но это касалось лишь евреев, бывших одной из ключевых эмигрирующих социальных групп [1, с. 3].

Далее, в 1906 г. было разработано первое в России собственно эмиграционное законодательство, но его принятие затянулось до начала 1917 г., таким образом, никак не повлияв на изучаемый нами период.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги исследования, следует отметить следующее: отношение к миграции населения менялось со временем; одновременно государство всегда стремилось в той или иной степени контролировать ситуацию со внутренней миграцией, что получалось, но не со внешней, ведь, как сам С. А. Яновский, что в России нет юридического признания эмиграции как процесса выезда за границу на неопределенный срок, таким образом, Россия не могла юридически воздействовать на процесс, который не существовал в законах, кроме как уголовно преследовать за оставление Отечества без специального разрешения правительства [3, с. 92]. Деятельность правительства и законов Российской империи были направлены в целом на недопущение самого факта эмиграции, ее запрет, а не контроль за ними. Изменение данной парадигмы началось только в последнее десятилетие XIX – начале XX вв., но они не привели к изменениям всей системы.

Библиографические ссылки

1. *Каханоўскі А. Г.* Урадавыя мерапрыемствы папярэджання нелегальнай працоўнай эміграцыі сялянства Беларусі (канец XIX – пачатак XXст.) // Працы гістарычнага факультэта БДУ: навук. зб. Вып. 6 / рэдкал.: У. К. Коршук (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск: БДУ, 2011. С. 3–11.
2. *Каханоўскі А. Г.* Сацыяльная трансфармацыя беларускага грамадства (1861–1914). Мінск. БДУ, 2013.
3. *Яновский С. А.* Русское законодательство и эмиграция // Журнал Министерства Юстиции. 1909. С. 87–114.

СОВЕТСКИЕ ПРАЗДНИКИ В ЖИЗНИ МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ ЗАПАДНЫХ ОБЛАСТЕЙ БЕЛОРУССКОЙ СОВЕТСКОЙ СОЦИАЛИСТИЧЕСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В 1939–1941 ГГ.

Д. А. Хомич

khomicdasha@mail.ru;

Научный руководитель – А. Е. Веремейчик, кандидат исторических наук, доцент

Данная статья посвящена исследованию введения в жизнь населения западных областей БССР советских праздников в 1939–1941 гг. В работе отражена реакция местного населения на происходившие изменения, обозначены особенности празднования памятных дат, определены основные направления по популяризации советских праздников, описаны порядки проведения праздников.

Ключевые слова: Западная Беларусь; общественно-политическая жизнь; советские праздники; агитационно-пропагандистская работа.

ВВЕДЕНИЕ

Воссоединение Западной Беларуси с БССР стало причиной масштабных изменений в жизни местного населения. Среди общественно-политических преобразований особенно выделяются советские праздники и памятные даты, введенные в жизнь местного населения западных областей БССР. Данный элемент общественно-политической жизни внес большой вклад в ускорение советизации Западной Беларуси.

МАТЕРИАЛЫ

Благоприятная реакция большинства местного населения на поход Красной Армии в Западную Беларусь стала основой последовавших в дальнейшем преобразований советской власти. Сохранились сведения о том, что солдат встречали с хлебом и солью, часто в честь красноармейцев возводили так называемые триумфальные арки – сооружения в виде ворот, украшенные плакатами с лозунгами и цветами [1, с. 43]. О встрече советских войск в г. Новогрудке сообщалось, что в городах и селах были развешены красные флаги, на некоторых были вывешены лозунги: «Спасибо товарищу Сталину за освобождение Белоруссии от польского ига» [2, с. 1]. Таким образом, можно сделать вывод об активной подготовке местного населения к встрече Красной армии, о стремлении белорусского народа придать этому моменту торжественную атмосферу, что делало освобождение населенных пунктов по-настоящему символичным.

Во многих городах Западной Беларуси в конце сентября – октябре 1939 г. проходили торжественные митинги и демонстрации в честь вос-

соединения Западной Беларуси с БССР. На транспарантах у местного населения часто можно было встретить лозунги на русском, белорусском, польском языках «Да здравствует объединенная Советская Беларусь», «Да здравствует Ленинско-Сталинская дружба народов».

Решение об утверждении советского праздничного дня в Западной Беларуси было принято на пятом заседании Народного собрания Западной Беларуси в г. Белостоке 30 октября 1939 г. День 17 сентября был объявлен днем освобождения трудящихся Западной Беларуси от гнета польских панов и всенародным праздником [3, с. 189].

Первое празднование воссоединения Западной Беларуси с БССР состоялось 17 сентября 1940 г. Подготовка к праздничным мероприятиям началась еще в феврале 1940 г. [2, с. 1]. Работа должна была быть проведена по всем направлениям и предусматривала агитационно-пропагандистские беседы, распространение тематических плакатов и листовок, организацию выставок, специализированных выступлений на партийных собраниях. В преддверии праздника особенно возрос объем работы сектора печатной и устной агитации ЦК КП(б)Б: в период с 1 ноября 1939 г. по 1 января 1940 г. для дальнейшего распространения было необходимо выпустить печатных агитационных материалов: плакатов 5000, листовок 50000, лозунгов 10000 [4, с.41]. В день празднования состоялись демонстрации, были организованы выставки и активная агитационно-пропагандистская работа.

Празднование дня Октябрьской революции впервые прошло в западных областях БССР в 1940 г. Это был год двадцать третьей годовщины Великой Октябрьской революции. Повсеместно велась подготовка к празднику в течение нескольких дней. В городах были развешены транспаранты, портреты предводителей партии и членов правительства. В г. Бресте на фасадах главных административных зданий была размещена иллюминация «кастрычнік» [5]. В праздничный день прошли парады войск и демонстрации трудящихся. В г. Барановичи с неба раскидывались листовки с лозунгами к двадцати третьей годовщине Великой Октябрьской революции на белорусском, русском, польском, языках [6].

Не менее тщательно велась подготовка к празднованию праздника 1 мая. Традиционными стали предпервомайские социалистические соревнования. Так во всех городах и деревнях между предприятиями и колхозами шла борьба за перевыполнение апрельского производственного плана. В газете «Заря», которая являлась органом Брестского обкома КП(б)Б и облисполкома 27 апреля 1940 г. в преддверии Дня международной солидарности трудящихся были напечатаны тематические лозунги. Например, «Няхай жывуць вызваленныя народы Заходняй Украіны і Заходняй Беларусі, будуочыя

сваё свабоднае жыццё ў вялікай брацкай сям’і народаў Савецкага Саюза!» [7]. Данный факт свидетельствует о стремлении подчеркнуть важность воссоединения Западной Беларуси с БССР и сохранить преемственность праздничных событий. В г. Барановичи 1 мая на демонстрации школьники несли макет книги с цитатой из 121 статьи Сталинской Конституции «Граждане СССР имеют право на образование». Колонна железнодорожников смастерила макет советского паравоза «Сталинец». На городской площади в течение дня демонстрировался фильм «Ленин в 1918 году» [8].

В 1941 г. уже во второй раз жители западных областей БССР отмечали праздник 1 мая. Накануне в г. Вилейка дома были украшены лозунгами, плакатами, портретами руководителей партии и правительства. В городском парке была выставлена яркая диаграмма и рисунки, которые отражали жизнь Вилейской области в 1941 г. На Площади Свободы были размещены большие портреты членов Политбюро ЦК ВКП (б). 1 мая состоялись запланированные большие спортивные соревнования [9]. Накануне, 30 апреля, в г. Барановичи состоялась торжественная сессия городского Совета депутатов трудящихся совместно с активом города, где было принято решение адресовать товарищу И. В. Сталину приветственной предпраздничное письмо. На сессии также был заслушен доклад о значимости праздника 1 мая для трудящихся [10]. В праздничный день с размахом прошли демонстрации в Барановичах, Бресте, Белостоке, Гродно, Вилейке. В шествиях принимали участие солдаты Красной Армии, ученики школ и фабрично-заводских училищ, работники главных предприятий города и колхозов. В 1941 г. в демонстрации в честь 1 мая в г. Барановичи приняли участие 30 тыс. человек, в Бресте – 35 тыс. человек, в Белостоке – 85 тыс. человек, в Гродно – 30 тыс. человек. Приведенные данные свидетельствуют о большой гражданской активности жителей городов Западной Беларуси. Стоит отметить стандартизированный характер всех прошедших демонстраций. Однако в каждом городе организаторы приносили в празднование что-то свое. Так в Барановичах во время демонстрации на грузовой машине был провезен пограничный столб. В Гродно на Площади Свободы и площади имени Ленина были размещены 6-метровые скульптуры предводителей революции – Ленина и Сталина [11].

Нашел поддержку среди населения и День большевистской печати, отмечаемый 5 мая. Так бюро обкома партии г. Барановичи приняло решение о подготовке и проведении данного праздничного дня. Всем райкомы и районные газеты должны начать активную подготовку. 5 мая в районах области были проведены конференции, при газетах организованы пятидневные семинары редакторов настенных газет. В преддверии

праздника в городах Вороново, Клецке, Радуни вышли первые номера районных газет [12].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, советские праздники стали одним из важнейших элементов общественно-политической жизни местного населения западных областей БССР. Повсеместно велась активная агитационно-пропагандистская работа по популяризации советских памятных дат и праздников. В 1939–1941 гг. главными праздничными датами стали 17 сентября, 7 ноября, 1 мая. Постепенно входил в жизнь населения и праздник большевистской печати, праздновавшийся 5 мая. Население благоприятно относилось к нововведениям, проявляло инициативу, активно принимало участие в проведении праздников, что способствовало советизации Западной Беларуси.

Библиографические ссылки

1. *Розенблат Е. С.* Западные области Белоруссии в 1939–1941 годах: оккупация – воссоединение – советизация // *Западная Белоруссия и Западная Украина в 1939–1941 гг.: люди, события, документы: сб. ст. / Учреждение Российской академии наук, Институт славяноведения РАН. – Санкт-Петербург, 2011. – С. 42–62.*
2. Национальный архив Республики Беларусь (НАРБ). – Ф. 4п. Оп. 1. Д. 14001. Л. 1
3. Народное (национальное) собрание Западной Белоруссии, 28–30 октября 1939 года: стенографический отчет / под редакцией В. Н. Малина. – Минск: Государственное издательство БССР, 1946. – 193 с.
4. НАРБ. – Ф. 4п. Оп. 1. Д. 13904. Л. 41
5. *Зарэцкі Я.* Парад сілы і згуртаванасці // *Заря*. 1940. 11 ліст. С. 4.
6. XXIII гадавіна Вялікай Кастрычніцкай соцыялістычнай рэвалюцыі // *Звязда*. – 1940. 11 ліст. С. 2.
7. Лозунгі да 1 мая 1940 г. // *Заря*. 1940. 27 кастр. С. 1.
8. Першамайскае свята // *Звязда*. 1940. 4 мая. С. 2
9. Перад святам у гарадах рэспублікі // *Звязда*. 1941. 30 крас. С. 1
10. Урачысты сход // *Звязда*. 1941. 30 крас. С. 2.
11. Святкаванне 1 мая ў гарадах і сёлах Совецкай Беларусі // *Звязда*. 1941. 5 мая. С. 2.
12. Падрыхтоўка да Дня большэвіцкага друку // *Звязда*. 1941. 23 крас. С. 1.

СПЕЦИФИКА ЖАНРА КИБЕРПАНК В АНИМЕ

Г. О. Чернявский

gleb4ern@gmail.com;

Научный руководитель – Н. М. Здасюк, старший преподаватель

В докладе рассматривается история появления жанра научной фантастики – киберпанк, его особенности и идеи, а так же специфика проявления в аниме. Анализируется полнометражное аниме «Призрак в доспехах» 1995 года режиссера Мамору Осии, как его сюжетная составляющая, так и художественная, в том числе его роль в японском киберпанке.

Ключевые слова: киберпанк; научная фантастика; аниме; Япония; «Призрак в доспехах»; Мамору Осии.

Киберпанк – это жанр научной фантастики, который начал зарождаться в 1960-х годах в Америке, благодаря произведениям Филиппа Дика «Мечтают ли андроиды об электроовцах» 1968 года и «Киборги и космос» Манфреда Клайнеса 1960 года, которые не имели основных черт киберпанка, но впервые ввели термины киборг (*от англ. cyborg*) [6] и андроид (*от англ. android*) [8]. Настоящий расцвет жанр обрел в 1980-х годах благодаря различным писателям (Уильям Гибсон, Льюис Шинер, Брюс Стерлинг и др.) и режиссерами (Ридли Скотт), которые в последствии будут считаться «отцами» киберпанка. Однако, стоит отметить, что само понятие киберпанк (*от англ. cyberpunk*) появилось еще до того, как этим термином начали называть отдельный жанр научной фантастики. Впервые оно было использовано писателем-фантастом Брюсом Бетке как название своей книги, написанной в 1980 году и опубликованной в 1984 году. Хотя и книга называлась «Киберпанк», с одноименным жанром она практически не имела общего, а свое название она получила в честь одного из главных героев этой книги, который являлся хакером и носил характерную для панков прическу: красный ирокез. Сам же термин «киберпанк» складывается из двух английских слов «кибернетика» (*от англ. cybernetics*) и «панк» (*от англ. punk*) [9].

Причиной же возникновения такого жанра, как выделяют сами «отцы» киберпанка, являлся упадок научной фантастики из-за отсутствия развития жанра как такового, т.е. паразитирование на старых заезженных темах, а не создание новых.

Западный киберпанк описывает общество, где технологический прогресс стал причиной развала морали и социальных норм. Очень хорошо всю идеологию киберпанка описывает фраза, которую приписывают самому Уильяму Гибсону, однако подтверждения этому найти не получилось:

«Будущее уже здесь, просто оно не очень равномерно распределено» (*с англ. The future is already here — it's just not very evenly distributed*). В основном, в своих произведениях авторы показывают дистопию/антиутопию, где технологии достигли огромного прогресса и включены в жизнь каждого человека. Действия этих произведений происходят всегда в реальном, осязаемом, мире и одновременно в Сети, неосязаемом. Главный герой зачастую является представителем маргинальных слоев общества – преступником, наркоманом, хакером и иногда все в одном лице. В мире киберпанка существуют андройды и киборги, которые живут рядом с людьми. Основной посыл большинства произведений носит яркий антикапиталистический характер и затрагивает темы эссенциализма и борьбы человека с человеком/системой, но никогда не борьбы человека с машиной, что является одной из главнейших отличительных черт жанра. В художественной части всегда присутствует контраст между яркими цветами неоновых вывесок и темными грязными оттенками города-мегаполиса, где в корпоративных районах находятся массивные, но чистые небоскребы и где в жилых районах находятся грязные перенаселенные трущобы. Так же отличаются и привычные для нас вещи: машины, которые стали летать; футуристичное оружие; измененный внешний вид людей из-за использования имплантов и протезов. Еще одна характерная черта киберпанка это трагичный конец.

В конце 80-х – начале 90-х годов XX в. киберпанк, как жанр научной фантастики, начинает утрачивать свою популярность на Западе, а так же перестает развиваться, т.е. эксплуатируются старые идеи, а новые не появляются, что является олицетворением знаменитой поговорки: «За что боролись, на то и напоролись», и в 1991 году Льюс Шинер объявляет что киберпанк «мертв» [10]. Однако, вплоть до нашего времени, на Западе продолжают выходить различного рода произведения в жанре киберпанк, хоть ничего кроме лучшего визуального изображения они нового не приносят.

«Вторую жизнь» киберпанк получает в Японии, в частности в аниме и манге, т.к. фильмы не заимели большой популярности и в итоге перестали выходить. Жанр в Японии становится популярным в конце 1980 -х, а если быть точнее, то в 1988 году с выходом на экраны полнометражного аниме «Акира» [1]. Но для нас самым важным для рассмотрения данной темы является полнометражное аниме «Призрак в доспехах» 1995 года режиссера Мамору Осии [3]. И, если не описывая сюжет, попробовать выделить главную мысль творения Мамору Осии, то ей будет то, что человек должен постоянно развиваться/эволюционировать, иначе это приведет к полному вымиранию его как

вида. Всю эту идею автор закладывает в самой философии главного антагониста произведения – Кукловода и концовке сюжета. Осии показывает, что из-за человеческого эго, а если быть точнее, бесконечному стремлению к индивидуализации себя, человек, как вид, достиг пика своей эволюции и следом идет только вымирание. И единственным решением, которое автор озвучивает через Кукловода, является отказ человека от индивидуализма своей личности и переход из физического Я в цифровое МЫ, что и делает главная героиня в конце фильма. Однако это только главная мысль «Призрака в доспехах». На второй же план Мамору Осии выделил главную для киберпанка в аниме идею «что является критерием, отличающим человека от машины», что показано на примере главной героини, в которой все, кроме мозга является искусственным и к концу произведения сама Майор начинает сомневаться в существовании своих воспоминаний и личности. Однако ответ на данный вопрос в произведении не дается. Если же говорить о визуальной составляющей, то Мамору Осии «задал тон» для всех последующих киберпанк аниме, т.к. до выхода «Призрака в доспехах» японские режиссеры ориентировались на «Бегущего по лезвию» [2], а после уже на работу Осии. За визуальную основу города режиссер взял Гонконг, где лучше всего видно сосуществование Запада и Востока в одном месте. Архитектура города сочетает в себе монолитные бетонные небоскребы и картонные хрупкие трущобы с ярким японским колоритом, что олицетворяет мир будущего, в котором господствует мультикультурализм. В отличие от других работ в данном жанре, в «Призраке» действия происходят днем, притом хорошо освещенном, хоть и находящемся в густом тумане, а не ночью. Так же, что отличает это киберпанк аниме, от работ западных писателей, так это то, что главная героиня не является тем самым «киберпанком» – маргиналом, борющимся с системой и корпорациями, а наоборот – является частью данной системы [3].

В основном, киберпанк-аниме сохраняет основные черты жанра, но также имеет свои собственные особенности. Обычно города изображаются как переполненные мультикультурные мегаполисы, где на каждом углу можно встретить кибернетические устройства, какие-то улучшенные биологические организмы и массу других технологий. Киберпанк-аниме также часто фокусируется на темах, таких как корпоративная власть, киберпреступность, социальное неравенство и политические конфликты, эссенциализм, экзистенциализм, мультикультурализм. Главные герои, в основном, являются какой-либо частью корпоративной системы и зачастую они выполняют роль полицейских или обычных жителей, хоть и есть отдельные случаи, где главный герой является маргиналом («Акира»). Еще одно отличие, что в японском киберпанке не фигу-

рирует идея о борьбе «маленького человека» с «Системой». Вместо этого поднимаются более глубокие философские темы о человеке, религии, морали и т.п. Кроме того, из-за специфики аниме как уникального вида мультипликации, они получаются более яркими и динамичными и авторы используют игру форм и контрастов в цветах для показа внутренних переживаний героев.

Библиографические ссылки

1. *Гибсон У.* Нейромантик / пер. с англ. Кадников Б., Колесников О. М.: Азбука-Аттикус, 2006. 232 с.
2. Электронная библиотека RoyalLib.com [Электронный ресурс] / Брюс Стерлинг – Схизматрица АСТ, 1997. URL: https://royallib.com/book/bryus_sterling/shizmatriitsa.html. (дата доступа: 02.04.2023).
3. Cyborgs and Space [Electronic Resource] / Manfred E. Clynes and Nathan S. Kline – Rockland State Hospital N. Y., 1960. URL: <http://web.mit.edu/digitalapollo/Documents/Chapter1/cyborgs.pdf> (date of access: 01.04.2023).
4. Internet Archive [Electronic Resource] / Bruce Sterling – The Hacker crackdown: Law and Disorder on the electronic frontier, 1992. URL: <https://archive.org/details/hackercrackdownl00ster> (date of access: 01.04.2023).
5. Internet Archive [Electronic Resource] / Philip K. Dick – Do Androids Dream of Electric Sheep. URL: <https://archive.org/details/DoAndroidsDreamOfElectricSheep> (date of access: 01.04.2023).
6. JSTOR [Electronic resource] / Patrick A. Smith - Conversations with William Gibson, 2014. URL: https://www.jstor.org/stable/j.ctt6wrskg?_pxhc=1648011628917 (date of access: 01.04.2023).
7. The Etymology of «Cyberpunk» [Electronic Resource] / Bruce Bethke - 1996. URL: https://web.archive.org/web/20130716211015/http://www.brucebethke.com/articles/re_cp.html#intro (date of access: 01.04.2023).
8. The New York Times [Electronic resource] / L. Shiner – Confessions of an Ex-Cyberpunk By Lewis Shiner, Jan. 7 1991. URL: <https://www.nytimes.com/1991/01/07/opinion/confessions-of-an-excyberpunk.html> (date of access: 02.04.2023).
9. Time [Electronic resource] / Gibson W. – The Future Perfect, 30 Apr. 2001. URL: <https://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,1956774,00.html> (date of access: 05.04.2023).

ЗМЕНИ Ў ПАЛІТЫЦЫ ФАРМІРАВАННЯ ДЗЯРЖАЎНАГА АПАРАТУ Ў БЕЛАРУСКІХ ГУБЕРНЯХ У 1830–1850-Х ГГ.

А. Д. Чэрнік

chernikalla@mail.ru;

Навуковы кіраўнік – А. Я. Верамейчык, кандыдат гістарычных навук, дацэнт

У артукуле разглядаюцца праблемы па фарміраванню дзяржаўнага апарата: прыцягненне рускіх чыноўнікаў з вялікарасійскіх губерняў і дазвол служыць не зацверджаным у дваранстве былым шляхцічам. Аўтар вызначае ролю Камітэта заходніх губерняў у ажыццяўленні гэтых мерапрыемстваў абапіраючыся на журналы Камітэта. Аўтар прыходзіць да высновы, што палітыка па ўмацаванню кіраўнічага апарата рускімі чыноўнікамі не дасягнула жаданага выніку па фінансавым прычынам.

Ключавыя словы: Расійская імперыя; Заходні край; Камітэт заходніх губерняў; М. А. Далгарукаў; ваенная служба; грамадзянская служба; рускія чыноўнікі.

УВОДЗІНЫ

Пасля паўстання 1830–1831 гг. перад уладамі стала задача камплектавання дзяржаўнага апарату надзейнымі кадрамі. Ва ўсіх губернатарскіх запісках гаварылася пра тое, што дзяржаўны апарат трэба ўмацоўваць чыноўнікамі з вялікарасійскіх губерняў.

МАТЭРЫЯЛЫ ДАСЛЕДАВАННЯ

На пасяджэнні Камітэта заходніх губерняў 5 сакавіка 1832 г. была разгледжана запіска віленскага ваеннага губернатара М. А. Далгарукава аб прадастаўленні некаторых пераваг рускім чыноўнікам: «Перавагі гэтыя, на думку князя Далгарукава, маглі б заключацца ў тым: 1-е. Каб выдаваць азначаным чыноўнікам пры вызначэнні да пасада усім без канфіскацыі прагоны па чыне і адлегласці. 2. Каб тым з іх, якія за ранейшую службу, ваенную або грамадзянскую, атрымалі пенсіі, захоўваць гэтыя пенсіі звыш выканання жалавання па пасадзе. 3-е. Каб таму, хто праслужыў адзін год на штатнай пасадзе, не звыш, аднак жа, дарадчай, калі ён па такім гадавым выпрабаванні акажа сябе для службы сапраўды карысным, даваць наступны чын, але з тым, каб ён працягваў служыць у тым жа краі яшчэ тры гады, у адваротным выпадку чын гэты з яго здымаць» [1, с. 189]. Камітэт пагадзіўся толькі на першыя два пункты: «Камітэт, суадносячы такія палажэнні з агульнымі ўзаконеннямі і з асаблівымі распараджэннямі ўрада датычна замяшчэння адкрываючыхся ў заходніх губернях вакансій рускімі чыноўнікамі, не знаходзіць ніякай нязручнасці, па вытлумачаным генерал-ад'ютантам

Далгарукавым шанаваннем, пагадзіцца на прысваенне чыноўнікам гэтых пераваг, якіх просіць ён ім у першых двух пунктах сваёй запіскі; пра што і мяркуе, у выпадку дазволу на тое яго імператарскай вялікасці, абвясціць праз міністра юстыцыі найвышэйшы загад Урадавага Сенату» [1, с. 189]. У такім выглядзе гэтыя правілы былі зацверджаны ўказам імператара 15 красавіка 1832 г. для Віленскай і Гродзенскай губерняў. 27 снежня 1832 г. льгота ў выглядзе прагону была прадастаўлена настаўнікам і служачым Міністэрства народнай асветы. 21 жніўня 1834 г. прагону рускім чыноўнікам даваліся ў Мінскай губерні і Беластоцкай вобласці. У красавіку 1842 г. рускія чыноўнікі ў Беластоцкай вобласці атрымалі тыя ж перавагі, што былі ў Гродзенскай і Віленскай губернях. Але ўсе гэтыя меры апынуліся малаэфектыўнымі, пра што ў 1836 г. на пасяджэнні Камітэта міністраў дакладваў міністр народнай асветы С. С. Увараў. Жадаючых адправіцца ў заходнія губерні на службу было вельмі мала. Таксама ва ўжо прыехаўшых узніклі фінансавыя праблемы. У 1832 г. магілёўскі губернатар Г. І. Бажанаў казаў пра тое, што чыноўнікі, якія прыехалі ў Магілёўскую і Віцебскую губерні, атрымлівалі беднае жалаванне і не маглі сябе забяспечыць. Пасля ўказа 15 красавіка 1832 г. дадзеныя чыноўнікі з'язджалі ў іншыя заходнія губерні. Таму магілёўскі губернатар прасіў 3 тыс. руб. для губернскага праўлення і 5 тыс. руб. для ўтрымання чыноўнікаў у губерні [3, с. 67].

На пасяджэнні Камітэта заходніх губерняў 20 студзеня 1838 г. зноў было узнята пытанне аб прадастаўленні льгот для расійскіх чыноўнікаў. Дадзеную меру прапаноўваў віленскі генерал-губернатар М. А. Далгарукаў: «Нарэшце, згодна з заўвагай невядомага, князь Далгарукаў лічыць неабходным замяшчэнне ў Заходнім краі пасад карыснымі для службы чыноўнікамі; для чаго ён мяркуе вызначальным туды прадастаўляць такія перавагі, якія маглі б прыцягнуць цалкам годных людзей і распачаць у іх спаборніцтва» [2, с. 264]. Але Камітэт выступіў супраць надзялення дадатковых ільгот: «Што ж тычыцца да пераваг чыноўнікаў, то Камітэт не можа выкласці ніякага аб гэтым заключэння, бо князь Далгарукаў не тлумачыць, якія б перавагі здольныя былі прыцягваць годных чыноўнікаў пераважна на службу ў Заходніх губернях. Па найноўшых штатах утрыманне служачых у губернях наогул досыць палепшана; тыя, якія вызначаюцца ў Заходнія губерні карыстаюцца звыш таго рознымі дапамогамі па асаблівым распараджэнням; нарэшце, перш за ўсякае далейшае аб гэтым распараджэнне, належыць па справядлівасці чакаць дзеянні нядаўна вышаўшага найвышэйшага загаду, па якім маладых людзей, якія закончылі курс вучэння ў утрыманых урадам навучальных установах, забаронена прымаць на службу пры вышэйшым упраўленні перш

выслугі пэўнага тэрміну ў губернях. Мера гэтая значна больш здольная забяспечыць губернскія ўпраўленні годнымі і па відах гонару службыўшымі чыноўнікамі, чым усталяванне выключных мясцовых пераваг, якія, як вопыт па іншых краях досыць даказвае, вядома вабяць сабою часовых шукальнікаў выгод, але рэдка карысных і руплівых да службы людзей» [2, с. 264]. Таксама ў згаданым вышэй загадзе 23 студзеня 1837 г. гаварылася аб тым, што дваране-каталікі з заходніх губерняў для службы чыноўнікамі адпраўляліся на 5 гадоў ва ўнутраныя губерні для навучання рускай мове. У 1841 г. Камітэт зноў адхіліў планы мясцовай адміністрацыі па перасяленню ў заходнія губерні расійскіх чыноўнікаў [3, с. 67].

Варта адзначыць, што ні на адным пасяджэнні Камітэта заходніх губерняў не разглядаліся меры па стварэнні перашкод для дваран заходніх губерняў быць чыноўнікамі. Пры гэтым члены Камітэта, не падзяляючы меркаванне кіеўскага генерал-губернатара Д. Г. Бібікава і гродзенскага губернатара М. М. Мураўёва аб неадкладным звароце асоб, якія не даказалі дваранства ў грамадзяне і аднадворцы, выступалі за прадастаўленне ім права службыць. Улады не маглі пайсці на тое, каб адняць права службы ў не зацверджанай Герольдыяй шляхты, бо адразу пазбавіліся б большасці чыноўнікаў, аснову якіх складалі якраз выхадцы з дробнашляхецкага асяроддзя [4, с. 156]. Што тычыцца ваеннай службы, то было пастаноўлена наступнае: «У службу ваенную на падставе ўказа 1832 года прымаюцца і цяпер належачыя да былой шляхты асобы, якія не даказалі канчаткова праваў сваіх на дваранства; у гэтых адносінах не патрабуецца ніякай змены існуючых пастаноў» [2, с. 402]. Па грамадзянскай службе меркавалася наступнае: «А таму міністр юстыцыі мяркуе цяпер прыём у службу дапусціць па сведчаннях камісій, заснаваных для рэвізіі дзеянняў дваранскіх дэпутацкіх сходаў, з тым аднак жа, каб сведчанні гэтыя не былі прызнаныя канчатковым сцвярджэннем дваранства, а служылі толькі пасведчаннем аб асобах першага разраду, што яны да 1831 года валодалі населенымі маёнткамі; аб асобах жа другога разраду, што яны прад'явілі ўжо доказы свае на дваранскую годнасць. Першым належыць дазволіць працягваць грамадзянскую службу, як да зацвярджэння іх у дваранстве, так і ў выпадку канчатковай у тым адмовы, на праве асабістых дваран (для якіх тэрмін выслугі да афіцэрскага звання ўсталяваны 4-хгадовы), апошніх жа прылічаць на той жа падставе да канцылярскіх службыцеляў 3-га разраду, для якіх азначаны тэрмін усталяваны 6-цігадовы; і прытым асобам абодвух разрадаў, у выпадку зацвярджэння пасля дваранскага іх права, прадастаўляць усе перавагі, званню гэтаму на службе прысвоеныя, з вяртаннем па грамадзянскай частцы і наступнага ім старшынства»

[2, с. 401]. Нязменным патрабаваннем для паступлення на грамадзянскую і ваенную службу заставалася прадастаўленне сведчанняў аб недатычнасці да паўстання. Але ў 1843 г. гэтае патрабаванне адмянілі для тых, каму было 16 гадоў і менш на момант паўстання 1830–1831 гг. [3, с. 68].

ЗАКЛЮЧЭННЕ

У выніку можна сказаць, што палітыка па ўмацаванні кіраўнічага апарата рускімі чыноўнікамі не дасягнула жаданага выніку. Гэта можна звязаць з фінансавымі прычынамі. Грашовае забеспячэнне ніжэйшага і сярэдняга чынавенства было невысокім. Напрыклад, пісар ніжэйшага разраду ў Гродзенскай губерні ў 1837 г. атрымліваў у земскім судзе 42 руб. жалавання і 28 руб. на абмундзіраванне ў год, што складала каля 6 руб. у месяц. У Віцебскай губерні такія ж чыноўнікі атрымліваў яшчэ менш: 3-5 руб. у месяц. Па цэнах на 1837 г. чыноўнік з Гродзенскай губерні мог купіць 35 кг свінога сала, або 30 кг масла, або 120 кг ялавічыны, або 3 вядра гарэлкі, або 3 бочкі піва. Пражыць на такія грошы чыноўніку было складана. Забеспячэнне чыноўнікаў на кіруючых пасадах было нашмат лепш. Губернатар у 1837 г. атрымліваў 3397 руб. у год, не ўлічваючы іншыя субсідыі. Дадзенае жалаванне было ў 50 разоў больш, чым у канцылярскага служачага. А ў 1845 г. жалаванне ў губернатараў было падвышана да 6296 руб. Так урад мог прызначаць рускіх чыноўнікаў на вышэйшыя пасады. Дробныя чыноўнікі не хацелі ехаць у незнаёмы край без добрага жалавання. У выніку, у сярэдзіне XIX ст. доля мясцовых ураджэнцаў у губернскіх і павятовых установах была 58 % і 80 % адпаведна [3, с. 68].

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Журналы Комитета Западных губерний / изд. подгот. Т. В. Андреева, И. Н. Вибе, Б. П. Миловидов, Д. Н. Шилов. Т. 1 : 1831–1835 гг. СПб. : Дмитрий Буланин, 2017. 848 с.
2. Журналы Комитета Западных губерний / изд. подгот. Т. В. Андреева, И. Н. Вибе, Б. П. Миловидов, Д. Н. Шилов. Т. 2 : 1836–1840 гг. – СПб. : Дмитрий Буланин, 2021. 800 с.
3. *Лепеш О. В.* Комитет западных губерний: организация и деятельность (1831–1848 гг.). Минск: РИВШ, 2010. 158 с.
4. *Макарэвіч В. С.* Разбор шляхты ў беларускіх губернях Расійскай імперыі (канец XVIII–XIX ст.). Мінск : БДУ, 2018. 315 с.

АКЦИОННОЕ ИСКУССТВО ПОЛЬШИ В 1980-Е ГГ.

В. Д. Шалькевич

viktoria.shalkevich@gmail.com,

Научный руководитель – В. В. Репин, кандидат исторических наук, доцент

Статья посвящена феномену акционного искусства в период позднего социализма в Польше. Рассматривается деятельность самой значимой художественной группы в этом направлении – «Оранжевой альтернативы», их художественные и общественные практики, взаимодействие с властью и роль арт-группы в общественно-политической жизни страны.

Ключевые слова: акционное искусство; хеппенинг; неофициальное искусство; социалистическая Польша; «Оранжевая альтернатива»; власть и искусство.

Искусство действия определяется разными терминами: перформанс, акция, хеппенинг и энвайронмент. В некоторых случаях различие между перформансом и акцией, а также между хеппенингом и энвайронментом не всегда явно определяется, поскольку эти художественные формы могут иметь сходства, которые в разное время классифицировались по-разному. Что касается перформанса и акции, то можно сказать, что это совсем близкие понятия, однако они имеют различия в их основополагающих принципах: акция может быть ограничена декларацией или жестом, в то время как перформанс, будучи более индивидуализированной практикой, представляет собой действие художника, в котором он использует свою биографию и память [1].

Что касается польского акционного искусства позднесоциалистического периода, то оно прежде всего связано с движением «Оранжевой альтернативы». «Оранжевая альтернатива» – уникальное художественное оппозиционное движение, созданное в 1980-х годах во Вроцлаве Вальдемаром Фыдрихом (по прозвищу «Майор»), выпускником факультета истории и истории искусств. В конце 1970-х он участвовал в Студенческом комитете «Солидарности» Вроцлавского университета, но в начале 1980-х годов отошел от прямой политической деятельности. Черпая вдохновение в дадаизме и сюрреализме, в 1981 году он опубликовал «Манифест социалистического сюрреализма» – декларацию единства искусства и жизни, утверждая, что искусством может быть целый мир. Так, в 1981–1982 годах Вальдемар издавал студенческий листок «Оранжевая альтернатива», а после объявления в 1981 году военного положения в Польской Народной Республике он вместе с художником Веславом Цупалой изобразил на месте стертых политических лозунгов «Солидарности» сотни гномов, ставших впоследствии визитной карточ-

кой «Оранжевой альтернативы». (Многие активисты «Солидарности» в то время считали, что эти граффити провокация и насмешка над идеалами их движения.) Однако в отличие от движений, борющихся за национальную или экономическую эмансипацию, «Оранжевая альтернатива» не проповедовала конкретных лозунгов.

С 1985 года Фыдрих являлся организатором уличных акционных представлений во Вроцлаве, а уже в 1987 году эти действия стали заметным феноменом публичной жизни. «Оранжевая альтернатива» отменяла деление на зрителей и участников, публику и артистов – в акции мог принять участие любой, поэтому к ней присоединялись толпы прохожих и молодежи, заранее предупрежденные о событии листовками. Контролирующие правопорядок органы часто реагировали на акции «Оранжевой альтернативы» проверками документов участников, а иногда и задержаниями – в импровизируемый по ходу действия сценарий включали и милицию, и проверки документов, и задержания. Разыгрываемое отсутствие логики соединялось с обыгрыванием сакральной символики режима или его бытовых примет. Участники действия не выдвигали политических требований и стремились на практике показать деидеологизированность и ненасильственность своих действий.

Перечисляя другие известные акции данной группы, назовем 1 и 15 октября 1987 года, когда произошла раздача дефицитного товара (туалетная бумага); 7 ноября – цветы и подготовленные самими участниками квитанции штрафов; 12 октября, в День Войска Польского, на Свидницкой улице прошли «большие маневры» под кодовым названием «дыня в майонезе»; 6 ноября 1987 года праздновали канун Октябрьской революции – картонные суда «Аврора» и «Потемкин» штурмовали один из вроцлавских баров. 1 марта 1988 года на улицах города прошел хепенинг «Международный день секретного агента» – любой желающий мог потребовать документы у кого угодно [2, с. 43].

Самая большая акция под лозунгом «Революция гномов» состоялась в международный день защиты детей 1 июня 1988 года. Около 10 тысяч участников, в большинстве в оранжевых колпачках, требовали освободить арестованного активиста вроцлавской «Солидарности» Юзефа Пинера: стоя перед его домом, они скандировали: «Ярузельский – дракон вавельский», отсылая к легенде о драконе, жившим в пещере, называемой Драконьей ямой у подножия Вавельского холма в Кракове. Персонажами карнавального народного фольклора становились представители и других социальных групп социалистического общества [3, с. 355].

Успех «Оранжевой альтернативы» в демистификации оппозиции путем предоставления простым гражданам возможности участвовать в социальном активизме, который позволял им оставаться самими собой

и не заставлял их вступать на путь регулярного активизма, завоевал для нее поддержку традиционных оппозиционных групп, таких как «Война и мир» или Польская социалистическая партия, а также членов Комитета защиты рабочих в лице Яцека Куроня. Члены «Оранжевой альтернативы» были также в Лодзи – Кшиштоф Скиба, впоследствии лидер группы Big Сус и во Вроцлаве – Матеуш Моравецкий, в будущем ставший премьер-министром Польши [4].

Что касается рассмотрения «Оранжевой альтернативы» в категории истории искусств, то ее следует отнести к независимому по отношению к социалистическому реализму искусству. Естественно, она не вписывалась в официальное искусство, однако ее нельзя причислять и к «официальной» оппозиции, то есть национально-патриотическим художественным манифестациям, происходившим главным образом в околоцерковных кругах. Ее также упоминают в контексте так называемого «искусства молодых» 80-х годов – многочисленных действовавших в то время художественных объединений и групп, в частности Grupa (Варшава), Koło Klipsa (Познань), Luxus (Варшава), Neue Bieremennost' (Варшава), Kultura Zrzuty (Лодзь), повлиявших на развитие польского искусства в период постсоциализма [5].

Кроме того, дифференцированное отношение коммунистических властей к «оранжевому» движению – от игнорирования его как оппозиционной силы в 1983–1984 годах, критики за якобы молодость и незрелость в 1985–1987 годах, высмеивание его как игры дураков в начале 1988 года и до преследования в конце 1988 года – свидетельствует о том, что «Оранжевая альтернатива» стала элементом политического ландшафта в Польше. К тому же тот факт, что язык политики беспомощен в обозначении некоторых социальных вопросов, еще больше говорит о том, что «оранжевое» движение является колеблющимся элементом на континууме общественного поведения, который варьируется от политизации до театрализации.

Вместе с тем необходимо отметить отсутствие альтернативы в плане основных социальных ценностей, обязательств, программных заявлений и прибывание общества в противостоянии политических сил, противоречии ценностей и двойственности мировоззрений. Поэтому польское общество рассматривалось как стоящее перед дилеммой «или-или»: старые политические элиты против новых социальных движений, командная экономика против рыночной, светская организация против сакральной. Переговоры за круглым столом, начатые весной 1989 года, и последующие выборы, которые привели к формированию новой политической реальности, еще больше укрепили этот образ, где отсутствие альтернативного социального пространства является основной характе-

ристической. Несмотря на то, что количество политических партий и группировок в то время постоянно росло, четкая демаркационная линия между «старыми» и «новыми» («новые» часто могут быть и консервативными, поскольку в Польше происходит возрождение традиционных политических ориентаций) оставляет у большинства наблюдателей польской сцены впечатление, что выбор ограничен теми, кто идет от противоположных идеологических установок [6, с. 58].

Таким образом, можно сказать, что движение «Оранжевая альтернатива» было попыткой преодолеть разрыв между дихотомическими социальными и политическими силами, обогатило сферу культуры периода позднего социализма, поощряло социальную критику и в целом смогло привнести новое качество в сферу коллективного поведения позднесоциалистического индивида.

Библиографические ссылки

1. *Ельшевская Г.* Акции, перформансы, хеппенинги / Г. Ельшевская // Arzamas [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <https://arzamas.academy/materials/1208> (дата обращения: 11.01.2023).
2. *Purchla J.* Pomarańczowa alternatywa – happeningiem w komunizm. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury Kraków, 2011. 240 s.
3. Энциклопедия диссидентства: Восточная Европа, 1956–1989: Албания, Болгария, Венгрия, Восточная Германия, Польша, Румыния, Чехословакия, Югославия / Международный мемориал; под. общ. ред. А. Ю. Даниэля. М.: Новое литературное обозрение, 2022. 984 с.
4. Muzeum Pomarańczowej Alternatywy URL: <http://www.orangealternativemuseum.pl> (дата обращения: 17.05.2023).
5. *Сенкевич К.* Оранжевая Альтернатива / К. Сенкевич // Culture.pl [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <https://culture.pl/ru/artist/oranzhevaya-alternativa> (дата обращения: 17.02.2023).
6. *Misztal B.* Between State and Solidarity: One Movement, Two Interpretations. The Orange Alternative Movement in Poland // *The British Journal of Sociology*. London: Vol. 43. № 1, 1992. P. 55–78.

ФРАНЦУЗСКИЙ ПРОТЕКТОРАТ МАРОККО (1912–1956 ГГ.)

Д. Г. Шидловский

shydlouskidaniil@gmail.com

Научный руководитель – А. А. Кондраль, кандидат исторических наук, доцент

Изучение социальных, экономических и политических процессов стран Ближнего Востока и Северной Африки в их период нахождения под властью европейских колониальных империй является важнейшим фактором для понимания развития территорий современных арабских государств в новое и новейшее время. На примере французского протектората Марокко 1912–1956 гг. можно проследить как положительные, так и отрицательные нововведения, которые приносили французы в свои колонии в Северной Африке, так как французская колониальная политика в данном регионе имела свои особенности.

Ключевые слова: Марокко; марокканский кризис; протекторат; Франция; колонисты; Мухаммед V; марокканская буржуазия.

ВВЕДЕНИЕ

В течение XVIII–XIX вв. Марокко удавалось сохранять свою независимость, в то время как другие государства Северной Африки оказались, ранее или позднее, под контролем османской, французской и британской колониальных империй. Однако в конце XIX в. слабость и нестабильность Марокко стали предпосылками вмешательства европейских государств для защиты своих экономических интересов. В начале XX в. Марокко стало центром столкновения дипломатических сил европейских сверхдержав [3].

При написании данной научной статьи был использован ряд научных работ, которые позволили проанализировать события и процессы, происходящие в период французского протектората Марокко. Отдельно хотелось бы выделить книгу Сергеева М. С. «История Марокко», где автор особое внимание уделил социально-экономическим процессам, происходящим в Марокко в период 1912–1956 гг.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании были использованы историко-сравнительный метод, позволивший определить особенности и самобытность развития территории Марокко в период протектората, хронологический метод, позволивший проанализировать исторический процесс в хронологической последовательности, метод периодизации, позволивший определить исторический период событий, и историко-генетический метод, который позволил выявить причинно-следственные связи.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Французская «деятельность» в Марокко началась еще в конце XIX в. Франция считала Марокко естественной частью своих владений в Африке. Именно поэтому французы начали дипломатически вытеснять другие европейские государства из Марокко. Франция заключила ряд взаимовыгодных соглашений с другими европейскими государствами, которые также претендовали на господство в Марокко. Таким образом, французской дипломатии удалось усилить французское влияние в данном регионе [3, с. 55].

Германия позднее всех начала осваивать марокканский рынок, что привело к возникновению претензий на данные земли с германской стороны. Германия также выражала поддержку суверенитета марокканского государства. Продемонстрировать поддержку решил сам Вильгельм II, направившийся 31 марта 1905 г. в Танжер, где выступил с речью, выразив поддержку независимости Марокко, что было провокационным вызовом французскому влиянию в султанате. Это привело к двум марокканским кризисам: Танжерскому 1905 г. и Агадирскому 1911 г. Однако из них французам удалось выйти победителями. Но Германия отказалась от претензий на Марокко лишь в обмен на береговую линию Французского Конго. В ходе кризиса 1911 г. марокканский султан, против которого было поднято восстание, подписал с французами тайное соглашение, по которому Франция оказывала военную поддержку султану. Кроме того, это соглашение ускорило процесс установления протектората [Там же, с. 52].

В 1912 г. Франция все-таки установила свой протекторат над Марокко по Фесскому договору. С этого момента правительство султана должно было подчиняться решениям французского генерального комиссара. В то же время колонизация Марокко растянулась на долгий период, так как французские войска столкнулись с сильным сопротивлением со стороны местного населения [5, с. 245]. В итоге данное сопротивление продлилось до 1924 г., когда Франции удалось установить свой контроль над большей частью Марокко. В 1925 г. войну с испанцами на севере Марокко начали берберы, которые в это же время образовали Рифскую республику. Хотя это восстание первоначально началось в испанском протекторате на севере страны, оно достигло французского протектората и продолжалось, пока коалиция Франции и Испании, наконец, не победила повстанцев в том же 1925 г. Для обеспечения собственной безопасности французский суд переехал из Феса в Рабат, который стал столицей страны с этих пор [1, с. 86].

Французы стремились извлечь из Марокко максимум экономической выгоды. Еще до начала Первой Мировой войны они начали строить в Марокко железные дороги и порты, которые стали толчком развития марокканской экономики. Также французы стимулировали создание банков, отелей, торговых компаний и частных предприятий. Однако экономика Ма-

рокко все еще оставалась отсталой. Причиной этому являлся тот факт, что промышленность развивалась однобоко. Особое внимание уделялось только тем секторам, где присутствовал иностранный капитал: горнодобывающая, легкая и пищевая [5, с. 251].

Отдельной темой стоит выделить европейских колонистов, которые начали прибывать в Марокко после установления французского протектората. Их число в 1920-е гг. составило 160 тысяч человек, подавляющая часть из которых были французы [5, с. 256]. Колонистам французские власти начали передавать земли, на которых европейцы организовывали и развивали фермерские хозяйства. Марокканские крестьяне, работавшие в этих фермерских хозяйствах, были обязаны выплачивать определенную долю от дохода продажи сельскохозяйственной продукции владельцам земли. Однако вскоре доходы от данной продукции начали падать, и крестьяне были вынуждены либо покинуть землю, либо батрачить на ней. Рост крестьянского населения в городах привел к резкому повышению уровня безработицы, а, следовательно, и бедности. Колонисты в то же время оказывали давление на французские власти, требуя усилить французский контроль над Марокко. Появление колонистов в Марокко способствовало появлению новых социальных слоев: буржуазии, наемных рабочих, интеллигенции европейского типа. В последующем появляются новые слои и среди местного населения. Марокканская буржуазия формировалась вследствие нескольких факторов: превращение марокканских ростовщиков в предпринимателей; расширение некоторыми крестьянами своих наделов и скупка продукции односельчан; развитие туристической отрасли среди богатых марокканцев; формирование рабочего класса в городах из крестьян, приехавших из деревень; появление местной интеллигенции благодаря созданию учебных заведений европейского типа [Там же, с. 260–273].

Однако, поскольку французы воспринимали марокканцев как второсортную часть населения, то и марокканская буржуазия в связи с этим сталкивалась с проблемами. Единственным исключением стали верхушки племен и местные чиновники, которым французы выплачивали ряд льгот, чтобы привлечь верха марокканского общества на свою сторону. Поэтому приход французов стал для большинства марокканцев экономической деградацией и национальной дискриминацией [2, с. 428].

Накалил ситуацию в Марокко принятый французами «Берберский указ» в мае 1930 г., по которому для берберов вводился особый суд и специальные школы. Французы желали таким образом раздражить арабо-берберские отношения, что, по их мнению, должно было облегчить управление в Марокко. Однако ситуация обернулась в обратную сторону [5, с. 284]. В декабре 1934 года небольшая группа националистов, членов организации Марокканского комитета действий, предложили план реформ,

которые призывали к возвращению косвенного управления европейцев [3, с. 78]. Национально-освободительное движение в Марокко возглавила интеллигенция, которая образовалась в результате прихода французов. Марокканским комитетом действий использовалась умеренная тактика для продвижения реформ – в том числе ходатайства, газетные публикации и личные призывы к Франции. Националистические политические партии, которые впоследствии возникли под французским протекторатом, изложили свои доводы о независимости Марокко в Атлантической хартии [5, с. 290–296].

В 1943 г. возникает новая национальная партия – «Истикляль», что с арабского переводится как независимость. Данная партия в начале 1944 г. выдвинула манифест с требованием предоставления Марокко независимости. Всяческую поддержку национальному движению начал оказывать султан Мухаммед V, который сильно симпатизировал националистам. В 1950 г. Мухаммед V потребовал от французов уйти из Марокко и предоставить его государству независимость [2, с. 431]. Данная ситуация не устраивала французское руководство, которое сняло с должности Мухаммеда и сослало его с семьей на Мадагаскар. Его заменили непопулярным Мухаммедом бен Арафой, чье правление было воспринято как нелегитимное и вызывало активное противодействие французским ставленникам среди националистов, которые видели султана религиозным лидером. В 1955 году бен Арафа бежал в Танжер, где он официально отрекся от престола [4, с. 241].

В это время у Франции возникают проблемы в других колониях, поэтому для умиротворения марокканцев французы в 1955 г. вернули Мухаммеда V на трон и создали национальное правительство. Однако все это только стимулировало национальное движение. Султан снова возобновил требования независимости. И в итоге в 1956 г. в Марокко были отменены протектораты Франции и Испании, а город Танжер переставал быть международным портом, и переходил под марокканский контроль [5, с. 301–307].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В исследовании были выявлены особенности и самобытность французского протектората Марокко, которые характеризуются развитием инфраструктуры и экономики, но в то же время и регулярной дискриминацией арабского и берберского населения. События были проанализированы в определенной хронологической последовательности в определенный исторический период, а именно 1912–1956 гг.

Несмотря на то, что французский протекторат в Марокко продлился меньше, чем в Тунисе или, чем период нахождения Алжира в составе Франции, Марокко оказалось под довольно сильным французским влиянием, которое отражается, в том числе, и на современной жизни коро-

левства, остающегося одним из главных партнеров и союзников Франции в регионе.

Библиографические ссылки

1. *Gershovich M.* French military rule in Morocco: colonialism and its consequences // Frank Cass. London. 2000. 263 p.
2. *Mitchell H.* The Development of Nationalism in French Morocco // *Phylon*. 1955. Vol. 16. № 4. P. 427–434.
3. Восток в новейший период (1914–1945 гг.) / Р. Б. Рыбаков [и др.] // История Востока. 2006. Т. 5. 704 с.
4. Восток в новейший период (1945–2000 гг.) / Р. Б. Рыбаков [и др.] // История Востока. 2006. Т. 6. 1097 с.
5. *Sergeev M. S.* История Марокко // Издательство Института востоковедения РАН. 2001. 359 с.

KALPA SUTRA AS A HISTORICAL SOURCE

N. V. Bahinsky

n.v.baginski@gmail.com;

Supervisors – O. V. Perzashkevich, Candidate of Science (History), Associate Professor;

A. A. Voskresenskaya, Candidate of Pedagogical Sciences

The Kalpa sutra is the canonical text of the Shwetambara and one of the most famous, most fundamental Jain sacred texts written in the form of hymns. Jainism itself is a religious and ethical doctrine, namely the ancient Indian dharmic religion formed in the middle of the first millennium B.C. The relevance of this work lies in the fact that Kalpasutra is traditionally considered as a work of fiction, and not as a source, which is, in the view of the author of this work, fundamentally wrong.

Key words: Kalpa Sutra; historical source; Jains; Jina; Tirthankar; Mahajanapads; early Jain community.

The creation of the Kalpa Sutra is usually attributed to the monk Bhadrabah and dated by the second half of the III century A.D. This is largely due to the traditional belief that the Kalpa-sutra was created 150 years after Mahavira's nirvana. But it is more likely that the Kalpa-sutra in its modern form appeared in the first half of the V century A.D. during the reign of Dhruvasena I. Dhruvasena I was the third son of Bhatarka and the younger brother of Dronasimha. He reigned from 519–549 A.D. Many commentators on the Kalpa-sutra mention the first public reading of the source text, organised by the Jain Council in support of Dhruvasena on the loss of his son. The council was held in Vallabhi under the patronage of Devardhigani Kshamashraman when the texts were recorded. Certain dates of the councils are not mentioned in the texts before Jinaprabamuni's Sandehavisausadi (1307 A.D.).

In later commentaries on the Kalpa Sutra it is said that the last Vallabiya Council was held 980 or 993 years after the death (Nirvana) of the last Tirthankara Mahavir, the commentators were Vinayavijaya (1559), Dharmasagara (1571), Samaysundara (early XVII century), Lakshmiyalayuha (1835).

Concerning the fact that Kalpa-sutra was created in the first half of the V century A.D. it is proved by the fact that the already mentioned Devardhigani Kshamashramana appears in the text of Kalpa-sutra, namely in the second part of the source («Sthaviravali»). It turns out that the text of Sthaviravali was not finally formed before the Third Jain Council in Vallabhi.

We should also mention the «Rules of Monastic Conduct» which are stylistically different from the «Life of Jin» and are definitely different works, so it can be argued that they were combined by different authors of the texts. According to the above, it is also possible to assume the place of creation of Kalpa-sutra up to the exact place (Vallabhi).

In favor of the version about the creation of the Kalpa Sutra in present Gujarat there are many facts first of all the prevalence of copies of Kalpa Sutra in Gujarat and secondly the origin of the tradition, the tradition of Paryushana (which came from Kalpa Sutra) started in the territory of Gujarat.

The source itself describes many unreal things, both giants and beings that lived for millions of years. As of today, the tirthankar who really existed are Mahavira and Parshva. Although there is some doubt about Parshwa, Parshwanatha is the earliest Jain tirthankara and is generally considered to be a historical figure. According to P. Dundas, Jain texts such as Section 31 of the Isibhasiyam provide indirect evidence that he lived in ancient India. Historians such as G. Jacobi have accepted him as a historical figure because his Chaturyama Dharma (Four Vows) is mentioned in Buddhist texts.

The Kalpa Sutra is one of the oldest sources describing the Jain community from ancient times. Describing the formation of the Jain community from the time of the first Tirthankara, while giving the exact numbers and composition of the Tirthankara community.

From the text of Kalpa Sutra one can trace the number and dynamics of Jain communities under Tirthankara: 1243000 in the community of 1st Tirthankara Rishabha, 563000 in the community of 22nd Tirthankara Nemi, 545000 in the community of 23rd Tirthankara Parshva (VII–VII centuries B.C.), and finally 527000 in the community of last Tirthankara Mahavira (V–IV centuries B.C.).

It is also possible to ascertain the locations of these communities from the Kalpa Sutra. The exact location of the communities is not stated, but most often the place where the tirthankar went into asceticism and attained enlightenment, or where he died (moksha) is stated. Most often it is the eastern part of modern Uttar Pradesh, southern Bihar, Jharkhand. Also of note is the part of the Sthaviravali which gives an exact list of the heads and their disciples in the Jain community.

Of particular importance are the «Rules of Monastic Conduct» which regulate the life of the community (especially the monastics) for the rainy season. These rules are textually attributed to the last tirthankara, namely Mahavira. This is significant because it was under Mahavira (VI–V centuries B.C.) that the rules of conduct in the Jain community finally took shape, and other sources besides the Kalpa-sutra, such as the Acharanga-sutra

(the oldest, linguistically speaking, agama written in Ardhimagadhi Prakrit) also attest to this.

References

1. *Bhattacharya B. C.* The Jaina Iconography. New Delhi: Motilal Banarsidass, 1939. 171 p.
2. *Dundas P.* The Jains. London, 2002. 368 p.
3. *Jacobi H.* The Sacred Books Of East [Electronic resource]. Vol. 22, Part 1. URL: <https://archive.org/details/wg922/mode/2up> (date of access: 22.04.2019).
4. *Jain H., Upadhye A. N.* Mahavira his Times and his Philosophy of Life. New Delhi: Bharatiya Jnanpith, 1974. 60 p.
5. *Jain K. C.* Lord Mahavira And His Times. Delhi: Longmans, Green and Co., 1991. 408 p.
6. *Jaini Padmanabh S.* The Jaina Path of Purification. Delhi: Motilal Banarsidass, 1998. 374 p.
7. Kalpa-sutra of Bhadrabahu [Electronic resource]. URL: https://www.hinduwebsite.com/sacredscripts/jainscripts/kalpa_sutra.asp#mahavira-(date of access: 22.04.2019).
8. *Olivelle P.* Between the Empires: Society in India 300 BCE to 400 CE. Oxford: 2006. 544 p.
9. *Shah U. P.* Jaina-rūpa-maṇḍana. New Delhi: Abhinav Publications, 1987. 348 p.
10. *Winternitz M.* A History of Indian Literature. Vol. 2. Motilal Banarsidass Publishe: 1996. 601 p.

INTERDISCIPLINARY APPROACH TO THE STUDY OF MIGRATION PROCESSES IN THE HISTORY OF BELARUS

H. I. Belianina

belianina.galia@yandex.ru;

*Supervisors – A. I. Maskevich, Candidate of Science (History), Associate Professor;
A. A. Voskresenskaya, Candidate of Pedagogical Sciences*

The article deals with the problem of defining the concepts of migration, migration process. In modern science, there is no unified understanding of these terms, which is caused by a variety of approaches to their study, depending on the discipline in which they are considered. The versatility of the problem justifies the expediency of using an interdisciplinary approach to determine the content of these concepts.

Key words: migration processes; migration; interdisciplinary approach.

Nowadays, migration processes are increasingly attracting the attention of researchers. It is currently seen a steady scientific interest in the study of migration processes among Russian and foreign scholars, including E. A. Bauer, M. S. Blinova, J. A. Zayonchkovskaya, M. Krulekht, G. U. Soldatova, L. L. Rybakovsky, J. W. Berry, D. Massey, K. Oberg, etc. Despite the fact that the problem is being actively developed by many researchers, there is no generally accepted interpretation of the concept of migration process in modern science, as well as there is no single view on the content of the concept of migration.

There are several versions of the origin of the word *migration*. According to one version, the term *migration* in its original meaning is associated with the English verb «to travel on foot, to wander», according to another, it has Latin roots (*migratio*) and means *relocation, resettlement* [6, p. 160]. The concept of migration was first used by the British and German geographer E. Ravenstein at the end of the XIX century. In his work «The Laws of Migration» the author considered it as «a permanent or temporary change of a person's place of residence» [8]. The term *migration* has been widely used in various fields of scientific knowledge, having acquired many interpretations. Back in 1978, L. L. Rybakovsky drew attention to the fact that «in demographic science, as well as in other sciences studying migration, no concept has so many different interpretations as migration» [9, p. 10].

The diversity of definitions is caused by the multidimensional nature of the concept, which is why it is the subject of study in many sciences. For example, out of 43 candidates' and doctoral dissertations (41 and 2, respectively) on migration issues successfully defended in the period from 1992 to 2021 in the Republic of Belarus and approved by the Higher

Attestation Commission, there were 21 works on historical sciences, 4 – on political, 8 – on economic, 4 – on legal, 2 – in sociological, 3 – in philological, 1 – in geographical sciences.

Each scientific discipline studies different aspects of migration processes. In historical studies on population migration, such aspects of the topic are considered more often than others, as:

1. the reasons and conditions that made people change their place of residence;

2. economic, legal and political realities of the place of permanent residence;

3. the impact of migration on families and society;

4. scales and patterns of human movement (cyclical, seasonal, unidirectional);

5. acceptance or rejection of migrants in the region of entry, the impact of migrants on the host society;

6. the relationship between the place of departure and arrival, as well as state policy and management methods in relation to migrants.

In geographical studies, migration is considered from the point of view of spatial redistribution of the population, sociologists study the impact of migration on social development and the social structure of society. In works on psychology, the motivational nature of migration becomes the subject of study, emphasis is placed on the study of group and individual motives that determine the migration behavior of the subject. Demographic science is interested in the change in the number and age and gender structure of the population, economics studies the redistribution of labor resources and economic development, jurisprudence considers the phenomenon from the point of view of compliance with the requirements of legal norms, protection of public order, ensuring national security, etc.

The different nature of research determines the semantic diversity in approaches to the definition of this phenomenon. Representatives of various fields of scientific knowledge, as well as supporters of different ideological trends, made a significant contribution to the development of the concept of migration, its causes, essence and consequences. To date, there is no generally accepted definition of migration at the international level. The International Organization for Migration (IOM) defines migration as follows: «the movement of a person or group of persons either across an international border (international migration) or within a State (internal migration), covering any type of movement of people, regardless of its extent and causes» [3]. According to the UN definition, migration is the movement of persons for a period of more than 6 months [1, p. 3].

One of the most complete classifications of the main scientific approaches to the study of population migration was presented by a Russian scientist V. A. Iontsev. Summarizing and systematizing the variety of research approaches to population migration, the researcher identified 17 main scientific approaches that combined 45 scientific directions, theories, concepts. In addition to disciplinary approaches, methodological and migration approaches (as an independent scientific direction) were also included in the classification. Later, V. Y. Ledneva identified 63 concepts and theories [7, p. 30].

The definition of the concept of migration varies significantly in different branches of scientific knowledge. Russian scientist O. D. Vorobyova writes in her works that population migration is «any territorial movement of the population associated with crossing both external and internal borders of administrative-territorial entities in order to change permanent residence or temporary stay in the territory for study or work, regardless of under the prevailing influence of which factors it occurs - attracting or pushing» [12]. S. K. Bondyreva, who studies the philosophical and psychological aspects of migration, determines that migration is a multi-motive social phenomenon of a need-based nature, possible due to human mobility and realized both in physical and virtual space [2, p. 3]. Further, in her research work, she also uses terminology taken from demography: «migration is spatial activity (movement) of an individual aimed at mastering the resources of new territories and associated with a change of residence» [2, p. 38]. As T. N. Judina notes in her works, from the point of view of the sociological approach, «population migration is a change in the social structure and status characteristics of various strata and groups of the population of a state or region under the influence of social movements of the population or part of it outside the state or administrative border for a relatively long time» [4, p. 209]. Also T. N. Judina focuses readers' attention on the fact that, on the one hand, migration processes are the result of the entry of individual communities and national economies into global relations, on the other hand, they can be considered as motivators of further social transformations, both in the countries of reception and countries of departure [5]. The economic approach defines population migration as one of the regulators of the labor market. Foreign labor migrants are counted as part of the labor resources of the host territory. Therefore, it is believed that population migration strengthens and supports competition in the labor market of the host country.

Despite the differences in the above interpretations of migration, they are all united by the following components: crossing territorial borders, the presence of a goal, causes and factors, as well as time. Therefore, we can say that population migration is a socio-economic process in which the subject of

migration moves for a specific purpose across the borders of territorial entities, regardless of duration and regularity, caused by the influence of various conditions and factors, usually religious, economic, political, social or military.

The academic discussions that have unfolded in recent years around the problems of migration have not led to a unified approach in defining the concepts of migration and migration process themselves.

There are various approaches to the definition of migration process in the scientific literature. This concept can be interpreted as:

1. a lot of events entailing a change of residence, some of these events are explicit (relocation), others are latent (formation of mobility, etc.);

2. twofold movement – as a stream of departures and as a stream of arrivals;

3. relocation, relocation of people associated with a change of place of stay and residence for a period of at least six months, etc. [11, p. 74].

According to E. A. Solovieva and D. Yu. Ivanchenko, the migration process should be understood as a series of migration events fixed in space and time – from the formal side, as well as the totality of actual migrations – from the substantive side [10, p. 56]. Having studied the concept of migration earlier, it is possible to compare it with the concept of the migration process. The migration process, unlike migration, also has a legal basis, and, therefore, can be considered as a legal concept. From this point of view, the migration process, like any other process, should be natural and consistent, and all its stages should be subject to legal regulation, which is based on certain international standards and national legislation.

The largest number of approaches to migration has an economic bias, which is connected with the consideration, since the publication of the essay «The Experience of the Population Law» by T. Malthus, of migration processes mainly as a factor affecting the economy. In the future, this trend was supported by the processes of globalization. Despite the different assessments of each of the approaches, there is a rather intensive exchange of ideas between them. Each of the approaches expands and deepens the understanding of migration, develops new approaches and methods in the study of this phenomenon. Currently, an interdisciplinary approach is becoming increasingly widespread due to the multidimensional nature of the phenomenon under study and the need for its comprehensive consideration. An interdisciplinary approach is a multiple and parallel approach to the same problem, when each discipline offers a solution in accordance with its own scientific logic, which is then integrated into global responses.

Migration processes, international migration of the population is one of the most difficult problems of world development. Various approaches to the

definition of the concepts of migration, migration processes are due to many factors in the implementation of these phenomena in socio-political life, which depend both on external influences and on the internal state of society, economy and politics of countries.

References

1. *Афонин М. В.* Миграционные процессы в современном городе : учебное пособие. Ярославль : ЯрГУ, 2013. 108 с.
2. *Бондарева С. К.* Миграция (сущность и явление) : учеб. – метод. пособие / С. К. Бондарева, Д. В. Колесов. М. : Изд-во МПСИ : Воронеж, Модек, 2004. 294 с.
3. European commission. Migration and Home Affairs [Electronic resource]. URL: https://home-affairs.ec.europa.eu/networks/european-migration-network-emn/emn-asylum-and-migration-glossary/glossary/migration_en (date of access: 23.04.2023).
4. *Юдина Т. Н.* Социология миграции. М.: Академический проект, 2006. 272 с.
5. *Юдина Т. Н.* О социологическом анализе миграционных процессов [Электронный ресурс]. URL: <https://studfile.net/preview/460704/> (дата обращения: 23.04.2023).
6. *Юдина Т. Н.* Миграция: словарь основных терминов. М. : Изд-во РГСУ, 2007. 472 с.
7. *Леденева В. Ю.* Социальная адаптация и интеграция мигрантов в современном российском обществе : дис. ... д-ра соц. наук. М., 2014. 341 с.
8. *Ravenstein E. G.* The Laws of Migration / E. G. Ravenstein [Electronic resource] // Journal of the Statistical Society of London. 1885. № 2. URL: <https://pdfslide.net/documents/ravenstein-the-laws-of-migration.html?page=1> (date of access: 23.04.2023).
9. *Рыбаковский Л. Л.* Социальные факторы и особенности миграции населения СССР / Л. Л. Рыбаковский [и др.]. М. : Наука, 1978. 328 с.
10. *Соловьева Е. А.* Понятие и сущность миграционного процесса // Университетские чтения – 2016. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. 2016. С. 53–57.
11. Вопросы совершенствования системы государственного управления в современной России : межвузовский сборник научных статей / под общ. ред. Л. В. Фотиной. М. – Берлин: Директ-Медиа, 2015. 736 с.
12. *Воробьева О. Д.* Миграционные процессы населения: вопросы теории и государственной миграционной политики // Аналитический вестник Совета Федерации ФС Российской Федерации. 2003. № 9. С. 24–29.

EXAMINATION AT MEDIEVAL UNIVERSITIES

A. V. Bubenets

his.bubenecAV@bsu.by;

Supervisors – O. B. Keller, Doctor of Science (History), Professor;

A. A. Voskresenskaya, Candidate of Pedagogical Sciences

The article reveals the stages of a scholar to become a doctor through the system of examinations. The author highlights the functions of each stage on the example of Western European universities (Italy, France, England, Germany). Based on charters and privileges, the author comes to the conclusion that most often exams performed a communicative function in a medieval corporation as a whole.

Key words: immatriculation; medieval students; scholars; licentiates; exams; Oxford; Paris; Bologna.

Modern understanding of higher education is difficult for the university system in the Middle Ages. Since the XII century, the construction of the university system has begun, in which exams played an important role.

The system of standard entrance examinations has been largely modified. For example, for those who arrived at the Université de Paris, it was only necessary to visit the subscriptions and pay fees [3]. In certain universities, the student has to be commented in the field of Latin [9]. At the Oxford Institute, a set of standards for the study of books is read, however, as a general rule, this rule did not receive a quality standard in schools. In the XIV century, schools began to be formed in colleges for future students, one of whom was Stamford [7].

An important stage in the life of each student was immatriculation, that is, entering into the lists of enrolled students (*matricula*) [9]. Here, the decisive role was played not so much by the demonstration of knowledge by the school but by the *iuramentum* oaths (literal translation «oath in front of the crowd») [6]. Through this demonstration, the student was assigned not only to the master and the nation, but also to the corporation.

The reviews were not of a typical nature and they often took the form of litigation or discovery of the material studied. On the expected occasion, there is a note in the scrolls of Hugh Walter that John of Duston, a priest and a representative of the monastery community of St. Andrew in Northampton, was sent to study in Northampton by the archdeacon. Based on the fact that the clerk had to «... return to the archdeacon for a cruise, how he succeeded there» [8, p. 171], you can cover the graduation exam. There are no special cases of waiting in the documents. The text indicated the «end of the year» when the

clerk was due to return. Thus, either a time frame was set, or a period of examinations was required.

In the Middle Ages, universities did not have a single educational program, so the division of the year into semesters was formal. However, in subsequent allocations there were gradations, so at the University of Paris «... no one should henceforth be admitted to a master's degree if he did not listen to medical books, as well as books on ethics, especially part of Aristotle's "Ethics", and "Meteorology", but to talk about the first three books» [2].

Only then, in English universities, the third branch of philosophy, metaphysics, was considered suitable only for the most advanced students of the free arts. The main text was Aristotle's *Metaphysics*, supplemented by comments of Thomas Aquinas and Scott [5, p. 162].

Examinations were developed to determine these levels, each of which strengthened the position of the student in the corporation. «At the exam at St. Genevieve must attend four masters from the four «nations» along with the Chancellor or Vice-Chancellor. They must swear in the presence of the entire faculty that they will honestly fulfill their duties, admitting the worthy and rejecting the unworthy». The document implies the representation of masters from each of the nations, as well as the credit / non-credit system [2].

Most of the exams were held orally and were accompanied by oaths. Universities used to be much smaller than they are now, and the students and teachers had close relationships [4]. This meant that the opinions of each teacher about their student was more important than any transcript or grade sheet. The personal connection between teachers and students allowed for an individualized approach to learning, where each student got tailored feedback from their instructors on how best to improve themselves in a certain subject matter.

The process of obtaining degrees usually took place in two stages: an examination (*privatum*) and a public examination (*conventus, conventus publicus*), which was more of an inauguration ceremony [1]. However, the *doctoratus* examination played a special role, when the candidate became already a licentiate. He had not yet received his doctorate and the right to teach. Like the immatriculation, the public examination was distinguished by its pomp and took place in the cathedral. There, the candidate read the theses for the defense, and then responded to the comments of the students, thereby becoming the head of the university debate. Thus, the doctor became a full part of the corporation. The archdeacon solemnly presented him with the license *ubique docendi* and the corresponding insignia.

In conclusion, each stage of the examination engaged the student more and more into the life of the corporation. There was not only the control of the acquired knowledge, but also the tight interaction of nations, maintaining the in-

tegrity of the university into a system of close relations. The acquisition of degrees emphasized the role of the church and the clergy of university education.

References

1. *Ле Гофф Ж.* Интеллектуалы в Средние века // Перевод с французского А. М. Руткевича. – 2-е изд. СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2003. 160 с.
2. Порядок диспутов в Сорбонне. Статут Парижского университета о методах чтения лекций. Постановление факультета искусств. Из статутов всех факультетов Парижского университета // *Alma mater. Вестник высшей школы.* 1998. № 9.
3. *Смирнова Е. Д.* Повседневность Средневековья = *Medium Aevum Quotidianum* / Минск: Изд. Центр БГУ, 2010. 152 с.
4. *Смирнова Е. Д.* Сярэдневяковая школа і ўніверсітэт: інтэлектуальнае і паўсядзённае жыццё школяроў і магістраў // *Беларускі гістарычны часопіс.* 2010. № 2. С. 3–4.
5. *Cobban A. B.* English university life in the Middle Ages // UCL Press Limited, 1999. 264 p.
6. *Leach A. F.* Educational Chapters and Documents 598 to 190. Cambridge University Press, 1911. 573 p.
7. *Parker J. H.* Statutes of the colleges of Oxford: with royal patents of foundation, injunctions of visitors, and catalogues of documents relating to The University Oxford. Vol. 1. University of Oxford, 1865. 558 p.
8. *Rotuli Hugonis de Welles.* Vol. 2. L.: for the Canterbury and York Series, 1907. 347 p.
9. *Schwinges R. C.* Studenten und Gelehrte. Studien zur Sozial- und Kulturgeschichte deutscher Universitäten im Mittelalter. Leiden/Boston: Brill, 2008. XII, 663 s.

EVOLUTION OF CONFESSIONAL LEGISLATION IN THE USSR (1953–1964)

D. A. Golubev

his.golubevDA@bsu.by;

Supervisors – E. F. Poddubskaya, Candidate of Science (History), Associate Professor;

N. V. Vaschinskaya, Senior Lecturer

The article examines in detail the changes in confessional legislation in the USSR in 1953-1964. The example of the BSSR shows the complicated conditions for existence of religious organizations, the opposition of the state to attempts to spread religious ideas. Conclusions are drawn to show the compliance of legislation within the anti-religious campaign in the USSR, state interference in the personal sphere of soviet citizens.

Key words: confessional legislation; anti-religious policy; state-confessional relations; religion in the USSR.

The onset of a new period in the history of the USSR after the death of I. V. Stalin led to changes in many spheres in the life of society and state. The state decided to reconsider its relations with religions. In particular, the changes affected legislation in the field of religions.

The first change is related to the restructuring of the mechanism for opening religious buildings. The Resolution No. 259 of the USSR Council of Ministers dated February 17, 1955 transferred the right to open religious buildings to the Councils of Ministers of the Soviet Republics [3, p. 248–249].

On April 1, 1961, the new Criminal Code of the BSSR began to operate. It touched religions in two articles: article 139 and article 140. The first of them – «Violation of the laws on separation of church from state and school from church» – convicted the violators for correctional labour up to one year and a fine of up to 50 rubbles if the laws were violated in any way [2, p. 159]. In this regard, the remark of E. S. Yarmusik, Doctor of Science (History), Professor of Grodno State University, is true, he drew attention to the uncertainty of what should be understood as violation [3, p. 252]. To fix this problem on April 1, 1966 The Presidium of the Supreme Soviet of the BSSR adopted the resolution «Application of Article 139 of the Criminal Code of the Byelorussian SSR». The violation of laws was understood as forced fees, the production of documents calling for non-compliance upon the legislation on cults, «the commission of deceptive actions to incite religious superstitions among the masses of the population», violation of public order by organizing mass events, organization of systematic religious education for minors and, probably most important – «restriction of the rights of citizens depending on their attitude towards religion» [1, p. 115–116]. The second article –

«Obstruction of religious rites performance» – sentenced to correctional labour for up to six months or public censure if «obstruction of the performance of religious rites was committed, insofar as they do not violate public order and are not accompanied by an encroachment on the rights of citizens» [2, p. 159].

Following the adoption of the new Criminal Code – as in the BSSR, a new criminal code was adopted in the RSFSR in 1960 – the Council of Ministers of the USSR adopted Resolution No. 263 «On strengthening control over the implementation of legislation on cults». It accused local authorities of weakening control over «legislation on cults», and obliged local authorities to «ensure strict control over the implementation of legislation on cults and take timely necessary measures to eliminate violations of this legislation by clergy and religious associations». In addition, the resolution confirmed the right to close religious buildings by local authorities with the approval of the Councils for the Affairs of the Russian Orthodox Church and the Religious Cults [1, p. 98–99].

In 1962, a new version of the Resolution «On Religious Associations» of 1929 was adopted. In addition to the articles that brought the resolution in line with the modern structure of the state apparatus, the new version contained three important changes. Firstly, in Article 17 removed the ban on the storage of books not intended for religious rites in places of worship. Secondly, art. 43 provided the removal from registration a religious association in case of violation of legislation on cults (previously, this article provided the termination of the contract on the rent of premises in case of non-fulfilment of the duties on caring for the premises by the religious association). Thirdly, Article 59 required religious associations to obtain permission to conduct religious rites and ceremonies in the homes and apartments of members of a religious association (previously, such permission was required only for rites and ceremonies «in the open air») [1, p. 102–103].

Thus, in the legislation of the USSR two periods can be distinguished in the sphere of religion policy. The first period took place from 1953 to the resolution No. 259 in February 1955. During this period, religions preserved the opportunities to be organized similar to the previous period. At first, the organizations were accountable to the centre in Moscow, and since 1955, control over them passed into the hands of the Union republics. The last period from 1955–1964 is marked by stricter requirements for religious organizations. Despite the criminal liability restricting the rights of citizens in their religious views, the mechanism for conducting rituals and ceremonies became more complicated for religious organizations while the mechanism removing religious associations from registration was simplified for the state authorities.

The development of legislation during the anti-religious campaign of 1958–1964 has a particular significant and distinguishing feature reflected in the edited article 59 of the resolution «On Religious Associations», which invaded a person's personal space, depriving him of the right to conduct religious rites in his own home.

References

1. *Старостенко В. В.* История религии и свободы совести в Беларуси в документах и материалах. Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2017. Ч. 4. : в 2 кн. Кн. 2 : С 1941 г. до 1991 г. 236 с.
2. Уголовный кодекс БССР [Электронный ресурс]. – Минск : Государственное издательство БССР. Редакция научно-технической литературы, 1961 г. – 212 с. URL: <https://vcpri.nlb.by/static/pdf/kodexu-BSSR/ba68895.pdf>. (дата обращения: 30.03.2023).
3. *Ярмусик Э. С.* Католический костел в Беларуси в 1945–1990 годах . Гродно : ГрГУ, 2006. 567 с.

THE HISTORICAL ORIGIN OF TRADITIONAL CHINESE DRAMA (MING DYNASTY)

Lu Weiran

luweiran1221@qq.com;

*Научный руководитель – О. В. Перзашкевич, кандидат исторических наук,
доцент*

Traditional Chinese drama traces its origin back a few millennia to ancient China, but the one, usually called Chinese opera, started to develop in the 12th century. The Ming dynasty play writers were mostly educated and hold relatively high social status, and chuanqi works were created mainly by scholars. Kunqu was regarded as an elegant part of the culture; it was promoted by scholars, and therefore became highly influential. In the Ming dynasty, southern yiyang tunes fused with Kunqu and spread widely. Yiyang tunes lacked formal rules, was more uninhibited and exciting, therefore more appealing to the local classes and easily fused with local musical styles and produced many high-pitched tunes in numerous local operas. Another important development was the emergence of Shaanxi Opera in the Northwest. During the Ming period, Chinese theatre may be divided into three categories by audience: imperial court, social elite, and the general public. Professional public troupes did not thrive until Ming elite class started to collapse.

Key words: Chinese drama; the Ming dynasty; opera; Kunqu; Yiyang.

Chinese drama has a long and complex history. Traditional Chinese drama regularly is musical in nature. These Chinese activities can trace its origin back a few millennia to ancient China, but the one, usually called Chinese opera, started to develop in the 12th century. [2, p. 10]

The origins of Chinese theatre can be traced back 2,500 years. At the beginning of Chinese civilization, shamans in tribal and ethnic groups held considerable power. Sacrificial ritual music and dance performances were considered ways in which shamans could communicate with the gods, and acted as a channel between the gods and man, thus unifying the human and spiritual worlds. Early Chinese theatre developed from, and was closely related to, these sacrificial ceremonies.

Whilst basic theatrical forms had been present from the beginning of Chinese civilization, a more developed theatre did not emerge until the tenth century, thousands of years later than the theatres of ancient Greece and ancient India. In ancient China, theatrical performances consisted of symbolic story-telling by actors dressed as animals who danced and sang to set rhythms, accompanied by music.

Poems, especially those based on the folk songs of The Book of Songs (China's earliest collection of poetry, which appeared between 770–476 BC), were performed by singing and dancing, fusing the emotional effects of litera-

ture with those of music and movement. Sacrificial rituals in the southern state of Chu during the Warring States Period (475–256 BC) also provided opportunities for performance.

The famous poet of the Chu Period, Qu Yuan (340–278 BC), produced several volumes of poetry including *Nine Songs* and *Nine Chapters*, which were adapted for performance at sacrificial ceremonies. «National Martyr» from *Nine Songs*, which describes the memorial ceremony for the national martyrs, was one such adaptation. A large number of Chu poems circulated in southern China and set a basic pattern for large-scale sacrificial ceremonies, where poetry was sung and accompanied by dancing. Although these ceremonies could not be described as “theatre” in a classic sense, they contained all the elements required for theatrical performance. In addition, the comic performances of jesters and entertainers at the courts of the vassal states might also be considered as early forms of theatre.

The Development of Music and Dance Rapid social development during the Han Dynasty (202 BC–AD 220) signaled a new phase for theatre, both at court and in civil society. The ancient Chinese usually prayed for a good harvest in springtime and gave thanks in the autumn, which is why ritual singing and dancing at these times was vital, both at court and among common people. The court held large performances for the general public, which, to a certain extent, stimulated town and country entertainments and allowed for the decentralization of theatrical performances. Whilst the royal sacrificial ceremony was highly standardized, in towns and rural areas entertainments gradually evolved through folk artists who made a living from their performances. Assisted by increasing trade between China and the west, singing, dancing and acrobatics from the western regions of China spread to Chang’an (present-day Xi’an) and the political center of the Han also became a global center for multi-cultural entertainment.

Following the Han Dynasty, music and dance developed significantly. The folk song and dance performance *ta-yao-niang* first appeared during the Northern Qi Dynasty (550–577) and developed during the Tang Dynasty (618–907). *Ta-yao-niang* is a family saga. It tells the tale of a woman, bullied at home by her drunken husband, who repeatedly tells passers-by about her miserable life, as her husband beats her in public. The female lead would perform through song, dance and speech, whilst together with a jester the actress would perform a song-and-dance duet (*er ren zhuan*). The popularity of song and dance forms like *Ta-yao-niang*, *Su-mu-zhe*, *Lan-ling-wang* and *Bo-tou* peaked during the Sui (581–618) and Tang dynasties. In Dunhuang it is possible to see many murals from that time which depict the busy and flourishing theatrical life of the era.

Canjun Opera was the most advanced form of early comic theatre in China. It had at its core two roles, the person being mocked, «canjun», and the person doing the mocking, “canghu.” However by the end of the Tang Dynasty, Canjun Opera had evolved to include more performers and more complex plots and dramatic twists. Canjun Opera combined comedy with tragedy, and had a direct impact on the creation of zaju during the Song (960–1279) and Jin (1115–1234) dynasties. Canjun Opera was mostly improvised, allowing for constant innovation in the creation of comic routines. Occasional, impromptu performances gradually became regular shows that were staged during the Tang, Song and Jin dynasties. [2, p. 6-10]

The nanxi of the Song and Yuan dynasties was considered a low art form due to its unsophisticated literary style, and its plays were often written by anonymous authors. The first nanxi work with a known author is Tale of the Pipa by Gao Ming, written in the late Yuan period. Tale of the Pipa elevated the status of nanxi, and was highly regarded by the first Ming Emperor Hongwu. It became a model for Ming dynasty drama. [1, p. 41]. Nanxi and other regional forms, such as Haiyan, Yuyao, and Yiyang tunes developed in Zhejiang, gradually replaced the northern zaju, and by the middle of the Ming dynasty, nanxi had developed into a more complex dramatic form known as chuanqi, which further developed into Kunqu Opera. [6]

The Ming dynasty play writers were mostly educated and held relatively high social status, [11] and chuanqi works were created mainly by scholars. Wei Liangfu created Kunshan tunes modified from tunes of Haiyan from near Hangzhou and Yiyang of Jiangxi, and he combined the nanxi rhythms which often used flute, and the northern zaju where plucked string instruments are preferred. The first Kunqu opera, Washing Silken Gauze (浣紗記, Huan Sha Ji) was created by Liang Chenyu who used Kunshan tunes. Kunqu was regarded as an elegant part of the culture; it was promoted by scholars, and therefore became highly influential. [2, p. 48–66]

In the Ming dynasty, southern yiyang tunes fused with Kunqu and spread widely. Yiyang tunes lacked formal rules, was more uninhibited and exciting, therefore more appealing to the local classes and easily fused with local musical styles and produced many high-pitched tunes in numerous local operas. Another important development was the emergence of Shaanxi Opera in the Northwest with a two-phrase structure and clapper-based instrumentation, introducing a new form of musical style called banqiang (板腔). Its spread was facilitated by a Shaanxi rebel Li Zicheng who ended the Ming dynasty, later influencing the development of Peking Opera during the Qing dynasty. [2, p. 68-73]

During the Ming period (1368-1644), Chinese theatre may be divided into three categories by audience: imperial court, social elite, and the general public. [7, p. 290.]

The Ming imperial court enjoyed opera, and Ming emperors generally kept their music entertainments within the palace. [3, p. 290] Ming theatre, however, had less freedom than the previous dynasty, Yuan. In the Yuan and early Song period, some plays may include a role of the emperor, however, Ming Emperor Taizu prohibited actors from impersonating any imperial members, high officials, or well-respected figures, although such restrictions were not always observed by opera troupes who performed for commoners in public theatre. [9] .

Private theatre troupes featured prominently during Ming China, and government officials, rich merchants, and eunuchs may manage private theatre troupes to entertainment guests in stages built in their private residences, or a sign of status. [8, p. 28–29, 129–132] A female courtesan in late Ming named Ma Xianglan was the only woman known to have owned a private theatre troupe. [10]

Developing a private theatre troupe represented a huge investment; the owners first pick potential actors from poor families or slave households and from performing schools, with more emphasis on their looks, and the owners would invest in further training for these people. The troupe leaders may hire retired actors to teach the actors, and some were trained actors themselves. The actors underwent strict training in singing, dancing, and role-playing techniques, which may take as long as eight years. While the performers were highly skilled, they were also regarded to be of low status in Ming society, as it was common practice for them to provide sexual services, both heterosexual and homosexual. Some actresses become their owners' wives or concubines. The common career span for actors were ten years. When actors passed their teenage years, they had the freedom to retire. [8, p. 36–67].

Professional public troupes did not thrive until Ming elite class started to collapse. [5] Due to the Ming's Confucian influence of gender separation, public theatres were dominated by males. [4, p. 57] Confucian influences extended to the plays; Ming plays often conveyed Confucian teachings, especially in private theatre troupes. For instance, as women desired more equality towards late Ming, Wang Tingne wrote a play called Shi Hou Ji (狮吼记) that emphasized male authority over women. [11]

The standard types of Ming actors includes Cai, Hui, and Zhi. Cai is extraordinary talent, and Hui is the wisdom that enables them to utilize their skills with flexibility. The most important one is Zhi, the ability to combine practical and abstract beauty on stage. [5] As for techniques, the actors needed to excel in singing, dancing, and role-playing. These actors developed out-

standing singing and dancing techniques to serve the ultimate goal of creating a character. [8, p. 99]

Western forms like the spoken drama, western-style opera, and ballet did not arrive in China until the 20th century.

Reference

1. *Faye Chunfang Fei*. Chinese Theories of Theater and Performance from Confucius to the Present. University of Michigan Press, 1999. 213 p.
2. *Jin Fu*. Chinese Theatre. Cambridge University Press, 2012. 144 p.
3. *Lam J. S. C.* SIX Imperial Agency in Ming Music Culture // Culture, Courtiers, and Competition. The Ming Court (1368 – 1644) / ed. by D.M. Robinson. Harvard University Asia Center, 2008. P. 269-320.
4. *Leung Li, Siu*. Cross Dressing in Chinese Opera. Hong Kong University Press, 2003. 316 p.
5. *Liu Xuan*刘軒,《牡丹亭写真》昆剧舞台演出史考略 (On A History of the Performance of Kunqu Opera Portrait in The Peony Pavilion), 中华戏曲 (Chinese Traditional Opera). 2017, (02). P. 197-213.
6. *Mei Sun*. The Division between "Nanxi" and "Chuanqi" // American Journal of Chinese Studies. October 1998. Vol. 5, No. 2. P. 248–256.
7. *Shen G.* Acting in the Private Theatre of the Ming Dynasty // Asian Theatre Journal. – Vol. 15, No. 1. Spring, 1998. P. 64-86.
8. *Shen G. G.* Elite Theatre in Ming China, 1368–1644. Routledge, 2005. 204 p.
9. *Tan Tian Yuan*. The Sovereign and the Theater: Reconsidering the Impact of Ming Taizu's Prohibitions. Chapter 9 // Long Live the Emperor: Uses of the Ming Founder across Six Centuries of East Asian History / ed. Sarah Schneewind. Ming Studies Research Series, Number 4. Minneapolis: Society for Ming Studies, 2008. P. 149–169.
10. *Zhao Mi*. Ma Xianglan and Wang Zhideng Onstage and Offstage: Rethinking the Romance of a Courtesan Theatre in Ming-Qing China // Asian Theatre Journal, vol. 34. no. 1. 2017. P. 122–51.
11. **王园园** “明代戏曲中女性德行意识” (Female Virtue Consciousness in the Opera of Ming Dynasty), 闽西职业技术学院学报 (Journal of Minxi Vocational and Technical College) 2018, 20(04), 80-84 (April 2018).

PRUSIAN COUP IN 1932

Y. O. Matskevich

yaroslavm01.2.5@gmail.com;

Supervisors – I. I. Szumski, Candidate of Science (History), Associate Professor;

O. B. Tesevich, Senior Lecturer

The article is devoted to the coup in Prussia in 1932, one of the most important events in the history of the Weimar Republic and German federalism as a whole. It is underlined that the elements of the process of winding down federalism and establishing a centralized state were identified in Weimar Germany even before Hitler came to power. The topic is relevant for the study of German democracy in the interwar period. The background and ideas behind the politicians' actions are analyzed.

Key words: Prussian Coup; Weimar Republic; Free State of Prussia; German federalism; Constitutional Court in Leipzig.

The debate on the reorganization of the federal states had been held since 1919, as part of the discussion of a new imperial constitution, the so-called *Reichsreform*. The relationship between the federal center and Prussia was a subject of discussion among the German elite. It was assumed that Prussia with its own parliament, government, power apparatus, contrary to the interests of the whole nation, as a state, strove for both hegemony and dangerous autonomy within the existing national structure. Therefore, ideas were put forward that the Prussian government and parliament should be replaced by the President of the Reich, the Reich government and the Reichstag. A major victory for the reformers was the unification of the small central German states into the newly-formed state of Thuringia. However, this success came to an end when other proposals were rejected by local authorities [4, p. 316], [3, p. 63, 66].

But the main threat to the stability of the Weimar state was a destructive force. Neo-conservative concepts, one of which was the «New State», united the opponents of liberal democratic parliamentarism. The reactionaries argued that the republican system was to blame for Germany's troubles. They wanted to replace it with a hierarchical state, essentially a dictatorship based on the principles of nationalism, Christianity and corporatism. Their aim was to create a precursor to monarchy, an authoritarian presidential regime with a chancellor dependent on the president's trust, similar to the German Empire. Franz von Papen, together with General Kurt von Schleicher, decided to seize the moment of the economic crisis, but their plans were thwarted by the Free State of Prussia. Having its own government, apparatus of power, dominating every single state, Prussia at the same stood strictly on the principles of

federalism and democracy. Therefore, the main blow fell on Prussia [11, p. 108]. That is why the main blow came to Prussia.

Altona Bloody Sunday of July 17, 1932, allowed the von Papen government to return to the idea of striking at Prussia again. The Prussian ministers Hirtzifer, Severing and Klepper were invited to a talk at Reich Chancellery, which was scheduled for 10 am on July 20 [9, p. 13]. Papen informed the ministers of Hindenburg's decree which enabled him to become Reichskommissar and gave him the power to remove the government. He explained this move by saying that «public safety and order in Prussia can no longer be guaranteed» [5, p. 64]. A state of emergency was declared with immediate effect and the Reichswehr was given the authority to enforce the decree. Prussian Representatives objected to the coup, but took no concrete action.

On July 20, the decree on the Reichsexecution was promulgated. Paul von Hindenburg, at Franz von Papen's request, replaced the legal government of the Free State of Prussia with von Papen as Reichskommissar by his first decree. The second decree on the same day transferred executive power in Prussia to Kurt von Schleicher, Minister of the Armed Forces, and restricted the fundamental rights of citizens. The Reichswehr was involved in the arrest of the top Prussian power apparatus [10, p. 433].

The Prussian government refused to respond to violence with violence. The deployment of the Prussian police and the paramilitary organization of the Social Democrats, Reichsbanner Schwarz-Rot-Gold was not carried out. Calls from the left to go on strike, as during the Kappa Putsch, were also ignored because of the high unemployment rate during the Great Depression. The Prussian government responded moderately in court, which in fact meant that the coup was successful [2, p. 122].

The coup of July 20, 1932 was not only a blow to the republic, but also to federalism. It was for this reason that all the southern German federal states, especially Bavaria, immediately sided with Prussia. Already on July 20, the Bavarian government appealed to the Constitutional Court. Baden did the same the next day. On July 21, Württemberg and Hesse on July 22 protested to the Reich President over the legality of the July 20 decree.

On July 21, 1932, the Prussian government brought a constitutional complaint to the State Court of Justice for the German Reich (Der Staatsgerichtshof für das Deutsche Reich). The Prussian government's legal reasoning was persuasive. Under no circumstances did The Reich have the right to deprive the federal state of constitutional government, nor the right to representation in the Reichsrat [6, p. 47]. Since the presidential decree did just that, the cabinet's actions constituted a violation of the constitution – nothing less than a coup d'état.

On July 25, the Constitutional Court in Leipzig issued its preliminary ruling: the court rejected the deposed Prussian government's request to strip the Reichskommissar of his duties. As justification for the court's decision, its president stated that the order desired by Prussia would cause «the division of state power», «chaos in the life of the state». The German nationalists were pleased with the verdict of the court: they noted the dismissal of the Prussian appeal as a great moral success of the imperial government [8, p. 504].

In its ruling of October 25, the Supreme Court described the measures taken by Reichskommissar von Papen to maintain order and security under the state of emergency as partly legal, but ruled that Prussian government of Brown should retain its status under state law [11, p. 451] in its relation to the state parliament (Landtag), the Reichstag, the Reichsrat and the Reich government. His dismissal was considered unjustified. However, as the Prussian ministers refused to cooperate with the Reichskommissar, Papen's provisional government replaced the highest administrative and police officials in Prussia [7, p. 209], [3, p. 64].

State power in the largest state of the Weimar Republic, led by a coalition led by Social Democrat Otto Braun, passed to the imperial government of Franz von Papen. All possibilities for civil society and the state to protest or resist were declared illegal by Reich President Paul von Hindenburg. The result of the coup was the weakening of the federalism of the Weimar Republic and the elimination of one of the possible forces of resistance in Germany to the policy of centralization. Germany, guided by the authoritarian actions of the Reich Chancellor, the connivance of society and ultimately the constitutional court, approached Germany with the ease with which Adolf Hitler subsequently defrauded the entire republican system of Weimar Germany and established a totalitarian regime after he came to power in January 1933.

References

1. *Зорилэ Д. В.* Конституционно-правовые взгляды Гуго Пройса как разработчика конституции Германской Империи (Веймарской) 1919 г. [Электронный ресурс] // *Право и государство: теория и практика.* 2016. №7 (139). URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/konstitutsionno-pravovye-vzglyady-gugo-proysa-kak-razrabotchika-konstitutsii-germanskoj-imperii-veymarskoj-1919-g/viewer> (дата обращения: 1.05.2023).
2. *Гинцберг Л. И.* Ранняя история нацизма. Борьба за власть [Электронный ресурс]. Москва: Вече, 2011. URL: <https://coollib.com/b/149883-lev-izrailevich-gintsberg-rannaya-istoriya-natsizma-borba-za-vlast/readp> (дата обращения: 1.05.2023).
3. *Максимов И. П.* Истоки и исторические предпосылки немецкого федерализма [Электронный ресурс] // *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки.* 2020. № 2. С. 61–67. URL:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/istoki-i-istoricheskie-predposylki-nemetskogo-federalizma/viewer> (дата обращения: 1.05.2023).
4. *Попов И. Д.* Региональная политика Германии периода Веймарской республики (1918-1933) в советской и постсоветской историографии [Электронный ресурс] // Научный диалог. 2019. №8. С. 308–344. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnaya-politika-germanii-perioda-veymarskoj-respubliki-1918-1933-v-sovetskoj-i-postsovetskoj-istoriografii/viewer> (дата обращения: 1.05.2023).
 5. *Папен Ф.* Вице-канцлер Третьего рейха. Воспоминания политического деятеля гитлеровской Германии. 1933-1947 [Электронный ресурс]. М. : Центрполиграф, 2005. URL: http://loveread.ec/view_global.php?id=70401 (дата обращения: 1.05.2023).
 6. *Ширер У.* Взлет и падение Третьего Рейха [Электронный ресурс]. М. : АСТ, 2016. URL: http://loveread.ec/view_global.php?id=55423 (дата обращения: 1.05.2023).
 7. *Górnisiewicz A.* Dispute over the Guardian of the Constitution: Hans Kelsen, Carl Schmitt and the Weimar Case [Electronic resource] // Politeja. № 3 (72). 2021. URL: https://www.jstor.org/stable/27107244?read-now=1&seq=17#page_scan_tab_contents (date of access: 1.05.2023).
 8. *Winkler H. A.* Weimar 1918 – 1933: Die Geschichte der Ersten Deutschen Demokratie [Электронный ресурс]. München: Verlag C. H. Beck, 1993. URL: <https://books.google.by/books?id=C5qqLpiJNLoC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false> (дата обращения: 1.05.2023).
 9. *Keßler M.* Der Preußenschlag am 20. Juli 1932 [Электронный ресурс]. Berlin, 1999. URL: https://www.audimax.de/fileadmin/hausarbeiten/geschichte/Hausarbeit_Geschichte_Der_Preussenschlag_am_20._Juli_1932_ahx0324.pdf (дата обращения: 1.05.2023).
 10. *Morsey R.* Zur Geschichte des «Preußenschlags» am 20. Juli 1932 [Электронный ресурс]. München: Institut für Zeitgeschichte, 1961. URL: https://www.ifz-muenchen.de/heftarchiv/1961_4_5_morsey.pdf (дата обращения: 1.05.2023).
 11. *Schulze H.* Weimar. Deutschland 1917–1933 [Электронный ресурс]. Berlin, 1982. URL: <https://prussia.online/books/weimar-deutschland-1917–1933> (дата обращения: 1.05.2023).

DIGITAL HISTORY – THE NEAR FUTURE OF HISTORICAL SCIENCE

O. S. Mozoleva

mozoleva00.17@gmail.com;

*Supervisors – A. V. Konoiko, Candidate of Science (History), Associate Professor;
A. A. Voskresenskaya, Candidate of Pedagogical Sciences*

In the presented article, the author discusses the development of a new specialty – digital historian, based on the emerging new humanities – digital and public history. It is argued that in the near future this profession will replace historians, turning them either into mediocre primary data collectors or interpreters. In its projects, digital history uses digital media to form crowdsourcing – an expert social network of users that scales the results of scientific research, allows you to visualize data, link them to geographical coordinates and, eventually, gain new knowledge.

Key words: historical science; digital history and public history; digital historian.

At present, the formation and use of historical knowledge has long stepped over the sphere of purely scientific research and has become an integral part of ideological and political views that influence people's behavior. This is especially true for the relaying of historical knowledge in the field of mass communications using Internet technologies, as well as in education, upbringing, and scientific research. All this brought technical aspects related to the use of programs and software tools into historical science. This includes information and document processing systems, procedures, rules and related documentation along with technical (hardware), mathematical, informational, linguistic, organizational, methodological and legal support.

Thanks to this, a fundamentally new information environment has been created for the development of historical science. A qualitatively new level of programming opened up wide opportunities for access to historical sources and the emergence of new ways to extract historical information from them. There has been a change in both the tasks, topics, possibilities of historical research, as well as the methodology and research technique itself, which, of course, has given rise to new ways of recording, transmitting, preserving and visualizing information.

All these changes have led to the emergence of a new profession – the digital historian. This profession was born from the specialization of historical computer science, that is part of historical science and includes the evaluation of source electronic resources, as well as analytical computerized tools and the testing of computer technologies, especially in historical research and education. Now for the digital historian, it is relevant to determine the optimal set of

programs and software tools that necessary to perform the tasks of historical research, present historical information and obtain new knowledge by creating a new research tool.

As an example of such a tool, we can point to the Pleiades digital geographic information system project with interactive maps and chronicles of events. This system is built and maintained on the basis of crowdsourcing – an expert social network, including the collaboration of various specialists, the latest technologies, corpus linguistics, 3D modeling and big data mining.

So, the essence of the Pleiades project is drawing on geographical maps of all known objects of the ancient world. Pleiades is currently an online community-created, ever-evolving gazetteer of localized ancient sites with reliable historical information. It provides a unique service for finding, displaying and reusing this information for both a wide range of users and search engines. It also provides a wide range of computational research and visualization tools that support teaching and research in ancient history.

Digital history has opened up a whole new field of scientific activity with a new environment and a large amount of resources. Digital historians have begun to use the new tools that have become available thanks to smart computing systems and network information. Geographic Information Systems (GIS) have become very popular due to widespread interest in more spatial approaches to the past. This has necessitated the application of a range of IT: Flash animation, XML encoding, digital video, blogs and wikis. A new way of communication compared to traditional methods of communication is digital. Advanced university departments are increasingly recruiting programmers to translate history into this fast-paced, widely accessible digital history environment. However, it was soon discovered that clearly defined rules of digital science, well-established best practices and standards are indispensable [1, p. 23].

At present, digital history can be broadly defined as an approach to the study and presentation of the historical past, which works with new communication technologies of the computer, the Internet and programs. On the one hand, digital history is an open field of scientific production and communication, including the development of new educational materials and the collection of scientific data. At another level, digital history is a methodological approach based on the hypertextual ability of these technologies to create, define, query, and annotate links in monuments of the past. Thus, doing digital history is, of course, not only digitizing the past, but also something much more. This is the creation of knowledge structures with the help of artificial intelligence technologies so that people can experience, read and follow the argument on a particular historical topic [2].

Currently, the digital history is going through a new stage. These are instant messages of feedback forms, electronic catalogs, document files, PDF files, digital video, podcasts and databases. Their scale and complexity require historians to use tools and methods that are already part of historical practice to create their own digital sources and use a variety of research and teaching tools such as Zotero, del.icio.us, Google Earth, Google Books, Google Places API, Wikipedia, SIMILE, Scribe and TokenX [3]. The number of digital tools for historians will only grow. In addition to presenting research in new and exciting interactive ways, these tools will make research and analysis easier. Moreover. They already make it possible to detect previously hidden information, extract and process it. At the same time, more and more people – both historians and non-historians – will participate in the creation of digital history resources in the global Internet environment. All of them one way or another will be integrated by digital historians – leaders and organizers of such projects. But in order for digital history data to be considered a scientific product, it is necessary to more fully solve the accompanying problems of information quality (peer review), data preservation and open access [4].

The characteristics of modern digital history writing should be computational-algorithmic, large-scale, and visual in integrative terms. In addition, all these projects acquire another very important property: they become paid [5]. This creates a never-before-seen basis for the development of the digital historian profession, which is becoming very attractive. Moreover, most of the work in Digital History is provided by crowdsourcing – a wide range of expert Internet users participating on a voluntary basis. This ever-increasing participation has created, in fact, another new application area – this is Public History.

Public history is understood as a hybrid form of knowledge – between scientific and popular knowledge. Thanks to the development of network communications and the ability to create large-scale digital resources “from below”, through crowdsourcing, public history has gained great popularity, increasing the interest of the general public in history and helping to spread information. The orientation of public history towards blurring the boundaries between traditional professional and amateur historians «calls into question the professional status of these historians» and leads to a serious transformation of this profession [5, p. 57]. It can also be safely predicted that the rapid development of Public History will quickly blur the lines between digital historians and programmers as software becomes simpler. Already now, digital historians are promoting historical science at the highest level of IT. They examine primary historical documents and objects and turn them into digital resources such as letters, photographs, archival documents, determine the authenticity and significance of sources, archive and preserve materials. They work for museums, governments, businesses, individuals, non-profit organiza-

tions and historical associations. The main difference between the role of the digital historian and the conventional humanities historian is that they, as specialists, are focused on integrating technologies to expand the scope of scientific research and enrich the presentation of historical research.

Digital historians use digital tools such as data and text analysis, data mapping, and visualization to share inclusive stories with diverse audiences. They promote interdisciplinary collaboration and encourage the use of digital methods to provide broad audiences with access to historical information. These historians publish research suitable for interactive spaces using graphs, timelines, charts, simulations, and more.

Practicing digital historians have both historical and IT education and are in great demand in the labor market as historical consultants, archivists, museum workers, project curators, researchers of historical monuments. It is quite expected that in the near future the profession of an ordinary humanist historian will become unprestigious and unclaimed, since digital history is necessary in an increasingly digitized world. As technology expands and becomes more sophisticated, there will be an increasing demand for historians using digital tools, methods, and resources to advance digital history research. The use of digital tools will supplant traditional methods of historical research and thereby open up history and historical research to millions of people who will make new discoveries in a previously complex and intricate science.

References

1. *Raben J.* Tenure, Promotion and Digital Publication [Electronic resource] // Digital Humanities Quarterly. 2007. Vol. 1. №. 1. URL: www.digitalhumanities.org/dhq/vol/001/1/000006.html. (date of access: 25.02.2023).
2. *Cohen D. J.*, et al. Interchange: The Promise of Digital History [Electronic resource] // The Journal of American History. Vol. 95. №. 2 (2008). URL: www.historycooperative.org/journals/jah/95.2/interchange.html. (date of access: 25.02.2023).
3. Digital History [Electronic resource]. URL: <http://digitalhistory.unl.edu>. (date of access: 25.02.2023).
4. *Borgman C. L.* Scholarship in the Digital Age: Information, Infrastructure, and the Internet / Christine L. Borgman. – Cambridge : The MIT Press, 2007.
5. *Rosenzweig R.* Should Historical Scholarship be free? [Electronic resource] // Perspectives on History. April, 2005. URL: www.historians.org/perspectives/issues/2005/0504/0504vic1.cfm. (date of access: 25.02.2023).

JEAN FROISSART ABOUT THE CAUSES OF THE HUNDRED YEARS WAR

M. V. Skuratovich

his.skuratov@bsu.by;

*Supervisors – E. D. Smirnova, Candidate of Science (History), Associate Professor;
N. V. Vaschinskaya, Senior Lecturer*

The article provides an overview of excerpts from the Amiens and Rome manuscripts of the first book of «Chronicles», in which Jean Froissart reveals his thoughts on the causes of the Hundred Years' War.

Key words: The Hundred Years' War; Jean Froissart; Medieval France.

It is worth noting that despite the large number of works in foreign historiography, both on the general issues of the Hundred Years' War and on the examination of individual questions related to the personalities involved in these events, this topic remains relevant and in demand in foreign historiography. Among the most important works are Eduard Perroy's «The Hundred Years' War», Jean Favier's «The Hundred Years' War», and Kenneth Fowler's «The Age of Plantagenets and Valois». Speaking about Russian historiography, it is worth highlighting N. I. Basovskaya's «Leopard Against Lily», as this work is the first comprehensive study of the question of the Hundred Years' War in Russian. In domestic historiography, there are relatively few works devoted to the study of the Hundred Years' War, and it is worth noting D. N. Cherkasov's articles devoted to the study of France in the XV century.

The Hundred Years' War between the English Plantagenets and the French Valois undoubtedly became one of the most significant events in Western Europe. The war, which began in 1337, saw two crowns clash and actively involved neighboring states. Traditionally divided into four stages, the war did not actually cease on the borders of both countries for all of its 116 years [13, p. 2]. By the end of the war in 1453, England, which had extensive lands in Gascony in southwest France, only held onto the tiny town of Calais on the coast of the English Channel.

The Hundred Years' War is traditionally considered to have taken place from 1337 to 1453. This conflict is divided into four stages: the Edwardian War (1337–1360), the Caroline War (1369–1389), the Truce (1396–1415), and the Lancaster War (1415–1453).

Jean Froissart was born in the county of Hainaut, which covered the territory of southern modern-day Belgium and northern France, in the major city of Valenciennes. He was born into a family of wool merchants in 1337

and witnessed many battles between the French and Edward III's coalition during his childhood and youth, during which time Hainaut was occasionally part of that coalition. He received his education at a parish school, where his talents for poetry likely emerged. In 1361, Froissart traveled to England, where he presented his rhymed chronicle of the Anglo-French wars to Queen Philippa of Hainaut. From 1361 to 1369, Froissart visited many regions of England, France, Scotland, Italy, and planned to visit Spain.

While traveling in Italy, he received news of Queen Philippa's death on August 19, 1369. After losing his patroness, Froissart returned to his native Hainaut, where he traded wool for some time. However, he soon found new patrons in the persons of Jeanne and Wenceslaus of Brabant and Robert of Namur, who commissioned Froissart to write a chronicle of the Anglo-French wars.

In the context of this study, the first book of the «Chronicles» is of the greatest interest. Fragments of the Amiens and Roman manuscripts, which have come down to us in single copies, were used in this study. These manuscripts are particularly interesting because they differ significantly in many parts of the text. It is traditionally believed that the Amiens manuscript was created by an unknown copyist no later than 1491 and is presumably the earliest edition of the Chronicles. The Roman manuscript, on the other hand, is considered a later edition of the Chronicles and has been edited to varying degrees, depending on different estimates, up to 90%.

Froissart believed that the main causes of the Hundred Years' War should be sought in the dynastic crisis of the XIV century in France, which led to the rise of the Valois. After Philip IV's death, he left three sons and a daughter. However, none of the sons had children, and after his death, the crown passed to his brother. Nevertheless, after the death of the last king, Charles, 12 peers and barons of France did not give the kingdom to his sister, Isabella, the Queen of England. Froissart wrote that they did this because they believed that the French kingdom was so noble that it was not fitting for it to pass to a woman, i.e., neither to Isabella nor to her son, the King of England, as they decided that a woman's son cannot claim the right of inheritance if the woman herself does not have that right. For these reasons, 12 peers and barons of France unanimously gave the French kingdom to Monsieur Philip of Valois, the nephew of King Philip, thereby removing the Queen of England, who was the sister of the last king of France, Charles, and her son from the throne. Thus, as many people saw it, the inheritance deviated from the correct line, which became the cause of the most destructive wars and devastations in different countries, both in France itself and around the world. In the Amiens manuscript, Jean Froissart presents the main information about the dynastic crisis of the XIV century in chapters 2, 3, 41, and 42. The author's main idea is

to consider the dynastic crisis as a deprivation of rights for Edward III, the son of Isabella of France. However, the author does not mention the problems that arose during the transfer of the throne to Philip V and Charles IV, considering that this transfer maintained the correct line of succession. The author nevertheless maintains some neutrality, believing that representatives of both sides showed themselves equally valiant during this event.

In the Roman manuscript, chapters 3 and 41 are devoted to the crisis. Unlike the Amiens manuscript, the author pays great attention to the dynastic issue. Referring to the tradition of transferring power through the female line, the author shows the fairness of choosing Philip of Valois as the French king, unlike the Amiens manuscript, justifying the peers and barons of France who appear as executors of the king's last will. However, Froissart continues to adhere to the opinion of a violation of the correct line of succession to the throne, insisting that it was this violation that led to numerous wars and devastation.

Overall, it can be concluded that throughout his life, Jean Froissart continued to defend the legitimacy and validity of the English king's claims to the French crown. In his opinion, it was this contradiction that led to the beginning of the Hundred Years' War.

References

1. *Фруассар Ж. Хроники. 1325–1340* / Перевод, составление, предисловие, примечания, указатели М. В. Аникеева; под научной редакцией Ю. П. Малинина. СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2008. 655 с.
2. *Басовская Н. И. Столетняя война: леопард против лилии.* Москва : АСТ Астрель, 2011. 445 с.
3. *Калмыкова Е. В. Что сулила англичанам война за французскую корону в XIV–XV вв.? // Французский ежегодник 2008: Англия и Франция – соседи и конкуренты. XIV–XIX вв; гл. ред. А. В. Чудинов. М., 2008. С. 5–24.*
4. *Аникеев М. В. Жан Фруассар и история создания его “Хроник” /М. В. Аникеев // Фруассар Ж. Хроники. 1325–1340 / Перевод, составление, предисловие, примечания, указатели, генеалогические таблицы, карты М. В. Аникиева; под ред. Ю. П. Малинина. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005. С. 5–20.*

CHANGES IN BRITISH FOREIGN POLICY IN THE MIDDLE EAST AT THE END OF THE 20TH CENTURY

R. R. Traskevich

rafael.traskevich@bk.ru;

Supervisors – V. S. Koshelev, Doctor of Sciences (History), Professor;

A. A. Voskresenskaya, Candidate of Pedagogical Sciences

The article examines the key changes and development of British foreign policy in the Middle East at the end of the XX century. The main trends of the UK's foreign policy course and their typical instruments of influence on this region are identified. The main interests of Great Britain and the ways of their implementation in the Middle East in cooperation with the United States have been distinguished. The most important cause and catalyst of events in the Middle East at the end of the XX century was the crisis, and then the collapse of the USSR.

Key words: UK foreign policy; the Middle East at the end of the XX century; J. Major's policy; Operation Desert Storm; the Arab-Israeli conflict.

The Near East is a region in southwest Asia and northeast Africa, which includes the territories of Turkey, Syria, Saudi Arabia, Oman, UAE, Lebanon, Cyprus, Qatar, Yemen, Jordan, Israel, Bahrain, Sudan [1]. In the scientific English-language literature, the countries of the Middle East, along with Iran and Afghanistan, were included in the collective concept of the Middle East [2], [3]. Mainly since the XIX century, this region has become the most important object of rivalry between the leading countries of Europe. The realization of their interests in the Middle East has become one of the important directions of British foreign policy. The termination of the existence of the USSR on the political map of the world was the most important event of the second half of the XX century. New realities have also marked changes in the balance of power on the world stage, including in the Middle East, a region in which the UK has traditionally had its interests.

By the beginning of the 1990s the United Kingdom was one of the most influential countries in the world thanks to the successful policy of the conservative cabinet of M. Thatcher in the field of foreign policy: victory in the Falklands War, the role of coordinator in East-West relations, the expansion of the boundaries of the British Navy, the expansion of cooperation with other states in the field of military exercises and joint combat operations (Bosnia, Rwanda, Angola) [4, p. 651]. Throughout her ruling, Margaret Thatcher adhered to the principle of supporting Israel and controlling the expansion of the Arab world, including Iraq. In 1982, the United Kingdom supported Israel during the Lebanon War, opposing the PLO and the Syrian army, but after the massacre in the Palestinian camp of

Sabra and Shatila, Thatcher expressed her deep view that a mistake had been made and sent her Foreign Minister George Shul to convince the settlers from the Beshara Shahina camp and send troops to restore order in Lebanon [5]. In general, Margaret Thatcher's policy in the Middle East was connected with ensuring the interests of Great Britain in this region and became the basis of the principles of British foreign policy for decades.

After the end of the cold war, there were also natural changes in domestic policy: there was a 23% reduction in the military budget, and the total reduction of the armed forces amounted to about 83 thousand people by 1996–1997 [4, p. 651]. However, the British did not intend to give up their positions in the international arena. A consistent continuation of Thatcher's policy was the activity of the new Conservative Prime Minister, J. Major. Already in the first year after his election victory, an important geopolitical event took place: the crisis in the Persian Gulf in connection with the occupation of Kuwait by Iraq. In December 1990, J. Major met with the 43rd President of the United States, J. George H.W. Bush, in which the British guaranteed the American side full military support, if necessary, a military operation. It was Major's support that helped Bush Sr. to get congressional approval for a military operation against Iraq [6, p. 14]. In addition, the UK pushed other NATO, EU, and WEU member states to actively work as part of the anti-Iraq coalition. At the same time, the British assured the leadership of Saudi Arabia that they would be supported in the event of an aggression by Iraq. The UK has been one of the most active supporters of the uncompromising military struggle against Iraq. 83 % of respondents supported sending military units of the British army [7, p. 653].

On January 17, 1991, British troops took part in Operation Desert Storm, the largest deployment of military forces outside of NATO. The official purpose of the war was to demand the withdrawal of Iraqi troops from Kuwait and the restoration of security in the region. However, in reality, this turned out to be only a convenient reason for the elimination of the military power and independence of the regime of S. Hussein, this was expressed in a series of large-scale bombings that led to the destruction of the largest objects of the agricultural, military and economic infrastructure of Iraq. The costs of participating in the military operation for the UK amounted to 3 billion pounds, but this money was returned to the budget, including through contributions from the Persian Gulf countries. The losses of Great Britain in this military operation amounted to 24 servicemen [4, p. 654]. The successful operation provoked a great response from the UK civil society, and the support of the Major by citizens grew. In April 1991, he proposed to create safe zones for Kurds in northern Iraq, and M. Thatcher also made numerous proposals on the «issue of the Kurds», offering much more radical ways to solve the issue [6, p. 24].

In the 1990s, there was an intensification and consolidation of relations between the United States and Great Britain in military policy, in particular, American Republicans and British conservatives. This was confirmed by the support of the American side by the Major in the bombing of Baghdad in 1993. The formal goal was the destruction of an object that, according to the American side, was used to create nuclear weapons. It was under Major that frequent visits by British politicians, prominent statesmen of various American analytical centers for the exchange of experience and political advice became standard. For example, Charles Powell, Assistant to the Prime Minister for Foreign Affairs, constantly had telephone conversations with B. Scowcroft, adviser to the US President on national Security [6, p. 15].

After the 42nd US President B. Clinton came to power in 1993, there was a decline in US-British relations. Major and his cabinet preferred cooperation with Republicans, with whom they had already established personal and ideological contact, there was no such close cooperation under Clinton.

The end of the Cold War, combined with the successful implementation of Operation Desert Storm, facilitated the beginning of formal negotiations between Israel and its neighbors. For British politics, this has reduced the tension between diplomatic and strategic orientations. So, after a successful military operation in Iraq in March 1991, Great Britain supported the efforts of the United States to convene an international peace conference, a forum that took place in Madrid in November 1991 [6, p. 150].

As part of efforts to encourage Israeli participation, Britain has promoted an initiative to strengthen EU legislation against the Arab boycott. For a period, strong ties with Israel and the Arab world ceased to seem mutually exclusive. So, on the one hand, in 1995, Prime Minister John Major became the first Western leader to hold talks with Yasser Arafat while on the territory of the Palestinian Authority. On the other hand, the first official royal visit to Israel took place in 1998. At the same time, after the termination of the British arms embargo on Israel in 1994, relations in the field of defense significantly expanded [5, p. 150].

The UK's interest in the Middle East remains today in ensuring the stability of global oil supplies through the Persian Gulf and ensuring its own supplies of liquefied natural gas [7, p. 12]. This national interest is one of the keys to understanding the reasons for Britain's active intervention in the politics of the Middle East [8, p. 45]. The UK has played an important role in securing economic support for the peace process from the EU. Britain has been the main provider of financial assistance and technical know-how to the Palestinians, both bilaterally and within the EU. In the period from 1994 to 1997, the total amount of money amounted to 85 million pounds, and in November

1998, a package of assistance to the Palestinian Authority and UNRWA totaling 100 million pounds [5, p. 150].

Thus, after the collapse of the USSR, the role of Great Britain in the Middle East under J. The major has intensified. Joint military operations in this region with the cooperation of the United States allowed us to determine the further trend of increasing Britain's military presence in the Middle East. The conservative cabinets of Thatcher and Major determined the further active orientation, emphasized the influence of Britain in the political arena of the Middle East. Later, B. Johnson highlighted the high significance of the region at the Manama Dialogue Forum 2016: «That any crisis in the Gulf is a crisis for Britain – from day one; that your security is our security and that we recognise the wisdom of those who campaigned for a policy of engagement east of Suez – that your interests military, economic, political – are intertwined with our own» [9].

References

1. Ближний Восток [Электронный ресурс] // Большая Российская Энциклопедия 2004-2017. URL: <https://old.bigenc.ru/geography/text/1873301> (дата обращения: 10.02.2023).
2. What Is The Difference Between Near East And Middle East? [Electronic resource] // World Atlas. URL: <https://www.worldatlas.com/articles/what-is-the-difference-between-near-east-and-middle-east.html> (date of access: 15.04.2023).
3. Middle East // Britannica Atlas [Electronic resource]. URL: <https://www.britannica.com/place/Middle-East1> (date of access: 15.04.2023).
4. Капитонова Н. К. История внешней политики Великобритании : учебник. М. : Международные отношения, 2020. 840 с.
5. *Rynhold J., Spyer J.* British Policy in the Arab-Israeli Arena 1973-2004 // *British Journal of Middle Eastern Studies.* – Basingstoke, 2007. N 34 (2). P. 137–155.
6. *Капитонова Н. К.* Приоритеты внешней политики Великобритании (1990–1997 гг.). М. : РОССПЭН, МГИМО, 1999. – 141 с.
7. The Middle East: Time for New Realism [Electronic resource] // House of Lords. Select Committee on International Relations. 2nd Report of Session 2016–17. URL: <https://publications.parliament.uk/pa/ld201617/ldselect/ldintrel/159/15902.htm> (date of access: 19.04.2023).
8. *Murray W.* The Iraq War: A Military History. Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press, 2005. – 368 p.
9. Foreign Secretary speech: «Britain is back East of Suez» [Electronic resource] // Government of the United Kingdom URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/foreign-secretary-speech-britain-is-back-east-of-suez>. (date of access: 15.04.2023).

A STUDY OF THE CHRONICLES OF JEAN FROISSART IN THE WORKS OF GODFRIED CROENEN

N. A. Zakrachynski

nikitazakrochinskiy02@mail.ru;

Supervisors – I. O. Yeutukhou, Doctor of Science (History), Professor;

N. V. Vaschinskaya, Senior Lecturer

The article analyzes modern interdisciplinary research on the chronicles of Froissart on the example of the works of Godfried Croenen. The importance of computer source studies is emphasized as a tool for research of several editions of the First Book of Chronicles. The author points out that Croenen's research helps to investigate the genesis of book production in medieval France in the XV century on the example of the chronicles of Froissart. The article also stresses the popularization of historical knowledge on the example of The Online Froissart website.

Key words: book production; Jean Froissart; Galbert of Bruges; Pierre de Lifol; computer source studies.

International cooperation and interdisciplinary approach are fundamental features current historical science. Today's century is the age of information technology. The person who met Petrarch and Geoffrey Chaucer at the wedding of Edward III's son, created a unique chronicle in the time. More than 150 manuscript volumes containing the Chronicles have survived in more than 30 different libraries across Europe and North America. Many scribes created copies of the Chronicles throughout the XV and XVI centuries. The work was written in the French language and translated in Dutch, English, Latin, Spanish. Jean Froissart left us four Books, which described peasant uprisings, political live royal courts, struggle with Muslims and the most important topic – the Hundred Years' War. In this regard, our goal is to look through the current research on the legacy of the historian of the XIV century Jean Froissart.

Godfrid Croenen is British historian, who specialized in history of book of the XV century, in particular Jean Froissart's Chronicles and the manuscripts as well as early prints through which this historical work was transmitted. In addition, he is interested in commercial book production in France and Flanders. His research on the chronicle of Froissart can be divided into two directions. The first is the study of the Froissart chronicle itself, which implies the study of the author's personality, the origin of various editions, and the representation of a number of events through the vision of the chronicler. The second direction is the spread of Froissart's work throughout Western Europe: activities of librarians, copyists, illustrators, contacts with customers, payment and used materials. A huge number of editions of the first book of the Chronicles

of Froissart create many questions, interpretations, flaws in the study of this or that event. It is interesting to see how the author compares three editions of one book, seeking to learn the essence of the Battle of Crecy. The author comes to the conclusion that the later edition was compiled. There we can see the descriptions of the events preceding the battle more accurately. If Froissart says in the earliest edition (Amiens redaction) that he heard Edward III praying before the Battle of Crecy, then in the B/C redaction he tells us about anonymous informants. And in the most recent edition – Rome manuscript, we already see the true suppliers of information to the chronicler such as John Chandos and Bartholomew Burghersh from the English side and Charles of Montmorency from the French side. The researcher regards this as a reason to compose the best possible, coherent and convincing historical writing. This purpose was not only to record accurately historical facts, but also to teach readers important lessons concerning the physical strength and preparedness of soldiers, their courage and military discipline [1, p. 408–410].

We must remember that Jean Froissart is trying to create a universal history of Western Europe. Therefore, it is extremely important for us: what place the events of national stories have in his narrative. That is why Godfrid Croenen turned to the history of Flanders, which was close to Froissart, because he was originally from Valenciennes. The researcher compares the story of the murder of Count Charles of Flanders, which was described by Galbert of Bruges and Flemish uprising of 1379–1385, narrated by Froissart. Both works are similar for modern science, because the chroniclers have common themes – military clashes, violence, uprisings against the Count of Flanders. In addition, Gilbert and Froissart repeatedly refer to the practice of burning down houses as thoroughly effective and highly symbolic means of punishment. Another parallel that the historian traces in the chronicles is the theme of escape. Both Gilbert and Froissart told us about the experience of the counts in changing clothes in order to merge with society. Froissart even presented us a story when a count in disguise sought salvation from a poor woman in the house, hiding himself in the attic where the children were sleeping. The influence of divine forces on the development of the historical process in Gilbert's is extremely stressed compared to Froissart's. A native of Valenciennes was able to accuse the devil as an instigator of sin and rebellion in Flanders, but this should be regarded as a literary device. Froissart was aware of the real socio-economic causes of the rebellion of the population of Flanders, so God intervenes in his story only periodically. Additional themes that bring both chroniclers are closer each other and allow us to revise our classical vision of Froissart in the theme of pride, revenge and enmity. Godfrid Croenen concludes that those moral qualities such as cunning, duplicity, cruelty are allowed and even welcomed by Froissart. At the same time, these characteristics are extremely censured and condemned by the chronicler

when telling about the chivalry of England or France, as well as royalty. This allows us to reconsider Froissart's personality and his approaches to moralizing in his work [2, p. 240–250]. However, the researcher notices typical characters for Froissart in the narrative of the Ghent uprising. An elderly woman living outside the walls of Oudenaarde made her way through the crowds of Ghent militia to warn the guards about the impending danger. Unfortunately, the guards didn't believe her, they said that she had mistaken her cows for men from Ghent. This allowed the count's enemies to take the city by surprise. On the other hand, the old woman's actions were effective in saving the Count's life [3, p. 7–14].

Now let's shift to the next direction of Godfrid Croenen's research. Author leads to a number of thesis researching book printing in Paris at the beginning of the XV century. First of all, we recognize the first book publisher of the first copies of the chronicle of Froissart – Pierre de Lifol. Secondly, the creation of copies was paid in several tranches. For example, a book publisher received 20 francs as a down payment. Then he should receive 40 francs for completion of the first book, and the second amount of 60 francs for providing the second book. Thirdly, we can say that the first book publisher produced in several several books at once, as we are told by the Codicological similarities of several publications. They include the proximity of sizes, the use of red for numbering Roman numerals, the similarity of rubrics and miniatures [4, p. 261–271]. Pierre de Lifol was an extremely enterprising man, because we find his books even in England, where the Stanley family owned copies of the chronicler Froissart at the beginning of the XV century. It is very interesting to observe that of the Englishmen who owned the chronicles were lawyers. After the death of Thomas Urswick, a number of books, the chronicles of the canon from Shime appeared in the inventory of the name of Marks, located in Essex. Chronicles are also found in the description of the property of Thomas Kebell, who died in 1500 [5, p. 409–419].

One of the most important achievements of Godfried Croenen is the curation of the project the Online Froissart [6]. This project is a product of cooperation between the Universities of Liverpool and Sheffield, as well as the Institute of Digital Humanities. In the site, the researcher will be able to find a complete bibliography with sources and historiography on the Chronicles of Froissart. Universities have provided users with access to facsimiles of dozen of copies of the Chronicles. The employees of this project have done tremendous work, because we have been provided with transcribed copies of Froissart's works and a huge dictionary of the Old French language. We are able to receive comments on the miniatures provided, and codicological descriptions of the manuscripts. The Internet resource allows us to compare several versions of each chapter in each book of the Froissart Chronicle at once. This site is an example of computer source studies, which directly solves the problems of popularization of

historical knowledge, attaching the originals of sources and all the data accompanying it to free access. It can be noted that thanks to this site, one of the oldest manuscripts of the Froissart chronicle was transcribed and given the name "C" for the versions of the first and second books. Its internal content is the most dramatic in context, some parts have been removed, and others have been completely rewritten, while some have been added. However, little work has been done on the study of the contents of the book. In the future, these studies will be extremely important for understanding the author's rewriting of his literary works [7, p. 56–60].

Finally, Godfrid Croenen is a representative of the science of the XXI century, who uses the achievements of information technology to solve its own research problems. His scientific activity allowed us to look at the genesis of book production in whole, not only Froissart's Chronicles, but also more broadly of all chroniclers of the late Middle Ages. The researcher was able to trace the supply links, as well as the ways of distributing books among Western European chivalry. Unfortunately, we haven't seen works dedicated to Froissart in the last five years. But let's hope that a huge launch was given to the source studies of the monumental work of the chronicler from Valenciennes.

References

1. *Croenen G.* Jean Froissart, Chroniques [Amiens version, Abridged version, B/C version] / The Battle of Crécy: A Casebook // ed. by M. Livingston, K. Devries. Liverpool, 2015. P. 396–411.
2. *Croenen G.* Chronicles of Revolt: Galbert of Bruges's 'De multro' and Jean Froissart's 'Chronique de Flandre' / Galbert of Bruges and Flemish Historiography // ed. by J. Rider, A. Murray. Washington, 2012. Part Four, chapter 11. P. 240–260.
3. *Croenen G.* Heroes and anti-heroes in Book II of Jean Froissart's Chroniques // Publications du Centre Européen d'Etudes Bourguignonnes. 2011. Vol. 41. P. 7–14.
4. *Croenen G., Rouse M.* Pierre de Liffol and the Manuscripts of Froissart's Chronicles // Medieval and Renaissance Studies. 2002. Vol. 33. P. 261–292.
5. *Croenen G.* The reception of Froissart's writings in England: the evidence of the manuscripts / Language and Culture in Medieval Britain. The French of England, c. 1100–c.1500 // ed. by J. Wogan-Browne, M. Kowaleski. York Medieval Press, 2009. P. 409–419.
6. The Online Froissart [Electronic resource]. URL: <https://www.dhi.ac.uk/onlinefroissart/> (date of access: 14. 05. 2023).
7. *Croenen G. A.* Refound Manuscript of Froissart Revisited: Newberry MS f. 37 // French Studies Bulletin. 2010. Vol. 31, Issue 116. P. 56–60.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ В ПЕРЕВОДЕ КИНОДИАЛОГОВ С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

И. А. Аполоник

irina.apolonik.20@gmail.com;

Научный руководитель – О. В. Лапунова, кандидат филологических наук, доцент

В статье представлены особенности использования переводческих трансформаций на основе сравнительного анализа различных вариантов перевода диалогической речи кинофильма. Актуальность данного исследования обуславливается тем фактом, что при переводе кинематографических текстов нужно следовать определенным правилам и учитывать множество дополнительных факторов.

Ключевые слова: трансформация; транскрибирование; калькирование; описательный перевод; генерализация; перевод.

Перевод – сложный и ответственный вид деятельности. Задача переводчика любого текста не просто передать информацию, но сделать это так, чтобы сохранился стиль подачи информации, а также чтобы эта информация легко воспринималась носителями другой культуры. Для соблюдения всех необходимых требований переводчику следует в совершенстве владеть как своим родным языком, так и языком перевода, уметь подбирать подходящие эквиваленты и, если требуется, использовать различные переводческие приемы и трансформации текста.

Предметом нашего исследования являются особенности использования переводческих трансформаций в переводе диалогической речи в кинофильме с французского языка на русский язык.

Материалом исследования послужили оригинальные сценарии и два варианта перевода диалогов фильмов «Astérix & Obélix: Mission Cléopâtre» («Астерикс и Обеликс: Миссия Клеопатра») студией «Купи-Голос» и С. В. Визгуновым.

Отметим, что качество перевода обуславливается степенью смысловой близости перевода оригиналу, жанрово-стилистической принадлежностью текстов оригинала и перевода, прагматическими факторами, влияющими на выбор варианта перевода. Норма перевода формируется в результате взаимодействия следующих требований: норма эквивалент-

ности перевода, жанрово-стилистическая норма перевода, прагматическая и конвенциональная норма перевода [1].

Пределом переводческой эквивалентности является сохранение содержания оригинала при переводе. В каждом отдельном случае смысловая близость к оригиналу в разной степени приближается к максимальной. Происходит межъязыковое преобразование (замена одной знаковой системы другой), при этом неизбежны семантические потери, касающиеся, в первую очередь, системы внутриязыковых значений исходного текста [2]. Задача переводчика – свести эти потери к минимуму, то есть обеспечить максимальную степень эквивалентности исходного текста и текста перевода.

В результате проведенного нами сравнительного анализа использования лексических, грамматических и лексико-грамматических трансформаций в передаче диалогической речи кинофильмов мы пришли к выводу, что практически каждое высказывание имеет несколько вариантов перевода, однако не каждый из таких вариантов соответствует критериям прагматической и жанрово-стилистической нормы перевода, что исключает достижение высокого уровня эквивалентности перевода.

При переводе имен действующих героев С. В. Визгунов использует такую лексическую трансформацию, как транскрибирование:

Numérobis – «Нумеробис»;

Amonbofis – «Амонбофис»;

Panoramix – «Панорамикс».

Переводчики студии «КупиГолос», передавая имена собственные, используют, среди прочего, калькирование:

Numérobis – «Номернабис»;

Amonbofis – «Гоблинус».

Для сохранения семантики и линейного расположения полнозначных лексических единиц переводчики студии «КупиГолос» используют синтаксическое уподобление:

Numérobis, tu es seul disponible – «Номернабис, ты один **свободен**».

С. В. Визгунов в данном случае использует прием конкретизации, раскрывая значение слова *disponible* («свободный»): «Нумеробис, ты единственный, кто может это сделать».

В одном из диалогов присутствует фразеологизм *être un peu charrette*, который переводчики студии «КупиГолос» переводят как «иметь дел по горло», в то время как С. В. Визгунов использует прием генерализации, переводя данный фразеологизм как «иметь дела».

Рассмотрим еще один диалог, в котором С. В. Визгунов использует прием опущения, отказываясь от передачи слов, значения которых оказываются нерелевантными:

Avec combien de temps en retard? Parce qu'en trois mois au maximum on peut avoir les plans. Ça si bon, j'en fais mon affaire. Les fondations deux-trois mois. 2 × 3 = 9 – «А какие могут быть задержки по плану? Потому что за три месяца можно только чертежи сделать. И еще строить три месяца, потом отделявать. Это мало».

Переводчики студии «КупиГолос» сохраняют в переводе эту фразу («Дважды три – девять»), чтобы сохранить стилистическую направленность исходного текста.

Как переводчики студии «КупиГолос», так и С. В. Визгунов используют прием компенсации в передаче диалогов кинематографических текстов, тем самым восстанавливая утраченный смысл оригинальной фразы: *Parce qu'en trois mois au maximum on peut avoir les plans* – «Потому что максимум за три месяца можно **подготовить чертеж**» (перевод С. В. Визгунова).

В двух сравниваемых вариантах перевода присутствует и описательный перевод: «*Tu as trois mois, jour pour jour, top Chronos!*» – «Даю тебе ровно три месяца, время пошло!» (перевод студии «КупиГолос»).

Думается, что перевод студии «КупиГолос» является более эквивалентным в связи с тем, что переводчики максимально учитывают экстралингвистический контекст и не нарушают жанрово-стилистическую норму перевода. С. В. Визгунов достаточно часто использует прием опущения при переводе, что существенно искажает смысл высказываний и приводит к нарушению прагматической нормы перевода.

Библиографические ссылки

1. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода, М. : ЧеРо, 1999.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М. : Высшая школа, 1990.

«КАРАЛАМАХІЯ» ХРЫСТАФОРА ЗАВІШЫ: CARMINA HEROICA Ў БЕЛАРУСКАЙ ЛІТАРАТУРЫ ЭПОХІ БАРОКА

П. В. Аслюк

reidnex@gmail.com;

Навуковы кіраўнік – А. У. Давыдава, старшы выкладчык

Праводзіцца кароткі аналіз гісторыі развіцця такога жанру лацінамоўнай літаратуры як *carmen heroicum*. Разглядаецца яскравы яе прыклад – паэма «Караламахія» Хрыстафора Завішы, гістарычны кантэкст напісання паэмы, а таксама характарызуецца яе галоўны герой – Ян Караль Хадкевіч.

Ключавыя словы: лацінамоўная паэма; гераічная паэма; *carmen heroicum*; «Караламахія».

«*Carmen heroicum*» з лацінскай мовы перакладаецца як «гераічная песня» ці «гераічная паэма». Яшчэ Гамер стварыў паэмы «Іліяда» і «Адысея», у якіх апісваў герояў і іх учынкі. Пазней з’явіліся паэмы, якія александрыйскімі вучонымі былі названыя «кіклічнымі», таму што некалькі з іх фарміравалі адну больш вялікую закончаную гісторыю – «кікл»: «Кіпрыя», «Эфіопіка», «Тытанамахія», Траянскі і Фіванскі кікл і г. д [1, с. 94–97]. За гэтай багатай традыцыяй ішла александрыйская літаратура, з эпічнай часткі якой да нас дайшла толькі «Арганаўтыка» Апалонія Радоскага [1, с. 396]. У рымскія часы ўжо па-лацінску былі напісаныя «Энэіда» Вергілія, «Тэбаіда» Статыя, «Пуніка» Сілія Італіка і інш. [2, с. 431]. Лацінамоўны эпас перыяду зараджэння і росквіту Рымскай Імперыі стаў асновай для эпічнай традыцыі Сярэднявечча і Новага часу.

У эпоху Сярэднявечча лацінамоўны эпас працягваў развіваць антычныя традыцыі. Па-лацінску ў гэты час былі напісаныя шматлікія паэмы пра каралёў, герояў антычнасці і г. д [3, с. 47–57]. Натхняліся аўтары гэтых твораў антычнай літаратурай і пісалі свае паэмы на манер аўтараў старажытнасці, у асноўным Вергілія [3, с. 44].

Распрацоўкай літаратурнай тэорыі гераічна-эпічнай паэмы займаліся паэты, граматыкі і гуманісты розных эпох [3, с. 23–29]. Так, напрыклад, новалацінскі паэт XVII ст. Мацей Казімір Сарбеўскі ў дзявятай главе першай кнігі свайго трактата «*De perfecta poesi, sive Vergilius et Homerus*» (Пра дасканалую паэзію, або Вергілій і Гамер) піша пра эпічную паэзію наступнае: «*Эпічная паэзія – гэта аповед, які*

адлюстроўвае адну гераічную вялікую славетную бездакорную дзею з нейкім вынікам»¹ [4].

Рэнесанс прыносіць на нашыя землі цікавасць да лацінскай і грэчаскай моў. Лацінамоўная літаратура ВКЛ, як і астатнія еўрапейскія, спрабуе з дапамогай антычных літаратурных прыёмаў апісаць тагачасныя падзеі. Пры гэтым «народная» традыцыя гераічных твораў у ВКЛ адсутнічае, эпічная паэзія развіваецца як элітарная літаратура [3, с. 31].

У 1516 г. у Кракаве паэт Ян Вісліцкі выдае паэму «Bellum Prutenum» («Пруская вайна»). Гэтую паэму прынята лічыць родапачынальніцай новалацінскай паэзіі Беларусі [5, с. 17]. Аўтар апісвае Грунвальдскую бітву і ўслаўляе яе герояў: Ягайлу і, у меншай ступені, Вітаўта.

У 1592 г. у Вільні публікуецца паэма Яна Радвана «Radivilias» («Радзівіліяда»). Яе можна лічыць сапраўднай гераічнай паэмай [3, с. 122]. У ёй апяваецца гетман Вялікага княства Літоўскага Мікалай Радзівіл Руды, яго дзеі і барацьба з Маскоўскай дзяржавай. Тэкст поўніцца антычнымі матывамі і вобразамі, Радван стварае гімн Радзіме і яе абаронцам, услаўляе родныя землі і іх свабоду.

Менавіта ў такім кантэксце была створана паэма «Караламахія». Твор быў напісаны ў гонар перамогі войска Рэчы Паспалітай на чале з вялікім гетманам літоўскім Янам Каралем Хадкевічам над значна большым па памеру войскам шведаў на чале з каралём Карлам ІХ у бітве пад Кірхгольмам (зараз Саласпілс, Латвія).

Бітва адбылася 27 верасня каля мястэчка Кірхгольм, за 18 кіламетраў ад Рыгі. Шведская армія пераўзыходзіла войска Рэчы Паспалітай амаль у тры разы і часткова складалася з наймітаў. Пад камандаваннем Карла ІХ было 11 000 пехацінцаў, 2500 вершнікаў і 11 гармат. Войска Хадкевіча было значна меншым: 1300 пехацінцаў, 2500 крылатых гусараў і 5 гармат [6, с. 6–8]. Дзякуючы выдатнаму камандаванню Хадкевіча і дысцыпліне войска шведы былі разбітыя ўшчэнт.

Некаторыя даследчыкі лічаць аўтарам паэмы Хрыстафора Завішу [3, с. 144–151], які нарадзіўся ў 1577 г. і памёр у 1670 г. За сваё жыццё ён паспеў пабыць старастам мінскім і браслаўскім, вялікім маршалкам і кашталянам віленскім. Але, што больш важна для нас, – паэтам. «Караламахію» ён напісаў, калі вывучаў паэтыку ў Віленскай акадэміі [3, с. 150–151].

«Караламахія» была выдадзена ў Вільні ў 1606 г., на наступны год пасля бітвы. Выданне складаецца з 68 аркушаў (136 старонак). Сама

¹ Тут і далей пераклад з лацінскай мовы аўтара артыкула.

паэма займае 2145 радкоў гексаметра [3, с. 144]. У выданні прысутнічае прадмоўна-пасляслоўны комплекс: верш-прысвячэнне Жыгімонту III, напісаны братам Хрыстафора Георгіем, праязічнае прысвячэнне Хрыстафора Завішы сыну Жыгімонта III, каралевічу Уладзіславу, тры вершы, прысвечаныя Яну Каралю Хадкевічу, а таксама адзін яго сыну Гіераніму, аўтарства Георгія. Пасля самой паэмы размешчаны яшчэ тры старонкі вершаў, прысвечаных Хадкевічу, а на апошнім аркушы – цытаты антычных аўтараў на тэму вайны [7].

Распачынаецца паэма на манер «Энэіды», з «запеву», які сам па сабе з’яўляецца парафразаі Вергілія: «*Ausa ducisque cano*» (пар. з пачаткам «Энэіды» Вергілія: «*Arma virumque cano*») [8]. У «запеве» аўтар параўноўвае двух Карлаў: Яна Караля Хадкевіча, станоўчага героя, з адмоўным героем – Карлам IX. Адсюль і гульня слоў у назве: «Караламахія» – «бітва Карлаў». Сама назва служыць для ўзвышэння паэмы, яе тэм і персанажаў. Суфікс «*μαχία*», што з старажытнагрэчаскай мовы перакладаецца як «барацьба» ці «бой», звязвае і такім чынам ставіць паэму ў адзін шэраг з творамі антычных аўтараў і з міфалагічнымі сюжэтамі (Тытанамахіяй). Падзеі ў паэме быццам прыраўноўваюцца да міфалагічных сюжэтаў: Карлы і іх войскі – да багоў і тытанаў, вайна Шведаў і Рэчы Паспалітай – да канфліктаў антычных міфаў.

Сама паэма падзяляецца на тры кнігі, якія дзеляцца падзагалоўкамі: «*APPARATVS SVDERMANNICVS*» (Збор шведскі) у першай кнізе, «*ACCESSVS CHODKIEWICIANVS*» (Прыход Хадкевіча) у другой, «*EXPLICATIO COPRARUM ET PVGNA*» (Разв’ёртванне войскаў і бой) «*FVGA HOSTIUM*» (Бег ворагаў), «*VILNA TRIVMPHAT*» (Вільня перамагае) ў трэцяй. Непасрэдна сама бітва апісваецца ў трэцяй кнізе [7].

Хрыстафор Завіша стварае гераічны вобраз Яна Караля Хадкевіча згодна з правіламі, прынятымі ў тагачаснай паэзіі, – гэта беззаганны герой, мужны абаронца Айчыны, як Гектар у «Іліядзе»:

Гэткім для нас ваяводам цябе спарадзіла, о КАРАЛЬ?

Мабыць, народжаны ты памагчы спрацаванай Айчыне!

Марсавы цяжар усклаўшы на плечы, ты край той Лівонскі,

Цалкам адданы апецы тваёй, непахісна бароніш [9].

Адзначым, што Хрыстафор Завіша стварае вобраз Хадкевіча як чалавека набожнага, што, у сваю чаргу, пераклікаецца з вобразам Ягайлы ў «Прускай Вайне» Яна Вісліцкага [5, с. 142–143]:

КАРАЛЬ прасветлены погляд узвёў да нябесных вышыняў,

Стаў на калені і рукі да Бога падняў малітоўна, –

Гэткі ж набожны той муж, як і велічны ратнай адвагай.

Правіў тым часам святар ва ўрачыстым убранні малебен [9].

Такім чынам, паэма «Караламахія» Хрыстафора Завішы з’яўляецца выдатным прыкладам лацінамоўнага гераічнага эпасу. Поўная метафар і спасылак на антычнасць, напісаная згодна з антычнымі і тагачаснымі правіламі, паэма выдатна апісвае адну з самых бліскучых перамог у гісторыі Рэчы Паспалітай.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Радциг С. И.* История древнегреческой литературы: учеб. М. : Высш. школа, 1982.
2. *Тронский И. М.* История античной литературы: учебник для ун-тов и пед. ин-тов. М. : Высш. шк., 1983.
3. *Некрашэвіч-Кароткая Ж. В.* Беларуская лацінамоўная паэма: Позні Рэнэсанс і ранняе Барока. Мінск : БДУ, 2011.
4. *Maciej Kazimierz Sarbiewski.* De perfecta poesi, sive Vergilius et Homerus [Электронны рэсурс] // URL: http://www.intratext.com/ixt/lat0863/_P9.HTM#B (дата звароту: 20.04.2023).
5. *Joannis Visliciensis.* Bellum Prutenum = Ян Вісліцкі. Пруская вайна: На лацінскай і беларускай мовах / Уклад., перакл., камент. Ж. В. Некрашэвіч-Кароткай. Мінск : Прапілеі, 2005.
6. *Bartosz Musiałowicz.* Kirholm 1605 [Электронны рэсурс] // URL: <http://www.historycy.org/index.php?act=Attach&type=post&id=2174> (дата звароту: 20.04.2023).
7. [Zawisza Christophorus]. Carolomachia, qua felix victoria, ope Divina, auspiciis Sigismundi III. ... Seren[issimo] Principi Wladislao a Christophoro ... Zawisza, in alma Vilnensi Academia Societ. Jesu, studioso D.D. Vilnae, [1606].
8. Publius Vergilius Maro. Aeneid [Электронны рэсурс] // URL: <https://www.thelatinlibrary.com/vergil/aen1.shtml> (дата звароту: 20.04.2023).
9. Хрыстафор Завіша. Караламахія // Наша вера. 2007. № 2 (40) [Электронны рэсурс] // URL: <https://media.catholic.by/nv/n40/art12.htm> (дата звароту: 20.04.2023).

ФРАЗЕОЛОГИЗМ В КОНЦЕПЦИЯХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

У. А. Бойко

ulyanaa.boiko@gmail.com;

Научный руководитель – М. С. Гутовская, доктор филологических наук, доцент

В докладе рассматриваются различные подходы к интерпретации понятия «фразеологизм» и оценке его свойств. Цель исследования – вывести определение фразеологизма в рамках узкого подхода к фразеологии. Теоретическое и практическое значение исследования заключается в систематизации характеристик фразеологизма, углублении научных представлений о рассматриваемом языковом явлении, а также в возможности использования полученных данных в дальнейших научных работах.

Ключевые слова: фразеология; фразеологическая единица; устойчивость фразеологизмов; идиоматичность.

Термин «фразеология» греческого происхождения. В буквальном смысле он означает «учение об оборотах речи» и был введен в лингвистику Шарлем Балли в значении «раздел стилистики, изучающий связные словосочетания». Однако идеи Ш. Балли [1, с. 5] не подтолкнули западных лингвистов, в отличие от советских, к созданию фразеологических школ и развитию теории фразеологии.

В англоязычной лингвистике вопросы фразеологии, природы и типов ее единиц не получили популярности. А. Н. Баранов и Д. О. Добровольский связывают это с сильным влиянием бихевиоризма и генеративизма и отмечают, что в английском языке отсутствует словесное обозначение для науки о фразеологизмах [2, с. 8].

Возникновение фразеологии как самостоятельной лингвистической дисциплины в советской науке относится к 40–50-м годам XX столетия и неразрывно связано с именем академика В. В. Виноградова, чьи работы явились поворотным пунктом в деле исследования фразеологии языков народов СССР, а затем и языков Европы – в первую очередь германских, романских и славянских. В. В. Виноградов первым стал использовать термин «фразеологическая единица» и описывать не только сами фразеологизмы, но и историю их происхождения и сферу употребления [3, с. 56]. С 1950-х годов изучением английских фразеологизмов в сопоставлении с русскими занимаются А. И. Смирницкий и О. С. Ахманова. В 70-е – 80-е годы XX века активно рассматривается

фразеология белорусского языка в работах А. С. Аксамитова, И. Я. Лепешева, Ф. М. Янковского.

Таким образом, приоритет в выделении фразеологии в качестве отдельной лингвистической дисциплины принадлежит именно советской науке, огромное количество работ советских фразеологов представляет собой ценное лингвистическое наследие.

В языкознании существует узкое и широкое понимание границ фразеологии. **Некоторые лингвисты, такие как В. В. Виноградов, В. Н. Телия, И. Я. Лепешев, придерживаются узкого подхода к определению объема фразеологии и включают в разряд фразеологизмов только номинативные единицы** [3, с. 142; 4, с. 12; 5, с. 10]. Н. М. Шанский и А. В. Кунин, напротив, рассматривают фразеологию в более широком контексте, включая в ее состав и коммуникативные единицы, т. е. пословицы, поговорки, крылатые слова и афоризмы [6, с. 176; 7, с. 6].

Согласно определению В. В. Виноградова, «фразеологическая единица (фразеологизм или фразеологический оборот) – это лексически неделимое, устойчивое в своём составе и структуре, целостное по значению словосочетание, воспроизводимое в виде готовой речевой единицы» [3, с. 10]. В. В. Виноградов поддерживает теорию эквивалентности фразеологизма слову, выдвинутую Ш. Балли, – также считает одним из признаков фразеологизма синонимическую заменимость одним словом всей фразеологической единицы или некоторых ее элементов в зависимости от семантического типа фразеологизма [3, с. 132].

В. Н. Телия определяет фразеологизм, или фразеологическую единицу, как «общее название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые, в отличие от сходных с ними по форме синтаксических структур, не производятся в соответствии с общими закономерностями выбора и комбинации слов при организации высказывания, а воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определенного лексико-грамматического состава» [4, с. 12].

В. П. Жуков понимает под фразеологизмом «устойчивую и воспроизводимую раздельнооформленную единицу языка, состоящую из компонентов, наделенную целостным (или – реже – частично целостным) значением и сочетающуюся с другими словами» [8, с. 18].

И. Я. Лепешев, один из основоположников белорусской фразеологии, определяет данный термин следующим образом: «Фразеалагізм – гэта ўстойлівая, узнаўляльная, не менш як двухкампанентная моўная адзінка, якая спалучаецца са словамі свабоднага ўжывання і мае цэласнае значэнне, не роўнае суме значэнняў яе

кампанентаў» [5, с. 5]. Белорусский филолог также отмечает такое свойство фразеологизма, как экспрессивно-эмоциональная окраска.

По мнению А. В. Кунина, фразеологизмы – это «устойчивые сочетания слов с осложненной семантикой, не образующиеся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных словосочетаний» [6, с. 13]. Одним из главных признаков фразеологизма А. В. Кунин считает **раздельнооформленность** [6, с. 30].

Из приведенных выше определений можно выделить несколько общих признаков. Во-первых, фразеологизмы состоят как минимум из двух слов, т. е. являются несколькословными раздельнооформленными единицами. Во-вторых, фразеологизмы обладают массовой воспроизводимостью, извлекаются из памяти носителей языка в готовом виде. В-третьих, в определениях В. В. Виноградова, А. В. Кунина, В. П. Жукова, И. Я. Лепешева упоминается такой признак фразеологизма как устойчивость в своем составе и структуре [3, с. 10; 6, с. 13; 8, с. 18; 5, с. 5]. Отметим, однако, что с развитием теории фразеологии данный критерий стал называться фиксированностью формы, а термин *устойчивость* стал употребляться для обозначения линейной связанности фразеологизма, обусловленной ограниченностью сочетаемости слова-компонента (одного или нескольких) и в силу этого предсказуемостью появления совместно с ним остальных компонентов фразеологизма [9, с. 73; 10, с. 9, 25–26; 11, с. 559–560; 12, с. 101].

Одним из важных свойств фразеологизма считается идиоматичность. Под идиоматичностью чаще всего понимается несовпадение значения фразеологизма с суммой значений его слов-компонентов. Каждая фразеологическая единица обладает своей степенью идиоматичности – от высокой до нулевой [9, с. 75–78].

В работах по когнитивной лингвистике принадлежность к общенародному языку также определяется как один из главных признаков фразеологизма. Под данным термином подразумевается употребляемость несвободных, но понятных всем носителям конкретного языка словосочетаний в повседневном общении [13, с. 102–105]. Мы планируем провести исследование фразеосемантического поля денег в русском и английском языках в лингвокультурологическом и лингвокогнитивном аспектах и считаем критерий принадлежности общенародному языку важным.

Таким образом, термин «фразеологизм» разными лингвистами трактуется несколько по-разному. На основе анализа концепций отечественных и зарубежных лингвистов сформулируем следующее определение фразеологизма для когнитивно ориентированного исследования фразеологии в узком понимании ее границ: фразеологизм – это несвободное

воспроизводимое сочетание слов, которое характеризуется членимостью по форме и раздельнооформленностью, но отличается номинативной целостностью, обладает некоторой степенью идиоматичности, характеризуется общеупотребительностью.

Библиографические ссылки

1. *Балли Ш.* Французская стилистика. М. : Эдиториал. УРСС, 2001.
2. *Баранов А. Н., Д. О. Добровольский.* Основы фразеологии (краткий курс) : учеб. пособие. М. : ФЛИНТА : Наука, 2013.
3. *Виноградов В. В.* Избранные труды: лексикология и лексикография. М. : Наука, 1977.
4. *Телия В. Н.* Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Советская энциклопедия, 1990.
5. *Лепешаў І. Я.* Фразеалогія сучаснай беларускай мовы: вучэб. дапам. для філал. фак. ВДУ. Мінск : Выш. шк., 1998.
6. *Кунин А. В.* Курс фразеологии современного английского языка. Дубна : Феникс+, 1996.
7. *Шанский Н. М.* Фразеология современного русского языка. СПб. : Спец. лит., 1996.
8. *Жуков В. П.* Семантика фразеологических оборотов. М., 1978.
9. *Мельчук И. А.* О терминах «устойчивость» и «идиоматичность» // Вопросы языкознания. 1960. № 4. С. 73–80.
10. *Аксамітаў А. С.* Беларуская фразеалогія. Мінск : Вышэйшая школа, 1978.
11. *Мечковская Н. Б.* Классы идиом и их корреляты в механизмах диахронической фразеологии (на материале восточнославянских, словенского и польского языков) // Мовазнаўства. Літаратуразнаўства. Культуралогія. Фалькларыстыка. Мн., 2008. С. 149–172.
12. *Гутовская М. С.* Устойчивость как свойство фразеологизма // Вестник МГЛУ. Сер. 1. Филология. 2015. № 4 (77). С. 95–103.
13. *Гутовская М. С.* Номинативность и принадлежность общенародному языку как свойства, задающие границы когнитивной фразеологии // Славянская фразеология в синхронии и диахронии: сб. науч. ст. Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2014. С. 102–105.

РУССКАЯ И АНГЛИЙСКАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ С СЕМАНТИКОЙ СЧАСТЬЯ: ОБЩИЕ И РАЗЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ

Д. С. Бречко

brechko_darya@mail.ru;

Научный руководитель — М. С. Гутовская, доктор филологических наук, доцент

В докладе исследуются русские и английские фразеологизмы с семантикой счастья на наличие общих и различительных черт, определяется фактор – языковой, культурный или когнитивный, – лежащий в основе обнаруженных сходств и различий, обсуждаются причины, которые лежат в основе непереводаемости фразем. Результаты исследования могут найти применение в последующем изучении семантики «счастье» в лингвокогнитивном и лингвокультурологическом аспектах.

Ключевые слова: фразеологизм; фразеосемантическое поле «счастье»; русский язык; английский язык; межъязыковые сходства и различия.

В условиях развития глобализации вопрос налаживания межкультурных связей и, в частности, осуществления межкультурной коммуникации, становится особо остро. Основными факторами успешности межкультурного общения являются понимание природы человеческого сознания, а также учет многочисленных национально-культурных различий.

Изучение особенностей ментальности и культуры разных народов может осуществляться, в том числе в рамках сопоставительных лингвистических исследований. Известно, что язык является инструментом мышления, а фразеология – «зеркалом, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное сознание» [1, с. 9]. Различия в компонентном составе и смысловые особенности фразеологизмов с определенной семантикой в разных языках подсвечивают самобытность менталитета представителей соответствующих лингвокультур и поэтому представляют интерес для сравнительных лингвокогнитивных и лингвокультурологических исследований.

Счастье – яркое эмоциональное состояние, значимое для человека внутреннее переживание. Это общечеловеческое явление находит разные способы выражения в языке и его фразеологии. Изучение репрезентации счастья во фразеологических фондах разных языков позволяет выявить сходства и различия в понимании счастья их носителями. Это обусловило интерес к теме и выбор в качестве **объекта исследования** русской и английской фразеологии с семантикой счастья.

Корпус исследования формировался на основе словарей посредством предложенного М. С. Гутовской контрастивно-лексикографического метода установления составов фразеосемантических полей [2] и составил

89 русских и 105 английских фразеологизмов с семантикой «счастье» / «happiness».

В теоретической части исследования был проведен анализ классификаций разноязычных фразеологических единиц в аспекте межъязыковых сходств и различий, в ходе которого было установлено, что при сопоставительном изучении фразеологии с целью выявления общих и различительных черт необходимо иметь в виду три фактора: собственно языковой, национально-культурный и когнитивный.

Все названные факторы учитываются в классификации, предложенной М. С. Гутовской. Данная классификация осуществляется с опорой на исследование плана содержания и плана выражения фразеологизмов и предполагает графический / фонематический анализ межъязыковых соответствий, привлечение этимологических данных, предметно-логическое и ассоциативно-образное изучение внутренней формы. Перечисленные процедуры позволяют разделить исследуемые фразеологизмы на «шесть групп номинативных единиц: три группы схожих – 1) единицы, сходство которых связано с языковыми факторами, 2) единицы с культурно обусловленным сходством, 3) единицы с когнитивно детерминированным сходством; три группы специфичных – 4) обозначения с этноязыковой специфичностью, 5) этнокультурно специфичные обозначения, 6) этнокогнитивно специфичные обозначения» [3, с. 117].

Классификация М. С. Гутовской была взята за основу для предпринятой в практической части исследования систематизации русской и английской фразеологии с семантикой счастья в аспекте межъязыковых сходств и различий.

В ходе исследования было установлено, что группа **фразем, сходство которых связано с языковыми факторами**, является самой немногочисленной – составляет 1 % от общего числа исследуемых фразем – и содержит фразеологизмы, которые восходят к общим языковым источникам и характеризуются материальной (графической и/или фонематической) отождествляемостью [3, с. 118, 124]. Например, нетранслитерированная фразема *dolce far niente* «удовольствие от безделья» функционирует в оригинальной итальянской форме в английском и русском языках, однако в последнем чаще используется фразеологическая калька иноязычной фраземы – *сладкое ничегонеделание* [4, с. 49–51]. Группа **обозначений с этноязыковой специфичностью** насчитывает 14 % фразем, форма которых осложнена собственно языковыми факторами: рифмой, ритмом, языковой игрой, синонимическими или антонимическими сочетаниями: *рад-радешенек, ахать и охать, live happily ever after* (букв. «жить счастливо всегда после (этого)»).

К единицам с культурно обусловленным сходством (8 %) относятся фраземы с общим культурным компонентом – наднациональным по отношению к привлекаемым к сопоставлению языкам [3, с. 118, 125]. В исследуемом корпусе это в основном фраземы, имеющие библейские (*запретный плод* и *forbidden fruit*) и античные (*почить на лаврах* и *rest on one's laurels*) корни. Однако есть и фраземы, в образной основе которых отражены общие для двух лингвокультур невербальные знаки, с помощью которых принято выражать эмоцию счастья: *с распростертыми объятиями* и *greet/welcome smb/smith with open arms*. В группу этнокультурно специфичных обозначений входит 11,5 % фразеологизмов с семантикой счастья, которые апеллируют к духовной культуре народов, а также отражают особенности национального быта. Например, этнокультурная специфика фраземы *срывать цветы удовольствия* «беспечно пользоваться удовольствиями, радостями жизни» обусловлена ее связью с национальной литературой: первоисточником устойчивого выражения является комедия Н. В. Гоголя «Ревизор». К традиционному английскому уличному театру XVIII в. отсылает фразема *pleased as Punch* (букв. «довольный как Панч») «удовлетворенный» [5, с. 643]. Кроме того, к фраземам, специфика которых определяется связью с этнокультурой, относятся единицы, в составе которых присутствуют наименования социально-исторических (*мещанское счастье*), природных (*warm the cockles of one's heart* (букв. «согреть моллюсков чьего-л. сердца»)) реалий, характерных для данной народности.

На долю единиц с когнитивно детерминированным сходством приходится 19,5 % фразеологизмов исследуемой семантики. Когнитивно обусловленные параллели прослеживаются в метафорических моделях и образности русско- и англоязычных фразем. Это, в первую очередь, пространственная связь состояния счастья с верхом/высотой (*на верху блаженства*, *on top of the world* (букв. «на вершине мира»)) и ассоциация с наполненностью (*бить через край*, *be full of the joys of spring* (букв. «быть полным радостями весны»)). Несмотря на общечеловеческий характер рассматриваемой семантики, самой многочисленной является группа этнокогнитивно специфичных обозначений, которая составляет 39 % от общего числа исследуемых фразем. Образы, лежащие в основе русской и английской фразеологии счастья, отличаются самобытностью. Почти все русские фразеологизмы обращены к внутреннему состоянию человека и выражаются через понятия, которые относятся непосредственно к человеку (например, лексем-соматизмы: *словно маслом по сердцу*, *ног под собой не слышать*). Для английской фразеологии в гораздо большей степени свойственны сравнения с внешним миром, выходящим за физические границы самого человека. Это в основном образы,

основанные на наблюдении за животными, образы природы (*like the cat that got the cream* (букв. «как кот, получивший сметану»), *be a box of birds* (букв. «быть ящиком с птицами»), *sunny side* (букв. «солнечная сторона»)).

Таким образом, результаты исследования демонстрируют, что соотношение общего и различного в русской и английской фразеологии счастья составляет 1:2,5. Такой показатель подчеркивает глубокое этническое своеобразие фразеологизмов с семантикой счастья, которое формируется языковыми, культурными и когнитивными факторами и обеспечивает наличие среди рассматриваемых фразеологизмов множества не имеющих полных эквивалентов, трудно переводимых единиц.

Библиографические ссылки

1. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1996.
2. Гутовская М. С. Контрастивно-лексикографический метод установления составов фразеосемантических полей в сопоставительных лингвокогнитивных исследованиях // Веснік БДУ. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагагіка. Минск, 2013. № 2. С. 34–41.
3. Гутовская М. С. Лексико-фразеологическая структура метаязыковых обозначений в русском и английском языках. Минск : БГУ, 2019.
4. Наумова И. О. Фразеологические общности русского и английского языков (в контексте языковой конвергенции). Харьков : ХНАГХ, 2012.
5. Ammer C. The American Heritage Dictionary of Idioms. Boston : Houghton Mifflin Harcourt, 2013.

СІНТАКСІЧНЫЯ АРХАІЗМЫ Ё ПРОЗЕ М. ГАРЭЦКАГА (НА МАТЭРЫЯЛЕ АПОВЕСЦІ «НА ІМПЕРЫЯЛІСТЫЧНАЙ ВАЙНЕ»)

Ю. А. Гурыновіч

ule4ka2003@mail.ru;

Навуковы кіраўнік — С. А. Важнік, кандыдат філалагічных навук, дацэнт

У артыкуле апісваецца структура простага сказа ё прозе М. Гарэцкага на матэрыяле аповесці «На імперыялістычнай вайне». Найбольшую цікавасць для нас прадстаўляюць сінтаксічныя канструкцыі, якія пры супастаўленні з сучаснымі адпаведнікамі даюць падставу меркаваць пра адметныя сінтаксічныя мадэлі простага сказа, уласцівыя беларускай мове пачатку ХХ стагоддзя.

Ключавыя словы: сінтаксічныя архаізмы; адметныя сінтаксічныя мадэлі; спецыфіка дыяхраннага кіравання; структура простага сказа; семантычны сінтаксіс.

Паводле Тлумачальнага слоўніка К. К. Атраховіча «архаізм, – а, м. Застарэлая з’ява, перажытак мінулага. // Слова, моўны выраз, граматычная форма, што выйшла з агульнага ўжывання» [7, с. 53].

Гаворачы пра архаізмы, мы звычайна прыгадваем апісаныя ва ўніверсітэцкім курсе: **фанетычныя** [адрозніваюцца ад адпаведных ім сучасных слоў адным-двума гукамі: *гімнасія – гімназія*], **лексічныя** [цалкам адрозніваюцца ад сучасных назваў, яны выцяснююцца з мовы словамі іншага кораня: *лемантар – буквар*], **марфалагічныя** [маюць аднолькавы корань з сучаснымі назвамі, але адрозніваюцца суфіксамі ці прыстаўкамі: *дзеіца – дзеяч*] і **семантычныя** [слова актыўна выкарыстоўваецца ё сучаснай мове, але асобнае яго значэнне [значэнні] выходзіць з ужытку, становіцца ўстарэлым. Напрыклад, у слове *дружына* ўстарэлае значэнне – група прыбліжаных князя, якая складала яго войска і прымала ўдзел у кіраванні княствам].

П. П. Шуба ё межах граматычных архаізмаў асобна вылучае архаічныя словазлучэнні і канструкцыі. Згодна с гэтым меркаваннем, правамерна вылучаць такі від архаізмаў як «сінтаксічныя архаізмы», якія раней не былі апісаны ё беларускай граматыцы [8, с. 94].

У сваім артыкуле «Сінтаксічныя інавацыі ё сучаснай беларускай літаратурнай мове: да пытання тыпалогіі» С. А. Важнік дае наступнае азначэнне гэтаму тыпу архаізмаў: «сінтаксічныя архаізмы – гэта былыя актыўна ўжывальныя канструкцыі [мадэлі], што былі выцеснены з ужытку іншымі моўнымі канструкцыямі [мадэлямі]. Але тым не менш

захаваліся ў прэцэдэнтных тэкстах і, нягледзячы на ўстарэлы характар, працягваюць мець нацыянальную своеасаблівасць» [2, с. 37].

Адным з такіх прэцэдэнтных тэкстаў з'яўляецца дакументальная аповесць «На імперыялістычнай вайне» Максіма Гарэцкага.

Прааналізаваўшы твор Максіма Гарэцкага «На імперыялістычнай вайне», мы заўважылі наяўнасць шэрагу дзеяслоўных прэдыкатаў, якія не знайшлі сваё адлюстраванне ў сучасных слоўніках, але з дапамогай якіх у СБМ маглі б ўтварацца пэўныя сінтаксічныя канструкцыі і рэалізоўвацца сінтаксічныя сувязі. Прывядзём некаторыя прыклады: *Гаворачы, ён клаў два пальцы на ніжнюю лупу, мачыў іх, бздрынкнуўшы на ёй, і падкручваў залатыя вусікі* [3, с. 4]; *прыняўшы ад дзяжурнага рапарт і паздароўкаўшыся з батарэяй...* [3, с. 12]; *мы складваліся... і разам з другімі вайсковымі часткамі лагера... суяціміліся, куламеціліся* [3, с. 14]; *ён зьдзеў перад Пупскім капялюш...* [3, с. 22].

Адзначаны таксама і ўласна беларускія канструкцыі, дзе назоўнік-выказнік выражаны ў форме назоўнага склону: *што яны ёсць палякі; не ёсць дазволена; не ёсць забаронена; ёсць даволі здаровы мужчына. Чы пан ест поляк?* – БП.

Для характарыстыкі спосабаў выражэння аб'екта, мы будзем карыстацца класіфікацыяй, прапанаванай С. А. Важнікам у артыкуле «Збегай, сыноч, выды, або структура простага сказа ў прозе Максіма Гарэцкага», праз адлюстраванне спецыфічных выпадкаў архаічнага кіравання [1, с. 56].

Намі былі заўважаны наступныя канструкцыі – сінтаксічныя архаізмы.

Беспрыназоўнікавая канструкцыя > іншая беспрыназоўнікавая канструкцыя.

1.1 Акузатыў > генітыў: *купляць* + В.скл.: *дагэтуль ён быў гдзесь у камандыроўцы, купляў коні для батарэі...* [3, с. 26].

1.2. Генітыў > акузатыў: *убачыць* + Р.скл.: *пасля вячэры я ўбачыў колькіх і ў нашай казарме...* [3, с. 27].

Прыназоўнікавая канструкцыя > іншая беспрыназоўнікавая канструкцыя.

2.1. рг + Тв.скл. > Тв.скл.: *цягнуць* + з Тв.скл.: *я хадзіў на малітвы і цягнуў з хрыпаватымі басамі і тэнарамі...* [3, с. 10].

2.2. рг + акузатыў > акузатыў: (1) *бегаць* + па В.скл.: *апаненыя бедна жанчыны вынасілі вёдры вады, бегалі па колькі раз... каб толькі мы ўсе напіліся;* (2) *любавацца* + на В.скл.: *прыехала наша кухня, мы паабедалі, я сядзеў пры тэлефоне і любаваліся на шырокі прастор...* [3, с. 15, 22].

Прыназоўнікавая канструкцыя > іншая прыназоўнікавая канструкцыя.

рг + акузатыў > рг + генітыў: (1) **стукаць** + на В.скл.: ...увесь час на вадапоі ці на стайні хто-небудзь **стукаў, бразгаў, крычэў на коні...**; (2) **крычаць** + на В.скл.: ...увесь час на вадапоі ці на стайні хто-небудзь **стукаў, бразгаў, крычэў на коні...** [3, с. 10].

рг + акузатыў > іншы рг + генітыў: (1) **дзівіцца** + на В.скл.: ...ніў з Шалапутавым гарбату і ўсё **дзівіўся на яго сабачую жарлівасць...**; (2) **здзівіцца** + на В.скл.: ня дужа **здзівіўся на гэтую няцямлівасць паручык Пупскі** [3, с. 11, 20].

рг + Тв.скл. > іншы рг + генітыў: (1) **жартаваць** + з Тв.скл.: ...вярнуўся зьбянтэжаны, ня ведаючы, **жартуюць з ім** ці кажучь праўду; (2) **сьмяцца** + нада Тв.скл.: **ціпер-жа нада мною тааварішчы сьміютца** [3, с. 11, 17].

рг + акузатыў > іншы рг + акузатыў: (1) **пераехаць** + на В.скл.: а пакуль што, братцы, трэба **пераехаць на зімовыя кватэры**, каб быць бліжэй да ворага; (2) **садзіцца** + у В.скл.: **садзіліся** хворым на нос і ў вочы; (3) **схадзіць** + на В.скл.: першым чынам ён загадаў **схадзіць на дзьве зьмены ў лес...**; (3) **прыходзіць** + на В.скл.: салдаты, што **прыходзілі на батарэю** з казармаў...; (4) **прыходзіць** + на В.скл.: ён **прыходзіў на батарэю** па нейкай справе...; (5) **адварнуўца** + на В.скл.: а ён моліцца богу, **адварнуўшыся на садок, на вішні** [3, с. 13, 17, 21, 23, 24, 28].

рг + М.скл. > іншы рг + генітыў: (1) **дзяжурць** + пры М.скл.: я **дзяжурь пры тэлефоне** і заснуў з тэлефонаю трубкаю ў руцэ; (2) **сядзець** + пры М.скл.: прыехала наша кухня, мы паабедалі, я **сядзеў пры тэлефоне...** [3, с. 19, 22].

рг + датыў > іншы рг + генітыў: **прыйсці** + к Д.скл.: ...і ў нашай казарме: у госьці к **батарэйцам прышлі...** [3, с. 27].

Што датычыцца факультатыўных актантаў, то ў творы «На імперыялістычнай вайне» знайшлі адлюстраванне тэмпаратывы і акузатывы. Разгледзім некаторыя прыклады.

Выражэнне часу або тэмпаратыў знайшло адлюстраванне ў творчасці Максіма Гарэцкага праз сінтаксемы: **вось адноўчы** [3, с. 6]; **другім разам** [3, с. 8], **перад абедам** [3, с. 9]; **зараз** [3, с. 9]; **за хвілінку** [3, с. 9]; **а пятай гадзіне** [3, с. 10, 20]; **днём** [3, с. 10]; **увесь час** [3, с. 10, 11, 14]; **а пятай гадзіне** [3, с. 10, 14]; **па вечарох** [3, с. 11]; **палову другога дня** [3, с. 14]; **па абедзе** [3, с. 14, 16, 20]; **першы раз у жыцці** [3, с. 28].

Выражэнне прычыны адбываецца з дапамогай наступных канструкцый-маркёраў: **1) прыназоўнік дзеля: дзеля сваіх рэлігійных**

звычайу [3, с. 10]; пасунуў дзеля віду ложкак [3, с. 18]; падсыпаў дзеля храбрасці [3, с. 26]; 2) сінтаксемы з прычынным прыназоўнікам з: здзекі былі адной з прычын самагубства; з радасцю [3, с. 26]; сапе з радасці.

Кожнай мове ўласцівы спецыфічныя рысы, якія цяжка, а часам проста немагчыма патлумачыць з пункту гледжання пэўных правілаў. Гэта хутчэй выключэнні, якія захоўваюцца ў нашай свядомасці.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Важнік С. А.* Збегай, сынок, выды, або структура простага сказа ў прозе Максіма Гарэцкага // Роднае слова. 2020. С. 56–59.
2. *Важнік С. А.* Сінтаксічныя інавацыі ў сучаснай беларускай літаратурнай мове: да пытання тыпалогіі // Актуальныя праблемы паланістыкі. 2007. С. 33–40.
3. *Важнік С. А.* Кантастыўны сінтаксіс польскай і беларускай моў: семантыка і дыстрыбуцыя дзеяслоўнага прэдыката. Мінск : Права і эканоміка, 2008.
4. *Важнік С. А.* Сінтаксічныя інавацыі ў сучаснай беларускай літаратурнай мове: да пытання тыпалогіі. // Актуальныя праблемы паланістыкі. 2007. С. 33–40.
5. На імперыялістычнай вайне: (запіскі) / Максім Гарэцкі. Менск [Мінск] : Дзяржаўнае выдавецтва Беларусі, 1926.
6. *Рамза Т. Р.* Сучасная беларуская мова. Сінтаксіс: вучэб. дапам. Мінск : БДУ, 2020.
7. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы: у 5 т. / рэдкал.: К. К. Атраховіч (агульн. рэд.) [і інш.]. Мінск : БелСЭ, 1977–1984. Т. 1.
8. *Шуба П. П.* Современный русский язык. Ч. 1: Фонетика. Лексикология. Фразеология. Минск : ООО Плопресс, 1998.

ГИБРИДИЗАЦИЯ ЖАНРОВ В РОМАНЕ АХМАДУ КУРУМЫ «АЛЛАХ НЕ ОБЯЗАН»

С. В. Дасько

sndhk88@gmail.com;

*Научный руководитель – Е. А. Борисеева, кандидат
филологических наук, доцент*

Гибридикация жанров в романе «Аллах не обязан» как основной прием организации текста позволяет Ахмаду Куруме реализовать авторскую концепцию ребенка на войне. Каждый заимствованный элемент определенного жанра выступает в качестве вспомогательного средства при построении повествования и установлении коммуникации с читателем.

Ключевые слова: жанр; гибридикация жанров; гибридный персонаж; пикарескный роман; роман карьеры; социально-бытовой роман; социально-политический роман.

Ахмаду Курума – писатель «второго поколения» франкоязычной постколониальной литературы, представитель той группы африканских писателей, для которых смысл литературы заключается в ее ангажированности. Его четвертый роман «Аллах не обязан» (2000) посвящен проблеме детей во время гражданских войн в Либерии и Сьерра-Леоне. Роман является примером африканского постколониального романа, осмысляющего опыт бывших колоний французской метрополии. А. Курума использует различные элементы канонических жанровых форм, однако обращается с ними очень свободно, из-за чего роман превращается в жанровый гибрид.

«Аллах не обязан» начинается с саморепрезентации героя-нарратора: «Я подумал и решил... Звать меня Бирахима. Я негритенок...» [1]. Таким образом, читатель сразу знакомится с главным героем романа – Бирахимой, мальчиком лет 12. Далее Бирахима рассказывает, что он окончил всего два класса школы, что он был «уличным мальчишкой» [1] и почему он вынужден отправиться в соседнюю страну – Либерию. Данные характеристики персонажа сближают его с главным героем пикарескных романов, который представляет собой тип плута и авантюриста, выходца «из низов», жертву законов современного ему общества.

О том, что Бирахима схож с пикаро свидетельствует не только его литературный «автопортрет», но и поведение героя: на пути в Либерию вместе с «хромым бандитом» Якубой, когда их настигает отряд маленьких солдат, Бирахима, чтобы выжить, начинает кричать, что он хочет

стать маленьким солдатом. Мальчик попадает в отряд, однако он не предан этому делу, для него стать солдатом – лишь действие, необходимое чтобы выжить на пути к своей тете в Ньянгбо.

Герой-нарратор Бирахима использует разговорный стиль, что вписывается в концепцию традиционного плутовского романа, для которого характерен низкий стиль повествования. Однако тут же мы сталкиваемся с первым противоречием: Бирахима рассказывает свою историю, будучи все еще ребенком-солдатом, который находится в окружении таких же солдат-бандитов. Из обращения к нему доктора Мамаду «Petit Virahima» [2, р. 222] («Малыш Бирахима» [Здесь и далее перевод наш. – С. Д.]) можно сделать вывод, что Бирахима все еще мальчишка. В классическом плутовском романе читателю представляется история пикаро, которую сам он рассказывает о себе, будучи уже достаточно взрослым.

Таким образом, роман «Аллах не обязан» лишь частично заимствует определенные элементы плутовского романа, среди которых тип героя, мотив дороги и путешествия, а также использование низкого стиля повествования.

Помимо того, что Бирахиму можно сравнить с плутом, допустимо говорить также о его схожести с типичным героем африканской сказки – трикстером. Для трикстера в африканской сказке характерен острый ум, ловкость, хитрость и умение выходить победителем из различных ситуаций. Все это воплощено в Бирахиме: он явно выступает против моральных норм, о чем говорит напрямую, на его пути встречается множество опасных ситуаций, однако именно благодаря своей ловкости, он остается жив.

Кроме мотива пути, в романе встречается также мотив становления героя, однако становление Бирахимы представлено исключительно в карьерном плане – к концу романа мальчик уже старший офицер: «Именно так мы все оказались старшими офицерами в армии Эль Хаджи Коромы» («C'est ainsi que nous nous sommes tous retrouvés officiers supérieurs dans l'armée d'El Hadji Koroma» [2, р. 216]). Следовательно, на путь Бирахимы можно посмотреть также через призму романа воспитания.

Считается, что классический роман воспитания должен заканчиваться хорошо (герой достигает некоего положения в обществе, а все его проблемы, с которыми он сталкивался в процессе взросления, решены), однако, например, во французских вариантах романа воспитания («Красное и черное» Стендаля; «Воспитание чувств» Флобера) благополучный финал отсутствует.

В романе А. Курумы финал противоречивый: тетя, к которой стремился Бирахима, умирает от многочисленных болезней, однако позже

читателю представляется картина, как Бирахима, Якуба, Секу и доктор Мамаду едут с карманами, набитыми золотом, в неизвестном направлении с надеждами на будущее, где они смогут спокойно вести свою бандитскую деятельность. При этом, хоть Бирахима и стал старшим офицером, нельзя сказать, что его социальное положение сильно изменилось, так как он остался в том же окружении, среди бандитов.

Стоит также отметить, что классической модели романа воспитания противоречит и то, что история Бирахимы и его становления как ребенка на войне повествуется самим Бирахимой, что разрушает матрицу романа воспитания, в котором нарратор, как правило, недиегетический.

Все, что есть в произведении А. Курумы от романа воспитания, – это становление героя преимущественно в карьерном плане. Таким образом, в «Аллах не обязан» присутствуют черты не романа воспитания как такового, а скорее его разновидности – романа карьеры.

Совершенно закономерным как для плутовского, так и для романа карьеры, является критическая оценка общества, что придает романам социальной значимости. Безусловно, все это есть в «Аллах не обязан», что связано с особой ролью критического реализма в африканской литературе из-за социально-политического кризиса в регионе.

Социальная критика в данном романе реализуется на нескольких уровнях: во-первых, саркастичные комментарии самого Бирахимы, когда он становится свидетелем каких-либо событий. Например, на похоронах мальчика Кида Бирахима высмеивает плачущих людей, так как для него это кажется несурзным на фоне ежедневных смертей других детей. Во-вторых, в 4 и 5 частях романа прослеживается циничный сарказм в отношении правителей и их действий, когда Бирахима говорит об истории стран, с перечислением всех важных персоналий и событий – войн, переворотов и т. д.

Примечательно то, что главный герой делает это в немного несвойственной для романа манере: становится меньше сатирического, но больше всеведущего Бирахимы, который почти беспристрастно и с документальной точностью рассказывает историю Сьерра-Леоне и Либерии.

Исходя из вышеперечисленного, роман «Аллах не обязан» можно назвать также социально-политическим (всеведущий нарратор Бирахима с документальной точностью повествует о политической стороне жизни) и социально-бытовым романом. В социально-бытовом романе изображается социальная среда, особенности функционирования которой раскрываются благодаря описанию быта и т. д. Для социально-бытового романа характерно также то, что через одного главного героя может быть изображено существование всего социума в целом. Бирахима – собиратель-

ный образ, благодаря которому автор изображает актуальную для стран Западной Африки проблему детей на войне. Его набор характеристик можно назвать предельно обобщенным: мальчик без образования, без родителей, в эпицентре военных действий.

Таким образом, роман «Аллах не обязан» представляет собой жанровый гибрид, так как, хотя в нем и сочетаются различные жанровые коды, они представлены лишь частично, иногда «отменяя» друг друга и тем самым не позволяя определенному жанру полностью реализоваться в романе. А. Курума совмещает элементы африканского фольклора (герой-трикстер), плутовского романа (тип героя и мотив дороги) и романа карьеры как разновидности романа воспитания. Помимо этого, в романе сильна критическая составляющая, а также присутствует всеведущий нарратор, повествующий о политической стороне жизни современного ему общества, что позволяет соотнести данный роман с социально-бытовым и социально-политическим романами.

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.

МИР ЗЕМНОМОРЬЯ У. К. ЛЕ ГУИН КАК ПРИМЕР «ВТОРИЧНОГО МИРА»

С. А. Дедкова

sonya.dedkova@mail.ru;

Научный руководитель — Н. М. Шахназарян, кандидат филологических наук, доцент

В данном докладе рассматривается «вторичный мир» в литературе фэнтези на примере первого романа «Цикла о Земноморье» У. К. Ле Гуин. Определяется смысловое наполнение и генезис термина «вторичный мир» в жанре фэнтези. Анализируется онтолого-мифологическая системность в описании географии, климата, культуры мира Земноморья как «вторичного мира», осмысляемого в лучших традициях условно-аллегорического реализма жанра утопии и антиутопии.

Ключевые слова: американская литература; У. К. Ле Гуин; «Цикл о Земноморье»; жанр фэнтези; «вторичный мир».

Американская традиция фэнтези начинается с «Удивительного волшебника страны Оз» Л. Ф. Баума (*Lyman Frank Baum, 1856–1919; The Wonderful Wizard of Oz, 1900*), «Тарзана. Приемывша обезьяны» Э. Р. Берроуза (*Edgar Rice Burroughs, 1875–1950; Tarzan of the Apes, 1912*) [1]. Благодаря Р. И. Говарду – автору серии книг о Конане-варваре (*Robert Ervin Howard, 1906–36; The Phoenix on the Sword, 1932*) жанр фэнтези приобрел популярность.

Выделяют два основных вида фэнтези: высокое и низкое в зависимости от места действия (сеттинга). События низкого фэнтези происходят в мире, в котором присутствуют фантастические элементы, но магия встречается редко. События высокого фэнтези происходят в вымышленных мирах, законы которых не подчиняются реальности.

Согласно эссе «О волшебных сказках» Дж. Р. Р. Толкина (*John Ronald Reuel Tolkien, 1892–1973; On Fairy-Stories, 1939*) место действия в вымышленных мирах делится на «первичный мир» и «вторичный мир». Под «первичным миром» понимается реальный мир, в котором проявляются фантастические элементы и магия является неким «чудом». Примерами фэнтези с «первичным миром» можно назвать такие произведения, как «Американские боги» Н. Геймана (*Neil Gaiman, 1960; American Gods, 2001*) «Дозоры» С. Лукьяненко (1968; 1998–2015), «Реки Лондона» Б. Аароновича (*Ben Aaronovitch, 1964; Rivers of London, 2011–present*) и т. п. К произведениям со «вторичным миром», не связанным с реальностью, полным магии и мифологических героев, можно отнести «Плоский

мир» Т. Прачетта (*Terry Pratchett, 1948–2015; Discworld, 1983–2015*), «Колесо Времени» Р. Джордана (*Robert Jordan, 1948–2007; The Wheel of Time, 1990–2013*), «Сага о ведьмаке» А. Сапковского (*Andrzej Sapkowski, 1948; Saga o wiedźminie, 1986–2013*) и т. п.

Никки Гэмбл (*Nikki Gamble, 1983; Exploring Children's Literature, 2008*) выделяет три формы сосуществования реального «первичного» и вымышленного «вторичного» миров [2]: 1. отсутствие «первичного мира», или его незначительность для сюжета; 2. связь между «первичным» и «вторичным» мирами только через портал; 3. присутствие магического мира внутри реального мира (*Здесь и далее перевод из иностранных источников наш – С. Д.*).

Первые две формы, по Н. Гэмбл, характерны для высокого фэнтези, а третья – для низкого. Безусловно, не все примеры жанра фэнтези подходят к данной классификации. Так, Толкин говорил, что место действия его книг происходит в нашем мире 6000 лет назад, и это позволяет отнести его произведения к низкому фэнтези. Тем не менее, его Средиземье – настолько разработанный и отдаленный от реальности мир, что не назвать «Властелина Колец» (*The Lord of the Rings, 1954–55*) или «Хоббита» (*The Hobbit, 1937*) высоким фэнтези невозможно. В «Гарри Поттере» Дж. К. Роулинг (*Joanne Rowling, 1965; Harry Potter, 1997–2007*) Гарри живёт в «первичном мире», но большая часть действий происходит в мире высокого фэнтези. В «Алисе в стране чудес» Л. Кэрролла (*Lewis Carroll, 1832–98; Alice's Adventures in Wonderland, 1865*) и «Хрониках Нарнии» К. С. Льюиса (*Clive Staples Lewis, 1898–1963; The Chronicles of Narnia, 1950–56*) совмещены оба мира, но большая часть действий происходит в волшебном мире, что позволяет отнести их к «портальному» высокому фэнтези. Интересным примером можно считать «Песнь льда и пламени» Дж. Мартина (*George Raymond Martin, 1948; A Song of Ice and Fire, 1996–present*), в которой место действия находится в выдуманном мире (высокое фэнтези), но незначительная роль магии в данной эпической саге характерна для низкого фэнтези.

Примером изображения «вторичного мира» в фэнтези является «Земноморье» из цикла «Волшебник Земноморья» У. К. Ле. Гуин (*Ursula Kroeber Le Guin, 1929–2018; The Earthsea Cycle, 1968–2001*).

Миропостроение (*worldbuilding*) на карте архипелагов Земноморья не просто помогает читателю сориентироваться в пространстве и наблюдать путешествие героев своими глазами. Именно с создания карты и мира началось создание «Цикла о Земноморье»: «Я написала пару коротких рассказов, действие которых происходило на островах, где жили волшебники и драконы.. <...> Острова росли, и, бум, это целый ар-

хипелаг, и вот я рисую карту, называю реки, горы, города...» [3].

Действие произведения разворачивается на различных островах вымышленного мира Земноморья, в который включены море и острова: оромный архипелаг, состоящий из сотен островов, окруженных океаном. В Земноморье нет крупных континентов, и архипелаг напоминает по скупченности и количеству Индонезию, Шпицберген или Гебридские острова. Самый большой остров, Хавнор, согласно масштабам на карте, имеет 380 миль или 610 км в ширину. Центральные острова вокруг Хавнора и Внутреннего моря называются Архипелагом, внешние острова объединены в Пределы согласно сторонам света: Северный, Южный, Восточный и Западный. Также отдельно от Архипелага выделяют Земли Каргада. В романах фигурируют в основном острова Рок, Хавнор, Гонт и Атуан.

Рок – это остров, на котором главный герой начал обучаться волшебству в Школе Волшебников, расположенной в городе Твил недалеко от Имманентной рощи, обладающей сакральной силой (в случае ее уничтожения погибнет весь мир): *«Говорят, что сами деревья из Рощи разумны и мудры. Говорят, что Мастер Путеводитель постигает свою изысканную магию именно от деревьев, и если когда-либо деревьям этим суждено умереть, то вместе с ними исчезнет и его мудрость; тогда же поднимутся волны морские и затопят острова Земноморья, ...а все те земли, где живут теперь и люди, и драконы, исчезнут»* (Здесь и далее перевод с англ. И. Тогоевой) [4, с. 75].

В технологическом плане Земноморье – это общество раннего железного века, и бронза используется там, где не хватает железа. При изготовлении оружия используются дерево и различные твердые, но легко обрабатываемые металлы.

Климат Земноморья в целом умеренный, сравнимый со средними широтами северного полушария, но в южных регионах похож на субтропический. В мире Земноморья цикл смены времен года такой же, как и на Земле. На северных островах, таких как Гонт и Осскил, лето теплое, а зима холодная. Год измеряется церемониальными ритуалами – серединой лета (Долгий Танец), зимним солнцестоянием (Солнцеворот) и Равноденствиями, когда планета ненадолго балансирует между светом и тьмой, и символически – добром и злом, жизнью и смертью.

Земноморье, за исключением земель варваров-каргов, язык которых *«не похож ни на один язык Архипелага и Пределов»* [4, с. 12] – это грамотное общество, использующее письменность, называемую «ардические руны». Слово «руны» может указывать на сходство с германскими рунами, но в книге «Волшебник Земноморья» Гед учится читать и писать, изучая «Шестьсот Ардических Рун», что предполагает логографическую письменность, больше похожую на китайскую

письменность. Несмотря на относительно общий для всего Архипелага язык, многие народы говорили на своих диалектах [4, с. 42, с. 104]. «*Ардический язык ... корнями своими ... уходил в Истинную Речь, где все существа и предметы были названы своими подлинными именами*» [4, с. 24].

Цвет кожи у жителей Гонта, Хавнора и большинства жителей центральных островов в основном «медно-смуглый» [4, с. 42], как у коренных американцев. Граждане Осскила прозывали их *Келуб*, «краснолицы» [4, с. 104]. В Южном и Восточном Пределах живут темнокожие люди с прямыми черными волосами [4, с. 42]. В Осскиле – с более европейским обликом, светлой кожей, а карги северо-восточных островов – светловолосые и белокожие, как жители Северной Европы [4, с. 12].

Помимо людей, в Земноморье есть еще один разумный вид живых существ – драконы. Одни драконы – носители бесчисленных знаний, другие – жестокие чудовища. Некоторые драконы (Орм Ириан и Тенаху из второй трилогии) могут перевоплощаться в людей.

Таким образом, мир Земноморья прямых соприкосновений с «первичным» миром не имеет. Он подчиняется своим законам, имеет свой язык, культуру, этнические группы, свой космогонический миф. Трилогия «Цикл о Земноморье» Урсулы К. Ле Гуин рисует модель воображаемого мира и с помощью подробно описанной онтологомифологической системы создает один из наиболее полно сформированных «вторичных» миров в литературе фэнтези.

Библиографические ссылки

1. *Ульянова М. И.* Жанровые признаки современного романа-фэнтези (на примере серии книг Дмитрия Емца «Мефодий Буслаев»). URL: https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/6474/1/%D0%A3%D0%BB%D1%8C%D1%8F%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9C.%D0%98._%D0%A4%D0%98%D0%9B%D0%B1_1401.pdf (дата обращения: 09.04.2023).
2. *Gamble N.* Exploring children's literature. URL: https://archive.org/details/exploringchildre0002gamb_y9e9 (дата обращения: 14.04.2023).
3. *Curry A.* Worlds of Ursula K. Le Guin – Documentary film. URL: <https://prejudessia.monster/movies/play/10022158-worlds-of-ursula-k-le-guin-2018?mid=17&sid=&sec=40ade02059e246b556508b3b0a72a7551d3f4d1c&t=1670851158> (дата обращения: 12.04.2023).
4. *Ле Гуин У.* Волшебник Земноморья: романы, рассказы / пер. с англ. И. Тогоевой. СПб. : Азбука, Азбука-Аттикус, 2017.

ПРИЕМ РЕТРОСПЕКЦИИ В РОМАНЕ Г. ГАЗДАНОВА «ВЕЧЕР У КЛЭР»

Е. И. Ермоленко

ermolenkoe312@gmail.com;

Научный руководитель – Л. Л. Авдейчик, кандидат филологических наук, доцент

В ходе анализа сюжетных и композиционных отрезков романа Г. Газданова «Вечер у Клэр», с учетом использования категорий «ретроспекция» и «художественное время», были выделены основные авторские приемы, на которых построено произведение. Они заключаются в описании нескольких миров (реального, виртуального), в их смешении, в субъективном восприятии окружающей действительности героем-повествователем.

Ключевые слова: литература русского зарубежья; проза Гайто Газданова; ретроспекция; тема памяти; субъективизм; художественное время.

Категория времени на протяжении многих столетий занимает умы не только ученых, но и писателей, литературоведов. Особый интерес вызывает время не реальное, а художественное, изображение и интерпретация времени в художественном произведении. Целью данной работы является выделение основных сюжетных и композиционных форм выражения ретроспекции в романе Г. Газданова «Вечер у Клэр» (1929).

Для того чтобы правильно и точно определить специфику воплощения времени через использование приема ретроспекции в романе «Вечер у Клэр», необходимо уточнить определения понятий «художественное время» и «ретроспекция» и особенности их функционирования в произведении.

Представление реальности в художественном мире, таком, как искусство, литература, музыка, происходит во времени и пространстве. Писатель, создавая собственную реальность, изображает и ее время. Развитие образов во времени дало исследователям возможность определить художественное время как *одну из форм художественной действительности, ее особую форму существования, имеющую отличительные характеристики* [1].

Ретроспекция – «обращение в прошлое» («воскрешение прошлого», «поиски прошлого») – как литературоведческий термин используется в двух основных значениях:

Вставная сцена (эпизод) из прошлого;

Прием повествования («a narrative device») [2].

«Содержательная» сторона художественного времени в произведении – одна из важнейших концепций в изучении приема ретроспекции. Такие исследователи как М. М. Бахтин, Д. С. Лихачев, Н. Ф. Ржевская исследовали данный аспект в произведениях, принадлежащих к разным эпохам. Как отмечала Н. Ф. Ржевская, «концептуальным приемом с «широким художественным диапазоном» ретроспекция стала в различных типах современного романа («потока сознания», «нового романа», романа «одного дня»). Отправной точкой «культуры воспоминания» в современном романе Н. Ф. Ржевская называет роман М. Пруста «В поисках утраченного времени»» [2].

В художественном произведении ретроспекция представляет собой некую задержку в последовательном развитии повествования. Благодаря реализации ретроспекции через композицию, описания героев, детали, художественный текст осуществляет многомерность, прерывность художественного времени.

Ретроспекцию как основополагающую доминанту романа «Вечер у Клэр» отметил реэмигрант журналист и писатель Владимир Сосинский: «"Вечер у Клэр" – явление не одной молодой эмигрантской, а вообще всей русской художественной литературы. Роман интересен с точки зрения обратной композиции, сюжет представлен через ретроспекции-воспоминания» [3].

Призма памяти героя-повествователя, ее воплощение в многоплановом мире его души – это та категория, которая занимает все его существо на протяжении повествования. Исходя из этого, можно отметить, что сюжет складывается из ряда эпизодов, лично значимых для самого рассказчика. Все, начиная от описаний природы до сюжетных коллизий участия в Гражданской войне, определено мировоззрением повествователя, за счет которого и создается субъективная картина мира. Для героя воображаемый мир, пронизанный воспоминаниями о «прошлой» жизни, – единственно возможный способ его существования: «Я был слишком равнодушен к внешним событиям; мое глухое внутреннее существование оставалось для меня исполненным несравненно большей значительности...» [4, с. 20]. Граница «внешнего» и «внутреннего» мира четко ощущается героем, поэтому воспоминания для него – возможность упорядочить хаос и преодолеть абсурдность реальности, создать собственную картину мира: «Я привыкал жить в прошедшей действительности, восстановленной моим воображением. Моя власть в ней была неограниченна, я не подчинялся никому, ничьей воле...» [4, с. 25].

Герой в романе существует одновременно в нескольких мирах: в мире реальном, осязаемом, в котором все события происходят вне желания героя; в мире воспоминаний, концентрирующемся на эпизодах из детства и Гражданской войны; наконец, в мире виртуальном, в котором силой воспоминаний происходит «исправление» реальности. Реальное время «Вечера у Клэр» ограничивается несколькими часами, проведенными Николаем рядом с любимой. Лирическое время воспоминаний охватывает всю его жизнь: от первых детских впечатлений и ощущений вплоть до «точки отсчета» – вечера у Клэр [5, с. 39]. В отличие от реального времени, излишне наполненного деталями и как бы «ненатурального», мир воспоминаний словно растекается и растягивается, следуя за потоком мыслей героя. Видение о «медленном полете тяжелой птицы» [4, с. 78] так же длительно и содержательно, как и описание трагических событий. Каждая деталь имеет особый смысл и является отражением воспринимаемой героем картины мира.

События прошлого в виде воспоминаний могут оформляться как нечеткие очертания, либо же формироваться как понятные, опирающиеся на исторический ход событий осколки. Первый тип проявляется в невыразимости воспоминаний: «Было в моих воспоминаниях нечто невыразимо сладостное: я точно не видел и не знал всего, что со мной случилось после того момента, который я воскрешал...» [4, с. 23]. Второй тип воспоминаний проявляется через указание дат и краткую характеристику событий внешней реальности героя-повествователя. Таковы воспоминания о том, как рассказчик «весной и летом тысяча девятьсот двадцатого года [я] скитался по Севастополю, заходя в кафе, и театры, и удивительные “восточные подвалы”» [4, с. 149]; особенно важные воспоминания о судьбоносной встрече: «*Был конец весны девятьсот семнадцатого года; революция произошла несколько месяцев тому назад; и, наконец, летом, в июне месяце, случилось то, к чему постепенно и медленно вела меня моя жизнь, <...> я увидел Клэр...*» [4, с. 66].

Для того, чтобы указать на субъективизм восприятия мира героем-повествователем, Газданов использует сложные метафоры («...фантазия покрывала мои воспоминания прозрачной стеклянной паутиной и уничтожала их чудесную неподвижность...»), отсылает к лирическим произведениям («О, память сердца! Ты сильнее рассудка памяти печальной...»).

«На уровне композиции ретроспекция представлена в линейном и циклическом виде. Линейное время – закономерная последователь-

ность, цепь событий и явлений; циклическое время в контексте романа – постоянное повторение определенных явлений и событий в памяти героя-повествователя» [6, с.25] В одном фрагменте линейность и цикличность воспоминания смешивается: «За время моего детства я совершил несколько кругосветных путешествий, потом открыл новый остров, стал его правителем, построил через море железную дорогу и привез на свой остров маму. Сказку о путешествии на корабле я привык слушать каждый вечер и сжился с ней так, что когда она и редка прекращалась – если, например, отец бывал в отъезде, – я огорчался почти до слез. А потом сказка прекратилась навсегда: мой отец заболел и умер» [4, с. 32] Линейность воспоминания заключена в цепочке последовательных действий внутри игры-сказки, имеющий реальный конец, «роковую точку» – смерть отца. Цикличность воспоминания представлена накапливающимися прошедшими формами глагола (*совершил, открыл, стал, построил*).

Прошлое и настоящее, внутреннее и внешнее время в романе неотделимы, миры времен взаимодействуют, переплетаются: внешние детали вызывают воспоминания, а воспоминания влияют на восприятие героем реальности.

Таким образом, на основе рассмотренных сюжетных и композиционных отрезков романа Г. Газданова «Вечер у Клэр» можно сделать вывод о специфике использования автором приема ретроспекции в произведении. Данный прием характеризуется сложностью, взаимодействием таких особенностей как переплетение нескольких миров в воспоминании, цикличность и линейность времени, зацикленность на субъективном восприятии мира. Подобные элементы являются частью авторского воплощения в тексте категории памяти и основой уникального авторского стиля. Благодаря использованию приема ретроспекции автор помогает читателю вместе с главным героем пережить его внутренние драмы, душевные порывы, переосмыслить ключевые моменты жизни.

Библиографические ссылки

1. Художественное время и его особенности. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennoe-vremya-i-ego-osobennosti/viewer> (дата обращения: 26.04.2023)
2. Ретроспекция: шекспировская модель ретроспекции в «Гамлете». URL: <https://world-shake.ru/ru/Encyclopaedia/3770.html> (дата обращения: 25.04.2023)
3. Неизвестные рецензии на произведения Гайто Газданова в сербской периодике. URL: http://www.darial-online.ru/2006_4/neciporenko.shtml (дата обращения: 20.04.2023)

4. *Газданов Г.* Вечер у Клэр. Возвращение Будды: романы. СПб. : Азбука, Азбука-Аттикус, 2022.
5. *Северинец А. К.* Пространство и время в романе Гайто Газданова «Вечер у Клэр» // журнал Веснік БДУ. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка / Бел. гос. пед. ун-т, 2001. С. 38–40.
6. *Косенкова И. О.* Структура художественного времени в романе Гайто Газданова «Вечер у Клэр» // Материалы международной конференции «Чтения Ушинского» факультета русской филологии и культуры. Ярославский гос. пед. ун-т им. К. Д. Ушинского; под ред. М. Ю. Егорова, 2013. С. 20–29.

МЕТАФОРИЧНОСТЬ ФРАНЦУЗСКОГО ИНАУГУРАЦИОННОГО ДИСКУРСА

В. В. Ермолович

vika.ermolovich04@mail.ru;

Научный руководитель – О. В. Лапунова, кандидат филологических наук, доцент

В докладе представлен анализ моделирующего потенциала политической метафоры в контексте политического дискурса французских президентов. Актуальность исследования обусловлена необходимостью сравнительного изучения президентского дискурса на лексико-семантическом и стилистическом уровнях. Объект исследования – инаугурационный дискурс французских президентов, результаты исследования – стратегии и тактики построения ими данного дискурса.

Ключевые слова: политический дискурс; метафора; метафорическая модель; общественно-политический профиль политика.

Вопрос об определении понятия *политического дискурса* относится к числу дискуссионных. В широком понимании политический дискурс – «это коммуникация, которая посвящена политическим проблемам или в которой политические субъекты выступают в качестве автора политического текста или его адресата» [1, с. 53]. В более узком понимании политический дискурс трактуется как коммуникация, которая связана с политическими проблемами [2].

Президентский дискурс понимается как «сложное и многомерное речевое образование, в котором наблюдается процесс взаимодействия речевых структур различных жанров, которым присущи историческая изменчивость, культурно-национальная обусловленность, индивидуальные предпочтения» [3, с. 8].

Инаугурационный дискурс является одним из жанров президентского дискурса. Инаугурационная речь играет большую роль в политической коммуникации. Инаугурация – это «торжественная церемония официального вступления в должность главы государства и некоторых других выборных лиц» [4].

В результате анализа инаугурационного дискурса французских президентов были выявлены политические метафоры и сформированы метафорические модели.

А. П. Чудинов под термином «метафорическая модель» понимает «существующие в сознании носителей языка типовые соотношения, семантически находящиеся в отношениях мотивации первичных и вторичных значений, являющиеся образцом для возникновения новых вторичных значений» [5, с. 56].

Вслед за О. И. Уланович и Е. П. Коледой [6, с. 75] мы выделили следующие метафорические модели: антропоморфная, артефактная, социальная, природная и предикативная.

Антропоморфная метафорическая модель использует объекты антропоцентрической сферы в качестве образов метафоризации: *représenter aux yeux du monde* – «представлять в глазах мира» (Н. Саркози); *on sent battre le cœur de ce vieux peuple enraciné* – «можно почувствовать биение сердца этого старого, укоренившегося народа» (Э. Макрон, 2022).

Артефактная метафорическая модель использует в качестве объектов метафоризации предметы, созданные руками человека: *s'ouvre le livre du temps* – «открывается книга времени» (В. Ж. д'Эстен); *je n'aurai qu'une boussole* – «у меня будет только один компас» (Э. Макрон, 2022).

Социальная метафорическая модель при построении метафорического сравнения опирается на явления и сущности социальной картины мира и общественной деятельности (семья, экономика, культура): *l'héritage du passé* – «наследие прошлого» (Ш. де Голль); *la marche de l'humanité* – «марш человечества» (Фр. Миттеран).

Природная метафорическая модель использует объекты природного и животного мира в качестве моделей метафорического сравнения: *la force intérieure est toujours la source d'un élan vers l'extérieur* – «внутренняя сила всегда является источником внешнего импульса» (Ж. Ширак); *le vent du tragique* – «ветер трагедии» (Э. Макрон, 2022).

Ключевым элементом метафорического сравнения в предикативной метафорической модели служит глагол, а не объект: *ouvrir une voie nouvelle* – «открыть новый путь» (Фр. Олланд); *inventer l'avenir* – «изобретать будущее» (Э. Макрон, 2017).

Наиболее репрезентативными моделями в инаугурационном дискурсе французских президентов являются предикативная и социальная, а наименее репрезентативной – артефактная.

В ходе исследования был проведен компонентно-семантический анализ речей Ш. де Голля и Ж. Помпиду и выявлен их общественно-политический профиль.

Компонентно-семантический анализ речи Ш. де Голля позволил нам выделить в тексте 10 тропов метафорического типа. В его речах наиболее часто встречаемыми моделями построения метафор являются: предикативная (4 единицы, 40 %), социальная (3 единицы, 30 %), природная (2 единицы, 20 %).

В речи Ж. Помпиду нами было выделено 6 тропов, ранжируемых по моделям следующим образом: предикативная (5 единиц, 83,3 %), антропоморфная (1 единица, 16,7 %).

Предикативная метафорическая модель активно представлена в речах обоих президентов: *ces mots évoquent* – «эти слова побуждают» (Ш. де Голль); *la lumière paraît* – «появляется свет» (Ш. де Голль); *importance des tâches qui vous incombent* – «важность задач, которые *надаю*т на вас» (Ж. Помпиду); *le concours de tous ceux qui incarnent l'autorité de l'Etat* – «участие всех тех, кто *воплощает* власть государства» (Ж. Помпиду).

Природная и социальная метафорические модели менее репрезентативны в дискурсе Ш. де Голля и вовсе не представлены у Ж. Помпиду: *l'héritage du passé* – «наследие *прошлого*» (Ш. де Голль); *l'espoir de l'avenir* – «надежда на *будущее*» (Ш. де Голль); *la lumière de nos grandes espérances* – «свет наших великих надежд» (Ш. де Голль).

Антропоморфная метафорическая модель минимально представлена в речах как Ш. де Голля, так и Ж. Помпиду: *les blessures et les déchirements les plus graves de son histoire* – «самые серьезные *ранения и травмы* в своей истории» (Ш. де Голль); *les corps que vous représentez* – «*органы*, которые вы представляете» (Ж. Помпиду).

Тропов, построенных по артефактной метафорической модели, выявлено не было.

Проводя сопоставительный анализ моделей создания политических метафор в выступлениях политических лидеров, можно определить, какие реакции хочет вызвать оратор у слушателей и как сказанное воздействует на аудиторию. Исходя из этого, О. И. Уланович и Е. П. Коледой [6, с. 80] было сформулировано понятие «общественно-политический профиль политика» как направление деятельности политика, описывающее цели и идеи политического субъекта.

Комплекс моделей, использованных для построения метафор в речах Ш. де Голля, формирует общественно-политический профиль «активность – среда – окружающая действительность», так как в выступлениях представлены: 1) предикативная метафорическая модель (4 тропа), 2) социальная метафорическая модель (3 тропа), 3) природная метафорическая модель (2 тропа); 4) антропоморфная метафорическая модель (1 троп). Таким образом, в своем выступлении французский президент неявно подчеркивает необходимость активного и преобразующего воздействия личности на окружающую среду.

Для подтверждения наших выводов относительно стратегической ориентации политика, мы проанализировали профиль политических взглядов Ш. де Голля в интернете. Личности генерала де Голля присущи такие качества как патриотизм, целеустремленность, харизматичность, самообладание. Активная общественная и политическая деятельность, осознание национального генезиса и идентичности Франции позволило

Ш. де Голлю стать величайшим политиком XX века. Таким образом, можно утверждать, что наши результаты подтверждают субъективные утверждения.

Общественно-политический профиль Ж. Помпиду иной – «активность – человек». Модели метафоризации в речи ранжируются следующим образом: 1) предикативная (5 тропов), 2) антропоморфная (1 троп). Тем самым французский президент в своем выступлении акцентирует жизненную позицию личности деятельностной, прагматичной, с крепкой верой в семейные и человеческие ценности. Во внешней политике президентство Ж. Помпиду запомнилось укреплением внешних связей, развитием промышленности, сельского хозяйства и культуры.

Приведенные характеристики подтверждают наши выводы относительно стратегической направленности политики Ж. Помпиду с акцентом на общество.

Таким образом, наше исследование показало, что политические речи содержат большое количество метафор, которые помогают политикам формировать свой образ и привлекать внимание аудитории. Анализ метафоры является важным инструментом для изучения политической коммуникации и стратегий воздействия на аудиторию.

Библиографические ссылки

1. *Чудинов А. П.* Политическая коммуникация. М. : Флинта : Наука, 2006.
2. *Баранов А. Н.* Введение в прикладную лингвистику. М. : Эдиториал УРСС, 2001.
3. *Гаврилова М. В.* Лингвокогнитивный анализ русского политического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб. : СПбГУ., 2005.
4. *Ефремова Т. Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. URL: <https://www.efremova.info> (дата обращения: 10.03.2023).
5. *Чудинов А. П.* Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2001.
6. *Уланович О. И., Коледа Е. П.* Формирование образа политика средствами языковой метафоры // Лингвистическая теория и образовательная практика : сб. науч. ст. / БГУ; отв. ред. О. И. Уланович. Минск : Изд. центр БГУ, 2014. С. 72–81.

МИФОЛОГИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

А. А. Карпиевич

karpievitch004@gmail.com;

Научный руководитель — А. М. Бутырчик, кандидат филологических наук, доцент

Цель данной статьи – раскрыть мифологизацию как один из способов формирования национальной идентичности. Обосновано, что национальный миф создается во время переломных моментов в истории и реактуализируется благодаря периодической проработке коллективной памяти. Доказано, что национальная идентичность способна эволюционировать в связи с потребностями граждан, кризисом идеологической системы и благодаря смене культурной парадигмы.

Ключевые слова: «воображаемое сообщество»; коллективная травма; культурная память; мифологема; мифотворчество; национальная идентичность.

Создание национальной идентичности происходит благодаря череде внутренних процессов, обуславливаемых несколькими факторами. При формировании нации необходимо использовать или наиболее нейтральный инструментарий, или апеллирующий к большей части общества. Миф представляет собой сбалансированный вариант, сочетающий в себе обе вышеописанные характеристики. Ролан Барт (*Roland Barthes, 1915–1918*) пишет, что «поскольку миф – это слово, то мифом может стать все, что покрывается дискурсом» [2, с. 265]. Дискурс национальной идентичности включает переосмысление фольклора, исторического прошлого и актуальных идеологических установок. Как пишет историк Иван Курилла (1967), «если в Европе в XIX веке легендарными героями становились персонажи из древности или Средневековья, то в молодой Америке такого рода легенды стали складываться о людях, живших совсем недавно... Такими героями становились участники Войны за независимость (скажем, первопоселенец Даниэль Бун)... Дэви Крокетт, погибший в 1836 году в Войне за независимость Техаса, или миссионер Джонни Эпплсид, вошедший в фольклор под именем Джонни Яблочное Зерно» [3]. Из этих исторических эпизодов возникает ряд национальных мифов, связанных с прошлым – для будущего США важны идеологические установки о политическом противостоянии демократов и республиканцев, «американской мечте», и решающей роли в геополитическом противостоянии с Ближним Востоком.

Носителем национальной идеи способно выступать любое средство передачи сообщения: литература, кинематограф, музыка, журналистика,

спорт, реклама. Маршал Маклюэн (*Marshall McLuhan, 1911–1980*) замечает, что романтики, «обнаружив свою неспособность достучаться до сознания людей, прибегли к мифу и символу как способу обращения к их бессознательному» [5, с. 397]. Литература представляется идеальным средством воздействия на людей на первоначальных стадиях формирования нации. Это связано с необходимостью письменной фиксации законов, по которым будет существовать общество, что логично проявляется в создании свода законов (конституции), национального гимна (синтез символического аудио и текста) и другой визуальной айдентики. Нужно отметить, что ни одна нация не способна к осмыслению культуры без обращения к эпосу, одновременно скрепляющему историческое и текстуральное начала. Так, европоцентричные культуры апеллируют к гомеровским текстам «Илиады» и «Одиссеи»; арабская парадигма зиждется на «Книге тысячи и одной ночи»; в азиатской литературе существует канон из «Махабхараты» и «Рамаяны», Четырех классических романов, и «Повести о Гэндзи»; в Латинской Америке имеется пратекст в виде мезоамериканского эпоса «Пополь-Вух». Африканист Кирилл Бабаев (1978) отмечает, как эфиопская литература развивалась на континенте одной из первых благодаря распространению христианства. Ученый обращает внимание, что «литература рождается там, где возможно фиксировать ее на каких-то носителях с помощью письменности. В Египте – папирусы, в Эфиопии использовали кожу, потому что это скотоводческая цивилизация. В Тропической Африке, даже если и была создана письменность, писать можно лишь на дереве, на тростнике – такую книгу невозможно сохранить в тропическом климате. Ее съедят либо влажность, либо термиты» [1].

Если эпос задает импульс для развития литературы, то дальнейшая национальная идентификация происходит через стерильные понятия мифов и символов. По прошествии времени изначальный смысл мифа искажается и приобретает необходимую когнитивную расплывчатость: субъект может не знать точную биографию национального героя, однако априори уверен в том, что это национальный герой. Р. Барт пишет о парадоксальном переключении внимания, когда «смысл низводится до состояния формы, языковой знак – до функции означающего в мифе» [2, с. 275]. Адресность мифа позволяет использовать его в любых практических целях: легко создать национальных героев из забытых героев, переработать известные образы в более влиятельные, и демонизировать некоторые символы при идеологической необходимости. Логично, что осмысление травматического опыта порождает новое количество мифов, знакомых всем людям. Повторяемость мифа – одно из его основополагающих качеств, ведь при дублировании од-

них и тех же слов и символов происходит их семантическое насыщение и традиции становятся ритуалом.

При политическом формировании национальной идентичности проявляется императивное свойство мифа: он приказывает субъекту организоваться согласно указываемым структурам [2, с. 283]. Это может быть выражено в дидактической литературной форме, которая подразумевает «контакт» автора и читателя, порождающий у последнего рефлексию. Однако возможны радикализация и насаждение нужных паттернов мышления: примером служит «Маленькая красная книжица» (1964) Мао Цзэдуна (1893–1976), ставшая образцом квазирелигиозного способа формирования нации. «Главный принцип мифа – превращение истории в природу» [2, с. 289] – в этом бартовском тезисе выдвигается идея сращения мифа с окружающей действительностью, расплавление его искусственной формы в естественную. Параллельно с этим необходимо отметить усваиваемость мифа и его мгновенное считывание. Этому способствуют простота языка, привлекательность формы и краткость содержания – поэтому реклама является идеальным пространством для применения манипулятивных техник.

Беспрепятственная вживляемость мифа в реальность связана с характеристикой действительности как совокупности мифологических систем. Повседневность обусловлена человеческими ожиданиями от мира: существует воображаемый идеал, который каждый субъект стремится воплотить. Сменяемость таких идеалов есть сменяемость мифологических парадигм: социальных, культурных, политических, бытовых. Коллективный идеал – это нация; претворение мифов в жизнь – это реализация идеологического плана. Парадоксально, что миф изначально деполитизирован, он очищает реальность и простым языком объясняет базовые вещи [2, с. 305]. Однако, вступая в контакт с ангажированными массами, миф трансформируется в главное средство манипуляции, он способен вызвать ресентимент и «воспевать» людей и события [2, с. 306]. Предельная мифологизация является одним из главных средств построения тоталитарных и авторитарных режимов.

Во многом национальные мифотворцы употребляют термины, сходные, с используемыми в религиозном дискурсе. Структурно нация и религия похожи: большая группа людей объединена идеей всеобщего благополучия, которое достигается путем договора и следования мифологическим концептам. Елиазар Мелетинский (1918–2005) пишет, что «определение сущности символической формы искусства как раз подходит для характеристики мифологии как идеологической и культурной формы, предшествующей искусству, или для культуры, ориентированной на тотальный символизм» [6, с. 21]. Для зарождающейся нации важно обраба-

тивать максимально простой материал, связанный с постоянными наблюдениями или апеллирующий к общим воспоминаниям. Так реализуется основополагающая идея мифа – концепция циклического бытия, не зависящего от человека [4, с. 11]. Религия способна выступить средством упорядочения реальности и на некоторое время наполнить смыслом жизнь – аналогично используются идеологемы, встраивающиеся в массовое сознание.

Таким образом, можно заключить, что мифологизация является одним из способов формирования национальной идентичности. Национальный миф создаётся во время переломных моментов в истории и реактуализируется благодаря периодической проработке коллективной памяти. Культурный дискурс предоставляет возможность для безопасного внедрения необходимых мифологем в массы, провоцируя обсуждение и последующий консенсус. Мифологизация связывает каждого отдельного субъекта с коллективом и дает возможность ощутить собственную важность. Связь мифа с трансцендентным придает нации статус «воображаемого сообщества», которое зависит от фиксированных установок. Национальная идентичность способна эволюционировать в связи с потребностями граждан, кризисом идеологической системы и благодаря смене культурной парадигмы.

Библиографические ссылки

1. *Бабаев К.* Слон прыгает в котел, варится и умирает, а заяц хохочет [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/34ESr3> (дата обращения: 24.04.2023).
2. *Барт Р.* Мифологии / пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С. Зенкина. М. : Академический Проект, 2008.
3. *Курилла И.* Историческая память в США [Электронный ресурс]. URL: <https://arzamas.academy/materials/1337> (дата обращения: 24.04.2023).
4. *Липовецкий М. Н.* «Память жанра» как теоретическая проблема (к истории вопроса) // Модификации художественных систем в историко-литературном процессе: Сборник научных трудов. Свердловск : УрГУ, 1990. С. 5–18.
5. *Маклюэн М.* Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. Киев : Ника-Центр, Эльга, 2004.
6. *Мелетинский Е. М.* Поэтика мифа / 3-е изд., репринтное. М. : Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 2000.

ПАЛЕССЕ І ПАЛЕШУКІ Ў ПАЭЗІІ УЛАДЗІСЛАВА СЫРАКОМЛІ

Г. А. Леонцьеў

glebleo3@gmail.com;

Навуковы кіраўнік — Л. А. Гедзімін, кандыдат філалагічных навук, дацэнт

На аснове паэтычных твораў Уладзіслава Сыракомлі быў прааналізаваны вобраз Палесся і палешукоў у ягонай творчай спадчыне. Высветлена, якім бачыў паэт палешука, як характарызаваў Палессе. Раскрытая шматграннасць паэзіі пісьменніка, які ствараў вобраз не толькі ўсёй Беларусі (Літвы), але і канкрэтнага рэгіёна, Палесся.

Ключавыя словы: беларуская літаратура; Уладзіслаў Сыракомля; Палессе.

Уладзіслаў Сыракомля нарадзіўся ў вёсцы Смольгаве Бабруйскага павета Мінскай губерні (сёння Любанскі раён Мінскай вобласці). Факт нараджэння на палескай зямлі адбіўся і ў творчасці паэта.

У паэзіі Сыракомлі мы можам вылучыць тры «палескія паэмы», а менавіта: «Хадыка» (1851), «Дабрародны Ян Дубарог» (1854) і «Улас» (1857). Палеская тэма таксама раскрытая ў лірычным вершы «З уражанняў з падарожжа па Палессі» (1850) і невяліччай п'есе «Марка» (1859).

У творах «Марцін Студзенскі» і «Памяці Фабіяна Ацэрна» пісьменнік таксама прыгадвае Палессе, але яно не займае такога важнага месца ў іх, як у раней згаданых творах. У паэме «Марцін Студзенскі» У. Сыракомля аддзяляе Палессе як ад Літоўскай Русі, так і ад Украіны: «Адна частка ў цэнтры Літоўскай Русі, / Пад старую Мінска пайшла крэпасць, / Другая ў Палессі гаспадарыць мусіць, / Да крэпасці слуцкай нясецца імкліва» (Тут і далей пераклад наш – Г. Л.) [1, IV, с. 109].

Тым не менш, як відаць з астатніх твораў пісьменніка, Палессе для яго адзін з рэгіёнаў Літвы. Напрыклад, у вершы «Памяці Фабіяна Ацэрна» паэт пералічвае, што дзеіцца ў розных частках Літвы (Навагрудчына, Жамойць), пішучы ў тым ліку і пра Палессе. Творца адзначае лясістасць мясцовасці, дзе шмат добрага дрэва на вялікія караблі: «У палескай пушчы, цёмнай і бяздоннай, / Расце сасніна і дуб стапелчны; Можна рабіць з іх высокую будову / Мачтаў караблёў» [1, VII, с. 222]. Пра добрую якасць беларускага лесу для караблёў пісаў яшчэ М. Гусоўскі ў «Песні пра зубра» (1514). У. Сыракомля ж ужо вылучае канкрэтна Палессе, імаверна, як найбольш лясісты рэгіён Беларусі.

Прыгажосць гушчароў Палесся паэт і апявае ва ўступе да паэмы «Улас». Пісьменнік пачынае твор словамі «Сумны краю Палесся!»

[1, III, с. 252], пераймаючы зварот А. Міцкевіча да Літвы з «Пана Тадэвуша». Такім чынам, Палессе паўстае перад вясковым лірнікам як прыгожы, але адначасова і меланхалічны край лясоў і балот, дзе У. Сыракомлю зачароўвае ягоная простасць, нават звычайны жоўты пясок і саламяныя стрэхі хат і цэркваў.

Зачараваны вясковы лірнік і тутэйшым народам. Паэт прасякнуты любоўю да ўсёй мясцовай культуры, якую, на яго думку, нічога не магло знішчыць. Прычым, паводле творцы, менавіта палешукі захавалі найбольш славянскі выгляд: *«Ніякі новы звычай, ніякая свежая ідэя, / Не зменіць ні іх мовы, ні кшталтаў адзежы; / Ніякі новы дух веку не прыклаў рукі, / Каб змяніць біццё сэрца або такту песенкі. / Як вякамі насілі славянскія народы, / Такія носяць сукманья, такія ж бароды...»* [1, III, с. 253].

Разумее творца і цяжкасці палешукоў. Наўпрост адзначае, што з ходам часу *«нічога тут не прыбавілася, акрамя хіба беднаты»* [1, III, с. 253], і піша пра гора і нядолю вайны, ад якой не раз цярпела Палессе: *«Сумна ў палескіх дварах і па вёсках кметаў: / Там штодзень збройны жаўнер бяскарна наляціць, / Пакрыўдзіць сіваю галаву, стадолу запаліць, / Пазбірае здабычу і паляціць далей»* [1, III, с. 261].

Аднак У. Сыракомля адзначае таксама і гатоўнасць палешукоў бараніць сябе: *«Каго мацней, ганебней казачы бізун даткнеца, / Той ішоў у лес са стрэльбай вынішчаць іх сотні»* [1, III, с. 262].

У паэме «Хадыка» вясковы лірнік упершыню для сябе стварае вобраз палешука (*«Звалі мяне Хадыка, родам з Палесся»* [1, I, с. 33]). Хадыка ў паэме атрымлівае наступныя характарыстыкі:

1. Прывязаны да сваёй малой радзімы (*«Божжа мой! Як тую хатку пабачыць мне хочацца!»* [1, I, с. 34]).

2. Фізічна моцны (*«Дзе не раз мне приходзілася барукацца з мядзведзем»* [1, I, с. 34], *«Я быў сільны, як мядзведзь, а хуткі, як дзіця»* [1, I, с. 34]).

3. Паляўнічы (*«А ахвочы да ловаў! – ані дня, ані ночы. / Гэй, дорага ж заплаціў я за лавецкую ахвоту!»* [1, I, с. 34]).

4. Любіць выпіць (*«Вось раскажу шчырую праўду, быццам на споведзі: / Тры дні я піў гарэлку. Прайшоў дзень указаны»* [1, I, с. 35]).

5. Пакутнік (*«Тут пакуль лоўчы, карыстаючыся часам, / загадаў мяне схпіць, прывязаць да дрэва, – / Білі мяне бізунамі. / Дарма чалавек крывёй абліваўся, дарэмнаў млее, / Дарэмна стары бацька па зямлі валочыцца, / Дарэмна жонка плача... Ах! той працяжны стогн / Панурае лясное рэха чуе і паўтарае! / Але лоўчы не чуў – так быў гневам раз'юшаны»* [1, I, с. 36], *«Я працаваў слязьмі, еў хлеб горычы»* [1, I, с. 37], *«Я змагаўся з голадам, холадам, сумленнем і чортам»* [1, I, с. 40]).

6. Добра ведае лес («Я бег ноччу і лесам як па поўнай дарозе» [1, I, с. 37]).

7. Сумленны («Бо дробязь людскія суды – там у грудзях глыбока / Горшы суд... дзе сумленне ўладу мела!» [1, I, с. 37], «Не засну, бо мне сэрца страшна дрыжала» [1, I, с. 38], «А ў мяне ў сэрцы пажар над усе пажары!» [1, I, с. 39]).

Амаль ідэнтычныя характарыстыкі мае вобраз палешука з паэмы «Улас»:

1. Фізічна моцны («Моцныя плечы падзёртая сярмяга хавае» [1, III, с. 255]).

2. Бедны («Моцныя плечы падзёртая сярмяга хавае» [1, III, с. 255]).

3. Паляўнічы («Каля пояса паляўнічы нож і малая каліта» [1, III, с. 255], «I заяц сённа забіты ў лесе на перашыўку» [1, III, с. 256]).

4. Добра ведае лес («Дзякуй Богу, я ведаю пушчу» [1, III, с. 258]).

5. Клапатлівы («Ён штодзень да шляхецкіх сем'яў наведваецца, / Штодзень наведвае пана ў Чортавым востраве» [1, III, с. 265]).

6. Смелы («Не баяўся няволі або жыцця страты» [1, III, с. 274]).

7. Пакутнік («Скруціўся, шыпеў з болю, прайшлі па ім дрыжыкі» [1, III, с. 287]).

8. Верны (герой адмаўляецца выдаць шляхту, якую шукаюць казакі).

У паэме «Дабрародны Ян Дубарог» сустракаецца эпізадычны персанаж Грыцько сын Кірылы, які, як і папярэднія героі-палешукі, з'яўляецца фізічна моцным паляўнічым, а таксама рашучым і смелым. У частцы з гэтым персанажам У. Сыракомля ўжо акцэнтаваў увагу на тым, што палешукі выдатна плаваюць: «Пан не плаваў, бо туша яму не дала; / А паляшук, як рыба, так чуецца ўдала, / Стральцы выплылі хутка супольна і самі, / Топчуць хвалі нагамі і б'юць іх рукамі...» [1, I, с. 83].

Але Грыцько сын Кірылы, хоць і быў узнагароджаны валокай урадлівай зямлі, пакарання і адпаведна пакутніцтва не пазбег: «А што трымаў за чуб мой хамскаю далонню, / Хай вылічаць сто розгаў, паводле закону. – / Так Грыцько сын Кірылы цягне пакаранне, / А мы, шляхта, стуль маем навек павучанне...» [1, I, с. 84].

Малавядомая сённа п'еса «Марка» з падзагалоўкам «урывак» змяшчае ў сабе абразок з жыцця палешукоў. Першапачаткова гэта павінна была быць сцэнічная адаптацыя «Уласа», аднак паэт не захацеў працягваць пачатае. П'есу адкрывае маналог дзяўчыны, у якім гаворыцца, што яе кахае Пракоп, але гэтае пачуццё не ўзаемнае. Пасля заходзіць яе бацька, паляўнічы, наракае на ваенныя дзеянні, заўважаючы: «Хо! хо! Паляшук з Волі Божай / Мае дзе схавацца, быццам мыш у нары. / Ад чаго ж лясы, чароты, балоты?» [1, V, с. 304].

Паводле героя твора, лясы і балоты – гэта тое, што ратуе палешука. Далей на сцэне з’яўляецца Пракоп з навіной, што хутка ў хату зойдзе сам князь Радзівіл з канфедэратамі, а таксама гаворыць, што хоча Аксану ўзяць за жонку. Сканчаецца твор уваходам Радзівіла ў хату.

У 1850 г., едучы да Ю. Крашэўскага, У. Сыракомля напісаў верш «З уражанняў з падарожжа па Палессі», дзе адлюстравана ўсю бачаную ім нядолю палешукоў. Толькі ў гэтым вершы на палескую тэму з’явіліся павер’і сялян (бусянка – да шчасця). Паэт апісвае цяжкія ўмовы жыцця простага народа: *«Але калі боль данячэ, / Так і перад Богам чалавек блюзніць, / Связа прагрызае наведкі, / З працы косці аж баляць...»* [1, VI, с. 225].

Такім чынам, палешукі ў паэзіі Сыракомлі прадстаўляюцца як фізічна моцныя людзі, якія прафесійна займаюцца паляваннем і цудоўна арыентуюцца ў лесе. Амаль усе героі-палешукі (выключэнне – дзейныя асобы з п’есы «Марка») цярпелі за нешта, часта за вернасць і выкананне свайго абавязку.

Палессе для У. Сыракомлі – гэта любімы, але сумны край. Апяванне палескага краю лірнікам вясковым мае меланхалічны характар. Паэт прызнае, што тутэйшы народ жыве крыне бедна, але знаходзіць і ў гэтым для сябе нешта сумна-прыгожае. Творца зачароўваецца культурай, якую захавалі палешукі, атаясамляе яе са старажытнай культурай усіх славян.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Syrokomla Wł. Poezye Ludwika Kondratowicza (Władysława Syrokomli): w 10 t. / Wł. Syrokomla, W. Korotyński. Warszawa: Skład główny u Gubetnhnera i Wolffa, 1872. T. I–X.*

ЛЕКСІКА-СЕМАНТЫЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ АЙКАНІМІЧНАГА ПЕРАЙМЕНАВАННЯ (НА МАТЭРЫЯЛЕ НАЗВАЎ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТАЎ ВІЦЕБШЧЫНЫ)

Д. Г. Марчанка

adarja.marcanka@yandex.by;

Навуковы кіраўнік — С. М. Якуба, кандыдат педагагічных навук, дацэнт

Даклад прысвечаны аналізу айканімічных перайменаванняў на тэрыторыі Віцебшчыны. Мэта даследавання – вызначыць асноўныя лексіка-семантычныя асаблівасці новай айканімічнай назвы, прасачыць прычыны дэмінацыі назваў населеных пунктаў. Навуковая навізна даклада заключаецца ў тым, што ўпершыню ў беларускім мовазнаўстве аб’ектам спецыяльнага даследавання сталі айканімічныя перайменаванні Віцебскай вобласці.

Ключавыя словы: айконім; айканімічнае перайменаванне; дэмінацыя; тапанімічная аснова; апелятыў.

Назвы населеных пунктаў (айконімы) – важны пласт анамастыкі, у якім захавана гістарычная, культурная, моўная памяць народа. Вялікая колькасць айканімічных перайменаванняў звязана з рэалізацыяй Указа Прэзідыума Вярхоўнага Савета Беларускай ССР (ад 30.08.1964 г.) «Аб перайменаванні некаторых населеных пунктаў», што спрычыніла істотныя дэфармацыйныя змены ў айканімнай сістэме Беларусі.

Прынцыпы, крытэрыі найменняў і перайменаванняў населеных пунктаў закралі ў сваіх працах многія даследчыкі, у прыватнасці: В. П. Лемцюгова [4], Л. М. Лыч [5], Г. М. Мезенка [6], Я. Н. Рапановіч [9], В. В. Шур [10] і іншыя.

Крыніцай інфармацыі пра перайменаваныя назвы Віцебшчыны і іх новыя адпаведнікі стаў «Слоўнік населеных пунктаў Віцебскай вобласці» Я. Н. Рапановіча [8] (фактычны матэрыял складае 92 адзінкі). Вывучэнне айконімаў у лексіка-семантычным аспекце паказала, што перайменаваныя назвы ўзыходзяць да сімвалаў савецкай эпохі: *Рассвет, Камунарка*; фларонімаў: *Малінава, Рамашкіна*; тапаграфічных назваў: *Рошча, Сцяпная*; гідронімаў: *Прудок, Рачная*; назваў падзей дзяржаўнага значэння: *Першамайка, Мірная*; фаўнонімаў: *Малькі, Рыбнае*.

Найбольшую групу перайменаваных назваў (26 % ад агульнай колькасці адзінак) складаюць айконімы, якія суадносяцца з **апелятывамі-сімваламі савецкай эпохі**. Як сцвярджае А. В. Кавалёва, такія перайменаванні найбольш пашыраны менавіта ў паўночных раёнах Віцебшчыны [1, с. 107–112]. Асновай для ўтварэння найменняў, суадносных з сімваламі савецкага часу, выступаюць імёны палітычных

дзеячаў: *Львічоўка* (< Старабабылле, Віцебскі раён), *Уладзіміраўка* (< Царкавішча, Віцебскі раён), *Ульянаўка* (< Аўгустберг, Бешанковіцкі раён), *Свярдлова* (< Папіхова, Віцебскі раён).

Пасля 1964 года на карце Віцебшчыны з'явіліся такія айконімы, як *Атрадная*, *Дружба*, *Дружная*, *Рассвет* і іншыя. Іх з'яўленне абумоўлена імкненнем адлюстраваць у назвах «надзеі і спадзяванні на лепшае жыццё» [10, с. 145]. Як адзначае Э. М. Мурзаеў, у тапаніміі савецкай дзяржавы найменне *Рассвет* сустракаецца 30 разоў, *Дружба*, *Дружная* – 50, *Атрадная* – 47, *Прывольная* – 36 [7, с. 230–231]. Перайменаваныя назвы паселішчаў ў Віцебскай вобласці пацвярджаюць думку даследчыка пра пашырэнне такіх найменняў: *Рассвет* (< Чартоўшчына, Сенненскі раён), *Дружба* (< Яркі I і Яркі II, Аршанскі раён), *Дружная* (< Баўтухі, Віцебскі раён), *Атрадная* (< Абідаўка, Сенненскі раён), *Прывольная* (< Сапуны, Віцебскі раён).

Некаторыя перайменаваныя назвы ўтрымліваюць у сваім складзе кампаненты *красны* ці *новы*, звязаныя са станаўленнем і развіццём савецкай краіны: *Краснапольцы* (< Амерыка, Аршанскі раён), *Красновічы* (< Някрытае Сяло, Полацкі раён), *Наваселле* (< Бяда, Шаркаўшчынскі раён). У *Навасёлава* быў перайменаваны айконім *Двор Павулле* (Чашніцкі раён), у склад якога ўваходзіла найбольш прадуктыўная для ўсходнеславянскай тапаніміі лексема *двор*, якая, на думку В. П. Лемцюговай, сведчыць пра развіццё «форм землеўладання і землекарыстання» [3, С. 87].

Тапанімічнымі асновамі для 29 % перайменаваных назваў паселішчаў з'яўляюцца **фларыстычныя найменні (фларонімы)**. Частотнасцю ўжывання вызначаюцца апелятывы *вольха*, *бяроза*, *вішня*, *груша*, *каліна*, *маліна*: *Альховая* (< Забулдычына, Расонскі раён), *Беразнякі* (< Сінябрухі, Гарадоцкі раён), *Вішнёвая* (< Чарапні, Віцебскі раён), *Грушава* (< Барадаўкі, Чашніцкі раён), *Калінава* (< Рызы, Віцебскі раён), *Маліннікі* (< Пусты Вугал, Глыбоцкі раён) і іншыя.

Адзінкавыя перайменаванні ўзыходзяць да назваў раслінаў (*асіна*, *клён*, *ліпа*, *рабіна*, *сасна*, *яблыня*; *васілёк*, *рамашка* (бел. *рамонак*), *колас*): *Асінавец* (< Маргі, Чашніцкі раён), *Сасновая* (< П'яны лес, Докшыцкі раён), *Васількі* (< Чухвары, Віцебскі раён), *Рамашкіна* (< Свіналуны, Гарадоцкі раён) і іншыя.

Айконімы, утвораныя ад **тапаграфічных назваў**, складаюць 20 % ад усіх перайменаваных назваў паселішчаў. Сярод іх можна вылучыць айконімы-арыенціры (*Забароўцы*, *Падлесце*), назвы, якія ўзыходзяць да найменняў лясных масіваў (*Лесіна*, *Рошча*), рэльефу (*Сінягорская*, *Зялёны Лог*); апелятывы, што характарызуюць роўныя ўчасткі зямлі (*Лугавая*, *Палявая*, *Сцяпная*).

У якасці асноў для новых назваў населеных пунктаў шырока выкарыстоўваліся **гідраграфічныя найменні (гідронімы)**, якія складаюць 15 % ад агульнай колькасці перайменаваных адзінак. Найбольш пашыраны такія тапаасновы, як *возера (Заазёрная, Прыазёрная, Надазёрная), рака (Зарэчча, Зарэчная, Парэчча, Рачная), прудок (Прудок, Прудцы)*. У перайменаваных назвах паселішчаў Віцебскага раёна знайшло адлюстраванне найменне галоўнай паўночнай воднай артэрыі Беларусі – Дзвіны. Ад назвы гэтай ракі ўтварыліся айконімы *Задзвінне і Прыдзвінне*.

Да назваў **падзей дзяржаўнага значэння** ўзыходзяць 7 % усіх перайменаванняў. Найбольшае пашырэнне атрымалі айконімы, у аснове якіх ляжыць назва свята *Першае Мая: Першамайка* (< Злыднікі, Гарадоцкі раён), *Першамайск* (< Свінное, Докшыцкі раён), *Майская* (< Лізуны, Сенненскі раён).

Найменшай колькасцю адзінак (3 % ад агульнай колькасці перайменаваных назваў) прадстаўлены айконімы, што ў якасці тапасновы маюць **фаўністычнае найменне (фаўнонім)**: *Малькі, Рыбнае, Салаўінае*.

Трэба адзначыць, што некаторыя назвы населеных пунктаў утвораны з парушэннем норм тапонімаўтварэння, таму што ўтваральнымі асновамі для іх паслужылі рускія апелятывы: *Атрадная, Лучазарная, Рамашкіна, Рассвет, Рошча*.

Звяртаючы ўвагу на лексіка-семантычныя асаблівасці перайменаваных айконімаў, адметнасць абраных тапаасноў для новых назваў, мэтазгодна засяродзіцца на прычынах і падыходах да перайменавання старой назвы. Адною з прычын дэнамінацыі айконімаў Віцебшчыны варта лічыць імкненне замяніць найменні, звязаныя са старымі рэаліямі, на новыя, якія б адлюстроўвалі ідэі і арыенціры савецкай дзяржавы, пра што сведчыць распаўсюджанасць такіх айконімаў, як *Авангардная, Зорка, Іскра, Камунарка, Савецкая, Ударная*.

Выкарыстаная падчас даследавання перайменаванняў класіфікацыя, прапанаваная А. В. Леванцэвіч [2, с. 18], дазволіла засяродзіцца на асноўных групах перайменаваных айконімаў: 1. назвы, якія нагадвалі пра ворагаў савецкай улады: *Стары Мар'яنفельд, Юдзенічы*; 2. назвы, звязаныя з рэлігіяй, служыцелямі культу: *Багі, Гапоны*; 3. назвы, пададзеныя немілагучнымі, абразлівымі словамі (як правіла, мянушкамі): *Няўбілы, Свіналупы*; 4. назвы-этнонімы, а таксама назвы, якія сведчылі пра моўны ўплыў суседніх народаў: *Малыя Ляхі, Падрасалай*; 5. старажытныя назвы, аманімічныя з сучаснымі словамі: *Халопкавічы, Чартоўшчына*.

Такім чынам, перайменаваныя айконімы Віцебшчыны з'яўляюцца адлюстраваннем савецкай эпохі. Многія з іх характарызуюцца аднастайнасцю тапаасноў з выразнай ідэалагічнай канатацыяй, пашыранай частотнасцю ўжывання ў межах адной адміністрацыйнай адзінкі, вызначаюцца асаблівасцямі ўтварэння з парушэннем норм беларускай літаратурнай мовы.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Кавалёва А. В.* Перайменаванні Прыпяцкага Палесся, утвораныя ад апеллятываў з сімвалічным значэннем // *Веснік Мазырскага дзяржаўнага педагагічнага ўніверсітэта імя І. П. Шамякіна.* 2016. № 2 (48). С. 107–111.
2. *Леванцэвіч Л. В.* Лінгвістычнае кразнаўства : вучэб.-метад. комплекс. Брэст : БрДУ, 2015.
3. *Лемтюгова В. П.* Восточнославянская ойконимия апеллятивного происхождения: названия типов поселений. Минск : Наука и техника, 1983.
4. *Лемцюгова В.* Роздум над лёсам і правапісам беларускіх уласных геаграфічных назваў // *Звязда.* 2002. 3–5 крас. С. 4.
5. *Лыч Л. М.* Назвы зямлі беларускай. Мінск : Універсітэцкае, 1994.
6. *Мезенко А. М.* Экология топонимии и уроки переименований // *Z badań nad współczesnymi językami wschodniosłowiańskimi i polskim / red. nauk. : В. Тичониук.* Zielona Góra, 2001. С. 33–42.
7. *Мурзаев Э. М.* Топонимика и география. М. : Наука, 1995.
8. *Рапановіч Я. Н.* Слоўнік населеных пунктаў Віцебскай вобласці / Рэд. П. П. Шуба. Мінск : Навука і тэхніка, 1977.
9. *Рапановіч Я.* Новыя назвы населеных пунктаў Беларусі // *Весці Акад. навук Беларускай ССР. Сер. грамадскіх навук.* 1982. № 1. С. 92–100.
10. *Шур В.* Беларускія ўласныя імёны. Беларуская антрапаніміка і тапаніміка. Мінск : Мастацкая літаратура, 1998.

АПАВЯДАННІ М. ЗАРЭЦКАГА: ПАМІЖ КЛАСІКАЙ І БЕЛЕТРЫСТЫКАЙ

Э. А. Мурзіч

elka.karamelka21@yandex.by;

Навуковы кіраўнік – Л. Д. Сінькова, доктар філалагічных навук, прафесар

У артыкуле разглядаюцца 39 апавяданняў Міхася Зарэцкага (1901–1937 гг.), уключаных у 1-ы том Збору твораў аўтара (1989 г.). Праводзіцца класіфікацыя гэтых апавяданняў паводле іх тэматыкі, а таксама аналізуюцца белетрыстычныя элементы, характэрныя для тэкстаў М. Зарэцкага. На гэтай падставе падкрэсліваецца розніца паміж тымі апавяданнямі, якія з’яўляюцца прыкладамі савецкай «масавай» літаратуры 1920–30-х гг.; якаснай беларускай белетрыстыкай; літаратурай класікай.

Ключавыя словы: белетрыстычныя элементы; драматычная і меладраматычная інтрыга; эфект «пазнавання рэальнасці»; белетрыстычная фабула; псіхалагічная дэталі.

Белетрыстыка – літаратура так звананага другога раду, якая мае свае спецыфічныя вартасці. Сярод рыс, характэрных для белетрыстыкі, можна вылучыць наступныя: паглыбленне ў чалавечую псіхалогію дзеля стварэння напружанай інтрыгі; стварэнне эфекту «пазнавання рэальнасці»; імкненне да сюжэтнасці, займальнасці; вялікая роля дэталі для стварэння нечаканага эфекту.

Міхась Зарэцкі – класічны беларускі пісьменнік 1920–30-х гг. Аднак ён вядомы яшчэ і тым, што любіў і ўмеў выказаць сур’ёзны змест праз тямніцы і інтрыгі – элементы белетрыстыкі.

Намі былі размеркаваны на 8 груп у залежнасці ад тэматыкі 39 апавяданняў М. Зарэцкага, змешчаных у 1-ым томе Збору твораў аўтара (1989). Аналіз белетрыстычных элементаў у іх паказаў наступныя вынікі. У кожнай з груп можна вылучыць апавяданні, якія засталіся ў сваім часе і трапілі ў шэраг падобных, створаных іншымі пісьменнікамі «на злобу дня», таму іх можна лічыць часткай масавай савецкай літаратуры (рамантычнага і неарамантычнага кшталту) 1920–1930-х гг.; а таксама тыя, якія застаюцца заўсёды актуальнымі, уваходзяць у лепшыя здабыткі нацыянальнай і сусветнай літаратуры.

У першай групе (творы, якія паказваюць новыя з’явы ў жыцці пры савецкай уладзе з пазітыўным пафасам) амаль усе апавяданні з’яўляюцца хутчэй прадстаўнікамі масавай літаратуры. Гэта «Цішка Бабыль», «Гануля», «Чаплюк», «Як Настулька камсамолкай зрабілася», «Максімаліст», «Парася», «Пачатак шчасця». Элемент белетрыстыкі, які

ярка праяўляецца ў дадзеных творах, – гэта эфект «пазнавання рэальнасці» новага жыцця, што адкрываецца людзям.

Сярод твораў дадзенай групы «Радасць» – адзінае апавяданне, якое вылучаецца складанасцю ў сваёй будове: яно ўключае тры навелы. Ужо ў пачатку першай гісторыі аўтар стварае інтрыгу: *«Ён зрабіў цяжкае злачынства: ён забіў чалавека. На што ён зрабіў гэта? Мо хацеў гэтым чаго дасягнуць? Мо знайсці хацеў радасць?»* [1, с. 358]. І гэтая інтрыга не адпускае да таго моманту, як аўтар дае адказ на ўсе пытанні. На высокі ўзровень псіхалагічнай дакладнасці выходзіць М. Зарэцкі, нягледзячы на даволі банальную, меладраматычна-трагічную гісторыю ў цэнтры – забойства з-за рэўнасці.

У другой частцы галоўны герой бачыць, як маці з сынам таргуюцца на базары за стол, а потым спрабуе ўявіць, як пайшла гісторыя гэтых выпадковых людзей далей. Навела рэзка кантрасціруе з папярэдняй. Гэты кантраст можна таксама аднесці да элементаў белетрыстыкі: менавіта з яго дапамогай аўтар уздзеянчае на чытача, прымушаючы яго пераходзіць з аднаго палярнага эмацыянальнага стану ў адваротны.

А вось сюжэт трэцяй навелы максімальна спрошчаны. Ён пра радасць грамадскую, супольную: гэта радасць персанажаў на «свяце вызвалення», нягледзячы на цяжкія асабістыя страты. Ён кладзецца ў задуму аўтара – паказаць тры розныя віды радасці. Але сюжэт гэтай навелы, тое, што яна змешчана фінальнай, падагульняючай, спрашчае ўвесь твор цалкам, робіць яго тэндэнцыйным, маралізатарскім.

Другую групу (апавяданні-імпрэсіі) складаюць творы, якія знаходзяцца паміж прозай і паэзіяй, а таму шукаць у іх белетрыстычныя элементы, характэрныя для сюжэтнай прозы, немэтазгодна. Вылучаецца з імпрэсій апавяданне «Паэма пра чорныя вочы», якое, дзякуючы меладраматычнай інтрызе, можна аднесці да белетрыстыкі, што можа быць цікавай нават на сённяшні дзень. У групу таксама ўвайшлі «Камсамолка», «Пела вясна» і «Шэпты восені».

Трэцюю групу склалі два апавяданні, у цэнтры якіх – анталагічныя роздумы галоўных герояў. Абодва гэтыя творы – «Смерць», «Ракавыя жаронцы» – вельмі ўдалыя і прадстаўляюць высокую літаратуру.

Апавяданне «Ракавыя жаронцы» пачынаецца з успамінаў пра дзяцінства галоўнага героя (злодзея і забойцы), пра яго бабулю і пра вынесеныя ў назву ракавыя жаронцы. Яркі элемент белетрыстыкі тут – мастацкая дэталь для стварэння інтрыгі. *«Ракаў заўсёды варыла нам наша бабулька. Яна вучыла нас, як трэба іх есці, і строга наказвала, каб шукалі мы ў кожнага пад вачмі белых маленькіх кружэлачак. Мы шукалі дужа старанна <...> і, калі знаходзілі, з радасцю аддавалі іх нашай бабульцы.*

Яны падобны былі на маленькія жорны, і звалі мы іх – "ракавыя жаронцы"» [1, с. 401].

Далей галоўны герой-злодзей у агульных рысах вымалёўвае вобраз свайго сённшняга жыцця. Мы бачым, што, з аднаго боку, ён цалкам разумее, што робіць благія рэчы, але з іншага – хваліць сябе за хітрасць і называе сваю «працу» добрай. Але пры гэтым герой не думае пра наступствы і, каб супакоіць маленькае дзіця ў адной з хат, якую ён збіраецца абакрасці, накрывае яго падушкай. Чалавек, які толькі што перад чытачом так сентыментальна згадваў сябе ў дзяцінстве, аказваецца бяздушным у стаўленні да іншага бязвіннага дзіцяці. Дзякуючы такой дэталі, як падушка, мы разумеем, што герой не самы псіхічна адэкватны чалавек. Такім чынам, аўтар паступова настройвае нас на фінал.

У рэчах старой, якая разам з дзіцём знаходзіцца ў хаце, герой заўважае тыя самыя ракавыя жаронцы. Дэталі спрацоўвае ў канцы, даючы і нам, і галоўнаму герою шмат эмоцый. Ён хоча знішчыць гэтыя ўспаміны і паварочваецца задушыць бабульку, якая, на яго думку, вінаватая ў наяўнасці трыгера для яго злосці. Але не можа. *«Я ўбачыў худыя дрыжачыя рукі, якія яна працягвала мне насустрэчу. Я, пэўна, успомніў рукі мае бабулькі – яны былі таксама худыя і дрыжачыя. <...> Я ледзь набраў сілы, каб стаяць на нагах» [1, с. 403–404].* І тут – катарсіс. Злодзей раскайваецца ў сваіх учынках і плача.

Чацвёртую групу таксама складаюць два апавяданні, у сюжэце якіх – падзенне царквы як рэлігійнага інстытуту. Абодва творы – «Спакуса» і «У велікодную ноч» – можна аднесці да белетрыстыкі. У іх ужо ёсць пачатак псіхалагічнага аналізу, зямальны сюжэт, які можа ўтрымаць увагу чытача, але паглыбленага роздуму яны ад чытача не патрабуюць.

Сярод элементаў белетрыстыкі ў апавяданні «У велікодную ноч» можна адзначыць, напрыклад, прыём «падмана чаканняў», які выкарыстоўвае М. Зарэцкі. Нам падаецца, мы ведаем, што адбываецца, але аказваецца, што ўсё інакш, бо апавяданне – толькі сон.

Пятая група змяшчае творы пра каханне. Трэба адзначыць, што амаль усе апавяданні М. Зарэцкага маюць хаця б невялікую меладраматычную лінію, але ў вылучаных творах яна знаходзіцца ў цэнтры аповеду. «На маладое» і «Навела пра каханне» прадстаўляюць масавую літаратуру свайго часу: у іх няма цікавага сюжэту і амаль адсутнічае псіхалагічны аналіз. «Мар'я» – апавяданне ўжо больш складанае. Акрамя меладраматычнай інтрыгі, мы бачым выразныя, псіхалагічна абгрунтаваныя матывы ўчынкаў галоўнай гераіні, а таму твор можна аднесці да выдатнай белетрыстыкі. Апавяданне «На чыгунцы», дзякуючы сур'ёзнасці выкарыстанага жыццёвага матэрыялу, паказу рэальных прычын

усіх падзей, вылучаецца сярод іншых. Дадзены твор можна аднесці да высокай літаратуры.

Шостая група (апаваданні пра праблемы, звязаныя з канфліктам традыцыйных і савецкіх поглядаў на жыццёвыя каштоўнасці), на нашу думку, змяшчае найбольш удалыя творы аўтара. «У Саўках», «У віры жыцця» і «З нашых дзён» хоць і з'яўляюцца бытавымі замалёўкамі, але больш высокія па сваім узроўні за масавую літаратуру. «Бель», «Дзіўная», «Кветка пажоўклая» і «Ой, ляцелі гусі...» – узоры якаснай навелістыкі. Гэта вельмі цікавыя і глыбокія па сваёй праблематыцы творы.

Усе тэксты з сёмай групы (бытавыя замалёўкі «Як гэта часам трапляецца», «Ноччу», «Адкупіўся», «Пра майго прыяцеля») можна аднесці да масавай літаратуры 1920–30-х гг. Эпізоды, апісаныя ў іх, наўрад ці будуць цікавыя сённяшняму чытачу і пакінуць пасля сябе яркія ўражанні. Сярод белетрыстычных элементаў, як і ў першай групе, выразна назіраецца толькі эфект «пазнавання рэальнасці».

У восьмую групу праз сваю тэматыку (творы пра «былых» і барацьбу з белымі) трапілі як узоры высокай літаратуры («Ворагі», «42 дакументы», «Адна партыя ў шашкі») і яркія прыклады белетрыстыкі («Двое Жвіроўскіх», «Ліпа»), так і прыклады тыповай (масавай) савецкай літаратуры пачатку 30-х гг. («Хвіліна», «Петрык і Пятрусь»).

«42 дакументы» – твор незвычайны па сваёй форме. Згодна з назвай, ён складзены з прыдуманых дакументаў рознага плану. Так, напрыклад, аўтар заяўляе нам галоўнага героя праз анкету з яго дадзенымі. Далей мы бачым паралельнае развіццё сюжэта пра выкрыццё банды, апісанае праз сухія пратаколы і занатоўкі, а таксама чытаем лісты Гроцкага, у якіх персанаж раскрываецца перад намі як чалавек са сваімі думкамі і пачуццямі. Гэта, на маю думку, самы віртуозна напісаны твор аўтара, які спалучае і дэтэктыўную інтрыгу, і меладраматычную, і драматычную, і, пры гэтым, вытрымлівае належны ўзровень псіхалагічнай прапісанасці персанажа, яго ўчынкаў. Дзякуючы сваёй форме, у творы максімальна праяўлены такі элемент белетрыстыкі, як эфект пазнавання рэальнасці, бо дакументы па сваім афармленні цалкам адпавядаюць рэальным.

У цэлым Міхася Зарэцкага можна назваць майстрам малой белетрыстычнай прозы. Яго творы былі цікавыя як сучаснаму для аўтара чытачу, так і сённяшняму, а выбраныя навелы зрабіліся высокай літаратурнай класікай.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Зарэцкі М.* Збор твораў : у 4 т. Мінск : Мастацкая літаратура, 1989. Т. 1 : Апаваданні.

ВЫЖИВАНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ В ПОВЕСТИ ФАН ФАН «ПЕЙЗАЖ»

В. Ю. Назаренко

varya.nazarenko.1999@mail.ru;

Научный руководитель — А. М. Букатая, кандидат филологических наук, доцент

Доклад посвящен анализу трансформации личности в повести современной китайской писательницы Фан Фан «Пейзаж» (方方《风景》, 1987). В ходе исследования были выявлены и проанализированы факторы, оказавшие влияние на формирование и эволюцию личности ребёнка. Особое место отведено роли семьи, атмосфера в которой закладывает ценности, формирующие личные механизмы выживания в мире.

Ключевые слова: современная китайская литература; неореализм; трансформация личности; образ маленького человека; рефлексия.

Фан Фан является одним из первых китайских литераторов, начавших творить в русле неореализма, а повести «Пейзаж» «выпала судьба стать одним из «манифестов» неореализма, наглядным воплощением его эстетики» [1]. В данной повести сконструирован новый мир выживания городских жителей, находящихся на «дне» общества. Новаторское письмо Фан Фан иллюстрирует непривычную сторону восприятия действительности, корректирует способ и механизм взаимодействия личности и реальности, личности и общества.

Произведение Фан Фан сосредоточено на изображении деталей жизни маргинальной прослойки общества, а также сочетает объективную повествовательную позицию и отказ от субъективных оценок. Примечательно, что, прибегая к приему деперсонификации героев, автор намекает на совокупный образ общества 1950–1960-х гг., а также расщепляет темы и смыслы, деконструирует историю и ценности героев. Таким образом, перечисленные особенности течения в совокупности с экзистенциальными идеями составляют основу для анализа эволюции личности, на формирование и развитие которой влияет ее «среда обитания» и ближайшее окружение. Фан Фан использует прием ретроспекции при описании детства главного героя.

Так, действие повести разворачивается в трущобах крупного китайского города – Ухань. В центре произведения многодетная семья (девять детей), в которой деспотичная фигура отца является воплощением патриархальных традиций. Он – неграмотный пьяница, уверенный в том, что его сыновья не должны «забивать голову учебой» [1]. Мать семейст-

ва также не является примером для подражания, так как «любила поддразнить окружающих мужчин, такова уж была ее природа» [1]. Следовательно, отношения отца и матери не являются гармоничными, полными любви и взаимоуважения. Так, одним из важнейших факторов формирования личности являются родители, чье воспитание разрушительно влияет на детей, в сознание которых закладывается маргинальная природа как норма существования. Родители будто негативно программируют сознание детей, укрепляя низкий общественный статус и одновременно психологический комплекс маленького человека, неспособного что-либо изменить в своей судьбе. В повести представлен тяжелый образ жизни семейства, также являющийся почвой для развития личности. Первостепенными задачами каждого из домочадцев являлись тяжелая физическая работа, преступная деятельность (вымогательство и шантаж), а также поиск еды.

Среди героев повести особый интерес представляет Седьмой сын. И первый фактор, оказавший влияние на формирование его личности, совпадает с самым страшным для него периодом жизни – с детством. На протяжении всей жизни Седьмой вынужден существовать с навязанным ему чувством вины, так как, предположительно, его настоящим отцом является сосед. Примечательно, что отец семейства с искренней любовью относился только к Восьмому сыну несмотря на то, что тот мертв: «Седьмой помнил, как отец целовал его крошечное личико. В задумчивости Седьмой потрогал свое лицо: он не помнил, чтобы отец когда-то целовал его» [1], что также является травмирующим опытом. От недостатка внимания и заботы родителей Седьмой чаще других не доедал и был вынужден отнимать пищу у других детей. Согласно теории демографических потребностей Абрахама Маслоу, «физические потребности становятся превалирующими только в состоянии крайней неудовлетворенности» [2], что подтверждает психологическое состояние Седьмого. Помимо того, что герой вынужден заниматься удовлетворением базовых биологических потребностей в еде, безопасности и жилье, он также страдает духовно от издевок братьев и сестер. Дети семейства растут злыми, жестокими и циничными, ссоры на почве кровного родства с братом для них – это еще один повод поиздеваться над ним. Они относятся к младшему брату как к собаке, поэтому заставляют его ползать на четвереньках, бьют и вынуждают спать под кроватью. Тем самым дети формируют у героя комплекс неполноценности, а постоянное внутреннее отрицание порождает крайний недостаток уверенности в себе. Насильственное влияние извне способствуют трансформации личности героя от отрицания себя другими к самоотрицанию: «Седьмой с детства привык чувствовать себя ничтожеством» [1].

Уже взрослый Седьмой возвращается домой после окончания университета совершенно другим человеком. С появлением денежных средств герой меняется, так как имеет столько денег, что может позволить себе жить в лучшей гостинице города. Теперь, когда он смог вырваться из «гнезда» и приобрел вес в обществе, отец уже не смеет обращаться с ним, как прежде: «Вот, спал под кроватью и вырос приличным человеком» [1]. Таким образом, используя прием ретроспекции, автор сначала вводит уже сформированного как личность героя (повесть начинается именно с момента возвращения героя домой), а затем раскрывает жизненные обстоятельства, которые сделали из него того, кем он является.

Стоит отметить, что первая половина жизненного пути Седьмого похожа на график экспоненциальной функции, проходящий в самой низкой точке, а затем его жизнь будто «взрывает», взрывающуюся по экспоненте с беспрецедентной скоростью на вершину успеха. Судьба героя меняется к лучшему, когда, поступив в Пекинский университет, он знакомится с историей Авраама Линкольна, изменившей модель мышления героя: «История о том, как обычный лесоруб и плотник стал президентом Америки, потрясла Седьмого до глубины души» [1]. В этот момент он понимает, что судьбу можно изменить, было бы желание, силы и главное – деньги. Так, осознание собственных амбиций и желаний, бесконечная рефлексия, переосмысление жизненного опыта формируют основу новых базовых правил выживания героя в мире. В данном контексте становится логичным его отношение к поиску спутницы жизни: он не ищет любви в других девушках, так как единственное, что может его заинтересовать – выгода, поэтому, встретив женщину, подходящую на роль жены, он заявляет, что «любовь» в нем на 80 % вызывают связи ее отца, и лишь на 20 % ее личность.

Стоит отметить, что степень трансформации личности Седьмого сравнима с законом Роберта Гука: в физике величина упругости зависит от степени деформации объекта; чем больше степень деформации, тем больше упругость, и наоборот [3]. Так степень психологического давления на Седьмого в детстве была исключительно велика, но достигнув критического уровня, не сломила, а сделала его сильнее, прочнее, выносливее, и одновременно циничнее. В сложившейся ситуации эта сила «упругости», естественно, становится сильнее. Не раздумывая, Седьмой женится и составляет брачный контракт, условия которого – взаимовыгодное партнерство.

Все проблемы юноши корнями уходят в детство. Он рос без права голоса, удовлетворяя свои потребности по остаточному принципу, и бесчисленное количество раз хотел жестоко отомстить всем, когда вырастет, поэтому так отчаянно пытался сделать себе имя. Седьмой возводит

стремление к власти и деньгам в ранг высшей цели жизни. Таким образом, он становится рабом «Золотого тельца». Испытания, выпавшие на долю Седьмого, заставляют его выйти за морально-этические рамки, с древнейших времен являющиеся доминантой китайской традиции, и автор фактически использует свой уникальный жизненный опыт, чтобы придать легитимность традиционной морали и этике в тексте. В итоге в структуре личности Седьмого перевешивает материальный, а не духовный аспект. Он верит, что только власть позволит ему жить так, как он хочет, а сохранение позиции превосходства вызовет уважение и почет. Он не разделяет ни теорию своего отца («насилие – сила»), ни позицию Второго брата («знание – сила»). Однако нельзя назвать его эволюцию отрицательной. Благодаря циничности и целеустремленности он единственный из всего семейства смог получить образование и вырваться из нищеты, руководствуясь главным тезисом своего вдохновителя: «Делай то, что может изменить твою судьбу, невзирая на средства и пути» [1].

Так, среди факторов, оказавших влияние на эволюцию личности Седьмого отмечаются искажение и отчуждение человеческой личности, вызванные материальными трудностями. Посредством рефлексии данного героя косвенно раскрывается экзистенциальная проблема всей семьи и неизбежная судьба каждого в этом затруднительном положении. Автор подводит читателя к простой истине о том, что семья дает человеку жизнь, влияет на его дальнейшее становление и закладывает те ценности, которые формируют личные механизмы выживания в мире.

Библиографические ссылки

1. *Фан Фан*. Пейзаж. URL: https://royallib.com/read/fan_fan/peyzag.html#0 (дата обращения: 07.04.23)
2. *Леонтьев Д. А.* Абрахам Маслоу в XXI веке. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/abraham-maslou-v-xxi-veke> (дата обращения: 07.04.23)
3. *Слободянюк А. И.* Силы упругости. Закон Гука. URL: https://www.physbook.ru/index.php/Слободянюк_А.И.Физика_10/5.3 (дата обращения: 07.04.23)

ТИПОЛОГИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ДЛЯ ПОИСКА ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ В ВОЕННОМ ВУЗЕ

Г. А. Назарова

galnaz@yandex.ru;

Научный руководитель – Т. В. Рубаник, кандидат педагогических наук, доцент

В докладе рассматривается важность социокультурной компетенции для профессионального образования, отдельные вопросы изучения иностранного (английского) языка в военном вузе и предлагается сформированная в процессе практической работы типология и характеристика интернет-ресурсов для использования в качестве источников текстов публицистического стиля.

Ключевые слова: социокультурная компетенция; иноязычное образование; английский язык; военный вуз; публицистический стиль; интернет-ресурсы.

В XXI в. интернет позволяет быстро найти нужную информацию в интересующей профессиональной области и установить контакт с носителем языка, если специалист эффективно владеет этим иностранным языком. Однако корректно поддерживать коммуникацию и правильно оценить полученные сведения невозможно без знания культуры страны, в которой проживает собеседник, и осведомленности о важнейших событиях, протекающих там. В связи с этим процесс обучения в вузе должен быть усовершенствован с целью формирования навыков и умений применять социокультурную информацию в ситуации профессионального общения. Социокультурная компетенция, являясь частью коммуникативной компетенции, представляет собой ряд знаний о реалиях и ценностях стран изучаемого языка, а также способность использовать их в зависимости от решаемых коммуникативных задач. Ю. В. Гальцева указывает на то, что «изучение иностранного [языка] – это не простое освоение материала, а обучение межкультурной коммуникации, так как восприятие культуры – это часть процесса иноязычного образования» [1, с. 13].

Социокультурная компетенция превратилась в неотъемлемую часть процесса профессионально-ориентированного образования, важную роль в котором играет иностранный язык, гарантирующий профессиональный рост специалиста и позволяющий ему ориентироваться как в происходящих мировых процессах, так и в ценностях и потребностях своей страны. В наше время многие специалисты относят иностранный язык в высшей школе к стратегически важным дисциплинам. Знание иностранного языка в военной сфере сего-

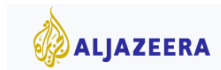
дня – это показатель конкурентоспособности, и преимущества в карьере при владении иностранным языком более чем очевидны [2, с. 2]. Для международного сотрудничества, участия в международных миссиях и учениях, международных выставках вооружения и военного имущества важна коммуникация с представителями вооруженных сил других государств, напрямую зависящая от качественной языковой подготовки военнослужащих. Иностранный язык позволяет расширить поле получения актуальной информации, которая применяется в профессиональной деятельности, до интернациональных пределов. Поток данных обновляется с высочайшей скоростью, и постичь объемы сведений очень сложно. Интернет-ресурсы с необходимой информацией содержат материалы, в том числе и на иностранном языке. Перспективным представляется сравнение источников на разных языках с целью формирования более объективного мнения [3, с. 2].

Типология текстов, используемых при изучении иностранного языка, достаточно обширна, но наибольшим информационным потенциалом обладают тексты публицистического стиля. Ю. В. Гальцева в своей научной работе указывает на то, что «материалы средств массовой информации являются отличным аутентичным источником информации» [1, с. 16]. Следовательно, работа с публицистическими текстами направлена на развитие познавательной деятельности обучаемых, а с методической точки зрения может рассматриваться как возможность для решения целого ряда задач: от пополнения лексического запаса до отработки навыков устной речи. Параллельно с вышеназванными факторами происходит получение сведений о стране изучаемого языка.

В настоящее время перед преподавателями иностранного языка в военном вузе стоит очень непростая задача: при всем многообразии ресурсов отобрать наиболее продуктивные для работы с публицистическими текстами.

Для оптимизации поиска и анализа различных категорий информации нам представляется возможным разделить интернет-источники, используемые в процессе обучения иностранному языку военнослужащих, на следующие группы:

1) сайты ведущих мировых информагентств, предоставляющих сведения о текущих событиях в стране и за рубежом. В качестве примера можно привести следующие: www.bbc.com/news, www.aljazeera.com, www.rt.com, www.foxnews.com, <https://news.sky.com/>, www.reuters.com. Перечисленные сайты имеют похожие характеристики: новостной материал различных регионов распределяется по тематическому признаку.



Типы информационных интернет-ресурсов.

Некоторые из упомянутых ресурсов позволяют изучать информацию и на русском языке, что можно использовать в заданиях на формирование и развитие навыков перевода;

2) сайты министерств обороны стран изучаемого языка, среди которых наиболее интересными являются такие: www.gov.uk/government/organisations/ministry-of-defence и www.defense.gov. Контент перечисленных сайтов включает полезную информацию о родах и видах войск, предстоящих учениях и подготовке военнослужащих;

3) интернет-платформы военно-технических выставок международного значения (<https://adex.az/en/main>, <https://idexuae.ae/>, <https://milex.belexpo.by/>) анонсируют планируемые мероприятия и размещают сведения об экспонентах – организациях и учреждениях, предоставляющих образцы для выставки, – на нескольких языках (язык страны-организатора и английский);

4) информационные ресурсы крупнейших мировых производителей вооружения и военной техники (www.lockheedmartin.com, www.boeing.com/, <https://baykartech.com/en/>), на которых можно найти сведения о новинках, потенциальных коммерческих сделках и перспективных направлениях развития;

5) сайты международных организаций (www.un.org/en, <https://frontex.europa.eu/>, https://european-union.europa.eu/index_en и др.), предоставляющие информацию о проводимых мероприятиях и их оценке, текущих событиях как в зоне действия организаций, так и в других странах;

б) интернет-страницы аналитических агентств, имеющие тематическое деление: международная политика, социальные проблемы, безопасность государства, технология и производство вооружения. Данные ресурсы представляют особый интерес, так как излагают точку зрения, зачастую отличную от официальной позиции стран. В качестве примеров можно упомянуть Lincoln Institute of Land Policy, SRI International, Aspen Institute. Материалы этих учреждений могут быть использованы на продвинутых этапах обучения как во время аудиторных занятий, так и для подготовки заданий для управляемой самостоятельной работы обучающихся;

7) указанные в этой группе сайты следует выделить в особую категорию, так как они содержат готовые дидактические материалы для обучения

английскому языку: Breaking news English и Voice of America learning English. Первый сайт предлагает тематические уроки, построенные на публицистических материалах различных аутентичных источников вместе с разработанной системой упражнений к ним (важно отметить, что все упражнения в каждом уроке полностью идентичны). Voice of America learning English имеет уровневое деление, поэтому обучающиеся в зависимости от своих потребностей и тематики могут выбрать необходимые материалы американских СМИ. Упомянутые интернет-источники являются отличным подспорьем преподавателю для введения в изучение публицистических текстов и рассмотрения особенностей языка средств массовой информации.

Указанная типология является обобщением собственного педагогического опыта. Хотелось бы отметить, что работа с интернет-ресурсами сегодня – это показатель информационной культуры преподавателя, который, обращаясь к открытым источникам информации других стран, несет определенную ответственность за применение сведений в методических целях. Исходя из задач обучения, преподаватель обязан уметь подбирать публицистические материалы необходимого уровня языковой сложности, с одной стороны, а также лингвокультурологической и страноведческой ценности содержания, профессиональной актуальности и значимости, надежности, объективности информации – с другой. Представленная характеристика интернет-ресурсов может служить хорошим ориентиром в осуществлении поиска аутентичных публицистических текстов для подготовки современных специалистов, в том числе и военнослужащих.

Библиографические ссылки

1. *Гальцева Ю. В.* Развитие социокультурной компетенции школьников посредством овладения иноязычной массовой культурой. URL <https://vkr.pspu.ru/uploads/5525/vkr.pdf> (дата обращения 22.04.2023).
2. *Зими́на Е. В.* Особенности методики обучения иностранным языкам курсантов военного вуза в процессе непрерывного профессионального образования. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-metodiki-obucheniya-inostrannym-yazykam-kursantov-voennogo-vuza-v-protssesse-nepreryvnogo-professionalnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 22.04.2023).
3. *Байчорова Х. С., Глуховская Е. А.* Образовательный ресурс социальных сетей в Интернете в профессиональной подготовке иностранных военнослужащих в военном инженерно-техническом вузе. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnyy-resurs-sotsialnyh-setey-v-internete-v-professionalnoy-podgotovke-inostrannyh-voennosluzhaschih-v-voennom-inzhenerno> (дата обращения: 22.04.2023).

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОЭТИЧЕСКОГО И ПРОЗАИЧЕСКОГО НАЧАЛ В ТВОРЧЕСТВЕ В. М. ГАРШИНА

А. И. Нестер

annanoy91@gmail.com;

Научный руководитель – Л. Л. Авдейчик, кандидат филологических наук, доцент

Доклад посвящен анализу взаимодействия поэтических и прозаических произведений В. М. Гаршина. На материале объектов исследования (стихотворения «Пленница» (1876), «28 сентября 1883 года» (1883); рассказы «Attalea grincers» (1880), «Красный цветок» (1883)) прослеживается межродовое взаимодействие текстов автора, отстаивается формально-содержательное единство художественного текста и констатируется жанровая обусловленность его лингвостилистических особенностей.

Ключевые слова: лирика В. М. Гаршина; взаимосвязь поэзии и прозы; «Attalea grincers»; «Красный цветок»; межродовое взаимодействие.

Творческое наследие В. М. Гаршина сравнительно невелико, однако в его исследовании осталось множество «белых пятен», к числу которых можно отнести изучение его поэзии. Лирика Гаршина интересна как с точки зрения отдельного пласта литературного творчества автора, так и в контексте взаимодействия с его рассказами и новеллами.

Сопоставление поэтического и прозаического начал, попытки их разграничить и предоставить для этого состоятельные, однозначные критерии не теряют своей актуальности по сей день, вполне вероятно, без перспективы однозначного объективного разрешения. А. И. Николаев, современный литературовед, рассматривает различные теории и концепции, обращаясь и к «закону единства и тесноты стихового ряда» Ю. Н. Тынянова, и к фонетической и графической теориям, с опорой на труды В. М. Жирмунского и Ю. Б. Орлицкого соответственно. Большинство стиховедов, однако, отстаивают принцип системности (Б. М. Томашевский, Л. И. Тимофеев, М. Л. Гаспаров и др.) [4].

В более широком смысле в рассмотрение можно включить романы со стихотворными вставками – авторскими и позаимствованными («Метаморфозы, или Золотой осел», Апулей, «Улисс», Д. Джойс, «Доктор Живаго», Б. Л. Пастернак и др.). Наиболее же близкую к анализируемой ситуацию представляют лирические драмы А. А. Блока, генетически восходящие к его же одноименным стихотворениям («Балаганчик», «Король на площади», «Незнакомка»). В этом случае мы говорим о синтезе драматического и поэтического. Интерес к межжанровому и межродово-

му взаимодействию в художественной литературе возобновился в эпоху модернизма и постмодернизма, однако корнями уходит в далекое прошлое (древнеиндийская «Панчатантра», фольклор разных народов мира).

Стихотворение «Пленница» датировано 3 марта 1876 года. Сказка «Attalea princeps» с практически аналогичным сюжетом впервые появляется в первом номере «Русского богатства» 1880 года, спустя практически четыре года. Изначально она была передана М. Е. Салтыкову-Щедрину для «Отечественных записок» еще в марте 1879 г., но в ней была «усмотрена аналогия». Автор же категорически отрицал аллегоричность сюжета, утверждая даже, что задокументировал реально произошедший случай в оранжерее в Санкт-Петербурге [2, с. 415–416].

Семантическая доминанта произведений – бинарное противопоставление героико-романтического образа пальмы и чуждого мира, прекрасной свободной родины и вынужденного заточения. Подчеркивается это и использованием одинаковых средств языковой выразительности («прекрасная пальма», «чуждая природа», «холодное солнце (небо)», «узорчатые стекла рам»). Безусловно, в сказке, благодаря большему объему, происшествие описано подробнее. Стихотворение, по сути, начинается с ее кульминации:

Прекрасная пальма высокой вершиной
В стеклянную крышу стучит;
Пробито стекло, изогнулось железо,
И путь на свободу открыт [1, с. 370].

В прозаическом варианте мы узнаем предысторию этого отчаянного поступка, погружаемся в жизнь пальмы вдали от дома, раскрываются ее взаимоотношения с другими представителями флоры. Важно отметить и эпизод с бразильцем, который называет пальму «родным, настоящим именем» [1, с. 93]. Вынужденное отречение от имени и присвоение ботанического варианта «Attalea» трактуется как потеря собственной идентичности, утрата личности. Кроме того, пальма агитирует и других присоединиться к своему плану по вызволению, чтобы вместе противостоять обстоятельствам (в чем многие современники и усмотрели социально-политическую подоплеку), однако растения отказываются, боясь такой дерзостью только усугубить свое положение. Примечательно в этом контексте и название сказки: «В философском значении princeps означает основное правило, руководящее положение, в военном значении – первые ряды, передовая линия» [5].

Финал в произведениях тоже несколько разнится. В стихотворении поведение пальмы преступно, «безжалостный нож» отделяет от нее

«царский венец», товарищи пальмы трепещут от страха и горя, но при этом надежда на продолжение борьбы есть:

И снова заделали путь на свободу,
И стекла узорчатых рам
Стоят на дороге к холодному солнцу
И бледным чужим небесам [1, с. 370].

В сказке все отнюдь не так возвышенно: растения, помимо маленькой травки, наблюдают за ростом пальмы настороженно, язвительно комментируя их. Вырвавшись на свободу, как и в поэтическом тексте, она не находит желанного счастья: все по-прежнему чуждо, враждебно и уныло. К тому же условия по ту сторону оранжереи становятся непригодными для жизни южного растения. Происшествие воспринимается работниками ботанического сада как собственное достижение, устранить же ее в итоге решают не из-за бунтарского нрава, а лишь по причине сложностей в содержании и потенциально больших затрат на специальный колпак для высвободившейся верхушки. Конец прозаичен и пессимистичен («...прямо на мертвую пальму, лежавшую в грязи и уже полузасыпанную снегом» [1, с. 99]).

В обоих произведениях образ пальмы символичен, однако в стихотворении он более схематичен, романтичен, условен. *Attalea* в сказке рефлексивует, осмысливает свою борьбу и тот факт, что практически никто не осознает и не воспринимает ее должным образом, да и сама борьба за желанную свободу в итоге оказывается самоубийством, что влияет на пафос произведения и заставляет реципиента посмотреть на ситуацию с другого ракурса.

Стихотворение «28 сентября 1883 года» появилось не многим ранее программного рассказа «Красный цветок», впервые размещенного в десятом номере «Отечественных Записок» за 1883 год [2, с. 418–419]. Связь произведений может не показаться очевидной на первый взгляд, однако посвящение почившему в августе того же года И. С. Тургеневу расставляет все на свои места. Писатели были достаточно близки, хоть лично встретиться им так и не удалось. И хотя в отношении этой поэтически-прозаической пары о тематико-идейном единстве и общих сюжетно-композиционных принципах построения говорить нельзя, определенная когезия в текстах прослеживается.

«28 сентября 1883 года» представляет собой панегирическую эпитафию с весьма каноничным для жанра набором лингвостилистических средств. Отметим также интертекстуальное включение – аллюзию на пушкинского «Пророка», аллегорически присоединяющую почившего к сонму великих классиков:

Но чистые твои глаголы

Все будут жечь сердца людей [1, с. 371–372].

Противопоставление тленного материального мира земных благ и вечной славы настоящего искусства характерен и для «стихотворений-памятников», восходящих еще к Горацию и многократно представленных в русской литературе (Г. Р. Державин, А. С. Пушкин, М. И. Цветаева, И. А. Бродский и др.).

«Красный цветок» – произведение во многом интроспективное и сублимативное. Невероятное сочетание натурализма и фантасмагории, сложное переплетение реального и символического достигают своего апогея в неоднозначном финале произведения. С точки зрения главного героя, смерть – искупление, плата за победу над злом в глобальном понимании. В рамках собственного сознания он спасает мир, а то, что эта добровольная жертва не понята и не принята окружающими, отходит на второй план. Как и в стихотворении, смерть физическая, телесная не отождествляется, частично противопоставляется смерти духа, идеи.

Примечательно, что составляющими анализируемых пар стали одни из наиболее популярных текстов автора. «Пленница» и «28 сентября 1883 года» достаточно традиционны формально и содержательно, в то время как «Attalea princeps» и «Красный цветок» стилистически сложнее и многограннее, в них обнаруживается влияние модернистских течений. Интерпретация некоторых семантических нюансов в них неоднозначна. В. М. Гаршин в прозе чувствовал себя органичнее и увереннее, в значительно меньшей степени, благодаря чему стала возможна некоторая экспериментальность, свидетельствующая об ощущении большей творческой свободы самовыражения. Все анализируемые произведения связывает архетип жертвы (во имя свободы, искусства, человечества), восходящий к образам Христа (возвышенная, сакральная коннотация) и Дон Кихота (сниженная, ироничная коннотация).

Таким образом, исследование взаимосвязи поэтического и прозаического начал в творчестве В. М. Гаршина продемонстрировало разность реализации одной и той же или близкой в смысловом отношении идеи в рамках разных жанров, влияние формального аспекта на содержательный и роль субъективной авторской модальности в художественной литературе.

Библиографические ссылки

1. *Гаршин В. М.* Сочинения / [Вступ. статья и примеч. Г. А. Бялого]. Москва : Гослитиздат, 1955.
2. *Гаршин В. М.* Сочинения: Рассказы. Очерки. Статьи. Письма / Сост. В. И. Порудоминский. М., 1984.
3. *Есин А. Б.* Принципы и приемы анализа литературного произведения: Уч. пособие. 3-е изд. М. : Флинта, Наука, 2000.
4. *Николаев А. И.* Основы литературоведения: учебное пособие для студентов филологических специальностей. Иваново : ЛИСТОС, 2011.
5. *Федотов В. С.* Быль и сказки Гаршина // Нева. 2012. № 7.

ОБРАЗ ЗЕЛЬДВИЛЫ В НОВЕЛЛИСТИКЕ ГОТФРИДА КЕЛЛЕРА

А. В. Орех

aminaoreh0@gmail.com;

Научный руководитель – Ю. Г. Курилов, кандидат филологических наук, доцент

В докладе рассматривается образ города Зельдвилы из двухтомного сборника «Die Leute von Seldwyla» (т. 1–2, 1856–74) как метафоры современного автору общества и тех социальных изменений, которые произошли в течение XIX в. В данной работе анализируется замысел автора, детали исторического фона произведения и отражение личного опыта писателя.

Ключевые слова: жанр новеллы; немецкий реализм XIX в.; сатира; швейцарская литература; Готфрид Келлер.

Обращение к прошлому немецких новеллистов второй половины XIX в. было попыткой осмысления изменений в обществе того времени: Теодор Шторм лелеял в своих новеллах-воспоминаниях старую мораль, Вильгельм Раабе оплакивал Птичью слободу как символ старого бюргерского мира, Готфрид Келлер же создал метафору современного общества – свою Зельдвилу.

История Зельдвилы началась в конце сороковых годов, когда молодой писатель приехал из родного Цюриха восторженным юношей, дышащим свободой и восхищенным победой радикалов и новой Швейцарской конституцией в гремящий от восстаний Гейдельберг 1848–49 годов.

В своих письмах он вспоминал окончание баденского восстания (Brief vom 24. Juli 1849): «Die badischen Soldaten mußten indes die Stadt verlassen, weil im Rücken eine Schlacht verloren war, und am anderen Morgen rückten die Preußen vor Sonnenaufgang ein. Ihr habt übrigens die ganze Bescherung jetzt selbst auf dem Hals. Wahrscheinlich werden nächstens die deutschen Fürsten selbst einander bei den Köpfen nehmen. Das Volk haben sie gemeinschaftlich abgetan...» («Между тем баденским солдатам пришлось покинуть город, потому что битва в тылу была проиграна, и на другое утро пруссаки отступили до восхода солнца. Теперь вся эта неразбериха камнем повисла у них на шее. Вероятно, в следующий раз немецкие князья сами вцепятся в головы друг друга. Народ коллективно отрекся от них...» [4] (здесь и далее перевод наш. – А. О.).

Если немецкие реалисты, в частности, Т. Шторм и В. Раабе противопоставляли старому миру новый, то Г. Келлер исходил из того, что новый мир это и есть старый, но время, люди и обстоятельства поменяли

его. Он считал, что попытка консерваторов цепляться за прошлое, сколь бы хорошим оно однажды ни было, препятствует будущему, что именно это помешало хоть сколько-нибудь положительному исходу немецкой революции.

Так была создана Зельдвила, кусочек того, старого патриархального мира, на примере которого Г. Келлер пытался показать духовное обнищание общества и то, что попытка сохранения этого мира привела лишь к стагнации, как политической, так и духовной.

Введение к сборнику «Die Leute von Seldwyla» Г. Келлер начинает со следующих слов: «Seldwyla bedeutet nach der älteren Sprache einen wonnigen und sonnigen Ort» [3, с. 76] («Seldwyla, согласно древнему языку, означает блаженное и солнечное место»). Писатель говорит о том, что ходят слухи, что когда-то этот город был именно таким местом. И читатель готов увидеть сравнение между «хорошим – старым» и «плохим – новым», но когда Г. Келлер начинает описывать «старую» Зельдвилу, он обманывает ожидания читателей. Вместо воспевания прошлого мы видим ироническую сатиру, Г. Келлер описывает жителей города так:

«Und sie leben sehr lustig und guter Dinge, halten die Gemütlichkeit für ihre besondere Kunst, und wenn sie irgendwo hinkommen, so kritisieren sie zuerst die dortige Gemütlichkeit und meinen, ihnen tue es doch niemand zuvor in dieser Hantierung» [3, с. 76] («И живут они очень счастливо и припеваючи, считают комфорт своим особым искусством, а когда куда-то едут, то первым делом критикуют тамошний комфорт и думают, что так еще никто не делал.»); «... sie ermuntern sich durch ihre große politische Beweglichkeit, wenn der Ruf nach Verfassungsänderung in Seldwyla ausgeht, so weiß man im Lande, daß im Augenblicke dort kein Geld zirkuliert. Dabei lieben sie die Abwechselung der Meinungen und Grundsätze und sind stets den Tag darauf, nachdem eine Regierung gewählt ist, in der Opposition gegen dieselbe» [3, с. 76] («...они подбадривают себя своей большой политической мобильностью, если в Зельдвиле раздаётся призыв к изменению конституции, то в стране знают, что в настоящее время там не циркулируют деньги. При этом они любят смену мнений и принципов и всегда выступают против выбранного ими же правительства на следующий день после его избрания»).

Жители «старой» Зельдвилы предстают перед читателями заносчивыми и лицемерными, в некоторой степени невежественными. После Г. Келлер начинает описывать «новую» Зельдвилу, которая «менее чем за десять лет изменилась настолько, что грозилась стать собственной противоположностью», а именно «вместо толстого бумажника» люди стали носить «изящные записные книжки». Кроме того, «ehemals die eifrigsten Kannegießer, dahin gelangt, sich ängstlich vor jedem Urteil in politi-

schen Dingen zu hüten, um ja kein Geschäft, bewußt oder unbewußt, auf ein solches zu stützen, da sie das blinde Vertrauen auf den Zufall für solider halten» [3, с. 77] («прежде рьяные любители поговорить о политике стали опасаться любых суждений в политических вопросах, чтобы не основывать сознательно или бессознательно любое предприятие на таких суждениях, поскольку слепое доверие к случайности они считают более надежным»).

Другими словами, автор тщательно доказывает, что общество не изменилось до неузнаваемости за десять лет, а лишь приобрело внешние атрибуты новой эпохи, тогда как в духовном плане изнищало уже давно. Г. Келлер иронично говорит, что ныне горожане Зельдвилы такие же, как и везде, и писать о них нечего, поэтому его новеллы будут посвящены представителям той, старой «доброй» Зельдвилы.

Некоторые исследователи отмечают в данном сборнике опору «на традиционные фольклорные и литературные модели» и «пародию на сказочность, столь излюбленную романтиками» [1, с. 263], что призвано усилить сатирическую направленность новелл. Старая Зельдвила предстает перед нами местом, где две семьи, ослепленные алчностью и спорами за отнятую у нищего землю, доводят до самоубийства собственных детей, неспособных по их вине обрести счастье («Деревенские Ромео и Джульетта» – «Romeo und Julia auf dem Dorfe», 1856); местом, где мужчина может бросить жену с тремя детьми и долгами и сбежать в Америку («Фрау Регель Амрайн и ее младший» – «Frau Regel Amrain und ihr Jüngster», 1856).

Еще одна новелла – «Три праведных гребенщика» («Die drei gerechten Kammacher», 1856) – иллюстрирует то, что «жители Зельдвилы доказали, что город, населенный несправедливыми и безрассудными людьми, может как-никак продолжать свое существование в круговороте времен и изменчивых условий жизни; но на примере трех гребенщиков можно убедиться, что три праведника не могут долго жить под одной кровлей, не перессорившись насмерть» («Die Leute von Seldwyla haben bewiesen, daß eine ganze Stadt von Ungerechten oder Leichtsinigen zur Not fortbestehen kann im Wechsel der Zeiten und des Verkehrs; die drei Kammacher aber, daß nicht drei Gerechte lang unter einem Dach leben können, ohne sich in die Naare zu geraten») [3, с. 134].

Георг Лукач писал в своей статье, посвященной Г. Келлеру: «Реализм для Келлера – это исчерпывающая полнота жизни, ее внутреннее движение, развернувшееся во всю ширь до трагического или комического завершения. В своих народно-демократических принципах он находил верный масштаб для правдивого и ложного, высокого и низкого в человеке. Эпически полное развитие действия и характеров влечет за собой

в его произведениях разоблачение всего пустого, фальшивого и утверждает все ценные человеческие свойства» [2, с. 145].

Все вышесказанное оказывается абсолютно верным для «Людей из Зельдвилы», Г. Келлер добивается того, что разрушает ширму «блаженного и солнечного места» и, в свойственной ему воспитательной манере, призывает современников здраво оценивать общество и его недостатки. Не жить в ностальгических иллюзиях, которые часто оказываются играми памяти, и тем более не руководствоваться ими в государственных делах.

Таким образом, Зельдвила становится растянутой во времени и пространстве метафорой. Зельдвильцы не являются швейцарцами или немцами, и даже в полной мере не относятся к определенному временному промежутку. Зельдвила становится своего рода антиутопией, которая показывает, что, запертое в духовном консерватизме, без развития и изменений даже самое «блаженное и солнечное место» станет «городом, населенным несправедливыми и безрассудными людьми».

Библиографические ссылки

1. Мелетинский Е. М. Историческая поэтика новеллы. Москва: Наука, 1990.
2. Лукач Г. Готфрид Келлер // Литературный критик. 1940. № 11–12. С. 141–172.
3. *Gottfried Keller. Sämtliche Werke in acht Bänden*, Bd. 1. Berlin : Aufbau. 1958–1961.
4. *Gottfried Keller. Gesammelte Briefe*, hrsg. von Carl Helbling. Bd. 1. Bern : Benteli Verlag, 1950–54. S. 415.

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЙ И СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА ПОВЕСТИ ЛУ ЯО «СУДЬБА» НА РУССКИЙ ЯЗЫК

М. В. Семченко

maria_masha_mary@mail.ru;

Научный руководитель – П. С. Бабкина, старший преподаватель

Целью работы является определение влияния лингвистических особенностей языковой структуры на практику перевода повести Лу Яо «Судьба» посредством сравнительного анализа оригинального текста повести и перевода на русский язык. В результате проведенного исследования выяснилось, что для воссоздания подлинного текста повести переводчик зачастую прибегает к использованию стилистических преобразований и переводческих трансформаций.

Ключевые слова: художественный перевод; особенности перевода; переводческие трансформации; грамматическая замена; деметафоризация; Лу Яо.

Процесс художественного перевода есть объект лингвистического исследования, который необходимо рассматривать в качестве письменного перевода с одного языка на другой, основанного на принципах сохранения аутентичности и эквивалентности оригинального текста в переводе. При переводе с иностранного языка на родной переводчик сталкивается с множеством трудностей, среди которых необходимо выделить следующие: непереводаемость отдельных лексем исходного текста; насыщенность оригинального текста стилистическими и образными элементами; культурный и менталитетный барьер получателей перевода и носителей языка оригинала. В ходе решения данных вопросов исходный текст испытывает влияние личности переводчика и подвергается стилистическим преобразованиям и переводческим трансформациям.

При сопоставительном анализе оригинального текста повести Лу Яо «Судьба» («人生») и русского перевода, выполненного В. И. Семановым, было обнаружено множество лексико-грамматических и стилистических различий, которые в той или иной степени повлияли на качество и точность перевода. Далее рассмотрим наиболее значимые примеры.

Во фрагменте «他们谁也不知该说什么好。半天，高加林才问她...» [3] переводчиком применен способ адекватной замены, в результате чего получился следующий вариант перевода данного отрывка: «Оба долго молчали, **потом** Цзялинь спросил...» [2]. Так, дословный перевод выражения «半天» – «полдня», используется Лу Яо для подчеркивания кон-

нотативного значения чрезмерно долго промежутка времени. В переводе сохраняется основное лексическое значение временной продолжительности единицы исходного текста повести, однако утрачивается коннотативное значение нарочитости, ввиду чего перевод теряет оригинальную точность.

Для предложения «从北边流来的县河，水面不像深秋那般开，平静地在县城下边绕过» [3] характерно использования калькирования в переводе повести: «Город был к юго-востоку отсюда, его тоже окутала голубая дымка, а с севера текла **река Уездная**, покрытая сверкающими вечерними бликами» [2]. Слово сочетание «县河» переведено на русский язык топонимом «река Уездная», однако данного географического наименования в действительности не существует. В предложенном фрагменте, вероятно, подразумевается река, протекающая через уезд, в котором происходит основное действие повести «Судьба». Таким образом, наблюдается лексическое несоответствие оригинального выражения и варианта перевода, в результате чего перевод теряет аутентичность.

Переводчик зачастую прибегает к использованию опущения. Наиболее ярким примером опущения является данный фрагмент: «农历六月初十，一个阴云密布的傍晚，盛夏热闹纷繁的大地突然沉寂下来；连一些最爱叫唤的虫子也都悄没声响了，似乎处在一种急躁不安的等待中» [3]. Переводом данного фрагмента служит следующий вариант: «К вечеру небо заволкло густыми тучами, земля, до этого дышавшая жаром и заполненная звуками, вдруг затихла, и даже самые шумные насекомые перестали стрекотать, как будто в нетерпеливом ожидании» [2].

В переводе опущена дата «农历六月初十» («10-й день 6-го лунного месяца»), в результате чего был потерян временной отрезок начала действия в повести. Однако данное опущение переводчиком можно также объяснить стремлением преобразовать перевод повести под национальные представления русскоговорящего населения: представители китайской нации ориентируются как по григорианскому, так и по лунному календарю, в отличие от русскоговорящих, которые в большинстве своем не способны ориентироваться по лунному календарю. Поэтому использование данной переводческой трансформации является рациональным.

Способу грамматической замены подвергается звукоподражания китайского текста повести. Например, в предложении «他们的心都由不得**咚咚**地跳» [3] звукоподражание «咚咚» (досл. «бум-бум», «тук-тук», звукоподражание глухого стука) переведено на русский язык наречием степени: «Они шли друг за другом – красивые, молодые, и их сердца **громко** стучали» [2]. В русском языковом строе реализуется такой вариант перевода словосочетания «咚咚地跳», как «[сердца] бум-бум

стучали», к тому же данный вариант позволяет сохранить смысловое значение и грамматическую и синтаксическую функцию звукоподражания «咚咚» оригинала текста. Однако переводчиком согласно стилистическим соображениям использованы иные преобразования: синтаксическая функция звукоподражательного слова и в оригинале, и в переводе сохраняется, а грамматическая функция видоизменяется от звукоподражательного слова к наречию степени.

Далее рассмотрим фрагмент перевода, в котором стилистические и переводческие преобразования являются вынужденными по причине несоответствия китайского и русского языковых строев.

Так в предложении «西边的天上飞起了一大片红色的霞朵» [3] употребляется счетное слово для облаков, цветов «朵», идущее в комбинации со словом «霞» (досл. «закат, заря»). Переводчиком ввиду отсутствия категории счетных классификаторов в русском языке была предпринята попытка адаптировать счетное слово посредством сравнительной конструкции: «На западном краю неба, **как огромный красный цветок**, полыхала заря» [2]. В данном варианте перевода счетное слово «朵» выступает в роли объекта, с которым происходит сравнение.

Значимым в оригинальном фрагменте «正人君子探头缩脑地看；粗鲁俗人垂涎欲滴地看» [3] является употребление чэньюев «探头缩脑» и «垂涎欲滴» со значением «боязливо озираться» и «глотать слюни» соответственно. Чэньюй «探头缩脑» («боязливо озираться») не имеет прямого эквивалента, сохраняющего аналогичное переносное значение, в русском языке. Поэтому в данном случае В. И. Семановым был предпринят метод демегафоризации образного выражения чэньюя в прямое значение при переводе: «втянули голову в плечи от ужаса». В результате был получен следующий вариант перевода данного отрывка текста: «Одни от зависти разинули рты и **глotalи слюни**, другие злословили, третьи холодно посмеивались, четвертые **втянули голову в плечи от ужаса**» [2].

В данном случае знаменательным также является использование такой переводческой трансформации, как компенсация: в оригинальном тексте чэньюй «探头缩脑» употребляется в первой части сложного предложения, в то время как в переводе выбранный для замены чэньюя вариант используется только в конце второй части сложного предложения. При переводе чэньюя «垂涎欲滴» («глотать слюни») была произведена адекватная замена оригинального образного выражения словосочетанием с соответствующим переносным значением на русский язык. В результате применения данных переводческих трансформаций исходный смысл текста

сохраняется, однако ввиду применения компенсации и демегафоризации перевод утрачивает оригинальную точность.

Таким образом, в ходе перевода повести Лу Яо «Судьба» на русский язык В. И. Семановым был использован ряд преобразований, главными причинами использования которых послужили следующие факторы:

1) вынужденное использование преобразований, применение которых связано с употреблением в оригинальном тексте структур, не имеющих аналогов в языке перевода;

2) использование преобразований как проявление личной инициативы переводчика; их главная функция заключается в экспрессии и эстетической составляющей.

Несмотря на то, что переводчик в основном имеет в своем распоряжении эквивалентные языковые средства для воссоздания оригинала повести, он прибегает к использованию стилистических преобразований. Однако данные преобразования не противоречат смыслу исходного текста, переводчик, наоборот, наделяет перевод особым эстетическим компонентом. К тому же переводчик не обедняет стиль автора повести, напротив, необходимо отметить профессионализм отображения оригинального стиля повести. Исходя из этого, можно резюмировать, что вариант перевода на русский язык повести «Судьба» Лу Яо, предоставленный В. И. Семановым, является эквивалентным и адекватным.

Библиографические ссылки

1. Лапенков Д. С. Теория и практика перевода : учеб. пособие / под ред. О. В. Олейникова. Орск : Издательство ОГТИ, 2010.
2. Семанов В. И. «Судьба» Лу Яо // ЛитРес. 1988. URL: <https://www.litres.ru/yaolu/sudba/chitat-onlayn/>. (дата обращения: 08.05.2023).
3. 人生 // 无忧书城 (Судьба // Беззаботный книжный город). URL: <https://www.51shucheng.net/xiandai/reisheng> (дата обращения: 08.05.2023).

СПОСОБЫ РАЗГРАНИЧЕНИЯ МЕЖЪЯЗЫКОВЫХ ОМОГРАФОВ

Д. М. Судник

sudnik.mitia@yandex.ru;

Научный руководитель – И. С. Ровдо, доктор филологических наук, профессор

В русле формального подхода рассматривается явление межъязыковой графической омонимии. Теоретические результаты исследования могут применяться при изложении курсов графики, лексикологии, теории номинации, теории и практики перевода, редактирования и корректуры, сопоставительной грамматики в высшей школе. Практические результаты исследования могут найти применение в редакторской и корректорской деятельности, графическом дизайне.

Ключевые слова: межъязыковая графическая омонимия; межъязыковая омография; межъязыковой графический омоним; межъязыковой омограф.

В круг теоретических и практических проблем графолингвистики входят следующие: графическая омонимия (в том числе межъязыковая); графическая эвфемизация; лакуна необходимого регистра буквы-пиктограммы; некодифицированное, но прагматически обусловленное использование графических знаков в креолизованных текстах – и прочие.

Обобщая современную типологию межъязыковой омонимии, составной частью которой является межъязыковая омография, мы замечаем несколько теоретических проблем.

1. Экстраполяция представления о внутриязыковых омографах на омографы межъязыковые. Внутриязыковые омографы – это слова, одинаковые по написанию, но разные по значению и произношению. Раз внутриязыковые омографы должны различаться по значению, то и из числа межъязыковых омографов исследователи исключают семантически тождественные слова (иначе когнаты или омосемичные омолексы) (см.: [1, с. 38]). Так, **не являются** омографами рус. *мадам* и бел. *мадам*, хотя данные слова **пишутся одинаково**. Такое представление видится ошибочным.

Необходимость апеллировать к нетождественности семантики неочевидна даже для внутриязыковых омографов. Она диктуется тем, что в противном случае «под это определение [определение омографа. – Д. С.] подходят такие русские слова, как *творог*, которое можно произносить как *твóрог* и как *творóг*; *бóндарь* и *бондáрь*; *сáжень* и *сажéнь*; *óбух* и *обúх* и т. д. Но ведь это явно не омографы, а различные варианты произношения одного и того же слова» [2, с. 49].

Межъязыковые омографы в принципе не могут быть различными вариантами произношения одного и того же слова, так как принадлежат разным языкам. По этой причине для определения слова как омографа возможно исключение семантического критерия.

2. Включение в число межъязыковых омографов слов с закономерными расхождениями в визуальном плане выражения (иначе включение пара- и гетеросемичных паралекс). Такое включение происходит компромиссным путем из-за расхождений графических систем и путей фонетического развития языков (см.: [3, с. 29]).

Так, **являются** омографами слова бел. *дэрывацыя* в значении «словообразование» – рус. *деривация* в значении «отклонение снарядов нарезного оружия при полете», хотя данные слова **пишутся по-разному**.

3. Исключение межъязыковых омоформ из числа межъязыковых омографов. Так, **не являются** омографами формы слов англ. *soru* и рус. *сору* (от *сор*), хотя они **пишутся одинаково**.

4. Исключение из числа межъязыковых омографов слов (последовательностей букв), не имеющих лексического значения. Рус. слово *ресурс* в значении «средства, используемые при необходимости» не имеет лексического значения, например, в английском языке, а представляет собой ничего не значащий набор букв. Поэтому **не рассматривается** как омограф. Между тем любая убедительно похожая на слово последовательность знаков для читателя, не знающего некоторый иностранный язык, вне контекста является потенциальным носителем лексического значения (см. ниже пример В. А. Успенского про «Окмоукс»).

5. Излишне категоричным является утверждение «[фонетико-графические] омонимы справедливо на всех основаниях могут выделяться только в языках со сходной графикой» [1, с. 37].

Даже кардинально различные письменные системы, например иероглифическая и буквенная кириллическая, имеют единичные типологические сходства: буква Т и китайский иероглиф стиля сяочжуань со значением «низ») ².

По факту межъязыковые омографы – это слова разных языков, одинаковые по написанию.

Но сейчас, как видим, в класс межъязыковых омографов записывают и слова, нетождественные по написанию (*дэрывацыя* и *деривация*). Тождественные же по написанию слова и словоформы (*мадам* и *мадам*, *сору* и *сору*) межъязыковыми омографами почему-то не признаются. Это размывает понятие межъязыковой графической омонимии.

² Благодарим за указание на этот пример А. И. Моисееву.

Мы предлагаем перевести проблему в область графики языка (графолингвистики) и понимать **под межъязыковыми омографами визуально идентичные слова, принадлежащие разным языкам**. То есть сам термин ретроспектируется к буквальному этимологическому значению: слово *омограф* складывается из заимствованных из древнегреческого языка терминологических элементов «одинаковый» и «пишу».

Убедительные примеры смешения межъязыковых омографов, не называя это явление, приводит В. А. Успенский: «Читатель, конечно, вспомнит здесь знаменитую рениксу (а также, возможно, торговую марку с черным зверем и надписью «Rima», читавшейся как «Рита»). А однажды мне пришлось наблюдать, как, исполняя поступившее из Америки поручение, по московским церковным лавкам безуспешно искали книгу «Окмоукс». Оказалось, что имелся в виду Октоих, записанный как *Октоих*» [4, с. 525]. Также **убедительные** примеры в количестве нескольких сотен приводят составители вики-энциклопедии «Неолурк» в статье «Реникса»: <https://neolurk.org/wiki/Реникса>.

Основной же практический вопрос нашего исследования: как разграничить межъязыковые омографы? как понять, на каком языке написано слово?

Е. И. Бреусова пишет, что в этом способны помочь: а) «более широкий контекст»; б) «возможность остановиться в любой точке текста»; в) «осознание неуместности использования слова в определенном контексте или сомнительность именованного»; г) «наличие в тексте таких букв латиницы, которые не имеют сходного графического облика со знаками русского алфавита»; д) «сопровождающие текст параграфические средства» [5, с. 165].

Мы расширяем приводимый Е. И. Бреусовой перечень, уделяя особое внимание параграфическим средствам. Ввиду ограничений, предусмотренных жанром, рассмотрим на конкретных примерах из нашей речевой практики лишь три способа разграничения межъязыковых омографов из выделяемых нами двенадцати.

1. **Мена регистра & перевод.** В журнале «Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология» (№ 5 за 2022 г.) размещена статья Г. Э. Мартиросяна: АФРИКАНФУТУРИЗМ В НОВЕЙШЕЙ ЛИТЕРАТУРЕ НИГЕРИИ: РОМАН АКУАЙКЕ ЭМЭЗИ «РЕТ» [6]. После прочтения записанного прописными буквами заголовка возникает вопрос: что обозначает слово РЕТ? Возможно, рет – представитель «народност[и] в Альпах, подчинен[ной] Августом в 15–13 гг. до н. э.» [7]?

В данном случае решить проблему межъязыковой омографии было бы довольно легко: (а) дав название романа в заголовке статьи не в прописном, а в строчном регистре (как, например, было сделано в аннотации: «В статье

анализируется роман Акуайке Эмэзи «Рет» (2019) как африканфутуристический артефакт новейшей культуры нигерийской диаспоры в США») [6, с. 1105]; (б) предложив перевод – «Пэт» или «Питомец».

2. Параграфические шрифтовые средства применительно к изолированным номинативам. В индийском городе Канпичурам есть сектантская организация под названием СЕРНА. В Киеве функционирует автошкола «Серна 2000».

Изолированные номинативы, которые представлены на логотипах, вывесках, зачастую не позволяют контекстуально конкретизировать межъязыковой омограф. Поэтому, к примеру, оформление логотипа автошколы «Серна 2000» в шрифте, стилизованном под **древнее письмо Славии**, могло бы устранить проблему омографии.

Библиографические ссылки

1. *Хуцишвили С. Д.* Славянские межъязыковые омонимы : дисс. ... док. филологии (Ph.D.). Тбилиси, 2010.
2. *Ручимская Е. М.* О разной трактовке соотношения омонимов, омофонов, омографов // Русская речь. 2012. № 3. С. 47–52.
3. *Ровдо И. С.* Межъязыковая омонимия в системе русской и белорусской лексики // Весн. Бел. дзярж. ўн-та. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагагіка. Псіхалогія. 1979. № 2. С. 29–33.
4. *Успенский В. А.* Труды по нематематике / 2-е изд., испр. и доп.: в 5 кн. М. : ОГИ : Фонд «Математические этюды», 2012 –. Кн. 3 : Языкознание. 2013.
5. *Бреусова Е. И.* О восприятии текстов с иноязычными вкраплениями (результаты анкетирования) // Вестн. Омск. ун-та. 2014. № 4. С. 164–168.
6. *Мартиросян Г. Э.* Африканфутуризм в новейшей литературе Нигерии: роман Акуайке Эмэзи «Рет» // Вестн. Удмурт. ун-та. Сер. История и филология. 2022. Т. 32, № 5. С. 1104–1109. DOI 10.35634/2412-9534-2022-32-5-1104-1109.
7. *Флавий Арриан.* Диспозиция против аланов [= Lucius Flavius Arrianus. *Acies contra Alanos* (Αρριανός. *Εκτάχις κατά Αλανών*)]; пер. А. К. Нефёдкина // XLegio [Электронный ресурс]. URL: <http://xlegio.ru/sources/ektaxis-kata-alanon/ektaxis-kata-alanon.html#cm5> (дата обращения: 02.02.2023).

ПИСАТЕЛЬ И ПИСАТЕЛЬСТВО В РОМАНЕ ВИРДЖИНИИ ВУЛФ «ОРЛАНДО»

А. М. Туровец

2003nastya1312@gmail.com;

Научный руководитель – Н. С. Поваляева, кандидат филологических наук, доцент

Предметом данного исследования является собирательный образ писателя в романе Вирджинии Вулф «Орландо» («Orlando, a Biography», 1928). Сравнивая жизненный и творческий опыт героя и героини, В. Вулф вскрывает гендерные стереотипы в социальной сфере и в искусстве и формулирует концепцию андрогинного творца. Данная концепция получит свое теоретическое обоснование в эссе «Своя комната» («A Room of One's Own», 1929).

Ключевые слова: теория андрогинности; гендер; гендерные стереотипы; социальная роль; пародийная биография.

В романе «Орландо» Вирджиния Вулф представляет нам героя, который живет несколько столетий. Он начинает свой путь юношей в елизаветинскую эпоху и заканчивает женщиной в начале XX века, изменив пол в середине повествования. Роман представляет собой пародийную биографию, при этом повторяющиеся в жизни Орландо-мужчины и Орландо-женщины ситуации позволяют писательнице вскрыть гендерные стереотипы, укоренившиеся в общественном сознании. Сферами, в которых эти стереотипы проявляются ярче всего, являются любовь, писательство и политика. Несмотря на смену пола и эпох, настоящая приверженность Орландо к писательству не исчезает, в то время как взгляд общества на ее искусство изменяется.

На протяжении всего творческого пути Орландо искусство рассматривается в его соотношении с гендером, природой, смертью и бессмертием. Повествование начинается с Орландо-мужчины по одной простой причине: женщина не смогла бы свободно творить в XVII веке: «The man looks the world full in the face, as if it were made for his uses and fashioned to his liking. The woman takes a sidelong glance at it, full of subtlety, even of suspicion» [2] («Мужчина открыто смотрит в лицо миру, будто созданному по его потребностям и вкусу. Женщина поглядывает на мир украдкой, искоса, чуть ли не с подозрением») [1]. Обремененные домашними обязательствами, женщины не имели возможности ощутить жизнь в той же мере, что и мужчины.

Писательница под маской старательного биографа описывает молодого Орландо как неловкого и рассеянного: он теряется в идеях для своих новых произведений, не может сконцентрироваться на реальности

и не обращает внимания на мир вне своего воображения. Благодаря опыту жизни в женском теле и женской социальной роли, героиня приобретает новые качества и черты характера: созидательность, наблюдательность, способность анализировать. Это прослеживается, например, в ее новой привычке постоянно смотреть в окно в попытке уловить изменения в природе.

Будучи молодым дворянином, Орландо встречается с Ником Грином, который разрушает все его романтические представления о писателях: «These, then, were his gods! Half were drunken and all were amorous. Most of them quarrelled with their wives; not one of them was above a lie or an intrigue of the most paltry kind. Their poetry was scribbled down on the backs of washing bills held to the heads of printer's devils at the street door» [2] («Вот они каковы, его божества! Половина из них пьянчуги, все волокиты! Все почти собачатся с женами; ни один не побрезговал ложью, ни самой презренной интригой. Они могут царапать стишки на обороте счета из прачечной, прислонив его к затылку наборщика в дверях печатни») [1].

После разговора с Грином и прочтения его едкой сатиры на Орландо, последний берется за поэзию. Работой всей его жизни становится поэма «Дуб», начинавшаяся как «юношеская проба пера» и впоследствии ставшая ее «талисманом» [1].

Став женщиной, Орландо не перестает писать. Ее творчество отражает всех авторов, которые ее вдохновляли, но к ней приходит понимание того, что гениальность «Аддисона, Попа, Свифта» напоминает «» [2] «маяк, который пошлет один луч и на какое-то время гаснет; ... гениальность ... может выпустить сразу шесть-семь лучей ..., а потом впасть в темноту на год или навек» [1]. Попав в компанию этих писателей, она обнаружила, что они «ничуть не отличаются от других людей» [1].

На своем творческом пути Орландо меняет не только свои настроения, но и вкусы с предпочтениями, улучшая при этом свои навыки писательства. Она сама может проследить свою эволюцию: от «угрюмого мальчика, влюбленного в смерть» она перерастает «влюбчивую и высокопарную», а после этого в «сатиричную и бойкую» [1].

В эссе «Своя комната» В. Вулф высказывала мысль о том, что культурное и историческое несоответствие уходит корнями в неправильное представление о сущности мужчины и женщины, исходящее, в свою очередь, из патриархального убеждения в неполноценности женщин [3]. Действительно, что касается изменения пола, Орландо не ощущает значимости этой перемены, пока она не возвращается на родину из своего путешествия. Но побывав мужчиной и женщиной, Орландо обретает преимущество: так как она испытала все сама, она может наблюдать за миром и размышлять о повседневности с точки зрения обоих полов. Благодаря этому

в творческом процессе она способна отдаляться от своей личности, и в такие моменты биограф лишь только может «цитировать календарь ... покамест ей это не надоест» [1].

Важным аспектом ее способности творить также является ее внешний вид. При ношении «женской» одежды от нее ожидалось феминное поведение, которое, в свою очередь, приводило к тому, что ее не рассматривали как серьезного автора. Дебора Норд в своей работе утверждает, что одежда может демонстрировать один пол, пока другой скрыт. По ее мнению, таким образом, удобная мужская одежда, в которой Орландо обычно разгуливает по улицам Лондона, не только доставляет ей удовольствие, но и обеспечивает необходимую защиту [4]. Кринолин, который она носила, был тяжелым и сковывал в движениях, тем самым иллюстрируя зависимость от других людей. Принуждение соответствовать гендерной роли приводит Орландо к замужеству, но в браке у нее все же остается возможность свободно творить. XX век для окончания романа выбран неслучайно. Так В. Вулф показывает введение женщин в литературу и прогрессию восприятия обществом их творчества.

Своим произведением Вирджиния Вулф показывает, что искусство – сфера по определению свободная – в социуме подвергается воздействию гендерных стереотипов, из-за чего формируются представления о том, что есть группы, способные и не способные к творчеству. Создавая образ героя-героини, Вулф, по сути, реализует свою теорию андрогинности, в рамках которой писатель – как и художник в целом – это человек, совмещающий в себе мужское и женское начала, что позволяет ему творить за пределами навязываемых извне стереотипов.

Библиографические ссылки

1. Вулф В. Орландо // Избранное. М. : Терра, 1996. С. 329–478.
2. Woolf V. Orlando. URL: <https://gutenberg.net.au/ebooks02/0200331.txt> (дата обращения: 24.04.2023).
3. Woolf V. A Room of One's Own. URL: <https://gutenberg.ca/ebooks/woolfv-aroomofonesown/woolfv-aroomofonesown-00-h.html> (дата обращения: 24.04.2023).
4. Nord D. E. Androgyny, Writing, and Place in Woolf's Orlando, and A Room of One's Own // Woolf Across Cultures / ed. N. Reinhold. New York : Pace University Press, 2004. P. 227–234.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «ВРЕМЯ» В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Фань Шучан

fshc528@163.com;

Научный руководитель – А. Н. Овчинникова, кандидат филологических наук

Актуальность обращения к универсальному понятию времени как философскому, физическому и лингвистическому феномену обусловлена многозначностью, метафоричностью лексемы «время» в русском и китайском языках. Многоаспектное сопоставление русско-китайских соответствий на фоне национально-культурных сходств и различий позволили интегрировать результаты проведенного исследования в структуру лексико-семантического поля времени.

Ключевые слова: лексико-семантическое поле; семантика времени; многозначность; русский язык; китайский язык.

Словарная система каждого языка мира представляет собой многомерное и сложное явление, которое состоит из различных по структуре, происхождению, коннотации, сфере употребления и значению групп слов. Еще в прошлом веке русский ученый М. М. Покровский обратил внимание на то, что «слова и их значения не живут отдельными жизнями», а объединены в нашем сознании в разные группы» [1, с. 82].

В наибольшей степени системность лексики каждого языка отражается в семантических связях между различными словами, что происходит по причине как общности явлений самой действительности, так и взаимосвязи и обусловленности языковых единиц [2, с. 64]. Взаимоотношения явлений действительности в языке также получили свое отражение, что может быть отмечено на уровне полисемантических и антонимических отношений. Например, лексемы *солнце* и *луна*, *тепло* и *холод*, *огонь* и *вода* связаны антонимическими отношениями, которые обусловлены противопоставлением предметов и явлений действительности, получивших отражение в языке. Системная организация словарного состава языка выражается и на уровне синонимии (*красивый* – *прекрасный*), и на уровне омонимии (*дверная ручка* – *ручка* как элемент письменных принадлежностей); между общеупотребительной лексикой и лексикой ограниченного употребления (*руль* – *баранка*); между исконно русскими и заимствованными словами (*певец* – *вокалист*); между стилистически нейтральной и коннотативно окрашенной лексикой (*радость* – *услада*).

Ключевым элементом системности лексики выступает понятие семантического поля. В «Большом Энциклопедическом словаре» представ-

лена следующая дефиниция: **поле** есть «совокупность языковых (главным образом лексических) единиц, совокупность слов, объединяемых смысловыми связями на основе единого общего понятия или сходства признаков их лексических значений (например, семантическое поле глаголов движения)» [4, с. 380].

Теория семантических полей основана на том, что семантические группы существуют в языке – языковые единицы могут быть частью одной или нескольких таких групп. На саму идею семантических полей – лексических множеств, объединенных общностью содержания, оказала влияние идея о том, что семантическое пространство языка – это континуум и что лексическое значение не имеет четко определенных границ.

Актуальность темы исследования обусловлена подвижностью и открытостью лексического состава. Лексическая система прямо или косвенно отражает действительность, реагирует на изменения в общественной, материальной и культурной жизни народа, пополняется новыми словами для обозначения новых предметов, явлений, процессов, понятий. Все это свидетельствует о перспективном характере изучения структуры и содержания лексико-семантических полей. Обратимся к понятию лексико-семантического поля времени в русском и китайском языках.

Время – это длительность существования всего происходящего, всех явлений и предметов, измеряемая веками, годами, часами, минутами и т. п. В философии время относится к универсальной объективной форме, в которой существует материя, проявляющаяся как продолжительность и порядок, и неотделимая от движения.

В русском языке глаголы имеют настоящее, прошедшее и будущее время. Глаголы меняют форму или окончание, чтобы определить, когда происходит действие. При этом глаголы в китайском языке не изменяются по временам. В китайском языке есть свои средства выражения значения прошедшего, настоящего и будущего времени. Значение настоящего времени в китайском языке, в первую очередь, выражается следующими способами:

глаголом без добавления временных формантов:
我在莫斯科大学学习 (Wǒ zài mòsīkē dàxué xuéxí) – Я учусь в МГУ [5, с. 39];

лексическими показателями (现在 xiànzài – сейчас и др.):
现在去餐厅吃饭 – Сейчас я иду в ресторан. Понятие 现在 означает, что действие происходит сейчас [6];

3) с помощью полусуффикса 着 (zhe), который обозначает продолженное, динамическое действие: 他看着花朵 (Tā kànzhe huāduǒ) – *Он смотрит на цветы.*

Значение прошедшего времени в китайском языке, в первую очередь, отображается лексическими показателями и комбинациями лексем (昨天 «вчера», 以前 «прежде, раньше» и др.): 昨天夜里下雨 «Вчера ночью был дождь» Слово 昨天 здесь означает, что дождь был в прошлом [3].

Как показало наше исследование, все метафоры времени в русском и китайском языках, можно подразделить на следующие типы:

1. Применение части физического тела для описания времени

Основа таких метафор – это само тело человека. Во фразеологизмах русского языка часто употребляются различные части тела (*нос, голова, рука, плечо* и другие), например: *на носу, висеть над головой.* В китайских метафорах обычно используется только иероглиф «голова» 头,, например: 大限临头 (Dàxiàn líntóu) – *Смерть висит над головой.*

2. Время-деньги

Издавна человечество создавало ценности с помощью труда, и тогда стало стандартом использовать время для измерения меры ценности, так как оно стало ценным предметом, ограниченным ресурсом. Например: 一寸光阴一寸金 «Время дороже золота». 时间就是金钱 «Время – деньги». 寸金难买寸光阴 «За деньги время не купишь». Таким образом, через понятие «деньги» реализуется понятие «время».

3. Использование цвета для определения времени

Такой способ метафоризации времени образуется с помощью наложения цвета на объект метафоры. Время сравнивают с растением, которое в процессе своего роста и созревания меняет цвет. Например, в русском языке «зеленый» обозначает «незрелый», «неопытный»: *зеленая молодежь, зелёный юнец, зелёная свадьба.* В китайском языке «зеленый» также обозначает «незрелый»: *юность, молодые годы,* и наоборот, «желтый» цвет – старый, опытный: 人老珠黄 «старый, старик».

4. Персонаж, или событие, или религиозная история, выражающая время

В русском языке основные источники фразеологизмов со значением времени берут начало из сюжетов Библии, религии и из реальных исторических событий. Появление многих фразеологизмов связано с религиозной традицией. Например: *До морковкина заговенья* – то есть неопределенно долго. *Не все коту масленица* – после веселья наступает время строгих ограничений и т. д.

В китайском языке основной источник фразеологических единиц приходится на сферы общественной жизни человека, большей частью они произошли из знаменитых литературных произведений, древних легенд и религии, например, 三皇五帝 (Sān huáng wǔ dì) – *Очень долгое время* (буквально: *Три короля пять императоров*).

Приведем также примеры китайских фразеологизмов, связанных с предметами, цветами или животными.

光阴似箭 (guāngyīn sì jiàn) – *Время летит как стрела, время быстро течет*.

昙花一现 (tán huā yī xiàn) – *Цветы канны появляются на мгновение* (образно в значении: появиться на мгновение и исчезнуть; кратковременный, преходящий, мимолетный), появиться и быстро исчезнуть (образно о чем-то хорошем).

У иероглифа «время» в китайском языке есть значение: ныне, теперь, сейчас; в данный момент; только что, в данное время, в каждый данный момент; тут же, сейчас же, теперь; в настоящее время; современный. Например: 白驹过隙 (báijūguòxì) – [быстро, как] *Жеребенок перепрыгивает через узкую щель* (образно: о стремительном беге времени).

Восприятие времени является универсальным во всех языках мира (а их на Земле более шести тысяч). В связи с этим особую актуальность приобретает аспект исследования именно национально-культурных сходств и различий в способах представления семантики «время» в русском и китайском языках.

Библиографические ссылки

1. Покровский М. М. Семасиологические исследования в области древних языков // Избранные работы по языкознанию. М. : АН СССР, 1959.
2. Стариченок В. Д. Современный русский литературный язык: учебное пособие. Минск : Выш. шк., 2012.
3. БКРС (Большой китайско-русский словарь). URL: <https://bkrs.info> (дата обращения: 12.04.2023).
4. Большой энциклопедический словарь. М. : Большая Российская энциклопедия, 1998.
5. Гордей А. Н. Принципы исчисления семантики предметных областей. Минск : БГУ, 1998.
6. Русско-китайский параллельный корпус НКРЯ. Национальный корпус русского языка (НКРЯ). URL: <https://clck.ru/g6PBVY> (дата обращения: 14.04.2023).

ВОБРАЗ ТОМАША Ё РАМАНЕ «НЕВЫНОСНАЯ ЛЁГКАСЦЬ БЫЦЦЯ» М. КУНДЭРЫ ПРАЗ ПРЫЗМУ ПСІХААНАЛІТЫЧНЫХ КАНЦЭПЦЫЙ З. ФРЭЙДА І К. Г. ЮНГА

А. А. Шадруноў

aleh.shadrinou@icloud.com;

Навуковы кіраўнік – А. У. Вострыкава, кандыдат філалагічных навук, дацэнт

М. Кундэра ў сваім рамане дэманструе прысутнасць філасофскага складніку, які ўплывае на ідэйна-тэматычны пласт і канцэпцыю вобразаў. У дакладзе мы падрабязна аналізуем прысутнасць і ўплыў псіхааналітычнай філасофіі на мастацкі свет самага папулярнага рамана чэшскага пісьменніка «Невыносная легкасць быцця». Асноўная ўвага намі сканцэнтравана на вобразе Томаша, які разглядаецца праз прызму канцэпцый З. Фрэйда і К. Г. Юнга.

Ключавыя словы: раман М. Кундэры «Невыносная лёгкасць быцця», вобраз Томаша, псіхааналіз у літаратуразнаўстве, архетыпы.

У рамане Мілана Кундэры «Невыносная лёгкасць быцця» можна заўва-жыць ўсюдыісную прысутнасць псіхааналітычнай філасофіі і розных аспектаў тэорый слынных дзеячоў псіхааналізу – З. Фрэйда, К. Г. Юнга. Няма сумневу, што пісьменнік у працэсе задумы і напісання твора звяртаўся да кніг вядомых філосафаў, чые працы былі адной з ключавых частак заходняй культуры XX стагоддзя. Мы можам пераканацца ў яго цікавасці да псіхааналізу, дэталёва прасачыўшы вобразы чатырох галоўных герояў – Томаша, Тэрэзы, Сабіны і Франца. У самім сюжэце мы пабачым невялікі экскурс у мінулае таго ці іншага персанажа, а таксама аскепкі інфармацыі, якія дазваляюць нам інтэрпрэтаваць іх паводзіны з гледзішча псіхааналітычнай філасофіі (канцэптаў бессвядомага, снабчанняў і архетыпаў).

Каб падмацаваць свае папярэднія сцверджанні, а таксама прэзентаваць матэрыял для аналізу, мы прывядзём некаторыя цытаты з рамана, якія будуць выдатнымі ілюстрацыямі ўздзеяння псіхааналітычнай філасофіі на асноўную думку, сюжэт твора і канцэпцыю вобразаў М. Кундэры.

«И снова подумалось, что Тереза ребенок, которого положили в просмоленную корзинку и пустили по течению. Но можно ли позволить корзинке с ребенком плыть по бушующей реке?» [1, с. 15]

Вобраз немаўляці ў кашы, што быў пушчаны па рэчцы і прыбіўся да берага, на якім яго ўжо чакаў будучы апякун, вельмі хрэстаматычны. Ён сустракаецца ў шмат якіх народаў свету і належыць да вельмі пашыраных легендарных сюжэтаў. Гэтыя акалічнасці дазваляюць

аднесці дадзены вобраз да сімвалаў, якія нараджаюцца, паводле К. Г. Юнга, з архетыпаў.

Але перад тым як гэта зробім, неабходна патлумачыць, у чым розніца паміж архетыпам і сімвалам. Сімвал – гэта канкрэтная праява архетыпа, дапасаванне яго да канкрэтных індывідуальных прыкладаў. Архетып жа – «ўніверсальная мадэль псіхічнай актыўнасці, якая спантанна вызначае паводзіны чалавека» [3, с. 50–51]. Архетыпы бяруць пачатак з калектыўнага бессвядомага, а не засвойваюцца з культурай.

Такім чынам, калі браць канцэпцыі К. Г. Юнга, вобраз дзіцяці ў кашы на беразе рэчкі з’яўляецца архетыпічным сімвалам. Але ж да якога архе-тыпу ён належыць? К. Г. Юнг адзначаў існаванне неабмежаванай колькасці архетыпаў у бессвядомым. Апрача самых вядомых – *Анімы, Анімуса, Самасці, Персоны і Цені*, – даследчык успамінаў і пра архетып *Дзіцяці* [3, с. 352]. Так, мы мяркуем, што тут можна гаварыць пра архетып Дзіцяці і яго перапляценне з іншымі катэгорыямі. Гледзячы на Тэрэзу і атаясамляючы яе з міфалагічным вобразам, Томаш падсвядома імкнецца абараніць гэтае дзіця, бо бессвядомае асацыюе яго з сабой маленькім, якому таксама не хапала любові бацькоў.

Цяпер жа пяройдзем да іншай цытаты далей па тэксце:

Он жил с женой менее двух лет и произвел с ней на свет одного ребенка. На бракоразводном процессе суд присудил ребенка матери, а Томаша обязал платить на него треть своего заработка. При этом гарантировал ему право видеть сына каждое второе воскресенье» [1, с. 15].

Шлюб Томаша з яго першай жонкай быў вельмі непрадуманым і хісткім і ўзнік толькі праз нараджэнне дзіцяці (мы можам зрабіць такія высновы з далейшага фрагменту тэксту, дзе Томаш прызнае, што дзіця было нежаданае: *«Почему, впрочем, он должен был испытывать к этому ребенку, с которым его не связывало ничего, кроме одной неосмотрительной ночи, нечто большее, чем к любому другому?»* [1, там жа]).

Пасля растання з жонкай Томаш імкнуўся сустрэцца з сынам, але, стаміўшыся ад пастаянных адмоў у сустрэчах, вырашыў, *«что уже никог-да в жизни не пожелает его [сына] видеть»* [1, там жа].

Томаш апраўдаў свае паводзіны нежаданасцю гэтага дзіцяці. Відавочна, што такі ўчынак не быў нармальна прыняты блізкімі, таму яго бацькі перасталі з ім камунікаваць, але *«при этом они остались в демонстративно хороших отношениях с невесткой и похвалялись всем и вся своим примерным поведением и чувством справедливости»* [1, с. 16].

М. Кундэра заўважае, што Томаш у такі кароткі прамежак часу пазбавіўся жонкі, сына, маці і бацькі. Гэтая сітуацыя пакінула ў ім толькі страх перад жанчынамі, кіруючыся каторым, Томаш выпрацаваў сістэму правіл, якія дапамогуць больш ніколі не закахацца:

«Между страхом и желанием ему пришлось создать некий компромисс; он определял его словами “эротическая дружба”. Он убеждал сво-их любовниц: лишь те отношения, при которых нет ни следа сентиментальности и ни один из партнеров не посягает на жизнь и свободу друго-го, могут принести обоим счастье. И желая заручиться уверенностью, что так называемая эротическая дружба никогда не перерастет в агрессивность любви, он встречался с каждой из своих постоянных любовниц лишь после весьма длительных перерывов» [1, там жа].

Такім чынам, апісаная ў вышэйшых цытатах сітуацыя вельмі моцна паўплывала на нашага героя. Пазіцыя бацькоў, якія выбралі замест яго нявестку і ўнука, вельмі яго закранула і выклікала своеасаблівую боязь перад каханнем, што пералілася ў пэўныя табу, якія нібы на сваю карысць ён сам ўсталяваў і зацвердзіў. Так, герой не прымае сна ўначы ў адным ложку з жанчынай, бо гэта асацыюецца ў яго з каханнем. Са з’яўленнем Тэрэзы герой пераглядае гэту пазіцыю, але працягвае весці палігамны лад жыцця, што, вядома, выклікае Тэрэзіны пакуты, якія ён не можа спыніць.

З гледзішча псіхааналітычных канцэпцый і перадусім прац З.Фрэйда, такія дагматычныя перакананні сведчаць пра дзіцячую траўму, нягледзячы на тое, што ўзніклі яны ўжо ў сталым узросце. Гэта можна патлумачыць тым, што прыхаваны перыяд траўмы трываў ад дзяцінства аж да таго моманту, як яго жыццё разбурылася праз жонку.

Тут жа і нагадалі пра сябе падзеі, што адбыліся ў дзяцінстве і хаваліся недзе глыбока ў бессвядомым. Аўтар не закранае наўпрост дзяцінства То-маша, але з ускосных сведчанняў (напрыклад, хаця б з таго, што яго бацькі былі на баку нявесткі – здрадзілі свайму сыну і не хацелі нават яго слухаць) можна зрабіць высновы, што гэта – іх адмысловы патэрн паводзін, які яны не змянялі з дзяцінства Томаша. Гэта акурат і магло прывесці да такой псіхалагічнай траўмы.

Наш герой – нарцысічная асоба, якая стараецца кампенсаваць нанова адкрытую траўму. Гэта відаць па яго рэакцыі на расстанне з роднымі (нашым героем перасталі захапляцца, не аднесліся да яго як мае быць, таму ён пачуў крыўду і не хоча больш ісці на кантакт). Характэрна таксама, як Томаш адрэагаваў на сына, калі яны нарэшце сустрэліся: ён заўважыў, што сын аднолькава з ім крывіць вусны, што нашаму персанажу вельмі не спадабалася, хаця ён і не ведае чаму

(бессвядомае выказала, што толькі адзіны непаўторны Томаш можа мець такую рысу) [1, с. 176]. Урэшце, усе яго стасункі з вялікай колькасцю жанчын адначасова і свядомая немагчымасць адмовіцца ад гэтага на карысць Тэрэзы, як піша М. Кундэра, праз яго імпэт да «калекцыянавання адной мільённай долі адрозненняў жан-чын паміж сабой» [1, с. 168], як мага лепш даказваюць нашу тэорыю. Пры гэтым жа яму нішто не перашкаджала рэўнаваць Тэрэзу да нейкага калегі, які згадзіўся з ёй патанцаваць [1, с. 20] – чым такі эгаізм, надзяленне сябе большымі «паўнамоцтвамі» ў стасунках можа тлумачыцца інакш?

Можна было б прыводзіць яшчэ шмат матэрыялу з твора, але мы пакуль што спынемся на вышэй пададзеных цытатах і паспрабуем асэнсаваць сутнасць герояў. Усе персанажы, у тым ліку разгляданы намі Томаш, паказаныя ў рамане траўмаванымі людзьмі. Прычым гэтыя псіхалагічныя траўмы, атрыманыя яшчэ ў дзяцінстве, нагадваюць пра сябе і вызначаюць іх мадэль паводзін і канкрэтныя ўчынкі. Так, ніводзін з герояў не змог збу-даваць нармальных партнёрскіх стасункаў, псіхалагічна здаровай сям'і ці сяброўскіх адносін. Усе гэтыя формы камунікацыі паміж людзьмі разбураліся праз пэўныя псіхалагічныя рамкі, якія нашыя героі самі сабе паста-вілі.

Такім чынам, мы можам сцвярджаць пра ўплыў псіхааналітычных канцэпцый на вобразную і ідэйную сістэму ў рамане чэшскага творцы.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Кундэра М.* Невыносимая легкость бытия. Санкт-Петербург : Азбука-классика, 2009.
2. *Юнг К. Г.* Архетипы и коллективное бессознательное. Санкт-Петербург : АСТ, 2020.
3. *Юнг К. Г.* Божественный ребенок : Аналитическая психология и воспитание : сб. М. : Олимп: ООО «Издательство АСТ-ЛТД», 1997.
4. *Фурс В. Н.* Архетип // Всемирная энциклопедия: Философия XX век / гл. науч. ред. и сост. А. А. Грицанов. М. : АСТ ; Минск : Харвест : Современный литератор, 2002. С. 50–51.

ЛЕКСИКО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕКСТОВ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ БЛОГОВ

Е. В. Юргелевич

eugenejurgelevich@gmail.com;

Научный руководитель – О. Н. Кулиева, кандидат филологических наук, доцент

Виртуальные гастрономические тексты кулинарных блогов представляют собой уникальный и богатый источник данных для изучения способов использования языка в новых цифровых контекстах. Работа посвящена выявлению и описанию лексико-тематических групп слов в текстах интернет-рецептов англоязычных гастрономических блогов.

Ключевые слова: гастрономический дискурс; кулинарные блоги; интернет-рецепты; лексико-тематические группы; коммуникация; английский язык.

Кулинарные блоги можно рассматривать как отдельную форму коммуникации, которая характеризуется использованием профессионального языка, специфических языковых структур, легко узнаваемых в кулинарной сфере. Чтобы избежать искажение информации об обсуждаемом рецепте или технике приготовления, язык кулинарных блогов должен быть понятным и доступным. В связи с этим представляется интересным проанализировать лексику данных виртуальных текстов с точки зрения ее тематической соотнесенности путем выявления основных лексико-тематических групп слов. Материалом для исследования послужили 150 текстов рецептов из десяти кулинарных блогов сети Instagram, отобранных с использованием метода сплошной выборки и опубликованных в 2022 – начале 2023 гг., степень популярности которых определялась количеством просмотров, комментариев и лайков.

Так, в ходе лексического анализа фактического материала нами были выявлены следующие восемь основных лексико-тематических групп слов в англоязычных текстах интернет-рецептов:

Ингредиенты (649 единиц). В данную группу слов входят названия пищевых продуктов, таких как *flour, sugar, butter, eggs, cheese* и т. д. Эти слова часто перечисляются с указанием конкретных количеств и единиц измерения, например, *1 cup, 2 teaspoons* и др.:

18-12 ounce wheel of brie cheese;

1-2 tablespoons honey;

1-2 tablespoon fig preserves;

black pepper; <...> (URL: <https://clck.ru/34GUqu>)

Тщательный подбор ингредиентов, перечисленных в рецепте, не только служит руководством к действию для кулинара, но и пробуждает в нем желание экспериментировать.

Аромат и вкус (196 единиц). К данной группе относятся слова, используемые для описания сенсорных качеств блюда, например, *sweet, salty, spicy, sour, bitter, rich, pungent, tangy* и др.: <...> *I'm using @froghollowfarm dried apricots (tangy, not too sweet), but you could also use some plush flame raisins (URL: <https://clck.ru/34GUrF>).*

Способ приготовления (108 единиц). Данная лексико-тематическая группа обозначает шаги и методы, используемые для приготовления блюда: *bake, boil, fry, grill, roast, saute, steam, stir-fry, poach, simmer, blanch, boil-off, deglaze* и др. Слова данной группы показывают уровень мастерства и знаний блогера в области кулинарии, а также тип обсуждаемого рецепта:

PREHEAT oven to 450 °F.

PAT chicken dry with paper towel, then drizzle the underside with 1 tablespoon of oil, followed with 1/2 the lemon juice, then 1 tablespoon of the seasoning blend. <...> (URL: <https://clck.ru/34GUrs>)

Следует отметить, что в данном примере мы наблюдаем написание автором шагов приготовления заглавными буквами. Капитализация, как графическое стилистическое средство, выполняет аттрактивную функцию, акцентируя внимание читателя на важности и значимости определённых кулинарных операций.

Рекомендации по подаче (68 единиц). В эту группу входит лексика, которая относится к способам подачи или употребления блюда: *top with, warm, melty, hot, as a snack, as a main dish, with a side salad* и др. Эти слова дают читателям идеи о том, как можно подать блюдо, и помогают повысить универсальность и привлекательность рецепта:

- Top with an egg for extra protein if you'd like! (URL: <https://clck.ru/34GUs4>)

Время подачи блюда (47 единиц). В данную группу слов входят существительные и прилагательные, используемые для описания культурного, социального и временного контекстов, в которых рекомендуется подавать блюдо, например, *holiday, party, picnic, weekend, special occasion, lunch, dinner* и др.: *The classic sausage and egg combo for breakfast, lunch or dinner. <...> (URL: <https://clck.ru/34GUsL>)*

Качество блюда (43 единицы). Эту лексико-тематическую группу составляют такие слова, как *delicious, easy, quick, healthy*, и др., дающие читателю представление о вкусе, текстуре и общем качестве блюда: *A quick and easy snack/appetizer that would be perfect to serve up this New*

Years Eve is our Parmesan Stuffed Prosciutto Wrapped Date Bites! They're ridiculously easy and delicious. <...> (URL: <https://clck.ru/34GUt5>)

Эмоции (35 единиц). Сюда относим слова, используемые для выражения мнения и отношения автора блога к описываемому блюду, например, *love, hate, amazing, delicious, fantastic, great, heavenly, awful, disappointing, terrible* и др. Использование этих слов способствует вовлечению читателя и более глубокой связи с ним: <...> *it's great for breakfast, lunch or dinner and i love having it with a toasted bagel or sourdough* 😊 (URL: <https://clck.ru/34GUtK>)

Узкоспециализированные термины являются важной частью лексического состава текстов кулинарных рецептов в Интернете. Они имеют уникальную привязку к кулинарной сфере, их значение связано исключительно с кулинарным искусством. Всего нами было зафиксировано 327 узкоспециальных кулинарных терминов, которые мы считаем возможным разделить по следующим группам:

1) **Международные термины** (72 единицы): *to dice, to mince, to sauté, to braise, to roast, to grill, to puree, to deglaze, to caramelize* и др. Они обозначают конкретные кулинарные техники и процессы, которые широко понимаются и используются кулинарами в различных странах и регионах. Стандартизация и универсальность этих терминов делает их неотъемлемой частью кулинарного языка: <...> *Sauté until browned and caramelized ~2-4 minutes (lower heat as needed)*. <...> (URL: <https://clck.ru/34GUtT>)

2) **Термины фундаментальных кулинарных понятий** (172 единицы): *to peel, to marinate, to serve, to season, to spread, to cut out, to beat, to whip* и др. Эти лексемы также можно отнести к группе международных терминов, используемых для описания различных процессов приготовления пищи. Они имеют национальное соответствие во всех других языках, поэтому их легко понять в процессе приготовления пищи: <...> *To make the steak: season your steak of choice (preferably sirloin or skirt steak) with 2 tsp salt, 1/2 tsp black pepper, 1/2 tsp chili powder, 1/2 tsp cumin, 1/2 tsp paprika, 1/2 tsp garlic powder, 1/2 tsp dried oregano. Put into a plastic bag and into fridge to marinate for 30 minutes minimum* (URL: <https://clck.ru/34GUta>).

3) **Названия блюд национальных кухонь** (64 единицы): *Kimchi Fried Rice, Ichigo Daifuku Dango, Lasagna, Risotto, Tiramisu, Pad Thai, Tom Yum Soup* и др.

4) **Займствованные термины** (19 единиц): *Chorizo, Guacamole, Paella, Churros, Salsa* (из испанского языка), *Kebab, Doner, Baklava* (из турецкого языка), *Sushi, Teriyaki, Tempura, Ramen, Udon* (из японского) и др. Одним из главных преимуществ использования иностранных слов

в кулинарном дискурсе является их однозначность, что гарантирует отсутствие путаницы или недопонимания, когда речь идет об ингредиентах, способах приготовления и блюдах. Употребление иностранных кулинарных терминов отражает глобальное влияние и культурный обмен, которые являются отличительными чертами кулинарного искусства.

На основе анализа лексики виртуальных гастрономических текстов в англоязычных кулинарных Instagram-блогах можно сделать вывод, что наиболее распространёнными лексико-тематическими группами в них являются:

- ингредиенты – 44,06 %;
- аромат и вкус – 13,31 %;
- способ приготовления – 7,33 %;
- рекомендации по подаче – 4,62 %;
- время подачи блюда – 3,19 %;
- качество блюда – 2,92 %;
- эмоции – 2,38 %;

узкоспециализированные термины: термины фундаментальных кулинарных понятий – 11,68 %; международные термины – 4,89 %; названия блюд национальных кухонь – 4,34 %; заимствованные термины – 1,29 %.

Таким образом, нами были выявлены и описаны лексико-тематические группы слов в текстах интернет-рецептов англоязычных гастрономических блогов. Использование перечисленных тематических групп слов помогает создать конкретное кулинарное повествование и установить личную связь с аудиторией, делая блог более увлекательным и привлекательным. Кроме того, правильный выбор слов способен усилить культурный фон, подчеркнуть личное отношение, а также индивидуальные предпочтения и отношение к еде.

Библиографические ссылки

1. *Земскова А. Ю.* Лигвосемиотические характеристики англоязычного гастрономического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Волгогр. гос. ун-т. Волгоград, 2009.
2. *Семкина Н. А.* Особенности построения блоггового дискурса // Когнитивная лингвистика : сб. науч. тр. / под ред. Л. А. Манерко. Москва ; Рязань, 2007. Вып. 5. С. 212–220.
3. *Jurafsky D.* The language of food: a linguist reads the menu. New York : W.W. Norton & Company, 2014.

КРИПТО-ДОЛЛАР: ЕГО СУЩНОСТЬ И БУДУЩЕЕ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В. С. Акопян

vaalushka2@gmail.com;

*Научный руководитель – Г. М. Корженевская, кандидат экономических наук,
доцент*

Статья посвящена исследованию концепцию крипто-доллара и его потенциальную роль в мировой экономике. Криптовалюты, такие как Биткойн, сегодня уже широко известны и используются, но их волатильность и ограниченность в применении вызывают определенные ограничения для их использования в повседневных финансовых операциях. Статья анализирует чем обеспечен крипто-доллар, какие монеты существуют и какова роль крипто-доллара в будущем.

Ключевые слова: криптовалюта; крипто-доллар; USDC; DAI; обеспечение крипто-доллара; децентрализация.

ВВЕДЕНИЕ

Криптовалюта сегодня одна из самых обсуждаемых тем в мире финансов за последнее десятилетие. И хотя многие из них имеют огромный потенциал для изменения мира финансов, некоторые все еще сталкиваются с проблемами в принятии их в качестве обычных средств оплаты, в связи с достаточно высокой волатильностью.

Однако, уже сейчас существует такое понятие как «stablecoin» (в переводе «стабильная монета»). Это цифровая валюта, цена которой привязана к цене другого актива, например, к доллару, евро или золоту. Они используются для того, чтобы сохранять стабильность цены и избежать волатильности, характерной для большинства криптовалют.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Один из популярных примеров: создание крипто-доллара – цифровой валюты, связанной с долларом США. Таким образом 1 монета крипто-доллара равна 1 реальному доллару США. Крипто-доллар может использоваться для осуществления быстрых и дешевых платежей в международных транзакциях, обеспечивая при этом стабильность цены. Крипто-доллар – это вид стейблкоина, который привязан к цене доллара США и использует криптографию для обеспечения безопасности и прозрачности транзакций.

Однако, доллар США «печатается» Центральным банком США (Federal Reserve System). С крипто-долларом все не так просто. Мало того, что никто не знает кто именно его «печатает», так и есть разные виды крипто-доллара.

Обеспечение крипто-доллара заложено в 4 секторах:

1. *Краткосрочные государственные векселя США* – это краткосрочные долговые обязательства, выдаваемые крупными компаниями и финансовыми учреждениями США. Они считаются наиболее безопасным инструментом, т.к. превратиться в «пыль» они могут только если США объявит дефолт.

2. *Банковские депозиты и фонды денежного рынка* – финансовые инструменты, которые используются для хранения денежных средств и получения дохода от них тоже достаточно безопасны инструмент, если мы (потребители), знаем, что это за банки и считаем ли мы их устойчивыми.

3. *Краткосрочный корпоративный долг* – это долговые обязательства крупных компаний, может быть представлен различными инструментами, включая краткосрочные облигации, коммерческие векселя и другие краткосрочные долговые инструменты. Однако, как и в пункте 2, важно знать, что это за компания и является ли она устойчивой.

4. *Другое* – это все остальное, и не понятное. Тут могут быть займы, неуказанным фирмам и драгоценные металлы и многое другое. Это самая непрозрачная и непонятная категория.

Эти 4 категории можно распределить по принципу «Светофора». Где Краткосрочные государственные векселя США – зеленый цвет. Банковские депозиты и фонды денежного рынка и Краткосрочный корпоративный долг – желтый. Другое – красный. Соответственно можно сделать вывод. Чем больше в обеспечении «зеленого», тем безопаснее. Чем больше «красного», тем опаснее.

Стоит подробнее рассказать про существующие крипто-доллары.

USDC. Его выпускает компания «Circle Internet Financial Ltd.» Сама компания зарегистрирована в США. Управляется консорциумом вместе с «Coinbase». Эта компания очень прозрачная и также зарегистрирована в США и что очень важно – торгуется на бирже NASDAQ (чтобы начать торговаться на Американских биржах, необходимо пройти очень тщательную проверку). В документах у Circle прописано, что обеспечение находится либо на счетах в банках, либо в краткосрочных векселях казначейства США. Если вспомнить принцип «Светофора» данный крипто-доллар вполне находится в зеленом поле.

BUSD. Выпускает крипто-биржа «Binance» – лидирующая биржа такого рода. Основным регулирующим органом, контролирующим BUSD, является Департамент финансовых услуг штата Нью-Йорк

(NYDFS), который гарантирует высочайший уровень защиты прав потребителей. Данный крипто-доллар также по принципу «Сфетофора» находится в зеленом поле.

DAI. Создается и управляется децентрализованной автономной организацией MakerDAO. Обеспечивается криптовалютой, которая выступает в качестве залога. Однако, создатели понимают, что обеспечение криптовалютой – не такой уж и безопасный вариант, поэтому крипто-доллар выдается займы за резерв. При чем система MakerDAO использует также специальный механизм управления, который называется «Stability Fee». Это процентная ставка, которую владельцы должны оплатить за использование DAI. «Stability Fee» регулируется автоматически и зависит от текущей ситуации на рынке и от количества выпущенных DAI. Если количество выпущенных DAI превышает количество заложенной криптовалюты, то система MakerDAO автоматически повышает «Stability Fee», т.е. процентную ставку, которую владельцы должны оплатить за использование DAI. Повышение «Stability Fee» делает использование DAI менее выгодным для владельцев, поэтому они могут решить заложить больше криптовалюты, чтобы получить более выгодные условия.

Стоит упомянуть, в связи с санкциями, наложенными на Россию, начиная с 2022 года, в том числе на платежные карты, крипто-доллар стал более популярным для оплаты зарубежных товаров и для покупки USD, т.к. обычным способом купить иностранную валюту нельзя.

Будущее крипто-долларов в мировой экономике остается неопределенным. С одной стороны, они могут представлять значительный потенциал для улучшения международных платежей, особенно для тех, кто живет в странах с ограниченным доступом к банковским услугам. С другой стороны, они могут представлять потенциальный риск для мировой экономической стабильности, так как они не регулируются национальными банками и могут быть использованы для нелегальных целей, таких как отмывание денег.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По мнению автора, крипто-доллары могут продолжить расти в популярности и использовании в различных сферах экономики. Они могут стать еще более удобным и быстрым способом перевода денег, особенно в международных транзакциях, где часто возникают задержки и высокие комиссии в связи с использованием традиционных банковских систем. Кроме того, крипто-доллары могут быть использованы в качестве инвестиционного актива, так как они могут обеспечивать защиту от колебаний цен на криптовалюты, благодаря своей привязке к доллару США.

Это может заинтересовать инвесторов, которые хотят вложить свои средства в криптовалюты, но боятся высокой волатильности цен.

Однако, крипто-доллары также будут сталкиваться с вызовами и проблемами в будущем, такими как регулирование, безопасность и прозрачность. Некоторые правительства и регуляторы могут считать, что крипто-доллары представляют риск для финансовой стабильности, и могут попытаться ограничить или запретить их использование. Кроме того, существует риск хакерских атак на блокчейн сети, что может привести к утечке конфиденциальной информации и потере денег.

В целом, будущее крипто-долларов в мировой экономике зависит от того, насколько эффективно разработчики и регуляторы смогут решить проблемы, связанные с их использованием, и насколько быстро они смогут получить широкую поддержку и признание со стороны бизнеса и государственных органов.

Библиографические ссылки

1. В какой СТЕЙБЛКОИН не страшно вкладывать ДЕНЬГИ? [Электронный ресурс] // MyGap. 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tDi6o53mtnU> (дата обращения: 08.04.2023).
2. Stablecoins: Definition, How They Work, and Types [Электронный ресурс] // ADAM HAYES. 2022. URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/stablecoin.asp> (дата обращения: 12.04.2023).

ПРИМЕНЕНИЕ АППАРАТА НЕЙРОСЕТЕВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТ НА ФИНАНСОВЫХ БИРЖАХ

Д. Р. Алипчикова, Г. А. Петрусевич

Научный руководитель – Г. А. Хацкевич, доктор экономических наук, профессор

В статье рассматривается использование нейросетевого моделирования в анализе и прогнозировании криптовалют на финансовых биржах. Авторы предлагают два подхода: использование глубоких нейронных сетей для обучения на исторических данных о ценах на криптовалюты и использование рекуррентных нейронных сетей для анализа временных рядов цен. Также в статье рассматривается роль криптовалютных бирж и объясняется, что они предоставляют пользователям возможность торговать криптовалютами и зарабатывать на изменении их цен

Ключевые слова: нейросетевое моделирование; криптовалюты; финансовые биржи; прогнозирование; глубокие нейронные сети; рекуррентные нейронные сети; исторические данные; цены; криптовалютные биржи; торговля.

ВВЕДЕНИЕ

Аппарат нейросетевого моделирования может быть полезным инструментом для анализа и прогнозирования криптовалют на финансовых биржах.

Одним из способов применения нейросетевого моделирования в анализе и прогнозировании криптовалют является использование глубоких нейронных сетей для обучения на исторических данных о ценах на криптовалюты. Другой способ использования нейросетевого моделирования – это использование рекуррентных нейронных сетей для анализа временных рядов цен на криптовалюты. Эти сети могут использоваться для прогнозирования будущих цен на основе предыдущих значений цен и других факторов, таких как торговый объем, новости и т.д.

Криптовалютная биржа – это онлайн-платформа, которая позволяет пользователям покупать, продавать и обменивать криптовалюты. Они обычно работают круглосуточно и доступны для пользователей из разных стран мира. Их суть и смысл заключается в том, что они предоставляют пользователям возможность торговать криптовалютами и зарабатывать на изменении их цен. Биржи обеспечивают ликвидность для криптовалют и создают условия для формирования цен на основе спроса и предложения.

Нелинейные технологии моделирования криптовалют включают в себя аппарат нейросетевого моделирования, который является мето-

дом анализа данных, основанным на искусственных нейронных сетях. Нейросетевое моделирование позволяет анализировать сложные зависимости между различными переменными и выявлять скрытые паттерны в данных.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Одним из примеров применения нейросетевого моделирования к криптовалютам является прогнозирование цены биткоина. На основе этой модели можно прогнозировать будущие цены на биткоин, однако цены на криптовалюту могут подвергаться воздействию различных факторов, таких как новости, регулирование, изменения технологий и т.д.

Как было упомянуто ранее, рекуррентные нейронные сети (RNN) могут быть использованы для моделирования последовательностей данных, таких как курс биткоина. В этом случае, данные по курсу биткоина и другим важным факторам могут быть использованы для обучения RNN, чтобы получить прогнозы будущих значений. Кроме того, можно использовать другие модели машинного обучения, такие как градиентный бустинг, случайный лес и т.д. В зависимости от данных и задачи, некоторые модели могут работать лучше, чем другие.

За всеми архитектурами нейронных сетей уследить сложно, поэтому рассмотрим одну из самых популярных – Gated recurrent units (GRU). По сути, это разновидность архитектуры LSTM. Стоит отметить, что GRU уже реализовано в Keras, поэтому остается только импортировать нужные библиотеки.

```
import numpy as np
import pandas as pd
import matplotlib.pyplot as plt
from sklearn.preprocessing import MinMaxScaler
from keras.models import Sequential
from keras.layers import Dense, Dropout, GRU
from keras.optimizers import SGD
```

Загружается датасет, далее необходимо перевести дату к Datetime формату, а строковые цены к float, затем строится график зависимости курса биткоина от времени (результат на рисунке 1).

```
df = pd.read_csv('BTC_USD.csv')
df = df[['Дата', 'Цена']]
df['Дата'] = pd.to_datetime(df['Дата'], format = '%d.%m.%Y')
df = df.sort_values('Дата').reset_index(drop=True)
df['Цена'] = df['Цена'].apply(lambda x: x.replace('.', '').split(',')[0])
df['Цена'] = df['Цена'].astype(float)
print(df.shape)
plt.figure(figsize = (20, 7))
```

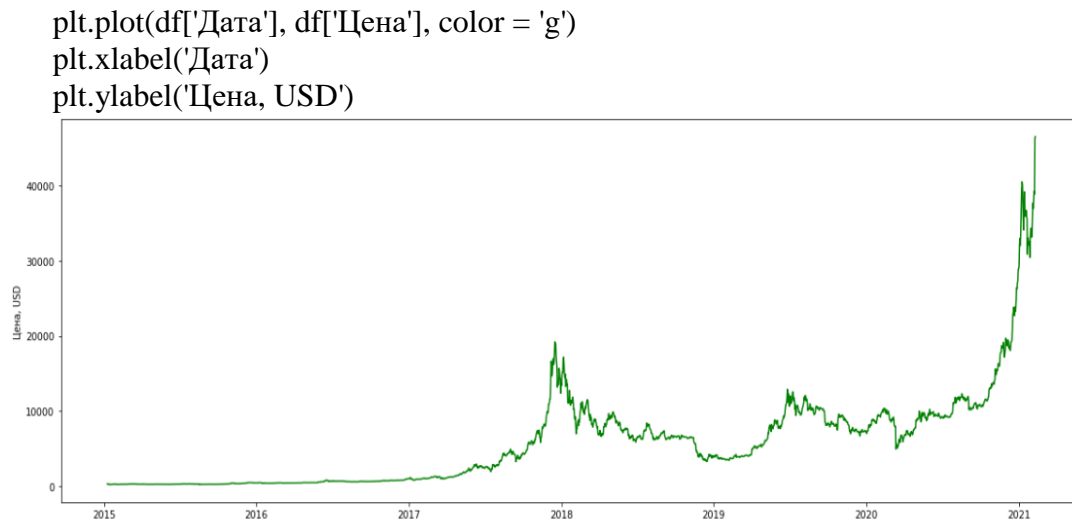


Рис. 1. Результат выполнения кода

Далее данные разделяются на тренировочную и тестовую выборки, данные нормализуются в масштабе от 0 до 1.

```
split_num = 2150
train = df.iloc[:split_num, 1:2]
test = df.iloc[split_num:, 1:2]
scaler = MinMaxScaler(feature_range = (0, 1))
train_scaled = scaler.fit_transform(train)
```

То есть предсказание будет выдавать курс на 61 день.

```
X_train = []
y_train = []
window = 60
for i in range(window, split_num):
    X_train_ = np.reshape(train_scaled[i - window:i, 0], (window, 1))
    X_train.append(X_train_)
    y_train.append(train_scaled[i, 0])
X_train = np.stack(X_train)
y_train = np.stack(y_train)
```

Стоит отметить, что у первого предсказанного дня уже будет какая-то ошибка и даже если она мала, она имеет свойство накапливаться. Из этого следует вывод о том, что такие модели хороши для предсказаний на короткий период времени.

Тестовая модель обучается на 1000 эпох, минимизируется MSE, от переобучения добавляется дропаут, а также устанавливается размер батча равным 16.

```
model = Sequential()
model.add(GRU(units = 50, return_sequences = True, input_shape=(X_train.shape[1],1)))
model.add(Dropout(0.2))
model.add(GRU(units = 50, return_sequences = True, input_shape=(X_train.shape[1],1)))
model.add(Dropout(0.2))
model.add(GRU(units = 50, return_sequences = True, input_shape=(X_train.shape[1],1)))
model.add(Dropout(0.2))
model.add(GRU(units = 50))
model.add(Dropout(0.2))
model.add(Dense(units = 1))
```

```

model.compile(optimizer = 'sgd', loss = 'mean_squared_error')
model.fit(X_train, y_train, epochs = 1000, batch_size = 16, verbose = 0)

```

Далее тестовые данные преобразовываются.

```

df_volume = np.vstack((train, test))
inputs = df_volume[df_volume.shape[0] - test.shape[0] - window:]
inputs = inputs.reshape(-1,1)
inputs = scaler.transform(inputs)
num_2 = df_volume.shape[0] - split_num + window
X_test = []
for i in range(window, num_2):
    X_test_ = np.reshape(inputs[i-window:i, 0], (window, 1))
    X_test.append(X_test_)
X_test = np.stack(X_test)

```

Предсказания и график на последние пару месяцев, результат на рисунке 2.

```

predict = model.predict(X_test)
predict = scaler.inverse_transform(predict)
plt.figure(figsize = (20, 7))
plt.plot(df['Дата'][2000:], df_volume[2000:], color = 'g', label = 'Real')
plt.plot(df['Дата'][-predict.shape[0]:].values, predict, color = 'r', label = 'Predicted')
plt.xlabel('Дата')
plt.ylabel('Цена, USD')
plt.legend()

```

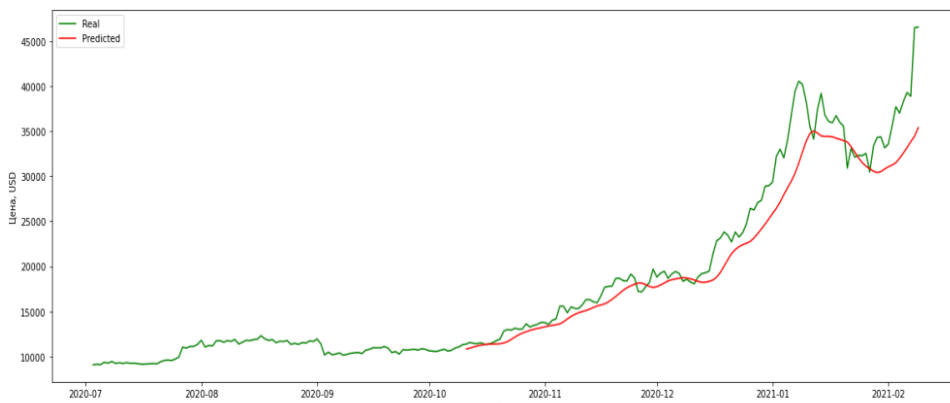


Рис. 2. Результат выполнения кода

Бейзлайн модель довольно точно описывает тренды, но получается достаточно гладкой, без явных скачков.

```

pred_ = predict[-1].copy()
prediction_full = []
window = 60
df_copy = df.iloc[:, 1:2][1:].values
for j in range(20):
    df_ = np.vstack((df_copy, pred_))
    train_ = df_[:split_num]
    test_ = df_[split_num:]
    df_volume_ = np.vstack((train_, test_))
    inputs_ = df_volume_[df_volume_.shape[0] - test_.shape[0] - window:]
    inputs_ = inputs_.reshape(-1,1)
    inputs_ = scaler.transform(inputs_)
    X_test_2 = []

```

```

for k in range(window, num_2):
    X_test_3 = np.reshape(inputs_3[k - window:k, 0], (window, 1))
    X_test_2.append(X_test_3)
X_test_ = np.stack(X_test_2)
predict_ = model.predict(X_test_)
pred_ = scaler.inverse_transform(predict_)
prediction_full.append(pred_[-1][0])
df_copy = df_[j:]
prediction_full_new = np.vstack((predict, np.array(prediction_full).reshape(-1,1)))
df_date = df[['Дата']]
for h in range(20):
    kk = pd.to_datetime(df_date['Дата'].iloc[-1]) + pd.DateOffset(days=1)
    kk = pd.DataFrame([kk.strftime("%Y-%m-%d")], columns = ['Дата'])
    df_date = df_date.append(kk)
df_date = df_date.reset_index(drop = True)
df_date['Дата'] = pd.to_datetime(df_date['Дата'])
Нарисуем финальный график, результат на рисунке 3.
plt.figure(figsize = (20,7))
plt.plot(df['Дата'][2000:], df_volume[2000:], color = 'red', label = 'Real')
plt.plot(df_date['Дата'][-prediction_full_new.shape[0]:].values, prediction_full_new, color = 'blue', label = 'Predicted')
plt.xlabel('Дата')
plt.ylabel('Цена, USD')
plt.legend()

```

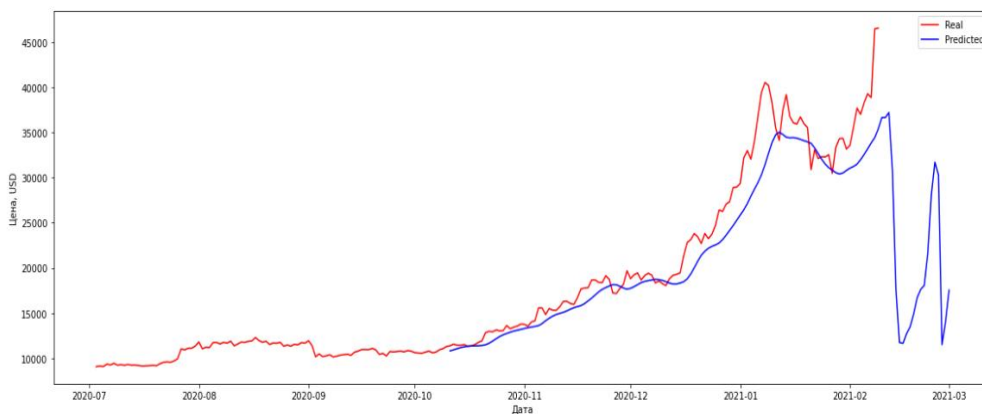


Рис. 3. Результат выполнения кода

Модель предсказывает падение курса биткоина до уровня 2019 года. В данной статье получается бейзлайн для задачи прогнозирования временных рядов, для ее улучшения нужно экспериментировать с архитектурой сети, с различными гиперпараметрами, как самой сети, так и некими переменными для времени (ширина окна, количество дней для предсказания).

Библиографические ссылки

1. Лебедев А. С., Смирнов А. И. Прогнозирование криптовалютных цен с помощью нейросетей // Информационные технологии и вычислительные системы. 2019. Т. 17, № 1. С. 122–128.

2. *Максимов Д. В., Комлев А. Н., Герасимов Д. И.* Применение глубоких нейронных сетей для прогнозирования цен на криптовалюты // Информационные технологии и вычислительные системы. 2018. Т. 16, № 4. С. 108–115.
3. *Луценко В. А., Павлов А. А., Иванов А. В.* Прогнозирование цен на криптовалюты с использованием рекуррентных нейронных сетей // Информационные технологии и вычислительные системы. 2020. Т. 18, № 3. С. 95–100.
4. *Медведев Е. В., Поляков О. С., Карпов И. В.* Анализ и прогнозирование криптовалютных рынков на основе нейронных сетей // Информационные технологии и вычислительные системы. 2021. Т. 19, № 2. С. 120–127.

РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ

К. А. Бурцева, И. В. Пешкур

burksu03@gmail.com;

Научный руководитель – Г. М. Корженевская, кандидат экономических наук, доцент

В статье рассматриваются основные направления инноваций, такие как цифровизация процессов, внедрение и использование искусственного интеллекта, блокчейн-технологии и другие. Обсуждаются преимущества и вызовы, связанные с внедрением новых технологий в банковской сфере, а также примеры успешной реализации инноваций в банковской деятельности. При правильном внедрении финтех-технологий в банковскую сферу, компании смогут значительно увеличить эффективность своих операций и улучшить качество обслуживания клиентов.

Ключевые слова: финансовые технологии; блокчейн-технологии; банковская система; финансы.

ВВЕДЕНИЕ

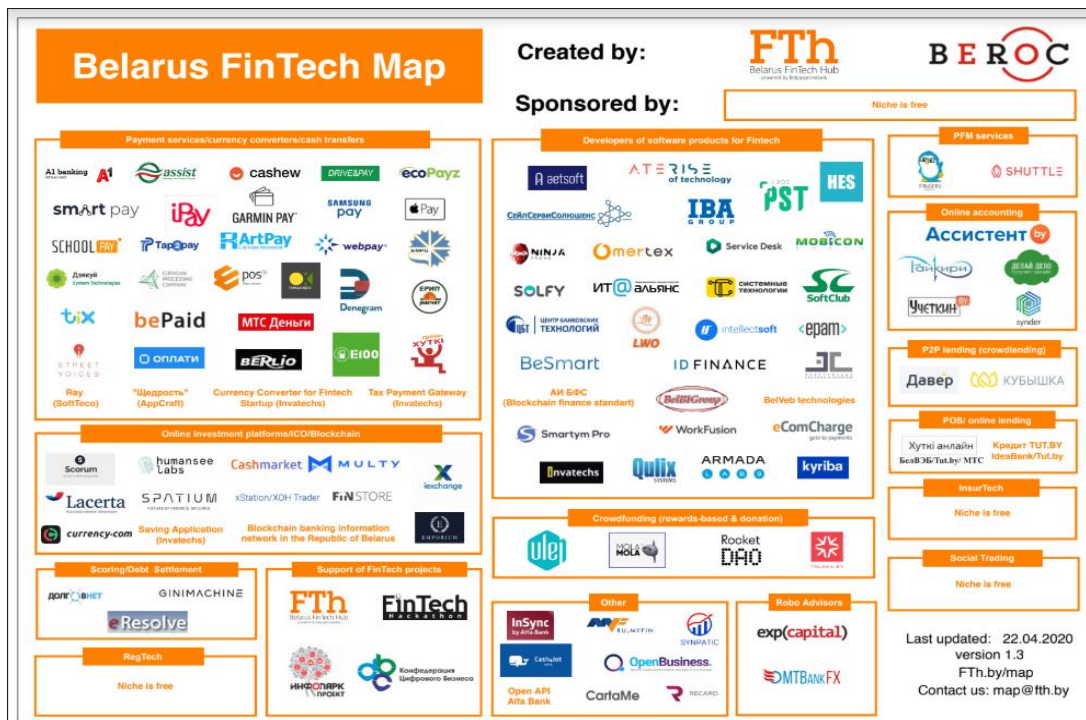
Финтехнологии (FinTech) – это технологические инновации, которые используются для усовершенствования и автоматизации финансовых сервисов. Финтех-инновации позволяют улучшить процессы банкинга, инвестирования и страхования с помощью новых технологий и сервисов, таких как блокчейн, искусственный интеллект, машинное обучение, анализ больших данных, цифровая идентификация и др.

Финтех-технологии предлагают множество новых услуг и возможностей для клиентов. Онлайн-банкинг и мобильные приложения позволяют организовывать операции по переводу денег, оплате счетов, получению кредитов и другим финансовым сервисам в режиме онлайн. Платежные системы, такие как PayPal или Alipay, позволяют отправлять деньги по всему миру, используя только электронные устройства. Несмотря на относительно небольшой рынок финансовых технологий, Беларусь старается успевать за всеми трендами развития данной сферы.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Финансовые технологии могут быть использованы для повышения безопасности и защиты от финансовых мошенничеств. Например, технологии блокчейн могут использоваться для создания защищенных цифровых реестров (например, для хранения данных о транзакциях или для проверки личности клиентов), что может предотвратить взлом и изменение этих данных.

На рисунке представлена версия финтех карты Беларуси, обновленная в 2020 году [1].



Финтех карта Республики Беларусь, 2020 год

Также они могут помочь банкам и другим финансовым компаниям улучшить анализ данных и принимать более точные решения. Алгоритмы машинного обучения могут помочь выявлять тенденции и прогнозировать будущие события на рынке. Это позволяет создавать более эффективные финансовые инструменты и услуги, которые точнее соответствуют потребностям клиентов. Такие технологии также могут стать основой для новых финансовых стартапов и инвестиций. В настоящее время существует множество инвестиционных платформ, которые используют машинное обучение и алгоритмы для управления инвестициями клиентов.

Тем не менее, некоторые из недостатков финансовых технологий могут быть связаны с потенциальным риском нарушения конфиденциальности данных. Также могут возникнуть проблемы с безопасностью и уязвимости в системах онлайн-платежей, что может привести к утечке информации или мошенничеству. Некоторые пользователи также могут испытывать доверительный кризис при использовании финансовых технологий. Кроме того, не все люди удобно чувствуют себя при работе с технологиями и предпочитают традиционные методы работы с финансами.

В целом, финтех-технологии представляют собой значительный потенциал для усовершенствования финансовых сервисов и банкинга, что

обеспечит более качественное обслуживание клиентов и повышение конкурентоспособности финансовых компаний.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие финансовых технологий в банковской системе Республики Беларусь происходит со скоростью, аналогичной тенденциям на мировом рынке. Белорусские банки активно внедряют новые технологии, такие как цифровой и мобильный банкинг, электронные кошельки, онлайн-активы, а также используют блокчейн-технологии. Цифровые услуги, такие как банковские карты, онлайн-банкинг, мобильное приложение для управления счётом, являются стандартом для большинства банков в Республике Беларусь. Они позволяют клиентам быстро и удобно получать доступ к своим финансовым счетам, проводить операции, управлять своими финансами через мобильные устройства. Так, пользователи онлайн-кошельков могут оплачивать свои покупки через телефон, который поддерживает функцию NFC.

Кроме того, блокчейн-технологии все более активно используются в банковской системе Республики Беларусь. Например, Национальный банк Беларуси (центральный банк страны) использует блокчейн для повышения прозрачности и защиты от фальсификации финансовых данных.

Таким образом, финансовые технологии развиваются в банковской системе Республики Беларусь динамично и уверенно, этот тренд сохранится в ближайшем будущем. Есть ли риск того, что такие технологии заменят традиционные физические банки? Говоря о Республике Беларусь, то такая перспектива ждет страну, когда все жители Республики Беларусь начнут в полной мере пользоваться такими технологиями. Тем не менее, трудно все же представить банк без физических филиалов, по крайней мере, в настоящее время.

Библиографические ссылки

1. *Голикова А.* Экосистема финтеха Республики Беларусь: основные участники и особенности развития // Банкаўскі веснік: інфармацыйна-аналітычны і навучна-практычны журнал Нацыянальнага банка Рэспублікі Беларусь. 2021. № 10 (699). С. 61–72.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МАРКЕТИНГЕ

Д. А. Вовна, Д. Ю. Моисеенко

dvouna@gmail.com, moiseenko.dima@icloud.com;
Научный руководитель – Е. В. Кудасова, старший преподаватель

В статье рассматривается технология искусственного интеллекта и ее использование в маркетинге, акцентируется внимание на обширности применения, а также преимуществах, которые может получить бизнес при использовании технологий искусственного интеллекта в своей деятельности, и приводятся данные опроса об осведомленности и доверию покупателей и маркетологов к технологии искусственного интеллекта.

Ключевые слова: искусственный интеллект; маркетинговая деятельность; чат-боты; автоматизация процессов.

ВВЕДЕНИЕ

Искусственный интеллект (ИИ) – это система или машина, которые могут имитировать человеческое поведение, чтобы выполнять задачи, и постепенно обучаться, используя собранную информацию. ИИ имеет множество воплощений, например:

- чат-боты используют ИИ, чтобы быстрее анализировать обращения заказчиков и давать соответствующие ответы;
- «умные помощники» используют ИИ, чтобы извлекать информацию из больших наборов данных в произвольной форме и оптимизировать планирование;
- системы рекомендаций автоматически подбирают похожие программы или видео для подходящей аудитории на основе ранее просмотренных.

Искусственный интеллект – это не формат и не функция, это процесс и умение думать и анализировать данные. При упоминании искусственного интеллекта многие представляют разумных человекоподобных роботов. Однако ИИ не предназначен на замену людям. Его целью является расширение человеческих умений и возможностей, что делает его ценным бизнес-ресурсом в том числе в маркетинге. Искусственный интеллект решает в маркетинге две задачи:

- снижает расходы – например, за счёт сокращения рабочих мест при внедрении чат-бота с ИИ вместо штата операторов;
- повышает эффективность – например, изучает большие объемы информации и выдвигает гипотезы для персонализации контента быстрее и точнее, чем человек.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

ИИ можно применять в маркетинге для автоматизации процессов, разработки персонализированных решений и управления данными. Некоторые способы использования ИИ в маркетинге:

- Анализ данных. ИИ позволяет производить анализ больших массивов данных, чтобы выявлять тренды и предсказывать потенциальные потребности клиентов.

- Персонализация. Используя ИИ для анализа данных, можно создать персонализированные решения для каждого клиента. Это может включать в себя настройку рекламы и предложений, основанных на индивидуальных предпочтениях и поведении каждого клиента.

- Чат-боты. Используя ИИ, можно создать чат-ботов, которые автоматически обрабатывают запросы клиентов. Это позволяет минимизировать затраты на поддержку клиентов и обеспечивает быстрое реагирование на запросы.

- Мониторинг социальных сетей. С помощью ИИ можно мониторить социальные сети на предмет отзывов клиентов, репутации компании и трендов в отрасли. Это позволяет быстро реагировать на проблемы и улучшать отношения с клиентами.

- Анализ конкурентов. Используя ИИ, можно анализировать данные о конкурентах, для выявления трендов, сильных и слабых сторон конкурентов и определения успешных стратегий. Это позволяет улучшить свой продукт и маркетинговые кампании.

- Планирование показа рекламы. Используя ИИ, можно определить оптимальное время и место показа рекламы для достижения наилучшего результата.

- Прогнозирование продаж. Используя ИИ, можно анализировать данные о конкурентах, для выявления трендов, сильных и слабых сторон конкурентов и определения успешных стратегий. Это позволяет улучшить свой продукт и маркетинговые кампании.

Таким образом, ИИ имеет множество применений в маркетинге и может помочь организациям повысить эффективность маркетинговых кампаний, улучшить обслуживание клиентов и улучшить свой продукт.

Чтобы сформировать рекомендации для белорусских компаний, авторы провели исследование для определения уровня доверия и осведомленности покупателей к ИИ и маркетологов (был опрошен 81 человек в возрасте от 16 до 50 лет, в том числе 36 маркетологов):

- 89,2 % опрошенных маркетологов считают, что ИИ пойдет на пользу маркетингу.

- 92,3 % опрошенных маркетологов планируют в дальнейшем использовать ИИ.

- 51,6 % опрошенных маркетологов уже используют ИИ.
- 76,9 % опрошенных респондентов уже используют ИИ в различных сервисах.
- 86,2 % опрошенных респондентов считают, что такие технологии как FaceID, Алиса, Siri и DeepFace (использующие ИИ) являются полезными.
- 36,9 % опрошенных респондентов полностью доверяют компаниям использующим ИИ, 55,4% – считают, что их доверие не зависит от наличия ИИ.
- 61,5 % опрошенных маркетологов, выбирая между ИИ и работой вручную, выберут ИИ.
- 56,9 % опрошенных маркетологов считают, что их могут заменить.
- 75 % опрошенных респондентов испытывают заинтересованность в ИИ, 17,1 % – испытывают страх, 7,8 % – безразличие.
- 40 человек хотели бы видеть больше дизайнов созданных ИИ у белорусских брендов; 38 человек хотели бы видеть больше встроенных чат-ботов; 23 человека хотели бы, чтобы в сайт была встроена система рекомендаций; 30 человек хотели бы увидеть больше голосовых и чат-ботов.
- 46 человек уже используют чат-боты, 51 человек системы распознавания лица, 18 – умный дом, 6 – автопилоты в автомобилях.
- 52,3 % опрошенных – женщины и 47,7 % – мужчины;
- 44,6 % опрошенных – люди в возрасте от 16 по 18 лет, 43,1 % – люди от 19 по 21 год, 12,3 % опрошенных – старше 22 лет.
- 78,6 % опрошенных маркетологов считают себя компетентными в этой теме.
- 60 % опрошенных считают себя компетентными в теме ИИ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе исследования рекомендуем белорусским компаниям использовать ИИ для:

- Автоматизации процессов: автоматизировать отправку электронных писем, оптимизировать контекстную рекламу и использовать чат-ботов.
- Анализа данных: использовать ИИ для анализа поведения пользователей на сайте или в социальных сетях, а также для анализа конкурентов и потребностей рынка.
- Персонализации: использовать ИИ для создания персонализированных рекомендаций, настройки рекламных сообщений под интересы каждого клиента и создания индивидуальных маркетинговых предложений.

Прогнозирования: использовать ИИ для прогнозирования объема продаж, исходя из различных факторов, таких как временной график и сезонность.

Также рекомендуем соблюдать этику использования данных и высокие стандарты конфиденциальности при использовании ИИ в маркетинге. Необходимо также быть в курсе местных законов и регуляций в области защиты данных.

Библиографические ссылки

1. Искусственный интеллект в маркетинге: где его используют и как внедрить уже завтра [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/iskusstvennyy-intellekt-v-marketinge-gde-ego-ispolzuyut-i-kak-vnedrit-uzhe-zavtra/> (дата обращения: 30.03.2023).
2. Introducing ChatGPT [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://openai.com/blog/chatgpt> (дата обращения: 30.03.2023).
3. Что такое ИИ? Узнайте об искусственном интеллекте [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://www.oracle.com/cis/artificial-intelligence/what-is-ai/> (дата обращения: 30.03.2023).

ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИКИ ТРАНСПОРТИРОВКИ БЕЛОРУССКИХ ГРУЗОВ

А. А. Герасимович, Д. В. Якушевич

dasha_yakushevich@mail.ru, alinka.852@mail.ru;

Научный руководитель – А. Д. Молокович, кандидат экономических наук, доцент

В работе рассмотрены и интерпретированы особенности логистики транспортировки белорусских грузов в условиях санкций и на этой основе выделены основные направления совершенствования логистических цепочек.

Ключевые слова: товаропотоки; логистика; экспорт; импорт; транспортные коммуникации.

ВВЕДЕНИЕ

Современный этап развития мировой экономики характеризуется острой конкурентной борьбой за сферы влияния на основных товарных рынках. Глобализация экономики обуславливает бурный рост товаропотоков на европейско-азиатском континенте. Растущие экономики Китая, Японии, а также развитых европейских государств потребляют все больше сырьевых ресурсов. В то же время они производят современную высокотехнологичную продукцию машиностроения, в которой испытывают огромную потребность развивающиеся экономики того же Китая, России, Казахстана, Беларуси и других постсоветских республик. В последние годы уже сложились достаточно устойчивые грузопотоки в направлении Европа – Россия, Казахстан, Китай. Тем не менее, практика показывает быстрый рост объемов внешней торговли между вышеназванными странами, а значит и рост товаропотоков. Динамичное развитие интеграционных процессов, происходящих в рамках Таможенного Союза Беларуси, России и Казахстана, расширило возможности Республики Беларусь по развитию логистики и транзита грузов в европейско-азиатском направлении [1].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Республика Беларусь осуществляет многовекторную внешнеэкономическую политику и активно участвует в международных интеграционных процессах. Беларусь является экспортоориентированным государством с развитой промышленностью и сельским хозяйством [2].



Рис. 1. Внешняя торговля товарами в Беларуси за период с 2018 по 2022 годы
Составлено по: [2]

В 2022 году внешнеторговый оборот Республики Беларусь достиг 76,9 млрд. долл. США, что на 6 % меньше, чем в 2021 году. Экспорт товаров составил 38,3 млрд. долл. и снизился на 4,2 % по отношению к предыдущему году. Товарная структура белорусского экспорта включает в себя более тысячи товарных позиций на уровне четырех знаков кодов ТН ВЭД ЕАЭС. Важнейшие экспортные позиции: продукция нефтехимии, машиностроения, металлургии, деревообработки, легкой промышленности, молочная и мясная продукция, мебель, стекло, стекловолокно, цемент. Основу импорта составляют энергоресурсы (нефть и природный газ), сырье, материалы и комплектующее (металлы и изделия из них, сырье для химического производства, части машин), технологическое оборудование. В 2022 году белорусская продукция экспортирована на рынки 161 страны. Основными торговыми партнерами Беларуси являются Россия, страны ЕАЭС и ряд стран СНГ. Расширяется присутствие белорусских производителей на рынках стран Азии, Африки и Океании. Совместно с партнерами по ЕАЭС осуществляется работа по расширению доступа на рынки стран «дальней дуги» путем заключения соглашений о свободной торговле. В 2022 году Беларусь экспортировала услуг на сумму 9,2 млрд. долл., что на 10,8 % меньше уровня 2021 года [2].

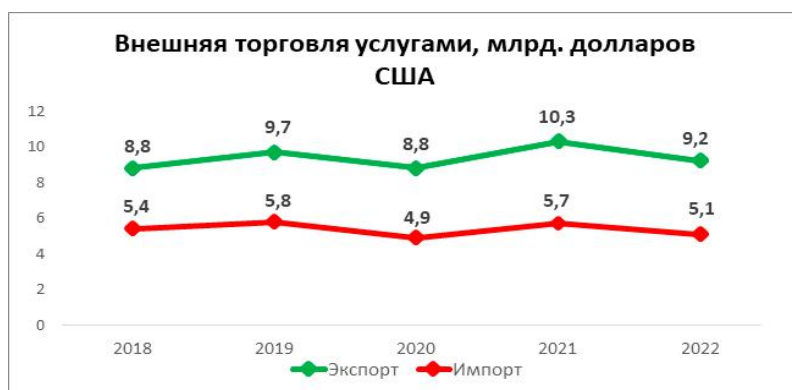


Рис. 2. Внешняя торговля услугами в Беларуси за период с 2018 по 2022 годы
Составлено по: [2]

В 2022 году отмечается максимальное значение за тридцатилетний период сальдо внешней торговли товарами и услугами («плюс» 4,3 млрд. долл.).

Однако, введенные после 24 февраля 2022 года Западом антиросийские санкции, серьезным образом изменили логистические цепочки по всей Евразии. Искусственно ограничивать белорусский экспорт начали еще раньше. В этих условиях развитие транспортной инфраструктуры Союзного государства становится жизненно необходимой задачей для Москвы и Минска. События последних лет радикально изменили логистику. Из-за санкций заметно упал товароборот на западном направлении, а многие логистические коридоры потеряли свое значение. Так, существенно снизилась перевалка грузов через балтийские порты Ленинградской области и большой порт Санкт-Петербурга. Напротив, резко возросла транспортная нагрузка на дальневосточном направлении. Через них в республику попадала значительная часть импорта. Эти особенности логистики во многом предопределялись многовекторным внешнеполитическим курсом Минска, направленным на тесное экономическое сотрудничество с соседями. Однако в нынешних условиях белорусский экспорт оказался в блокаде со стороны Запада, а единственным окном во внешний мир остается Россия [3].

В этих условиях для Беларуси резко возрастает значение российских портов, и прежде всего в Ленинградской области как наиболее географически близкой. В настоящее время они играют ключевую роль для продажи белорусской продукции на внешние рынки. Сегодня осуществляется взаимодействие с 19 портами России [4].

В соответствии с межправительственными соглашениями Беларусь направляет через них нефтепродукты, калийные и азотные удобрения, металлопродукцию, товары деревообработки. Учитывая падение грузо-

оборота со странами Запада, приток белорусских грузов весьма важен для портов России на Балтике.

Кроме того, официальный Минск планирует построить свой порт в Мурманской области, чтобы иметь возможность использовать преимущества Северного морского пути [5].

Блокада со стороны Запада стимулирует развитие транспортных коммуникаций Беларуси с государствами Азии и Дальнего Востока. Опять же, ключевая роль в функционировании этого направления принадлежит России как транзитному государству. В последнее время налажены железнодорожные поставки калия в КНР, прорабатываются маршруты перевозок белорусской продукции в Иран. В 2022 году в Китай было отправлено более 700 контейнерных поездов.

В ноябре 2022 года было одобрено подписание соглашения между правительствами России и Беларуси о судоходстве по внутренним рекам. Беларусь имеет около трех тысяч километров водных путей, пригодных для судоходства. Возрождение внутреннего судоходства должно стать одной из важнейших задач по развитию водного транспорта в стране. Использование смешанных перевозок: река-автомобильный / железнодорожный транспорт позволит осуществлять транспортировку грузов в восточном направлении.

Важное значение имеет развитие пассажирских перевозок внутри Союзного государства. К сожалению, в этой области по-прежнему есть много проблем, обусловленных не до конца понятным ценообразованием. На железнодорожном транспорте между Россией и Беларусью продолжает применяться межгосударственный тариф, из-за чего цены билетов на поезда оказываются существенно выше, чем на маршрутах внутри каждой из стран. Как следствие, сама сеть маршрутов постоянно сокращается.

Следует отметить, что Беларусь имеет достаточно возможностей для развития логистики транспортировки экспортных и импортных грузов в восточном направлении при условии, что правительство и субъекты хозяйствования в сфере логистики и транзита, приложат все усилия для решения этой проблемы.

Библиографические ссылки

1. Беларусь и Россия развивают логистику в условиях новой геополитической реальности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rubaltic.ru/article/ekonomika-i-biznes/20230325-belarus-i-rossiya-razvivayut-logistiku-v-usloviyakh-novoy-geopoliticheskoy-realnosti/> (дата обращения: 05.04.2023).

2. Общая информация о внешней торговле: направления, задачи, итоги за актуальный период [Электронный ресурс]. URL: <https://mfa.gov.by/trade/> (дата обращения: 05.04.2023).
3. Беларусь и Россия развивают логистику в условиях новой геополитической реальности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rubaltic.ru/article/ekonomika-i-biznes/20230325-belarus-i-rossiya-razvivayut-logistiku-v-usloviyakh-novoy-geopoliticheskoy-realnosti/> (дата обращения: 05.04.2023).
4. Внешняя торговля Беларуси под санкциями: как изменилась ситуация за 2021 год [Электронный ресурс]. URL: https://finance.rambler.ru/markets/47465571/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 05.04.2023).
5. Международная транспортировка грузов [Электронный ресурс]. URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/256429/2/328-20%20%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F.pdf> (дата обращения: 05.04.2023).

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ И ЕГО РОЛЬ В ОПТИМИЗАЦИИ ЗАПАСОВ

А. А. Герасимович, Д. В. Якушевич

dasha_yakushevich@mail.ru, alinka.852@mail.ru;

Научный руководитель – Ю. Л. Трухан, кандидат экономических наук, доцент

В работе рассмотрены и интерпретированы основные теоретико-методологические положения управления ассортиментом в розничной торговле и на этой основе выделены эффективные подходы во всем их влиянии на развитие.

Ключевые слова: розничный ассортимент; категорийный менеджмент; ритейлер; шесть сигм; логистическая концепция.

ВВЕДЕНИЕ

Ассортиментная политика является одним из основных элементов конкурентной стратегии фирмы. Вопрос о расширении или сужении номенклатуры, выпускаемой или реализуемой продукции может иметь разное решение в зависимости от одного набора конкретных условий: отраслевой товарной группы, масштаба предприятия и других косвенных деталей. Тем не менее, общие правила и отношения можно и нужно выявить, и сформулировать на основе анализа состояния и развития существующих сегментов рынка (внешние факторы) и финансовых изменений внутри фирмы (внутренние факторы) [1].

Основная цель данной статьи состоит в том, чтобы рассмотреть и интерпретировать основные элементы управления ассортиментом и его влияние на оптимизацию запасов.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Управление ассортиментом товара – это процесс деятельности, направленный на достижение определенных требований рациональности ассортимента [2].

Основные элементы управления это: установление требований к рациональности ассортимента, определение ассортиментной политики предприятия и процесс формирования ассортимента.

Установление требований к рациональности начинается с определения запросов потребителей к товарам определенной ассортиментной категории. Для этого применяются различные методы маркетинговых исследований. Кроме того, организации, которые применяют стратегию активного маркетинга, могут сами формировать спрос с помощью рекламных акций, организации выставок – продаж, проведения презентаций. Требования к рациональности ассортимента измеряются в зависимости

от конъюнктуры рынка (платежеспособность покупателей, социально-экономических, социально-культурных, правовых характеристик окружающей среды организации). Формирование ассортимента товаров в оптовых торговых предприятиях – это сложный процесс, осуществляемый с учетом действия целого ряда факторов [3]. Факторы формирования ассортимента делят на общие и специальные. Общие факторы – это факторы которые не зависят от конкретных условий работы того или иного торгового предприятия. Специфические – факторы, которые отражают конкретные условия работы определенного торгового предприятия. Общими факторами, влияющими на формирование промышленного и торгового ассортимента, являются спрос и рентабельность.

Специфичными факторами формирования промышленного ассортимента являются зона деятельности предприятия, специализация, материально-техническая база торговой организации, достижения научно-технического прогресса, а торгового ассортимента – производственные возможности изготовителей, специализация (класс и тип) торговой организации, каналы распределения, методы стимулирования сбыта и формирования спроса.

К специальным факторам относятся: сырьевая база производственных предприятий определяется наличием природных ресурсов, затратами на доставку и производство, состоянием промышленности, выпускающей сырье, полуфабрикаты и комплектующие изделия. Материально-техническая база производства товаров оказывает большое влияние на формирование ассортимента. Недостаточность производственных площадей, отсутствие или нехватка необходимого оборудования может привести к тому, что ассортимент товаров, пользующихся наибольшим спросом, может сократиться. Последствиями этого являются чрезмерный спрос, рост цен и замена дефицитных товаров фальсифицированными.

Достижения научно-технического прогресса способствуют появлению новых товаров, не имеющих аналогов. Это мощный стимул обновления ассортимента потребительских товаров. Разработка принципиально новых товаров, не имевших ранее аналогов, а также товаров повышенного качества возможно в основном благодаря развитию науки, техники и технологии.

Специализация торгового предприятия влияет на глубину и широту ассортимента. Она определяется при создании или лицензировании, или аттестации организации. Руководство организации принимает решение о специализации, от которой зависит ее последующая деятельность, в том числе и формирование торгового ассортимента, каналы распределения товаров. Ритмичность поставки в нужные сроки и в необходимом объеме облегчают работу по формированию ассортимента. Отлаженная

система поставок через приемлемые для торговли каналы распределения, ритмичность доставки в нужные сроки и в необходимом объеме облегчают работу по формированию торгового ассортимента, обеспечивают предпочтение закупок товаров, для которых имеется налаженная система сбыта.

Сущность планирования, формирования и управления ассортиментом заключается в том, чтобы товаропроизводитель своевременно предлагал определенную совокупность товаров, которые бы, соответствуя в целом профилю его производственной деятельности, наиболее полно удовлетворяли требованиям определенных категорий покупателей. Набор товаров, предлагаемых предприятием-изготовителем на рынке, называют ассортиментом.

Формирование ассортимента – это проблема подбора конкретных товаров, их отдельных линеек, выявления соотношений между «старыми» и «новыми» товарами, товарами, производимыми в одном экземпляре или товарами серийно производства и т.д. В процессе по ходу формирования ассортимента важную роль играет управление запасами.

Любая деятельность, предполагающая реализацию товаров, требует перманентного наличия на складе товарных запасов. Управление очень важно. Правильное формирование размеров товарных запасов дает возможность обеспечивать полноту ассортимента товаров, полноценно осуществлять свою ценовую политику и повышать степень удовлетворения покупательского спроса. Все это требует постоянного поддержания для магазина или производства оптимального уровня и широты ассортиментных позиций.

Запас можно определить, как материальный поток, рассматриваемый в конкретном временном промежутке. Материальный поток на пути движения от первичного источника сырья до конечного потребителя может накапливаться в виде запаса на любом участке цепи. Целью управления запасами является нахождение оптимального размера запасов, которая минимизирует общие затраты по их поддержанию, и будет обеспечивать бесперебойный процесс работы предприятия. Создание запасов влечет за собой большое количество материальных затрат, к ним относятся:

- основные затраты: затраты на закупку запасов, являющиеся одной из ключевых статей финансовых расходов предприятия;
- затраты, связанные с обслуживанием запасов и их страхованием;
- затраты на хранение: стоимость складского хранения, затраты на погрузочно-разгрузочные работы и другие складские операции;
- затраты, связанные с повреждением, порчей, хищением, а также устареванием материальных запасов.

В логистической системе предприятия управление запасами представляет собой, как правило, контроль над большой номенклатурой управляемых объектов. В ходе рабочего процесса приходится принимать решения по множественным ассортиментным группам. При этом все составляющие ассортиментной группы заслуживает особого внимания, так как их вклад в производственную деятельность не является равноценным. В связи с этим на крупных предприятиях регулярно возникает необходимость анализа товарного запаса на складах. Одним из известных методов его проведения является шесть сигм логистики.

Шесть сигм – это методика настройки процессов, направленная на сокращение количества дефектов или помех в любом производстве или бизнесе.

Суть концепции состоит в улучшении качества производственных процессов и сокращении количества отклонений или помех. Если точнее, допускается совершать не более 3,4 дефектов на миллион операций. Кстати, концепция Six Sigma опирается на некоторые элементы философии бережливого управления. И эти две методики часто применяются совместно для совершенствования производственных процессов.

Концепция Six Sigma направлена на решение ряда задач, которые и являются ее базовыми принципами:

1. Ориентация на клиента. Конечный потребитель ожидает получить качественный продукт, и в этом его ожидании скрыты определенные требования. Задача компании – выделить эти требования и удовлетворить их.

2. Управление процессами на основе проверенных фактов и данных. В работе нельзя использовать предположения – действия стоит подкреплять реальными цифрами. Для этого требуется определять важные для компании показатели и постоянно измерять их.

3. Ориентированность на процесс. Чтобы понимать, какие процессы надо улучшать, сначала требуется изучить принципы их взаимодействия в производстве или бизнесе. Вдобавок постоянно следует управлять и совершенствовать процессы, устранять ненужные, не приносящие ценности.

4. Работа на опережение. Руководитель должен просчитывать ходы, учитывать возможные последствия и результаты деятельности.

5. Объединение в команды и вовлеченность сотрудников. В соответствии с концепцией, каждый работник в организации замотивирован на достижение высококачественного результата. Для этого у них должна быть одна цель, заинтересованность в общем деле, а это уже приведет к лучшему итогу и удовлетворенности со стороны клиента.

6. Постоянное совершенствование и готовность к рискам. Совершенствование процессов завязано на постоянном улучшении качества. А вот с рисками сложнее – к ним стоит относиться снисходительнее и не бояться их допустить, при этом преодолевать возникающие неудачи и извлекать из них уроки.

Эти принципы и создают общую картину, но они не дадут никакого результата без инструментария и соответствующего подхода.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Благодаря внедрению концепции «шесть сигм» компания имеет четкий контроль над материальным, финансовым и информационным потоками, активно использует методы и инструменты для раннего прогнозирования возможных рыночных ситуаций, создания устойчивой, гибкой и прозрачной структуры, имеющей долгосрочные доверительные отношения как с поставщиками, партнерами по бизнесу, так и с клиентами. Суть концепции состоит в том, чтобы по возможности избавиться от процессов и операций, не добавляющих потребительской стоимости, а оставшиеся сделать максимально четкими и точными, не допускающими вариаций, отклонений от нормы. Комплексное применение инструментов бережливого производства и системы «Шесть сигм» дает возможность решить проблемы узких мест, избыточных запасов и не добавляющих ценности продукту процессов, основываясь на достоверной информации и задействуя весь персонал организации. Так как логистика является неотъемлемой частью любого предприятия, то данные инструменты вносят изменения и в ее систему: упрощают управление запасами, уменьшают брак, увеличивают скорость и упрощают процессы создания готовой продукции, снижают вариацию, улучшают показатели работы, дают точные статистические данные и позволяют быстро решать текущие логистические проблемы компании.

Библиографические ссылки

1. Оптимизация ассортиментного состава запасов в логистической системе предприятия [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsiya-assortimentnogo-sostava-zapasov-v-logisticheskoy-sisteme-predpriyatiya/viewer> (дата обращения: 02.04.2023).
2. Управление ассортиментом в рознице [Электронный ресурс]. URL: <https://fictionbook.ru/static/trials/00/42/26/00422672.a4.pdf> (дата обращения: 05.04.2023).
3. Управление ассортиментом торгового предприятия [Электронный ресурс]. URL: <https://hsem.susu.ru/lemetsd/wp-content/uploads/sites/4/2017/10/Upravlenie-assortimentom-torgovogo-predpriyatiya.-Metodicheskie-ukazaniya-po-samostoyatelnoy-rabote-studentov.pdf> (дата обращения: 05.04.2023).

ХАКАТОН КАК ИНСТРУМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ НАУЧНОЙ РАБОТЫ

А. В. Ерёмушкина, А. В. Гормаш

aleremush@gmail.com, anastasiagormas26@gmail.com;

Научный руководитель – Е. М. Воробьёва, кандидат экономических наук, доцент

В статье поднимается вопрос использования хакатона как инструмента организации студенческой научной работы. Рассмотрено понятие хакатона в международной практике. Приведена конкретная проблема существующей организации для решения на хакатоне. Изложены результаты студенческих исследований в рамках данной темы. Сделаны выводы об эффективности проведения хакатона в студенческой сфере.

Ключевые слова: хакатон; бизнес-план; эффективность проекта; инвестиции.

ВВЕДЕНИЕ

Понятие «Хакатон» изначально зародилось в IT-сфере от слов hacker («хакер») и marathon («марафон»). Сегодня хакатон – это мероприятие, на котором программисты, дизайнеры и менеджеры и представители прочих профессиональных сфер сообща решают поставленную задачу проблему за ограниченное время, соревнуясь между собой. Цель любого хакатона – разработать версию решения поставленной проблемы, которое в конце соревнования предоставляется на оценку жюри [1].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

В Институте Бизнеса Белорусского государственного университета было проведено мероприятие «Хакатон» с участием студентов шести учебных специальностей, в ходе которого студенты разработали проекты для организации коммерческой деятельности учреждения «Республиканский центр олимпийской подготовки по большому и настольному теннису» [2].

Рассмотрим результаты исследований команды специальности «Менеджмент».

Бизнес-план представляет собой реализацию проекта «NEO space» на базе учреждения «Республиканский центр олимпийской подготовки по теннису». Целью проекта является формирование у людей интереса к занятиям физическими упражнениями посредством игры в сквош [3]. Предоставление полностью оснащенных кортов для игры, а также нужного инвентаря. Возможность заниматься самостоятельно или с тренером.

Объем капитальных вложений, необходимых для реализации проекта, определен исходя из потребности в денежных средствах на ремонт кортов и приобретение инвентаря. В общем объеме капитальных вложе-

ний учтены затраты по вводу в эксплуатацию. Средняя годовая чистая прибыль проекта составляет 296936,40 руб.

Производственная программа по реализации услуг в натуральном и стоимостном выражении была спрогнозирована на основе оценки потребительского спроса, стратегии предприятия и производственных мощностей предприятия (табл. 1).

Таблица 1

Стоимость планируемых услуг, руб.

п/п	Наименование показателей	Сумма, руб.
1	Аренда корта в будние дни, 1 час, с 12:00-18:00(2 человека)	45,0
2	Аренда корта в будние дни, на 1 час, с 18:00-22:00 (2 человека)	50,0
3	Аренда корта в выходные дни, 1 час, с 10:00-22:00 (2 человека)	50,0
4	Блок из 5 тренировок (30 дней)	225,0
5	Блок из 10 тренировок (45 дней)	400,0
6	Блок из 5 тренировок с тренером (30 дней)	475,0
7	Блок из 10 тренировок с тренером (45 дней)	900,0
8	Блок из 20 тренировок с тренером (90 дней)	1 500,0
9	Разовое посещение группового занятия (детский) будние дни, 1 час	20,0
10	Абонемент на групповые занятия (1 месяц) (8 занятий)	140,0
11	Аренда мяча для сквоша	2,5
12	Аренда ракетки для сквоша	5,5
13	Натяжка струн	20,0

В РЦОП по теннису планируется запустить в эксплуатацию 3 новых корта. Стоимость каждого составляет порядка 19600 бел. руб. Для поддержания кортов в рабочем состоянии, предприятие планирует производить ремонт собственными силами.

Таким образом, необходимый объем инвестиций составляет 58800 бел. руб. (система для игры в «Сквош») + 2625 бел. руб (ракетки) + 1981 бел. руб. (мяч тренировочный) + 1000 бел. руб. (мяч матчевый) + 1981 бел. руб. (мяч любительский) + 1650 бел. руб. (очки для детей) = 68 062 бел. руб.

В таблице 2 представлены данные об изменении в организационных подразделениях.

Таблица 2

Заработная плата нового персонала, руб.

п/п	Наименование	Заработная плата
1	Тренеры (2 человека)	1600
2	Менеджер (1 человек)	~1000
3	Уборщица (1 человек)	~500

Финансирование проекта предполагается осуществить за счет заемных и частично собственных средств.

Валютный кредит банка будет предоставлен предприятию на следующих условиях:

сумма кредита – 130,0 тыс.руб;

годовая ставка по кредиту – от 7,5 %;

срок предоставления – 2 года;

дата предоставления кредита – апрель 2023 г.;

срок погашения – апрель 2025 г.

Показатели эффективности проекта приведены в таблице 3.

Таблица 3

Расчет показателей эффективности проекта, руб.

№ п\п	Виды доходов и затрат, наименование показателей	
1	Доход за 3 комплекса	383 090,4
2	Инвестиции	157 300
3	Показатели эффективности проекта	
3.1	Рентабельность	243,54
3.2	Срок окупаемости проекта	150 дней

Расчет показателей эффективности проекта осуществляется по показателям доходности от всей деятельности проекта.

Срок окупаемости служит для определения степени рисков реализации проекта. Срок окупаемости проекта «NEO space» (начиная с момента осуществления инвестиций) составляет 150 дней.

Предполагаемый доход за 3 комплекса составляет 383090,4 руб., за вычетом НДС (20 %) и подоходного налога (13 %).

Так как инвестиции имеют в основном разовый характер, нам нет необходимости считать дисконтированные инвестиции и дисконтированный доход.

В отличие от чистого дохода индекс рентабельности является относительным показателем, что делает его удобным в планировании при выборе одного проекта из нескольких альтернативных. Индекс рентабельности (доходности) по данному проекту равен 2,43.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ показателей эффективности инвестиций настоящего бизнес-плана позволяет сделать вывод, что при прогнозируемых объемах производства, капитальных вложениях, ценах на готовую продукцию, проект является достаточно надежным и рентабельным. Успешная реализация настоящего проекта создает благоприятные перспективы для выхода

предприятия по основным показателям на безубыточный уровень, получение и увеличение в дальнейшем объемов чистой прибыли по основной деятельности.

Таким образом, хакатон как инструмент организации студенческой научной работы является эффективным средством определения путей повышения эффективности деятельности организации.

Библиографические ссылки

1. Хакатон [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Хакатон> (дата обращения: 12.05.2023).
2. Республиканский центр олимпийской подготовки по теннису [Электронный ресурс]. URL: <https://tennisbel.by/> (дата обращения: 12.05.2023).
3. Сквош [Электронный ресурс] / Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сквош> (дата обращения: 12.05.2023).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЛОКЧЕЙНА В ЛОГИСТИКЕ

А. С. Мундяло, К. В. Енджиевская

vetero4ek222@gmail.com, kristinaendzievskaa@gmail.com;

Научный руководитель – Е. Н. Костюкова, кандидат экономических наук, доцент

В статье рассмотрено понятие блокчейна, как отражается и формируется информация в блокчейне. Наглядно продемонстрирован принцип блокчейна, рассмотрены его положительные стороны как технологии и возможные направления использования блокчейна в логистике. На основе выявленной информации сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: блокчейн; блокчейн в логистике; хэш блока; направления использования блокчейна.

Современные цепи поставок становятся все сложнее, а прозрачности в коммуникации между ее участниками все меньше, из-за этого заказчики и клиенты не всегда в полной мере понимают ценность продукта. Помимо этого, если возникают подозрения в недобросовестности одного из участников, обнаружить нарушения также нелегко [1].

Поэтому многие эксперты возлагают большие надежды на блокчейн в логистике. Но что такое блокчейн? Как он работает? Какие проблемы он решает и как он помогает упростить управление перевозками?

Блокчейн – это цепочка блоков, которые содержат информацию. Термин был описан в 1991 году группой учёных и первоначально предназначался для разметки цифровых документов. Однако данный термин прошёл мимо, пока не был приспособлен Сатоши Накамото в 2009 году для создания первой криптовалюты – Bitcoin. Блокчейн представляет собой децентрализованный глобальный код, открытый для всех. Он имеет одно интересное свойство: практически исключается возможность изменения или удаления однажды записанной в блокчейн информации.

Рассмотрим блок более подробно. Каждый блок содержит некоторую информацию – свой хэш и хэш предыдущего блока. Информация, хранящаяся в блоке, зависит от типа блокчейна, например, блокчейн биткоина содержит информацию об отправителе, получателе и количестве монет, которые были отправлены. Хэш можно сравнить с отпечатком пальца: он идентифицирует блок и все его содержимое и всегда уникален (рис. 1). Когда блок создан, сразу вычисляется его хэш, изменения внутри блока станут причиной изменения его хэша, другими словами, хэш очень полезен, когда вы хотите обнаружить изменения внутри блока. Если хэш блока изменился, это уже совсем другой блок. Второй элемент

внутри каждого блока - это хэш предыдущего блока. Это эффективно создает цепочку блоков, и эта технология делает блокчейн безопасным.

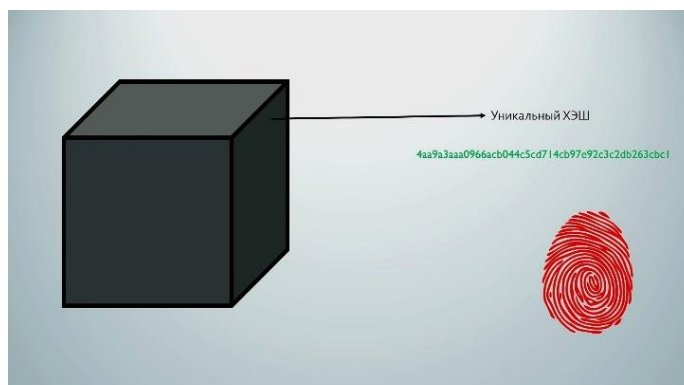


Рис. 1. Хэш блока

Рассмотрим пример: есть цепочка из трех блоков (рис. 2).

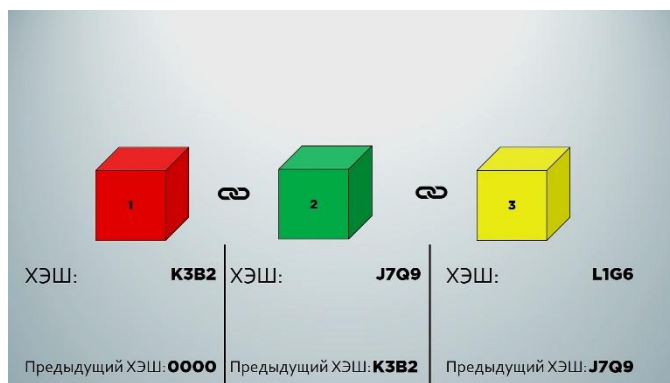


Рис. 2. Цепочка из трех блоков

Каждый блок имеет свой хэш и хэш предыдущего блока. Блок номер три указывает на блок номер два, блок номер два в свою очередь указывает на блок номер один. Сейчас первый блок немного уникальный, он не может указать на предыдущий блок, потому что он самый первый. Этот блок называется Генезис-блок. Допустим, вы подделываете второй блок, и это означает, что хэш блока изменится. Впоследствии это сделает блок три и следующие блоки неверными, так как они больше не содержат правильный хэш предыдущего блока, поэтому изменения одного блока делают все последующие блоки неверными, но использование хэшей недостаточно для предотвращения поддельных блоков.

Сейчас компьютеры высокопроизводительны и могут высчитывать сотни тысяч хэшей в секунду. Можно подделать блок и пересчитать все последующие хэши блоков, чтобы сделать блокчейн опять валидным. Чтобы избежать этого, блокчейн имеет Proof of work. Это механизм, за-

медляющий создание новых блоков. В случае с биткойном: это занимает около 10 минут для создания нового блока в цепочке. Этот механизм практически исключает возможность подделки блоков, потому что, если вы подделали один блок, вам нужно пересчитать все последующие блоки через Proof of work. Безопасность блокчейна состоит из креативного использования хэшей и механизмов Proof of work.

Но есть ещё один путь, который делает блокчейн безопасным от подделывания блоков. Вместо использования центра управления всей цепочкой, блокчейн использует peer-to-peer сеть, и любой человек может к ней присоединиться. Когда кто-то присоединяется к сети, он получает полную копию блокчейна (рис. 3).



Рис. 3. Peer-to-peer сеть

Узел сети может использовать это для проверки, что все в порядке. Давайте посмотрим, что происходит, когда кто-то создает новый блок. Этот блок отправляется всем пользователям в сети. Каждый узел проверяет блок на то, что он не подделан. Если все проверено, каждый узел добавляет этот блок к себе в блокчейн. Все узлы в блокчейне создают согласованность. Они согласны с валидными и невалидными блоками. Подделанные блоки будут устранены другими узлами в этой сети. Чтобы успешно подделать блок в блокчейне, вам необходимо подделать все блоки в цепочке, пройти механизм Proof of work для каждого блока и иметь доступ к более чем 50 % p2p узлам в сети. Только тогда ваш поддельный блок будет принят остальными. Это практически невозможно, так как блокчейн постоянно развивается.

Блокчейн в логистике повышает надежность и прозрачность цепи поставок. Он помогает избежать расхождений в документации: например, если перевозчик и грузополучатель по-разному трактуют время доставки, страдает показатель on-time delivery [1].

С блокчейном же этого можно избежать, так как все участники цепи поставок имеют доступ к одной и той же версии всех товаросопроводи-

тельных документов. Кроме того, весь обмен данными записывается в блоки, удалить или изменить эту информацию невозможно, поэтому при разногласиях найти корень проблемы гораздо легче.

Приведем пример: допустим, крупный магазин одежды гарантирует покупателям, что вся продукция производится в России. В свою очередь, компания-производитель закупает хлопок в Узбекистане, а перевозчик гарантирует доставлять нужный объем на склад каждую неделю. Такой процесс устраивает всех участников цепи поставок.

Со временем процесс может поменяться. Например, производитель решит сэкономить, заказав менее качественный хлопок в Туркменистане. Сделать это втайне от ритейлера не получится, так как у него есть доступ ко всем транзакциям. Аналогичную пользу блокчейн дает, если возникают непредвиденные сложности: к примеру, перевозчик не успевает доставить груз в срок, так как водитель попал в ДТП – все участники цепи поставок сразу же об этом узнают.

Существует множество примеров использования технологии блокчейна в логистике за рубежом, но на белорусском и российском рынке блокчейн в логистике пока не получил широкого распространения. Тем не менее, мировые лидеры постепенно внедряют технологию блокчейна в свои бизнес-процессы, что помогает продвижению блокчейна во все большее количество стран.

К примеру, в пищевой промышленности крайне важно точно отслеживать каждый продукт. Крупнейшая в мире сеть оптовой и розничной торговли Walmart использует блокчейн, чтобы следить за поставками свинины из Китая. Блокчейн помогает отследить буквально каждый кусок мяса: где его получили и обработали, на каком складе он хранится и каков срок годности. Похожим образом блокчейн применяется, в частности, в Nestle и Unilever [1].

Выделим основные направления использования блокчейна в логистике:

- позволяет ликвидировать расхождения в документации;
- обеспечивает сквозное отслеживание статуса груза;
- может использоваться в целях борьбы с контрафактной продукцией и тем самым защищаются международные цепи поставок [2].

С использованием блокчейна многие процессы можно упростить, избавиться от бумажной волокиты и посредников и контролировать все операции в режиме реального времени. Компании могут значительно сократить бизнес-издержки, а их клиенты получить конечный продукт по более низкой цене. Стоимость внедрения блокчейна не такая большая, как кажется сначала. Для российской компании тестовый запуск обой-

дется в несколько миллионов или десятки миллионов рублей, а полученная экономия может превысить первоначальные затраты [3].

Будущее блокчейна зависит от многих факторов. В исследовании DHL и Assenutre говорится о том, что заключительный этап в распространении блокчейна включает масштабирование решения и реализацию его преимуществ. Для начала всем участникам бизнеспроцессов, использующим блокчейн, стоит договориться между собой о том, какие правила игры применять. На создание таких экосистем может потребоваться несколько лет [3].

Библиографические ссылки

1. Блокчейн в логистике: полностью прозрачная цепь поставок // Artlogics [Электронный ресурс]. 2018. 26 июня. URL: <https://artlogic-sk.ru/blog/tpost/7u3krruo71-blokchein-v-logistike-kak-tehnologiya> (дата обращения: 21.03.2023).
2. Костюкова Е. Н. Блокчейн и направления его использования в логистике в условиях цифровой трансформации // Цифровая трансформация. 2020. № 3 (12). С. 39–44.
3. Якубанец С. Блокчейн в логистике: движение вперёд / С. Якубанец // Информационные технологии [Электронный ресурс]. 2023. 10 марта. URL: <http://www.logistika-prim.ru/articles/blokcheyn-v-logistike-dvizhenie-vpered> (дата обращения: 23.03.2023).

ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОМНИКАНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Е. А. Жолнерчик

liza.zholnerchik@gmail.com;

Научный руководитель – И. А. Добромудрова, старший преподаватель

В условиях цифровизации, активно переходящий из деловой сферы в повседневную, и отражающейся на паттернах потребительского поведения и в B2C, и в B2B, вопрос объединения каналов продвижения и товародвижения приобретает особую актуальность. Омниканальность, обеспечивающая реализацию данного объединения и дальнейшее эффективное использование взаимосвязанных каналов, поддерживающих друг друга, выступает в качестве действенного маркетингового инструмента.

Ключевые слова: омниканальность; маркетинг; digital-инструменты продвижения; рынок образовательных услуг.

ВВЕДЕНИЕ

Под термином «омниканальность» (omnichannel) понимается обозначение маркетингового понятия, подразумевающего обеспечение объединения разрозненных между собой коммуникационных каналов в стройную систему, чтобы можно было перманентно и бесшовно (эффективным образом) осуществлять коммуникации с клиентами [1, с. 8].

Самый важный аспект омниканальности заключается в том, что каждый из каналов взаимосвязан, чтобы обеспечить беспрепятственный опыт и связанное с ним путешествие клиента.

В многоканальном маркетинге компания может использовать разные каналы для взаимодействия с клиентом, но каждый канал управляется отдельно с другой стратегией. Omnichannel сосредоточен на клиенте и гарантирует, что клиент может легко и беспрепятственно перемещаться между каждой контактной точкой компании, чтобы сделать одну покупку [1, с. 24].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Поскольку в настоящее время образование становится частью рыночной системы, то учреждения высшего образования (УВО) выступают в качестве продавца образовательных услуг. В то же время, УВО выступают в качестве покупателя наиболее квалифицированного человеческого капитала. Рыночная ориентация учреждения образования предполагает следующие направления его деятельности:

– оказываются только те образовательные услуги, которые пользуются либо будут пользоваться спросом на рынке. В учреждении образования осуществляется перестройка всей системы работы;

– ассортимент образовательных услуг достаточно широк и постоянно обновляется с учетом требований научно-технического прогресса и общества. Процессы и технологии оказания образовательных услуг довольно гибки и перенастраиваемы;

– цены на образовательные услуги формируются под значительным влиянием рынка, действующих на нем конкурентов, величины платежеспособного спроса;

– коммуникационная деятельность ведется активно и направлена на конкретные целевые группы потребителей образовательных услуг;

– научные исследования выполняются по профилю учреждения, а также в направлении изучения рынка образовательных услуг;

– в организационной структуре учреждения образования создаются подразделения маркетинга [2, с. 40].

В контексте продвижения услуг УВО, использование омниканального маркетинга становится довольно предсказуемым. Это связано с:

– практическими соображениями. В силу того, что проходит активная цифровизация социальных и экономических процессов, у любого бизнеса в целом и для УВО в частности необходимо предоставлять полную информацию как в офлайне, так и в онлайн;

– особенностями целевой аудитории УВО. Тут можно выделить несколько основных целевых групп:

– молодые люди – выпускники заведений общего и специального среднего образования 17–22 лет;

– поступающие в магистратуру и на программы дополнительного образования (переподготовку и повышение квалификации) 25–35 лет;

– родители абитуриентов – представители более взрослого поколения (примерно 35–50 лет с возможной разбивкой на более узкие целевые группы), которым в первую очередь более важно «физическое присутствие».

Зачастую при выборе УВО ориентируются на следующую доступную информацию:

– репутация учреждения, доступность информации о нем;

– проходные баллы;

– планы приема, количество платных и бюджетных мест;

– стоимость обучения;

– возможности последующего трудоустройства;

– профессорско-преподавательский состав;

- подтверждение качества предоставляемых образовательных услуг (аккредитация, достижения выпускников);
- отзывы об УВО;
- наличие желаемых специальностей, их актуальность, учебные планы и др.

Таким образом, УВО должны быть заинтересованы в том, чтобы дать максимально полную и актуальную информацию о себе во всех возможных точках соприкосновения потенциальных клиентов.

Существуют разные способы продвижения образовательных услуг УВО. Как правило, для этого используются офлайн и онлайн ресурсы в совокупности.

Так, к примерам таких ресурсов можно отнести:

- специализированные газеты и журналы. В качестве примера можно привести газету «Універсітэт», которую выпускает Белорусский государственный университет. Она выпускается 2 раза в месяц на белорусском языке и включает в себя официальную информацию, аналитические материалы, публикации про жизнь университета и его подразделений, оперативные репортажи про самые важные события в БГУ и др. [3, 4];

- сайты, которые пользуются популярностью среди абитуриентов и аккумулируют информацию для поступающих. Сюда можно отнести, например, сайты КудаПоступить [5], Адукар [6] и Абитуриент.by [7];

- официальные сайты УВО;

- социальные сети УВО, где публикуется сжатая информация с официальных сайтов УВО (с предложением прочитать полную информацию на сайте), а также ведутся отдельные рубрики, полезные для абитуриентов;

- дни открытых дверей как всего УВО, так и отдельных подразделений;

- презентации в школах, гимназиях, средне-специальных учебных заведениях;

- внутренние маркетинговые мероприятия для поддержания лояльности сотрудников и др.

Также для того, чтобы оперативно реагировать на вопросы об УВО, поддерживать связь студентов, выпускников и работников с абитуриентами и их родителями следует рассмотреть создание отдельных лендинговых страниц для поступающих [8], чатов в социальных сетях, организация образовательных олимпиад по разным дисциплинам для абитуриентов. Так, в качестве примера последнего можно привести Олимпиаду «Интеллектуальная собственность – основа бизнеса», которую проводит Институт бизнеса БГУ в рамках образовательного проекта «Азбука интеллектуальной собственности». Ее участниками становятся учащиеся

общего среднего, среднего специального, профессионально-технического и высшего образования [9].

Кроме этого, можно привести в пример работу с иностранными абитуриентами, которые рассматривают белорусские УВО для поступления.

Так, экспорт образовательных услуг на 2021 год по данным Белстата составляет 98 105 тыс. \$ [10]. Также на сентябрь 2022 года в белорусских УВО обучается 32 тыс. иностранных студентов [11]. Как правило, иностранные абитуриенты поступают, ориентируясь на информацию из официальных ресурсов УВО. Сюда относятся сайт, социальные сети, буклеты, печатные материалы (как правило, на иностранных языках). Также зачастую в УВО присутствует отдел международного сотрудничества, который помогает зарубежным абитуриентам в поиске необходимой информации и сборе пакета документов. Таким образом, в процессе поиска информации и поступления задействуются онлайн-ресурсы, печатные материалы, человеческие ресурсы. Важно упомянуть, что зачастую люди узнают об УВО от своих знакомых, соответственно, на набор влияет и имидж заведения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В целом, в УВО омниканальный маркетинг может служить для достижения следующих целей:

– расширение географической целевой аудитории как внутри страны, так и за границей. С помощью средств омниканального маркетинга можно доносить информацию до жителей отдалённых городов и других стран. Например, в Институте бизнеса БГУ Дни открытых дверей частично проводились в онлайн-формате, частично – в офлайн, что позволяло дать будущим абитуриентам получить одну и ту же информацию, несмотря на возможности фактического присутствия;

– дать возможность участвовать в экспорте образовательных услуг. Это хорошая возможность расширить международное сотрудничество, поднять престиж высшего образования в мире и обеспечить УВО материальным подспорьем;

– усиление корпоративной идентичности, что ведет к построению сильного, благоприятного имиджа среди разных слоёв населения.

Библиографические ссылки

1. *Акулич М.* Omnichannel (омниканальность) и омниканальный маркетинг. Эффективный подход к повышению лояльности клиентов. М: «Издательские решения», 2018. 50 с.
2. Актуальные проблемы маркетинга XXI века: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21–22 марта 2019 г. / Институт бизнеса БГУ ; редкол.:

Н. В. Черченко, Н. Н. Бондаренко (отв. ред.) [и др.]. Минск : Институт бизнеса БГУ, 2019. С. 39–41.

3. Газета Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта «Універсітэт» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gazeta.bsu.by/> (дата обращения 21.04.2023).
4. Газета Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта «Універсітэт» [Электронный ресурс]. URL: <https://bsu.by/editions/university/> (дата обращения 23.04.2023).
5. Официальный сайт KudaPostupat.by [Электронный ресурс]. URL: <https://kudapostupat.by/> (дата обращения 23.04.2023).
6. Официальный сайт Адукар [Электронный ресурс]. URL: <https://adukar.com/by/> (дата обращения 23.04.2023).
7. Официальный сайт Абитуриент.by [Электронный ресурс]. URL: [https://www.abiturient.by.](https://www.abiturient.by/) (дата обращения 23.04.2023)
8. Абитуриент БГУ [Электронный ресурс]. URL: <https://abiturient.bsu.by/> (дата обращения 23.04.2023).
9. Олимпиада по интеллектуальной собственности в Институте бизнеса БГУ [Электронный ресурс]. URL: <https://sb.bsu.by/novosty/olimpiada-po-intellektualnoi-sobstvennosti-v-institute-biznesa-bgu> (дата обращения 24.04.2023).
10. Внешняя торговля услугами [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vneshnyaya-torgovlya/vneshnyaya-torgovlya-uslugami/> (дата обращения 24.04.2023).
11. Иванец: экспорт образовательных услуг – престиж высшего образования и хорошее подспорье для вузов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belta.by/society/view/ivanets-eksport-obrazovatelnyh-uslug-prestizh-vysshego-obrazovaniya-i-horoshee-podsporje-dlja-vuzov-521964-2022/> (дата обращения 25.04.2023).

ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

П. С. Закревская, Е. Р. Слиж

polinka010101@gmail.com;

Научный руководитель – А. И. Горбачева, кандидат экономических наук, доцент

В статье рассматриваются особенности развития рынка электронной коммерции в Республике Беларусь и ее влияние на логистические процессы основных звеньев в цепочках поставок. Раскрываются основные элементы клиентоориентированной стратегии и возможные варианты реализации логистического сервиса с целью увеличения уровня лояльности.

Ключевые слова: интернет торговля; логистический оператор; каналы коммуникации; логистический сервис; онлайн транзакции.

ВВЕДЕНИЕ

Начиная с 2000-х годов, интернет-торговля является одним из наиболее динамично развивающихся рынков в мире. Это связано, в первую очередь, с достаточно быстрым распространением широкополосного (фиксированного и мобильного) доступа в глобальную сеть. В настоящее время интернет стал выступать в роли посредника для осуществления транзакций между покупателями и фирмами.

Что касается специфики белорусского рынка электронной коммерции, то основной проблемой здесь является то, что он начал развиваться позднее, чем в странах Запада, соответственно, уровень качества предлагаемых логистических услуг пока тоже отстает от мировых показателей [1, 2]. Проблема остается актуальной, поскольку спрос на логистические услуги со стороны белорусских интернет-магазинов до сих пор превышает их предложение, и многие интернет-магазины предпочитают развивать собственную логистическую инфраструктуру, обеспечивая тем самым контроль над качеством услуг.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

На настоящий момент могут быть выделены только основные направления влияния электронной коммерции на логистические процессы. Считается, что больше всего изменений, связанных с онлайн-торговлей, приходится на логистику распределения. Так, значительно возросла важность организации процесса доставки до покупателя. Если в традиционной рознице покупатель сам нес расходы по доставке товара из магазина до своего дома, то в сфере электронной коммерции данный сегмент цепи поставок должен интегрироваться со всем процессом логистики, поскольку теперь компа-

ния-продавец несет затраты на ее осуществление. Это изменение оказывает значительное влияние, так как компаниям пришлось перейти на комплексное планирование и проектирование эффективных логистических систем, координирующих товарные потоки до стадии получения их конечным покупателем.

Другим направлением влияния электронной коммерции стала тенденция к использованию услуг квалифицированных логистических операторов, т.е. аутсорсингу логистических услуг. Она объясняется тем, что каждая сторона, вовлеченная в онлайн-торговлю, стремится делать только то, на чем специализируется. Таким образом, интернет-магазин получает возможность сконцентрироваться на своих ключевых компетенциях: повышении удобства работы с сайтом, маркетингу, деятельности по привлечению новых клиентов, в то время как логистический оператор будет работать над решением своих задач.

Кроме того, в связи с тем, что интернет-магазин зачастую отправляет малые партии товара в одно место назначения, возросла необходимость в логистических процессах по консолидации заказов для сокращения издержек на их доставку.

Электронная коммерция оказывает существенное влияние и на область возвратной логистики. Такая деятельность характерна и для традиционной розницы, но в сфере онлайн-торговли она приобрела свои специфические черты. Интернет-магазину требуются услуги по возвратной логистике в случаях, когда клиент отказывается от полученного заказа (например, если товар был испорчен в процессе транспортировки или изначально был неисправным) или заказ был отправлен в неверное место назначения. Отсюда возникла необходимость в организации и координации возвратных товарных потоков. В традиционной рознице покупатель может осуществить возврат в магазине, в котором приобретался товар, в то время как в онлайн-торговле ему будет необходимо либо передать его курьеру или в пункт выдачи заказов, либо отправить по почте.

Фактором конкурентной борьбы между компаниями-производителями становится не столько материальный продукт и его характеристики, сколько качество предоставляемых деловых услуг, к числу которых главным образом относятся логистические услуги. Транспортировка продукции, грузопереработка, складирование и хранение – затраты на проведение всех этих операций составляют значительную часть в стоимости готовой продукции. В стремлении к более высокому уровню специализации на производимом товаре и минимизации издержек на проведение сопутствующих процессов компании все чаще прибегают к аутсорсингу логистических услуг.

Логистические услуги оказываются покупателю любой продукции любым участником логистического процесса: собственными силами самого

производителя, непосредственным продавцом товара или же организацией, специализирующейся на оказании какого-то вида логистических услуг. Рост количества и разнообразия производимой продукции, повышение требований к условиям ее хранения и перевозки, усложнение процессов транспортировки вызывают необходимость в появлении все новых логистических услуг, которые помогают доставить товар до конечного потребителя.

Логистические услуги можно рассматривать как комплекс услуг, оказываемых потребителям в виде логистических процедур и операций при организации потоковых процессов и управлении ими.

За счет качественного сервиса компании могут существенно повысить потребительский уровень доверия. Это активизирует один из основных и самых выгодных инструментов привлечения трафика – сарафанное радио. Сегодня поговорим о том, каким видят идеальное обслуживание покупатели и как его можно внедрить в своем интернет-магазине.

Клиентоориентированность необходима на всех точках контакта и этапах жизненного цикла покупателя: начиная знакомством, заканчивая покупкой и постпродажной коммуникацией. Далее разберем пункты, на которые нужно обратить особое внимание [3].

1. Функциональный и удобный сайт.

Сайт интернет-магазина – первая точка контакта с клиентом и одна из самых важных составляющих обслуживания в онлайн-сфере.

2. Доступность и разнообразие каналов коммуникации.

Лучше делать упор на те способы связи, которые наиболее предпочтительны для вашей целевой аудитории. Выбор должен быть достаточным, но и чрезмерно расплываться тоже не стоит. Присутствовать нужно только там, где есть целевой клиент.

Если позволяет бюджет, лучше нанять отдельного комьюнити-менеджера для каждого канала коммуникации. Главная задача – обеспечить оперативную профессиональную поддержку. Ожидание ответа не должно длиться более 1 часа. В идеале – до 5 минут. Чем быстрее отвечает компания, тем выше вероятность покупки.

3. Оперативная служба онлайн-поддержки.

Чтобы решить какую-либо проблему, клиенты интернет-магазина часто звонят в контактный центр. Поэтому важно создавать отдельный канал для приема этих звонков. Если бюджет позволяет, можно подумать о развитии собственного call-центра.

Есть и альтернативные варианты:

1. Нанять отдельного менеджера, который будет консультировать покупателей по телефону.

2. Передать звонки сторонней компании на аутсорсинг.

3. Роботы ускоряют процесс обслуживания за счет быстрого подтверждения заказа и сроков доставки, информирования об изменениях в работе компании.

Кроме того, можно автоматизировать онлайн-поддержку посредством чат-бота. В нем клиенты могут получать моментальные шаблонные ответы об ассортименте, адресах и графике работы магазина, пунктах выдачи и так далее.

Чат-бот будет отличным функциональным дополнением к call-центру [4], однако возможность быстрой связи с оператором должна присутствовать всегда. Капризные клиенты не любят неточные и неуместные ответы, особенно, когда речь идет о серьезной или срочной проблеме.

4. Подходящие способы оплаты и доставки

Вопросы с оплатой и доставкой имеют большое значение в e-commerce. На сайте должен присутствовать выбор различных инструментов, среди которых посетитель сможет найти то, что удобно именно ему.

Практически 50 % от всех онлайн-транзакций в мире приходится на электронные кошельки. Примерно 35 % – на банковские карты. Если посетителю сайта не подходят доступные способы оплаты, компания теряет потенциальную прибыль.

Постарайтесь реализовать для клиентов все востребованные варианты оплаты:

- наличными и по терминалу курьеру или в пункте выдачи;
- наложенным платежом при получении в почтовом отделении перевозчика;
- через популярные электронные кошельки;
- онлайн-платежом с помощью карты;
- в рассрочку.

То же самое касается доставки: нужен выбор. Предлагайте самовывоз, доставку курьером, заключайте контракты с различными транспортными службами. И самое главное – сроки доставки должны быть максимально короткими. По возможности стоит отправлять товар в день заказа. Это будет весомым преимуществом на рынке.

5. Эффективные программы лояльности.

Постоянных покупателей нужно поощрять. Это тоже часть клиенто-ориентированного сервиса. Таким образом компании наращивают количество приверженцев бренда и продвигаются благодаря сарафанному радио.

Поощрение реализовывают за счет специальных программ лояльности, которые дают ряд привилегий участникам. При их разработке сейчас используют уже не совсем традиционный подход.

С общих правил и типовых предложений фокус смещается на [5]:

- взаимоотношения;
- личностный подход;
- неожиданные бонусы;
- доверие и близость к покупателю.

Ключевая цель – лояльность и благодарность клиентов. Программы бывают многоступенчатыми, бонусными, с фиксированными скидками, партнерскими, в формате подписок. Также эффективно работает геймификация со сценарием, в котором скидки и бонусы привязаны к определенным достижениям.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Можно констатировать, что клиентоориентированность – один из ключей к успеху в любой бизнес-сфере. Каким бы привлекательным ни было предложение, все его преимущества аннулируются плохим обслуживанием. И, наоборот – благодаря высококлассному сервису потребитель часто закрывает глаза на другие недостатки. Необходимо уделять этому внимание, повышать планку в стандартах качества, предугадывать потребности своих покупателей.

Библиографические ссылки

1. Горбачева А. И. Показатели эффективности логистики интернет-магазина/ Бизнес. Образование. Экономика: Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 апр. 2021 г.: сб. ст. / редкол.: В. В. Манкевич [и др.]. Минск: Институт бизнеса БГУ, 2021. С. 456–458.
2. Сравнительный анализ качества логистических услуг Интернет-магазинов [Электронный ресурс]. URL: https://otherreferats.allbest.ru/marketing/01183637_0.html#text (дата обращения: 21.04.2023).
3. Какими мессенджерами пользуются интернет-посетители [Электронный ресурс]. URL: <https://grodno24.com/belarus/stal-izvesten-samyj-populyarnyj-sredi-belorusov-messendzher.html> (дата обращения: 24.04.2023).
4. Простейшая архитектура чат-бота [Электронный ресурс]. URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/obslyzhivanie-v-internet-magazine> (дата обращения: 22.04.2023).
5. Идеальный сервис в интернет-магазине: каким его видят клиенты сегодня [Электронный ресурс]. URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/obslyzhivanie-v-internet-magazine?ysclid=lgumx0n6gm408438782> (дата обращения: 22.04.2023).

СОВРЕМЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ В УСЛОВИЯХ КРАФТОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ПРИМЕРЕ ЧУП ПО ОКАЗАНИЮ УСЛУГ «КАДУШКО ЭНТЕРПРАЙС»

Е. Ю. Кадушко

kadelena@tut.by;

Научный руководитель – Г. А. Хацкевич, доктор экономических наук, профессор

В статье раскрывается понятие крафтовой экономики, ее актуальность на сегодняшний день. Приводятся примеры компаний, формирующих бизнес-процессы таким образом, чтобы опережать потребности своих клиентов. Результатом исследования является разработка новых систем взаимодействия с работниками и клиентами компаний индустрии красоты.

Ключевые слова: крафтовая экономика; контроль качества; бьюти-коворкинг; индивидуальный подход.

ВВЕДЕНИЕ

Крафтовая экономика – это активно развивающаяся экономическая модель. В ее основе лежит производство товаров в небольших масштабах, а также централизованный и устойчивый подход к бизнесу. Эта модель стала популярной в ответ на массовое производство и массовое потребление.

Сегодня многие компании признают преимущества крафтовой экономики и стремятся внедрить ее принципы в свои бизнес-процессы. В частности, крафтовая экономика предполагает:

- поддержку местных производителей;
- ручную работу и индивидуальный подход к каждому продукту;
- установление прочных отношений с покупателями;

Кроме того, крафтовая экономика способствует удовлетворению потребностей и предпочтений потребителей, которые в настоящее время все больше ориентируются на уникальность, качество и происхождение товаров. Эта модель также способствует экономическому развитию местных сообществ и улучшению качества жизни людей.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

В качестве примера компаний-субъектов крафтовой экономики можно назвать компанию «Airbnb». «Airbnb» – это онлайн-платформа, которая позволяет людям сдавать свои дома и квартиры в аренду. Компания стала одной из самых популярных платформ для аренды жилья. «Airbnb» поддерживает местных хозяев и предоставляет им доступ к ми-

ровому рынку, а также позволяет путешественникам проживать в уникальных местах и получать персонализированный сервис.

Еще одним из примеров компании в среде крафтовой экономики может стать компания, работающая с животными, а именно небольшое хозяйство, которое занимается производством органических продуктов питания для животных.

Данные примеры свидетельствуют о том, что внедрение принципов крафтовой экономики возможно в совершенно разных сферах, что ведет к улучшению деятельности предприятий и увеличению прибыльности.

На основе описанной информации необходимо зафиксировать принципы крафтовой экономики:

- контроль качества;
- управление общением с клиентами;
- постоянное улучшение бизнес-процессов.

Индустрия красоты также не обходится без предприятий-представителей крафтовой экономики. Молодая организация «Кадушко Энттерпрайс» работает в индустрии красоты и основным ее принципом является понятие «мой работник – мой клиент», что несомненно повышает качество взаимодействия между людьми. Организация предоставляет в субаренду рабочие места и оборудование для мастеров маникюра, визажистов и косметологов, которые в свою очередь производят оказание собственных услуг на арендуемых местах (рис.).

Таким образом, оказываемые услуги представляет собой бьюти-коворкинг. Достоинством данного вида бизнеса является также и то, что в помещении можно проводить платные фотосесии и обучения для начинающих мастеров, что в том числе приносит доход.



Рабочее место визажиста в бьюти-коворкинге компании ЧУП «Кадушко Энттерпрайс»

Компания открылась всего несколько месяцев назад, однако уже создает комфортную среду для развития в условиях крафтовой экономики не только с помощью клиентов, однако и с помощью специалистов, помогающих осуществлять внутренние процессы компании. Стоит отметить, что ни бухгалтер, ни юрист не являются работниками организации, компания пользуется консультационными услугами данных специалистов, что в будущем превратится в аутсорсинг персонала.

Помимо взаимодействия со специалистами, у компании существуют процессы взаимодействия с клиентами, составляющими комплексную систему, минимизирующую взаимодействие представителей компании с клиентами по техническим и организационным вопросам.

Например, запись на аренду места и оборудования производится клиентом самостоятельно, для чего используется специальная программа «Dikidi Business». Главной целью данной программы является простая для восприятия клиентом система бронирования определенного места. Перейдя по ссылке в профиле коворкинга в социальной сети, клиент может самостоятельно ввести свои ФИО и номер телефона, после чего выбрать необходимое для него рабочее место и время. Такая система позволяет подстраиваться под клиентов и увеличить лояльность.

Более того, одной из основных разработок, используемых при обслуживании клиентов, является оплата аренды места по QR-коду, что позволяет работникам коворкинга не присутствовать на месте постоянно.

Дополняет систему автоматизации процессов в коворкинге вход в помещение по паролю и дверной звонок, позволяющие входить в коворкинг только тем людям, которые являются посетителями или их клиентами. За работой всей системы и взаимодействием клиентов можно наблюдать при помощи трех подключенных видеокамер. Камеры транслируют изображение в режиме реального времени и хранят информацию до пяти дней.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

К преимуществам бьюти-коворкинга как субъекта крафтовой экономики относительно салона красоты можно отнести:

Гибкость расписания. В бьюти-коворкинге профессионалы могут работать в удобное для них время, что может быть особенно удобно для тех, кто работает на нескольких местах или имеет свободный график.

Снижение затрат. Владельцы салонов красоты часто вынуждены тратить большие суммы на постоянное обновление расходных материалов. В бьюти-коворкинге же мастера платят только за использование рабочего места и оборудования, что может значительно снизить затраты владельца коворкинга.

Большой выбор профессионалов. В бьюти-коворкинге работают профессионалы различных ниш сферы красоты и здоровья, что позволяет клиентам выбрать наиболее подходящего специалиста по их потребностям и предпочтениям.

Индивидуальный подход. В бьюти-коворкинге каждый профессионал работает индивидуально с клиентами, что позволяет получать более персонализированные услуги, а также общаться с мастером ближе и комфортнее.

Инновации. Бьюти-коворкинг является более гибкой средой, что позволяет профессионалам быстро внедрять новые технологии и инновации в свою работу.

Таким образом, клиенту не просто сдается рабочее место в аренду, а продается комплексная система взаимосвязанных процессов, облегчающих работу и увеличивающих прибыль. Конечно же, каждый бизнес имеет свои особенности и необходимо выбирать организацию процессов в соответствии с конкретными потребностями, но коворкинг может быть хорошим выбором для профессионалов красоты, которые хотят иметь большую свободу и гибкость в своей работе.

Библиографические ссылки

1. Фаншизы бьюти-коворкинга [Электронный ресурс] // Бизнесменс.ру. URL: <https://businessmens.ru/franchise/beauty-coworking> (дата обращения: 07.04.2023).
2. Бренд-медиа Высшей школы экономики: бизнес в радость, крафтовые предприниматели и третья волна возрождения ремесла [Электронный ресурс] //HSEdaily. URL: <https://www.daily.hse.ru/post/770> (дата обращения: 05.04.2023).
3. Официальный сайт компании «Airbnb» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.airbnb.ru/about/company-details> (дата обращения: 08.04.2023).
4. Коргова М. А. Менеджмент. Управление организацией. М.: Юрайт, 2019. 197 с.
5. МТБлог. Бьюти-коворкинги: почему они так популярны и для кого полезны? [Электронный ресурс]. URL: <https://mtblog.mtbank.by/rko-byuti-kovorkingi-pochemu-oni-tak-populyarny-i-dlya-kogo-polezny/> (дата обращения: 06.04.2023).

РАЗВИТИЕ СИЛЬНЫХ СТОРОН И КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

А. С. Капур, А. А. Митрахович

bmt.kapur@bsu.by, bmt.mitrahovAA@bsu.by;

Научный руководитель – А. А. Касперук, кандидат культурологии, доцент

В статье раскрыто понятие компетенций и сильных сторон. Определено наличие взаимосвязи компетенций и сильных сторон с помощью анализа проведенного исследования студентов. Обсуждаемые в статье вопросы будут представлять практическую значимость для специалистов учебно-методических подразделений учреждений высшего образования, профессорско-преподавательского состава, студентов.

Ключевые слова: компетенции; сильные стороны; развитие; Методология Клифтона; индивидуальный план.

Самые крупные компании проводят практику с развитием сильных сторон своих сотрудников. Тест на определение сильных сторон и компетенций в мире прошло уже более 30000000 человек. Самые известные методологии для определения сильных сторон – это JobEQ, Gallup Clifton, Hogan, Коучинг.

Компетентностный подход через инструменты совершенствования процедур оценки получает дальнейшее развитие в двух подходах.

Первый подход – компетенции и «странный конструкт», в котором перемешаны навыки и способности, личностные особенности.

Второй подход к оценке поведения – task-based assessment (ТВА). Когда оценка происходит не по «кирпичикам», из которых состоит человек – компетенциям, – а по эффективности человека в решении определенных задач.

Существует несколько видов компетенций:

- Профессиональные – управление сторонами проекта, ведение делопроизводства, проведение исследований и т.д.

- Личностные – системное мышление, клиентоориентированность, ведение переговоров.

- Управленческое – стратегическое видение, управление исполнением, развитие подчиненных, поиск точек развития бизнеса

- Корпоративные – адаптивность, коммуникация, стрессоустойчивость, инициативность.

Чтобы развивать компетенции – нужно развивать сильные стороны. Сильные стороны – это личностные качества человека, которые помогают ему решать определенные задачи лучше других.

Было проведено исследование на базе Института бизнеса БГУ, в котором приняли участие 25 студентов 3 курса специальности «Управление информационными ресурсами». Исследование проводилось с целью выявления доминирующих компетенций и сильных сторон у студентов IT-специальности.

Мы разработали кейс, который помогает развить сильные стороны и компетенции. Он заключается в разработке индивидуального плана развития (ИПР). С его помощью студенты развивают уже существующие навыки.

Несомненно, ИПР – это лучший вариант для того, чтобы определить свои сильные стороны. Ведь в процессе его составления необходимо пройти ряд тестов для того, чтобы понять свои сильные стороны и скиллы. Также необходимо найти различные ресурсы, которые в последствие помогут развить эти самые сильные стороны. В итоге вы получаете полный пошаговый план ваших дальнейших действий, это облегчит вам задачу на пути к достижению цели.

Для выявления доминирующих компетенций группа прошла онлайн тест на сайте ONET. Где было выявлено, что доминирующее компетенции – это надежность (12), сотрудничество и управление действиями (13), лидерские качества (15), коммуникации (17). Для выявления сильных сторон, студенты проходили тест от Дональда Клифтона, где из 34 сильных сторон, только 3 не было выявлено у группы опрошиваемых. Доминирующее сильные стороны – это мышление и ответственность (18), организатор, убеждение и гармония (19), последовательность (20).

С помощью сайта ONET мы определили, какая позиция доминирует у студентов – Project Manager.

Из 22 сильных сторон, которые выдает нам сайт ONET, для позиции Project Manager, мы выбрали 10 доминирующих:

- Глубокое понимание бизнес-планов и процессов управления рисками.
- Экспертные знания для решения специфических задач.
- Подтвержденные навыки управления проектами и самоуправления.
- Сильные лидерские качества.
- Способность осуществлять мониторинг и контроль бюджета.
- Критическое мышление.
- Навыки общения и ведения переговоров.
- Способность принимать решения под давлением.
- Сильные навыки межличностного общения, необходимые для руководства командой.

Умение описывать ситуацию, документировать информацию и делать выводы.

Процесс создания ИПР состоит из анализа результата теста на определение интересующего профессионального профиля на сайте ONET, это может помочь вам выяснить, какие ваши интересы и как они связаны с миром работы. Вы можете узнать, что вы любите делать. В анализе можно будет видеть свои soft и hard скиллы. С помощью работы Дональда Клифтона и Маркуса Бакингема «Добейся максимума. Сильные стороны сотрудников на службе бизнеса», вы сможете соотнести свои soft скиллы и компетенции. Далее исследуете вопрос развития ваших сильных сторон путем поиска различных мероприятий, семинаров, курсов, книг.

После нахождения мероприятий, важно расписать за какой срок будет выполнен этот план, и к какому результату мы хотим прийти. Более четкие цели позволяют нам видеть и понимать, чего мы хотим достичь – это повышает мотивацию и стремление к обучению.

Развитие сильных сторон и компетенций – это актуальный вопрос современности. Чтобы развить компетенцию, нужно понять свои сильные стороны, отвечающие за определенную компетенцию. Студенты, знающие свои сильные стороны, сразу становятся максимально конкурентоспособными на рынке труда. Благодаря индивидуальному плану развития у студентов появилась мотивация для обучения, так как они наглядно распланировали путь для достижения поставленной цели.

Библиографические ссылки

1. Официальный сайт ONET. URL: <https://www.mynextmove.org/explore/ip> (дата обращения: 04.04.2023).
2. *Бакингом М., Дональд К.* Добейся максимума: Сильные стороны сотрудников на службе бизнеса / Пер. с англ. М.: Альпина Паблишерз, 2010. 240 с.

УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ: АКТУАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИООО «СИНЭВО&ХЕЛИКС»

В. Д. Ковпак

okseva@tut.by;

Научный руководитель – О. С. Евменчик, старший преподаватель

В статье рассмотрена категория «конкурентоспособность», представлены разработанные инструменты для рекламы в социальных сетях и комплекс других инструментов, а также оценка их эффективности.

Ключевые слова: конкурентоспособность; социальная сеть «ТikТок»; Instagram; таргетинг; ретаргетинг; кобрендинг; мобильное приложение.

ВВЕДЕНИЕ

Конкурентоспособность является одним из ключевых факторов успеха любого предприятия. Для того чтобы быть конкурентоспособным, ИООО «Синэво&Хеликс» должно, как обеспечивать высокое качество своих услуг, так и удерживать своих существующих и привлекать новых клиентов. Это особенно важно в условиях жесткой конкуренции, когда клиенты имеют множество вариантов выбора, с чем и сталкивается рассматриваемое предприятие. М. Портер считал, что свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений является конкурентоспособностью. Е. А. Горбашко определяет конкурентоспособность, как потенциальную возможность эффективной деятельности предприятия на рынке для достижения конкурентных преимуществ [1, с. 24]. Таким образом, конкурентоспособность бизнеса – это реальная и потенциальная способность предприятия проектировать, изготавливать товары/предоставлять услуги, по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательные для потребителей, чем товары/услуги конкурентов [2, с. 269].

Актуальным вопросом стало слияние ИООО «Синэво» и российской организации «Хеликс». На данный момент в Республике Беларусь действует организация «Хеликс», так как «Синэво» ушло с белорусского рынка. Слияние вызывает недоверие у многих клиентов, опасаящихся полного изменения работы в качестве услуг и обслуживания, которые ранее были ими выявлены в «Синэво». Однако, несмотря на слияние, качество обслуживания и лабораторного оборудования никак не изменилось, персонал продолжает работать в прежнем режиме. Таким образом, в данной ситуации важно использовать ме-

тоды, включающие в себя удержание существующих и привлечение новых клиентов для роста конкурентоспособности предприятия.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Для определения причин беспокойства клиентов из-за объединения предприятий был проведен анализ отзывов, которые были оставлены в социальных сетях. По итогу было выявлено, что в социальной сети «ТikТок» позитивные отзывы составили 76 %, а негативные 24 %. Количество негативных отзывов увеличилось на 11 %, что говорит о необходимости работы предприятия по информированию клиентов о прежнем качестве и ценах. А в социальной сети «Instagram» процент позитивных отзывов составляет 78 %, процент негативных 22 %.

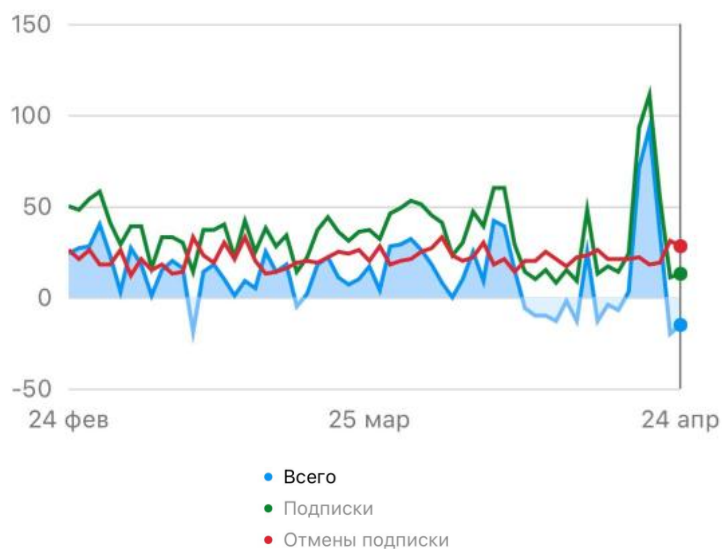
Изучая все отзывы клиентов можно предположить, что данные беспокойства могут быть связаны: с неопределенностью клиентов из-за слияния (54 %); опасностью в изменении качества обслуживания и услуг (14 %); опасностью возможного повышения цен на услуги (12 %); неудобствами в процессе заказа, оплаты или выездных услуг: если данные параметры будут слишком значительны, клиент и вовсе откажется от услуг «Синэво&Хеликс» и перейдут к конкурентам с более удобным и привычным сервисом (6 %); новизной торговой марки (14 %), которая ранее не была представлена у нас в стране.

На основании анализа отзывов были разработаны методы роста конкурентоспособности в ситуации слияния «Синэво» и «Хеликс» в Республике Беларусь, которые позволят удержать и привлечь новых клиентов:

1. Реклама в социальных сетях. Ежедневно социальные сети набирают обороты, все больше людей интересуются информацией, циркулирующей там, на собственной странице, в постах и роликах предприятие может рассказывать все о своей деятельности: историю, интересные факты, полезные советы, оглашать новые скидки и др. Почти вся реклама в социальных сетях платная и нужно знать, в каких именно социальных сетях стоит ее запускать, а где можно без нее обойтись.

Анализируя статистику профиля «Instagram» ИООО «Синэво&Хеликс» было выявлено, что в период с 24.02.2023–24.04.2023 количество охваченных аккаунтов составило 145688 чел., что на 54,7 % ниже двух предыдущих месяцев. 80,1 % охваченных аккаунтов был привлечены с помощью платной рекламы на просторах данной сети. Изучено, что 112 тысяч чел. не является подписчиками. Это все может свидетельствовать о том, что в последние три месяца использовано меньше платной рекламы, поэтому охват и показы уменьшились, либо о том, что именно в период с 24.02.2023–24.04.2023 объявлено клиентам о своем слиянии, что напугало и уменьшило интерес постоянных и новых клиентов

к взаимодействию с малоизвестной или вообще неизвестной лабораторией. База подписчиков за рассматриваемый период увеличилась на 819 чел. и составила 43 270 чел. На рисунке представлена динамика подписчиков в рассматриваемом периоде.



Динамика подписчиков в социальной сети «Instagram» в период 24.02.2023–24.04.2023

Таким образом, несмотря на слияние и «шок» клиентов, отдел маркетинга смог удержать имеющуюся до этого базу подписчиков и даже привлечь новых. Конечно, этому способствовала реклама, которой регулярно пользуется «Синэво&Хеликс».

Анализируя вовлеченность рассматриваемого предприятия в социальной сети «TikTok» было выявлено, что в период с 24.02.2023–24.04.2023 просмотры видео уменьшились, по сравнению с предыдущими месяцами, на 61,32 % и составили 1,9М в среднем. Просмотры профиля аналогично уменьшились на 60,47 % и составили в среднем 8 841 чел. Причиной этому может быть та же ситуация, описанная выше, так как в аккаунте публикуются ролики, связанные с «Хеликс»: используется их цветовая гамма, название, логотип и др.

Стоит отметить, что в данной социальной сети за рассматриваемый промежуток времени увеличение базы подписчиков меньше, чем в «Instagram» на 241 чел. Однако именно в «TikTok» не используется никакой платной рекламой, поэтому можно сделать вывод, что данная сеть более активна и не требует затрат, в отличие от «Instagram». Поэтому, целесообразно больше общаться и постепенно переводить аудиторию на услуги новой лаборатории в социальных сетях.

2. Для рекламы можно использовать таргетинг, также пользуются

популярностью рекламные записи в новостной ленте: показывается в ленте пользователя (на которого была настроена реклама), при ее просмотре, вне зависимости от того, подписан ли на нас данный пользователь. Можно использовать ретаргетинг, также практиковать работу с блогерами, для увеличения аудитории и повышения продаж.

3. Информирование клиентов через рекламные вывески в местах размещения медицинских пунктов и рекламных баннеров: на данный момент предприятие «Синэво&Хеликс» постепенно изменяет привычные вывески с названием «Синэво» в новые – «Хеликс», на некоторых адресах представлены двойные вывески «Синэво&Хеликс», а на некоторых фигурируют вывески «Хеликс». Для удержания клиентов рекомендую прибегнуть к кобрендингу, это необходимо для плавного перехода от одного бренда к другому и сокращения, так называемого, «шока» от исчезновения с рынка одного из лидеров отрасли.

4. Разработка рекламных кампаний на радио, используя самые популярные радиостанции и лучшие временные ротации. Ранее не использовались данные каналами продвижения, однако, для аудитории, не пользующейся социальными сетями и интернетом, а также для всех водителей авто, данный канал продвижения может быть информативен. Необходимо приучать аудиторию, что «Хеликс» – неотъемлемая часть давно зарекомендованного монополиста «Синэво».

5. Повышение качества коммуникации с клиентами. ИООО «Синэво» необходимо принимать участие в присоединении к «Хеликс», а именно информировать клиентов в том, что качество обслуживания остается на прежнем уровне, реагенты и оборудование не меняются, необходимо доносить это до клиентов в социальных сетях, на сайте, через рассылку на почту и в SMS. Нужно максимально коммуницировать с клиентами, чтобы не отпугнуть их, коммуникация – ключ к удержанию клиентов.

6. Внедрение мобильного приложения с системой накопления бонусов за счет обслуживания в сети пунктов «Синэво&Хеликс». Данное приложение будет работать по системе приложения «МойМак.by». В нем будут разделы: главная (новости, описание скидок и акций), коплю (актуальные предложения, которые можно оплатить бонусами), услуги (перечень предоставляемых услуг), адреса (на карте будет показано местоположение всех медицинских пунктов), профиль клиента (личные данные). Преимущества внедрения такого приложения: удобство использования (быстрый и удобный доступ к перечню услуг, акциям и адресам в любое время и в любом месте, что сделает процесс покупки услуг более быстрым), повышение лояльности (пользователи, которые установили наше приложение смо-

гут получать оповещения о полезных советах, скидках и т.д. Это все стимулирует к покупке), улучшение взаимодействия (кроме SMS-уведомлений, в приложение будет внедрена онлайн-консультация, при помощи которой клиент в любое удобное время может получить ответ на интересующий вопрос), расширение аудитории (у крупного конкурента: «Инвитро» есть малоинформативное мобильное приложение, однако, по сравнению с предлагаемыми выше характеристиками, приложение ИООО «Синэво&Хеликс» можно будет считать конкурентным преимуществом, в связи с дополнительными функциями и разделами). Внедрение мобильного приложения является эффективным методом привлечения новых клиентов и повышения лояльности существующих.

7. Партнерские программы. Предлагаю начать работу с сопутствующими товарами медицинского и общего назначения такие как: медицинские маски, антисептики, влажные салфетки, пластыри, крема и так далее. Таким образом, предприятия-партнеры могут поставлять свою продукцию в сеть «Синэво&Хеликс» в обмен на обслуживание сотрудников данных предприятий по льготной стоимости. Это позволит расширить как рынок сбыта изготовителей сопутствующих товаров, так и увеличить поток клиентов, за счет их работников.

Результаты разработки и внедрения для роста конкурентоспособности представлены в таблице.

Оценка эффективности разработанных инструментов роста конкурентоспособности «Синэво&Хеликс»

Инструменты	Абсолютное изменение
1. Социальные сети	Увеличение выручки на 1 790 тыс.руб. Увеличение интегрированного коэффициента конкурентоспособности на 0,12
2. «Комплекс»: повышение качества коммуникации, кобрендинг, рекламные кампании на радио, внедрение мобильного приложения, использование партнерских программ	Увеличение выручки на 5 985 тыс.руб. Увеличение интегрированного коэффициента конкурентоспособности на 0,32

Слияние «Синэво» и «Хеликс» в Республике Беларусь вынудило разработать дополнительные методы по удержанию и привлечению новых клиентов. Реклама в социальных сетях приведет к повышению выручки предприятия на 1790 тыс.руб. и к увеличению интегрированного коэффициента конкурентоспособности на 0,12. Все остальные методы приведут к увеличению выручки на 5 985 тыс.руб.

и к увеличению интегрированного коэффициента конкурентоспособности на 0,32. Все перечисленные методы повышения конкурентоспособности помогут укрепить доверие и лояльность клиентов, а, следовательно, удержать существующих и привлечь новых клиентов.

Библиографические ссылки

1. *Горбашко Е. А.* Управление качеством: учеб. пособие. СПб.: Издательский дом «Питер», 2021. 384 с.
2. *Володько О. В., Грабар Р. Н., Зглюй Т. В.* Экономика организации: учеб. пособие / под ред. О. В. Володько. 3-е изд., испр. и доп. Минск: Вышэйшая школа, 2017. 399 с.

POP-UP МАГАЗИНЫ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ МАРКЕТИНГА

Д. В. Кошель, Д. Д. Кутолова

kosheldr@gmail.com, kotalavad@gmail.com;

Научный руководитель – Н. В. Черченко, кандидат экономических наук, доцент

В статье раскрывается сущность Pop-up магазинов, как современной тенденции маркетинга в целом и маркетинга отношений в частности, раскрываются преимущества перед классическими точками продаж как с точки зрения расходов на сбыт продукции, так и с точки зрения инструмента продвижения продукции или бренда. В статье рассматривается перспектива открытия pop-up магазинов белорусскими брендами для повышения их узнаваемости и улучшения имиджа.

Ключевые слова: pop-up магазин; временная точка продаж; всплывающий магазин; маркетинг отношений; омниканальный маркетинг.

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время в развитых странах наблюдается тенденция к открытию временных торговых точек под названием Pop-Up магазины.

Временные магазины позволяют сократить значительные затраты, сопряженные с открытием традиционных магазинов. Вместе с тем они выполняют практически те же функции. В этом состоит их главное преимущество. Pop-Up магазин предполагает, что на определенный короткий срок открывается торговая точка, причем даты открытия определяются заранее и сопровождаются активной маркетинговой кампанией, которая подчеркивает значимость события и мотивирует покупателей к посещению временной точки [1].

Такой тип временных магазинов впервые появился в США, когда Лос-Анджелесский магазин Vacant решил на время открыть дополнительную торговую точку, чтобы реализовать определенное количество товаров. После распродажи, которая длилась несколько часов, магазин закрывался до привоза новой партии. Эта идея так понравилась руководству, что было принято решение путешествовать с продукцией Vacant по всей стране, открывая pop-up магазины в разных городах. После этого подобные магазины стали открывать Prada, Stella McCartney, Louis Vuitton, Chanel, Yves Saint Laurent, Red Bull и многие другие [2].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Рассмотрим подробнее преимущества Pop-Up магазинов в сравнении с традиционными магазинами.

Низкие издержки. Благодаря тому, что временные магазины не требуют существенных изменений помещения договариваться с арендодателем намного проще. По этой же причине не нужны особые материальные затраты на ремонт помещения.

Продвижение. Временные магазины, как показывает мировая практика, доказывают свою актуальность для стартапов или для тестирования новой коллекции покупателями. При помощи Pop-Up магазинов бренды с минимальными инвестициями тестируют новые концепции, варианты дизайна и оформления, спрос на коллекции.

Отсутствие проблем с локацией. Низкие издержки, относительно короткий срок существования магазина – все это позволяет окупить магазины даже, если локация его создания оказалась не перспективной.

Также следует отметить, что Pop-Up магазины являются тенденцией развивающейся концепции маркетинга взаимоотношений. Ведь pop-up магазины предназначены для того, чтобы донести до новых или традиционных клиентов информацию о товаре, изучить спрос посетителей магазина на продукцию, которая выставлена в них, сформировать долгосрочные отношения через рекламу и вовлечение клиентов в продажи, а также во взаимодействие с брендами. Кроме того, данные магазины позволяют целевой аудитории, сочетать офлайн и онлайн покупки, что коррелирует не только с маркетингом взаимоотношений, но и омниканальным маркетингом.

Pop-up магазины – это не просто точка продаж, в большей степени это способ продвижения новых товаров, коллекций или просто способ привлечения внимания к бренду. По этой причине главная задача Pop-Up магазина – зацепить взгляд потребителей, сделать так, чтобы пройти мимо было просто невозможно. Это непростая задача, ведь такие магазины обычно располагают в местах с высокой проходимостью, где конкуренция невероятно высока: в торговых центрах, на торговых улицах, в универмагах и так далее.

Для привлечения внимания бренды разрабатывают разнообразные концепции и дизайны, предлагают покупателям уникальный опыт, который можно получить только здесь и сейчас. Однако, необходимо, чтобы этот опыт не остался просто воспоминанием, а стал связующим звеном между покупателем и брендом, соответственно, товары и услуги предлагаемые в pop-up магазинах даже будучи уникальными, должны быть непосредственно связаны с основными обе-

щаниями бренда и теми ассоциациями, которые он вызывает. Особенностью магазина могут стать не только эксклюзивные продукты и услуги, но также и маркетинговые мероприятия проводимые в период его работы. Например, на открытие рор-уп магазина косметического бренда можно пригласить бьюти инфлюенсеров, которые, в том числе, могут провести мастер классы с использованием линеек бренда.

Как говорилось выше, задача Pop-Up магазинов – не только продажи, но и привлечение внимания и создание связи между брендом и клиентами, поэтому необходимо дать посетителям возможность ознакомиться с продуктами на месте, в частности, путем раздачи тестеров и консультаций специалистов.

В Республике Беларусь рор-уп магазины пока не пользуются такой популярностью как в США или, например, в Восточной Азии. Их проведение чаще приурочено к каким-то особым событиям, как например Belarus Fashion Week, в рамках которой, к примеру, в 2019 году был открыт временный торговый центр, который работал в течении недели.

Однако недостаток опыта в данной сфере не означает, что Pop-Up магазины не могут стать трендом современного маркетинга для отечественных брендов. Среди сфер, в которых они будут наиболее эффективны, особо стоит выделить индустрию красоты. Дело в том, что эта сфера не только идеально подходит для продвижения через Pop-Up магазины, но и очень развита в нашей стране.

Отечественная бьюти индустрия и отечественные косметические бренды могут воспользоваться зарубежным опытом открытия Pop-Up магазинов, среди которых Yves Saint Laurent, АНС, Giorgio Armani Beauty, Laneige, Shiseido, Glossier и многие другие.

По мнению авторов, открытие рор-уп магазинов поможет белорусским брендам повысить их узнаваемость, улучшить имидж, стать более сильными брендами. Кроме того, благодаря рор-уп магазинам могут сформироваться и/или увеличиться группы лояльных клиентов, что обеспечит продвижение новых линеек продукции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Pop-Up магазины – это современный маркетинговый тренд, характерный как для развития стартапов, так и успешных компаний. Они помогают привлекать новую аудиторию и выстраивать доверительные отношения как с клиентами, так и с партнерами по бизнесу.

Посредством демонстрации новой коллекции в рор-уп магазине, использования инструментария и технологий ивент-маркетинга и Public Relations обеспечивается коммуникативная эффективность программы

продвижения продуктов, а значит, и экономическая эффективность маркетинговой деятельности субъектов хозяйствования Республики Беларусь.

Библиографические ссылки

1. Pop-up store [Электронный ресурс]. URL: <https://sendpulse.by/support/glossary/pop-up-store> (дата обращения: 24.04.2023).
2. History of “pop-up” retail [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thestorefront.com/mag/what-exactly-is-a-pop-up-shop/> (дата обращения: 24.04.2023).
3. Net national product (NNP) [Электронный ресурс]. URL: <https://cleartax.in/g/terms/net-national-product-nnp> (дата обращения: 24.04.2023).
4. Net national product (NNP) [Электронный ресурс] // URL: <https://cleartax.in/g/terms/net-national-product-nnp> (дата обращения: 24.04.2023).

ОПТОВЫЙ САЙТ КОМПАНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ B2B

В. Д. Круглик

kruglik.victoria@gmail.com;

Научный руководитель – И. А. Добромудрова, старший преподаватель

Сегодня многие белорусские производители стараются изыскать возможности повысить свои шансы в конкурентной борьбе при продвижении выпускаемых товаров как на внутреннем, так и на внешних рынках. Оптовый интернет-сайт компаний-производителей становится эффективным инструментом продвижения и реализации продукции. Кроме непосредственно реализации, работа с клиентом посредством личного кабинета на оптовом сайте позволяет выстраивать устойчивые отношений и организовывать персональный клиентский сервис.

Ключевые слова: оптовый сайт; инструмент интернет-маркетинга; интернет-маркетинг; продвижение.

ВВЕДЕНИЕ

B2B-маркетинг сегодня постоянно претерпевает изменения. Эксперты-маркетологи разрабатывают, запускают, тестируют новые решения и применяют их в своей работе, получая новые способы привлекать и удерживать оптовых клиентов.

В основе методов B2B-маркетинга лежит специфика B2B-рынка, где решения принимают несколько специалистов с различными уровнями ответственности, где большой объем заказов и высокие риски, а количество потенциальных покупателей ограничено. Поэтому процесс принятия решения в рамках данной рыночной модели многоступенчатый, учитывающий в первую очередь рациональные аргументы, а не эмоции.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Отличия маркетинговой стратегии B2B-компаний:

1. ценность бренда формируется за счет подтвержденного качества товара;
2. усилия компании направлены на формирование длительных, доверительных отношений с партнерами и клиентами;
3. приоритетный фактор тактических действий и стратегических планов компании – ее репутация, которая поддерживается благодаря неукоснительному соблюдению условий договора и дополнительных гарантий;
4. послепродажное обслуживание и сервисная очень важны для развития устойчивых отношений с клиентами;

5. сотрудничество основано на схемах и принципах, удобных для клиентов;

6. презентация и продвижение продукции осуществляется в отраслевых медиа и на выставках, а также на собственном сайте компании.

В процессе реализации планов компании ей могут быть использованы следующие инструменты, эффективные для B2B:

1. доверительные коммуникации, формирующие доверительные отношения с клиентами (личные встречи на выставках, рассылки с полезной информацией, репутация эксперта рынка);

2. персональный подход к каждому клиенту;

3. качественный сервис и клиентская поддержка 24/7; колл-центры, и оперативно решающие проблемы клиента круглосуточно;

4. прямой маркетинг с максимальной персонализацией – благодаря digital, у компаний есть возможность стимулировать «колеблющихся» клиентов, подталкивать их к завершению действий с брошенными корзинами;

5. дифференцированные акции и скидки в B2B как стимулирующий инструмент продаж: даже небольшая оптовая скидка дает существенную разницу в итоговой цене контракта.

Разработка и совершенствование цифровых технологий диктуют новые приоритеты в развитии оптового бизнеса и определяют трендовые направления в стратегии интернет-маркетинга B2B рынка.

Сегодня для компаний, работающих в секторе B2B, важным инструментом и продвижения, и товародвижения является оптовый сайт. B2B версии сайта предприятия (или оптовый сайт) повышает клиентоориентированность бренда, позволяет проводить более глубокую аналитику данных о движении продуктов предприятия в фирменной торговле, а также вне собственной товаропроводящей сети, позволяет организовать файлообмен, а также улучшить оперативность приема заказов клиента.

Оптовый сайт компании-производителю нужен для того, чтобы предоставить оптовым покупателям удобный и быстрый доступ к ассортименту продукции, ценам и условиям сотрудничества. Он также позволяет компании управлять своими заказами, складскими запасами и производством, а также получать обратную связь от своих клиентов; он также помогает компании увеличить объемы продаж и расширить свой рынок сбыта, снизить затраты на маркетинг и продвижение своей продукции.

Эффект от работы с оптовым сайтом предприятия:

1. увеличение объемов продаж: оптовый сайт позволяет компании предоставить удобный и быстрый доступ к ассортименту продукции, ценам и условиям сотрудничества, что логично ведет к увеличению числа заказов и, следовательно, к увеличению объемов продаж;

2. расширение рынка сбыта: оптовый сайт позволяет компании привлекать новых оптовых покупателей из разных регионов и стран;

3. снижение затрат на маркетинг и продвижение: оптовый сайт может помочь компании снизить затраты на маркетинг и продвижение своей продукции, так как он сам по себе является эффективным инструментом продаж;

4. получение обратной связи от клиентов: оптовый сайт позволяет компании получать обратную связь от своих клиентов, что может помочь ей улучшить качество своей продукции и услуг.

Сегодня в Республике Беларусь существуют единичные примеры успешного использования предприятиями-производителями оптовых сайтов. В большинстве случаев оптовый сайт – это лендинг-страничка с номер телефона менеджеров, адресом электронной почты и каталогом по коллекциям (без цен). По окончании разговора с потенциальным клиентом менеджер высылает матрицу, где указаны цены и количество товаров на складе. Это усложняет работу по продажам как самой компании, так и оптовиков по закупкам, делает процесс продажи длительными и неудобными, с низкой возможностью отслеживания актуального количества товаров на складе и невозможностью детально изучить сам товар (материал изготовления, плотность и т.д.).

Однако, можно выделить и успешные примеры использования оптовых сайтов компаний-производителей, например, ОАО «Галантэя», СО-ОО «Конте Спа», ООО «ОМА» (не является компанией-производителем, но функционал сайта схож).

На основании анализа сайтов вышеперечисленных компаний, были выявлены необходимые для успешной работы по продвижению и реализации продукции функциональные возможности и инструменты оптовых сайтов:

1) наличие онлайн-каталога товаров с возможностью фильтрации и сортировки по различным параметрам, таким как цена, размеры, цвет, модель, коллекция и т. д.;

2) возможность оформления заказов в корзине с выбором способа доставки и оплаты;

3) автоматическая интеграция сайта (информации) с системой учета для отслеживания заказов и управления складом;

4) возможность создания личного кабинета для клиентов с историей заказов, списком избранных товаров и возможностью повторного заказа;

5) механизмы защиты данных клиентов и обеспечения безопасности при онлайн-оплате;

6) удобный и интуитивно понятный пользовательский интерфейс для удобства покупателей;

7) адаптивный дизайн для корректного отображения на различных устройствах, включая мобильные телефоны и планшеты;

8) интеграция с социальными сетями для расширения аудитории и увеличения продаж;

9) возможность получения обратной связи от клиентов через форму обратной связи или чат;

10) инструменты аналитики для отслеживания поведения пользователей и улучшения конверсии сайта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Оптовый сайт формирует значимое превосходство компании среди своих конкурентов. Активное внедрение и использование оптовых сайтов для организации продвижения и продаж выпускаемого продукта, могут существенно помочь предприятиям как при налаживании связей с потребителями на рынке B2B внутри страны, так и за ее пределами. Учитывая приоритетный характер развития экспорта для белорусских производителей, данный маркетинговый инструмент поможет существенно повысить их шансы в организации и реализации эффективной внешне-торговой деятельности.

Библиографические ссылки

1. ОАО «Галантэя» [Электронный ресурс]. URL: <https://galanteya.by/> (дата обращения: 25.04.2023).
2. Вся информация о компании «Галантэя» [Электронный ресурс]. URL: <https://galanteya.by/about/#:~:text=%D0%> (дата обращения: 25.04.2023).
3. Для оптовых клиентов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.opt.galanteya.by/register/> (дата обращения: 25.04.2023).
4. Состояние рынка кожаной галантереи в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. URL: https://studbooks.net/1543743/marketing/sostoyanie_rynka_kozhanoy_galanterei_respublike_belarus (дата обращения: 01.04.2023).

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ИНДЕКС ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

И. Д. Купчикова, Г. Е. Ливянт

livyantgalina@gmail.com;

Научный руководитель – Г. А. Хацкевич, доктор экономических наук, профессор

Исследуется влияние избранных факторов на индекс человеческого развития, а именно индекс гендерного неравенства, продолжительность здоровой жизни, уровень занятости и медианный годовой заработок. Используется линейная регрессионная модель для анализа влияния факторов. Предпосылками работы является необходимость понимания факторов, влияющих на индекс человеческого развития, и возможности манипулирования ими для улучшения доступности высококвалифицированных и образованных сотрудников для организаций.

Ключевые слова: эконометрическая модель; человеческое развитие; социально-экономические факторы.

ВВЕДЕНИЕ

Индекс человеческого развития (ИЧР) – это интегральный показатель, разработанный Программой развития ООН, который измеряет уровень человеческого развития в странах мира. Он позволяет сравнивать разные страны по их уровню социально-экономического развития и определять тенденции в развитии человеческого потенциала на глобальном уровне [1]. Высокий ИЧР в государстве обеспечивает организациям доступ к высококвалифицированным и образованным сотрудникам, которые могут принести инновации и новые идеи в организацию.

Для анализа показателя ИЧР были выбраны следующие факторы: Индекс гендерного неравенства, Индекс продолжительности здоровой жизни, Уровень занятости и Медианная зарплата в год.

Индекс Гендерного неравенства отражает степень неравенства между мужчинами и женщинами в области здравоохранения, образования и экономики [2]. Индекс продолжительности здоровой жизни отражает степень здоровья и благополучия населения. Он посчитан на основе того количества лет, которое в среднем живет человек без серьезных проблем со здоровьем, ограничивающих повседневную деятельность [3]. Уровень занятости может означать, что экономика страны развивается, а население имеет стабильный достаточный доход [4]. Медианная зарплата отражает сумму в центре зарплатного ряда населения и делит его на две равные части [5].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Целью данной работы является проверка влияния избранных факторов на показатель Индекс человеческого развития. Для достижения цели были решены задачи в обозначении репрезентативной выборки стран, построении регрессионной модели и формулировании выводов о влиянии данных факторов на ИЧР:

Для проведения исследования было выбрано 35 страны. Такая выборка основывалась на разнообразии уровня экономики, разнообразии регионов, доступности данных и разнообразии культур и языков.

Полученная выборка стран и исходные данные отражены в таблице.

Индекс странового человеческого развития и его основные составляющие факторы

Страна	Индекс гендерного неравенства	Индекс продолжительности здоровой жизни	Уровень занятости	Медианная зарплата в год, доллары США	ИЧР
Австралия	0,073	73,0	61,9	19363,25	0,951
Азербайджан	0,294	64,9	60,6	2941,90	0,745
Аргентина	0,287	68,4	53,8	6288,95	0,842
Армения	0,216	66,3	41,6	2416,30	0,759
Беларусь	0,104	65,5	60,7	6292,60	0,808
Бразилия	0,390	66,0	51,7	4923,85	0,754
Великобритания	0,098	71,9	60,2	16425,00	0,929
Германия	0,073	71,6	59,6	20009,30	0,942
Греция	0,119	72,0	43,2	8982,65	0,887
Грузия	0,280	64,9	53,5	2200,95	0,802
Египет	0,443	61,1	37,7	1850,55	0,731
Израиль	0,083	72,9	59,8	12282,25	0,919
Индия	0,490	59,3	43,9	1419,85	0,633
Индонезия	0,444	61,7	64,7	2095,10	0,705
Иран	0,459	65,4	37,5	3763,15	0,774
Италия	0,056	73,2	44,3	14844,55	0,895
Казахстан	0,161	63,4	65,7	3803,30	0,811
Канада	0,069	73,2	61,0	20228,30	0,936
Китай	0,192	68,7	64,7	3912,80	0,768
Литва	0,105	66,1	57,3	11209,15	0,875
Марокко	0,425	65,3	39,1	2814,15	0,683
Мексика	0,309	67,7	56,7	3485,75	0,758
Молдова	0,205	63,6	36,8	3839,80	0,767
Нигерия	0,680	48,9	49,0	1076,75	0,535
Норвегия	0,016	73,0	63,3	23834,50	0,961
Польша	0,109	68,5	55,0	6292,60	0,876
Россия	0,203	63,5	58,3	6354,65	0,822
Румыния	0,282	66,6	50,4	6945,95	0,821
США	0,179	68,5	58,2	23739,60	0,921
Турция	0,272	66,0	44,0	5905,70	0,838
Франция	0,083	73,4	51,1	18100,35	0,903
Швеция	0,023	72,4	59,7	18458,05	0,947
Эстония	0,100	68,2	59,7	12647,25	0,890
ЮАР	0,405	55,7	35,9	1737,40	0,713
Япония	0,083	74,8	60,0	15143,85	0,925

Для оценивания степени влияния социально-экономических факторов на ИЧР была выбрана линейная модель вида:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + a_4X_4 + \varepsilon.$$

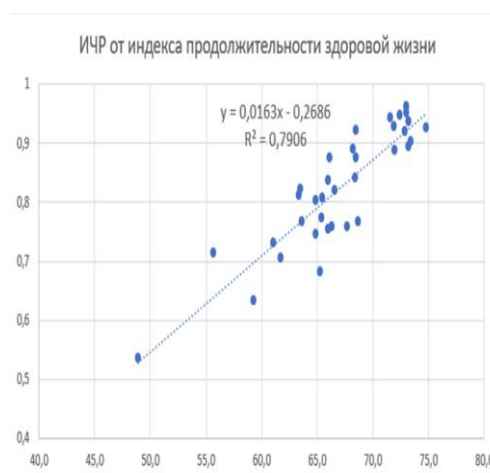
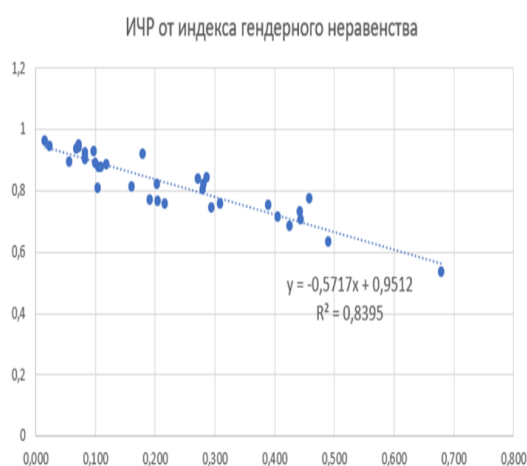
С помощью Microsoft Excel построена регрессионная модель. Коэффициент детерминации R^2 равен 0,93, что говорит об адекватности модели. Расчетное распределение Фишера равно 93,72, что больше табличного для всех уровней надежности, из чего можно сделать вывод о значимости модели. Из распределения Стьюдента следует, что Факторы Индекс гендерного равенства, Индекс продолжительности здоровой жизни и Медианная зарплата в год значимы для всех уровней надежности, в то время как Уровень занятости не значим ни для одного из уровней надежности.

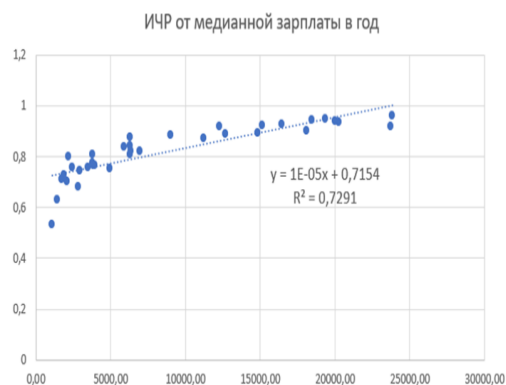
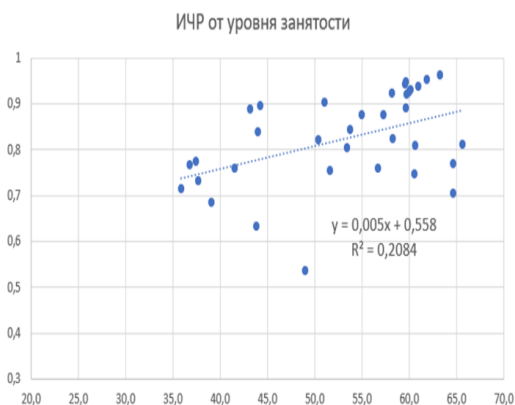
Для оценки качества первоначальной модели была построена вспомогательная модель вида:

$$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 + y^2x_1 + y^3x_2 + y^4x_3 + y^5x_4.$$

Критерий Рамсея (F) у этой модели равен 1,96, что меньше, чем табличное значение для всех уровней надежности, что означает, что в модели пропущена переменная. При построении модели целью было не выявить все влияющие факторы, а определить влияние избранных факторов на параметр, что объясняет полученный результат. Критерий Амемя (AF) равен 0,0323.

Для наглядности зависимости результирующего показателя ИЧР от заданных факторов были построены графики. Их результаты отображены на рисунке.





Степень зависимости индекса человеческого развития от ключевых факторов

На графиках можно наглядно увидеть, что фактор уровень занятости имеет наибольшую дисперсию. Уже было выявлено, что коэффициент a_3 не значим для всех уровней надежности, следовательно можно рассчитать модель с исключением фактора уровень занятости.

Регрессионный анализ такой модели показал, что коэффициент детерминации R^2 равен 0,9255, что незначительно меньше, чем у предыдущей модели. Расчетное распределение Фишера равно 128,4217, что говорит о большей значимости коэффициента детерминации, чем в предыдущей модели. Исходя из распределения Стьюдента можно сделать вывод о значимости всех полученных коэффициентов для всех уровней надежности.

Для оценки качества новой модели и сравнения ее с предыдущей построена вспомогательная модель вида:

$$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_4x_4 + y^2x_1 + y^3x_2 + y^4x_4.$$

Ее анализ показал, что F-критерий равен 1,96, что все так же меньше табличного значения, однако больше значения данного показателя у предыдущей модели – 1,43, что подтверждает незначимость коэффициента a_3 в первоначальной модели.

На удивление, критерий Амемя не уменьшился, как ожидалось, что свидетельствует о том, что фактор Уровень занятости все-таки имеет влияние на параметр, однако оно косвенное.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Принимая во внимание проведенные расчеты можно сделать следующие выводы. Факторы Индекс гендерного неравенства, Индекс продолжительности здоровой жизни и Медианная зарплата в год имеют прямое влияние на Индекс человеческого развития, в то время как Уровень занятости влияет на параметр косвенно. Вероятно, этот показатель

является частью другого, имеющего большее значение для модели или же включающего в себя такой показатель.

На основании результатов данного исследования можно говорить о том, что, влияя на избранные нами факторы можно манипулировать Индексом человеческого развития, а следовательно, на доступ организаций к более квалифицированным и образованным сотрудникам.

Библиографические ссылки

1. *Кузнецова В. С.* Индекс человеческого развития в мире, неравенство в XXI веке / Дайджест мировой экономической аналитики: обзор на Доклад о человеческом развитии 2019 г. МГИМО 2020. URL: <https://tiec.mgimo.ru/2020/2020-02/world-human-development-index>
2. Рейтинг стран мира по Уровню Гендерного Неравенства [Электронный ресурс] // Гуманитарный портал. 2022. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/gender-inequality-index>
3. Рейтинг стран мира по Уровню Продолжительности Здоровой Жизни [Электронный ресурс] // Гуманитарный портал. 2022. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/healthy-life-expectancy-index>
4. Рейтинг стран мира по Уровню Занятости [Электронный ресурс] // Гуманитарный портал. 2022. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/employment-ranking>
5. Median Income by Country [Электронный ресурс] // Wisevoter. 2022. URL: <https://wisevoter.com/country-rankings/median-income-by-country/>
6. Рейтинг стран мира по Индексу Человеческого Развития [Электронный ресурс] // Гуманитарный портал. 2022. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/human-development-index>
7. Эконометрика : учебник / Г.А. Хацкевич, Т.В. Русилко. Минск: РИВШ, 2021. С. 148–202.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

А. А. Ландо, Е. В. Дайнеко

anlando03@gmail.com, ekaterina.daineko22@gmail.com;

Научный руководитель – С. П. Мармашова, старший преподаватель

В статье анализируются основные тенденции маркетинговых исследований. Рассматриваются современные методы исследований, их преимущества и недостатки. Отдельное внимание уделяется маркетинговым задачам, которые помогают решить данные методы. Приводится международная и отечественная статистика; даются рекомендации по применению методов на практике.

Ключевые слова: маркетинговые исследования; современные методы исследований; онлайн-исследования; онлайн-сообщества; мобильная этнография; искусственный интеллект; тестирование юзабилити.

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы динамика маркетинговых исследований как практической области заметно ускоряется. Основной причиной являются гигантские изменения в сфере работы с данными, развитие технологий и стремительное проникновение сети Интернет, социальных сетей и мобильных технологий во все аспекты жизни людей.

Вследствие этого, роль исследователя эволюционирует от интервьюера к хранителю данных, уделяющему более пристальное внимание организации и интеграции данных, значительная часть которых уже существует. Цель исследования заключается в том, чтобы выйти за рамки обычного сбора данных и их анализа, и переходит к управлению и синтезу данных, получаемых из различных источников.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Основная тенденция маркетинговых исследований последних лет – бурное развитие *онлайн-исследований*, которые с приходом пандемии Covid-19 практически вытеснили остальные методы. С учетом того, что 56 % населения Беларуси старше 18 лет пользуются социальными сетями, а 86,9 % – активные пользователи интернета [1], возможности онлайн-исследований становятся практически безграничными.

Эта тенденция касается не только количественных, но и качественных исследований. Если до 2020 г. отношение к онлайн фокус-группам было скептическим, то сейчас, с появлением дополнительных технологий, онлайн фокус-группы и интервью – это рядовые инструменты в маркетинговых исследованиях. Онлайн-исследования позволяют решать

самый широкий спектр маркетинговых задач – от тестирования упаковки и рекламных материалов до оценки здоровья бренда и уровня лояльности потребителя. При этом у онлайн-опросов есть и более широкие возможности – в анкету можно встроить видео- ролики, рекламу и другие визуальные материалы для тестирования.

Безусловный лидер среди методов опросов – *панельные онлайн-опросы*. Это целевые опросы определенной аудитории, каждая аудитория имеет свои характеристики и по ней собрана вся информация: пол, возраст, город и т. д.

Не менее популярным способом поиска респондентов для опросов является *ривер-сэмплинг (riversampling)* или поточные выборки. Это методика проведения онлайн-исследований, когда респонденты берутся не из базы данных (панели), а привлекаются в режиме реального времени среди пользователей интернета конкретно под данный опрос. Респонденты привлекаются везде, где люди проводят время в интернете (социальные сети, новостные порталы, игры, блоги и группы) [2].

Еще одна методическая тенденция, которая становится все более популярной и востребованной – исследования потребительского поведения в *онлайн-сообществах*. Формируется такое сообщество из представителей целевой аудитории (что-то вроде закрытой социальной сети или блога, размещенных на специальной платформе), где респонденты общаются, выполняют определенные задания и т.д. Как правило, в рамках этого исследовательского метода потребителей просят вести краткосрочные блоги или дневники.

Онлайн-сообщества позволяют решать разнообразные исследовательские задачи:

- мониторить настроения, тренды и векторы развития рынков;
- выявлять скрытые проблемы в процессах и продуктах на ранней стадии внедрения;
- оперативно тестировать новые онлайн-сервисы (UX-тесты);
- улучшать коммуникацию с клиентами и совершенствовать коммуникационные материалы.

Несомненными преимуществами маркетинговых исследований в онлайн-сообществах являются:

- большая пропускная способность проведения исследования;
- возможность быстро и эффективно собрать информацию, обратившись напрямую к потребителю;
- решение всех базовых исследовательских задач качественных исследований за счет многофункциональности сообществ (онлайн-форум, онлайн-чаты, мини-UX в формате видеосвязи, этнографические и дневниковые исследования, личные интервью);

– возможность оперативно исследовать специфические темы для более узких целевых аудиторий;

– гарантия получения валидных результатов, т. к. постоянная ротация участников позволяет избежать «застоя мнений» и обеспечивает защиту от «профессиональных респондентов» [3].

Говоря о методических тенденциях необходимо упомянуть и возрастающую популярность *мобильной этнографии* – метод подразумевает получение обратной связи от респондентов в реальном времени при помощи мобильных устройств, как правило, через чаты и мессенджеры. Метод мобильной этнографии успешно применяется для изучения потребительского поведения, исследования образа жизни [4, с. 33].

В связи с увеличившимся временем, проводимым потребителями в онлайн, одним из ярко выраженных трендов маркетинговых исследований стало *тестирование юзабилити, User Experience (UX)*. Огромный массив технологических решений и программных продуктов, с которыми пользователь взаимодействует практически ежеминутно, вызывает необходимость тестировать все, с чем соприкасается потребитель – интернет-магазины, сайты, мобильные приложения, интернет-банкинг, онлайн-каталоги, онлайн-чаты, сервисы онлайн-оплат, заказ билетов в интернете и так далее. Для маркетолога уже недостаточно тестирования, которое проводят разработчики программ, сайтов. Приоритетным становится изучение и тестирование «пользовательского опыта» именно с точки зрения маркетинга [5].

По словам эксперта, сегодня фокус исследований направлен на глубинное изучение своего потребителя: важно знать не только «как» и «что» выбирает потребитель, а «почему» он делает свой выбор именно таким образом. Сейчас 90 % исследовательских проектов связаны с психографикой и ценностной сегментацией. И на первый план выходят качественные исследования: глубинные интервью, фокус-группы, сопровождение покупки, наблюдения, нейромаркетинг. Это методы, которые позволяют изучить поведение потребителя, в том числе, на бессознательном уровне [6].

Развитие систем искусственного интеллекта, машинного обучения, ботов и текстовой аналитики также помогает менять подходы к качественным исследованиям. Например, специально запрограммированные боты берут на себя роль модератора и общаются с респондентами в отдельном чате в мессенджере. Это позволяет проводить исследование в реальном потребительском контексте (т.е. в то время, когда он непосредственно использует продукт, например, пьет кофе или ест мороженое), в естественных для потребителя условиях [7].

Эффективным инструментом для проведения телефонных опросов являются *голосовые роботы*. Они значительно снижают затраты и сроки про-

ведения исследования, при этом исключается человеческий фактор, робот одинаково вежлив и приветлив к каждому респонденту [8].

Как мы видим, искусственный интеллект перестраивает части исследовательской отрасли, позволяя машинам выполнять определенные задачи, изучая опыт и приспосабливаясь к новым ресурсам. По сути, компьютеры обучаются обработке больших объемов данных и распознаванию закономерностей данных для выполнения следующих задач:

- индивидуальное создание вопросов по ходу проведения опроса;
- автоматическая обработка полевого материала в исследованиях;
- измерение ранее неизмеримых элементов человеческого поведения с использованием индивидуальных категорий анализа;
- сложный анализ больших данных (структурированных и неструктурированных);
- прогнозирование поведения покупателя [9].

Конечно, речь пока идет не о том, чтобы заменить профессионального модератора, а о том, чтобы применять современные технологии в маркетинговых исследованиях там, где это позволяет сокращать сроки без потери качества.

Кроме применения искусственного интеллекта, в качественных исследованиях появляются и другие новшества. Например, поиск инсайтов и гипотез на основе *анализа сообщений в социальных сетях*. Большим плюсом такого подхода является то, что люди обсуждают свои предпочтения по собственной воле, так, как им это удобно. Метод пока еще достаточно трудоемкий, так как нет быстрого способа «почистить базу» и отбросить ненужные сообщения из огромного массива, но, тем не менее, это вполне эффективно для выявления общих тенденций в предпочтениях потребителей [7].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Безусловно, технология Big Data, автоматизация, искусственный интеллект, машинное обучение получают еще более значительное развитие в индустрии маркетинговых исследований. Но за исследователем остается ключевой навык – понять, о чем вся эта история. Развитие технологий будет эффективно в комбинации с качественными исследованиями, которые позволяют ответить на вопрос «почему».

Библиографические ссылки

1. *Kemp S.* Digital-2023: Belarus [Электронный ресурс] // DataReportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-belarus> (дата обращения: 18.04.2023).

2. Риверсэмплинг: как это работает [Электронный ресурс] // Платформа для онлайн-опросов. URL: https://riversampling.ru/kak-eto-rabotaet__ (дата обращения: 18.04.2023).
3. *Галкина А., Суворина Т.* Онлайн-сообщество как многофункциональный инструмент обратной связи от потребителей [Электронный ресурс] // Шестая ежегодная выставка-конференция Research Expo 2022. URL: <https://researchexpo.ru/> (дата обращения: 19.04.2023).
4. *Мануильская К.* Тенденции развития рынка маркетинговых исследований (обзор выставки Research Expo) // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2019. № 3(129). С. 32–34.
5. Маркетинговые исследования: основные тенденции в развитии технологий и инструментария [Электронный ресурс] // Блог 4Service. URL: <https://4service.group/ua/marketingovyie-issledovaniya-osnovnye-tendentsii-v-razvitiitehnologij-i-instrumentariya/> (дата обращения: 19.04.2023).
6. *Дарья Сармонт:* сегодня есть огромный запрос на искренность [Электронный ресурс] // Ассоциация Коммуникационных и Маркетинговых Агентств. – URL: http://association.by/interview_sarmont_dni_marketinga_2022 (дата обращения: 19.04.2023).
7. Искусственный интеллект и парные танцы: о трендах в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] // Блог группы компаний Sarmont. URL: <https://sarmont.by/blog/iskusstvennyy-intellekt-i-parnye-tan/> (дата обращения: 20.04.2023).
8. *Анисимова Е., Демидов, А.* Эмпатичный робот и машинное обучение [Электронный ресурс] // Шестая ежегодная конференция Research Expo 2022. URL: <https://researchexpo.ru/> (дата обращения: 20.04.2023).
9. 9 трендов в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] // Корпоративный блог исследовательской компании BRIF Research Group. URL: <https://www.brif.kz/blog/?p=3431> (дата обращения: 20.04.2023).

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ОЦЕНКИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В. Ю. Морозова

vika2002.minsk@gmail.com;

Научный руководитель – И. М. Лазаревич, кандидат экономических наук, доцент

В статье описывается содержание процесса цифровой трансформации. В качестве ключевых целей выделяются изменение организационных структур, трансформация бизнес-моделей и повышение гибкости компании. В качестве основы для разработки стратегии и программы цифровой трансформации предлагается использовать оценку цифровой зрелости предприятия. Проведен сравнительный анализ восьми моделей оценки цифровой трансформации и сформулированы рекомендации по совершенствованию методов оценки цифровой зрелости предприятий.

Ключевые слова: предприятие; цифровая трансформация; методики оценивания; комплексный подход оценивания; характеристика методик оценивания.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время цифровая трансформация – один из главных факторов развития национальной экономики. Цифровая трансформация предполагает функциональное и технологическое изменения, основанные на цифровых технологиях. Так как предприятия вступают во взаимоотношения с другими субъектами хозяйствования, органами государственного управления, потребителями, а также с работниками, то требуется адаптация систем взаимоотношений посредством внедрения и развития цифровых платформ как внутри, так и за его пределами. С целью создания и сохранения конкурентных преимуществ предприятию целесообразно регулярно адаптировать составляющие элементы бизнес-модели, обеспечивающие наибольший прирост добавленной стоимости, под меняющиеся условия цифровизации.

В современных условиях наблюдается усиление влияния цифровых преобразований всех сфер экономики на эффективность и конкурентоспособность субъектов хозяйствования Республики Беларусь.

Степень гармонизации процессов цифровой трансформации предприятия в целом и его обособленных структурных подразделений, бизнес-процессов может определяться посредством различных систем показателей.

Одним из направлений внедрения цифровых инноваций является маркетинговая деятельность предприятия, требующая применения

собственной уникальной системы измерения уровня ее цифровой трансформации [1].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Оценку прогресса цифровой трансформации на разных временных промежутках обычно осуществляют по шести измерениям, или направлениям, предложенным компанией Siemens:

–интенсивность использования данных: стратегия управления данными, аккумуляция, системы хранения и анализа данных, принятие решений, основанное на данных;

–связанность объектов и субъектов: использование сенсоров в производстве и реализации, объединение предприятий и производственного оборудования в единую сеть;

–адаптивность процессов: цифровые проектирование, моделирование и кастомизация продуктов, роботизация;

–интеграция: интеграция данных предприятия и участников цепочки поставок;

–безопасность: стратегия и внедрение систем обеспечения кибербезопасности;

–люди: руководство и обучение новым знаниям и навыкам [2].

Таким образом, к измерению эффектов цифровой трансформации необходимо подходить прежде всего с позиций оценки технико-экономических показателей бизнес-процессов, человеческих и технологических ресурсов.

С целью выработки подходов оценки уровня цифровой трансформации маркетинговой деятельности предприятия приведен сравнительный обзор существующих методик (таблица) [3, 4].

Сравнительная характеристика методик

Название методики	Авторы методики	Группы показателей оценки
Оценка цифровой трансформации	Центр цифрового бизнеса MIT (MIT Center for Digital Business)	Клиентский опыт, операционные процессы и бизнес-модели / 9 показателей
Модель цифровой зрелости	Компания Deloitte	Потребители, стратегия, технологии, производства, структура и культура организации / 179 показателей
Индекс цифровой трансформации	Аналитическое агентство Arthur D. Little	Стратегия и руководство, продукты и сервисы, управление клиентами, операции и цепочки поставок, корпоративные сервисы и контроль, информационные технологии, рабочее место и культура / 23 показателя

Окончание таблицы

Название методики	Авторы методики	Группы показателей оценки
Модель оценки цифровых способностей	Компания KPMG	Видение и стратегия, цифровые таланты, ключевые цифровые процессы, гибкие источники и технологии, руководство / нд
Цифровое пианино	Глобальный центр трансформации цифрового бизнеса	Бизнес-модель, организационная структура, сотрудники, процессы, ИТ-возможности, предложения, модель взаимодействия / нд
Цифровые преобразования	Компания Ionology	Стратегия и культура, персонал и клиенты, процессы и инновации, технологии, данные и аналитика / нд
Индекс зрелости Индустрии 4.0 Asatech	Национальная академия наук и техники Германии	Ресурсы, информационные системы, культура и организационная структура
Оценка стратегических преобразований в процессе цифровой трансформации	Российская компания Команда-А (KMDA)	Клиентоцентричность, коллаборации, данные, инновации, ценность, люди

По результатам обобщения действующих методик нами предложены:

1. Группы показателей оценки:

- персонал,
- технологии,
- процессы,
- контроль качества процессов,
- клиенты,
- кибербезопасность,
- данные и аналитика,
- стратегия.

Показатели расположены по степени важности в порядке убывания.

2. Методика оценки уровень цифровой трансформации маркетинговой деятельности (расчёт уровня достижения установленных значений параметра):

1) расчёт по каждой группе показателей (для анализа уровня цифровой трансформации по каждой отдельной группе);

2) расчёт взаимосвязанных групп показателей (данные расчёты выполняются по той причине, что эффект от цифровой трансформации следующей группы показателей зависит от предыдущей);

3) расчёт общего (единого) результата по всем группам показателей (единый результат выполняется исключительно для упрощения

анализа уровня цифровой трансформации и проверки отклонения от нормы, которая должна быть достигнута после полной трансформации).

Уровень цифровой трансформации бизнес-процессов предприятия, включая маркетинговую деятельность, можно представить в виде графиков (рисунок).

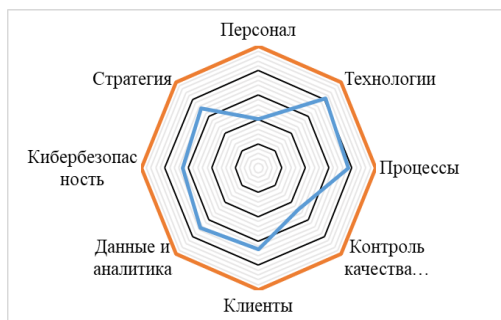


Рис. 1. Пример графика



Рис 2. Пример графика

Практическое применение предложенной методики оценки уровня цифровой трансформации маркетинговой деятельности субъектами хозяйствования Республики Беларусь будет способствовать повышению эффективности контрольной функции оцениваемых ими процессов.

Библиографические ссылки

1. АНО «Цифровая экономика» [Электронный ресурс]. URL: <https://data-economy.ru/organization> (дата обращения: 04.04.2023).
2. Цифровая трансформация компаний [Электронный ресурс]. URL: <https://economicsjournal.spbu.ru/article/download/6215/7252> (дата обращения: 07.04.2023).

3. Комплексная методика оценки уровня цифровизации организаций [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompleksnaya-metodika-otsenki-urovnya-tsifrovizatsii-organizatsiy/viewer> (дата обращения: 04.04.2023).
4. Цифровая зрелость предприятия: методы оценки и управления [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-zrelost-predpriyatiya-metody-otsenki-i-upravleniya/viewer> (дата обращения: 07.04.2023).

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ФИНАНСОВ: ЭТАПЫ ЗРЕЛОСТИ И ПРЕИМУЩЕСТВА ПЕРЕХОДА

М. Д. Морозова, А. А. Журавель

melitaaamorozovaaa@gmail.com

Научный руководитель – О. С. Евменчик, старший преподаватель

Статья посвящена совершенствованию процесса вовлечения и эффективного использования современных цифровых технологий в системе управления финансами организации.

Ключевые слова: цифровизации финансов; управление финансами; цифровая трансформация.

ВВЕДЕНИЕ

Для определения понятия «цифровизации финансов» обратимся к следующим источникам:

Цифровизация финансов – это процесс применения цифровых технологий для управления финансами, который включает в себя автоматизацию бухгалтерского учета, электронный документооборот, онлайн-банкинг и мобильные приложения для управления финансами [1]. Цифровизация финансов – это процесс использования современных технологий для упрощения и оптимизации финансовых процессов, таких как автоматизация бухгалтерского учета, электронный документооборот, онлайн-банкинг и мобильные приложения для управления финансами. Целью цифровизации финансов является повышение эффективности и прозрачности финансовых операций, а также улучшение качества обслуживания клиентов [2].

Исходя из этого, можно говорить о цифровизации финансов, как о процессе перехода от традиционных методов управления финансами к использованию цифровых технологий, включающем автоматизацию бухгалтерского учета, электронный документооборот, онлайн-банкинг, мобильные приложения для управления финансами и другие инновационные решения.

Стоит отметить, что внедренные технологии оказывают большее влияние, когда выполняются согласованно, а не выборочно. Наибольшую выгоду получают организации, широко применяющие их в

различных бизнес-функциях. Deloitte analysis рекомендует организациям продолжить работу, выбрав одну бизнес-функцию для комплексной цифровой трансформации. Под этим подразумевается применение полного набора цифровых опор для системного преобразования этой функции [3].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Рассмотрим преимущества перехода к цифровизации. Ключевой факт мотивирует приверженность некоторых лидеров цифровой трансформации: более высокий уровень цифровой зрелости связан с лучшими финансовыми показателями (рис. 1).

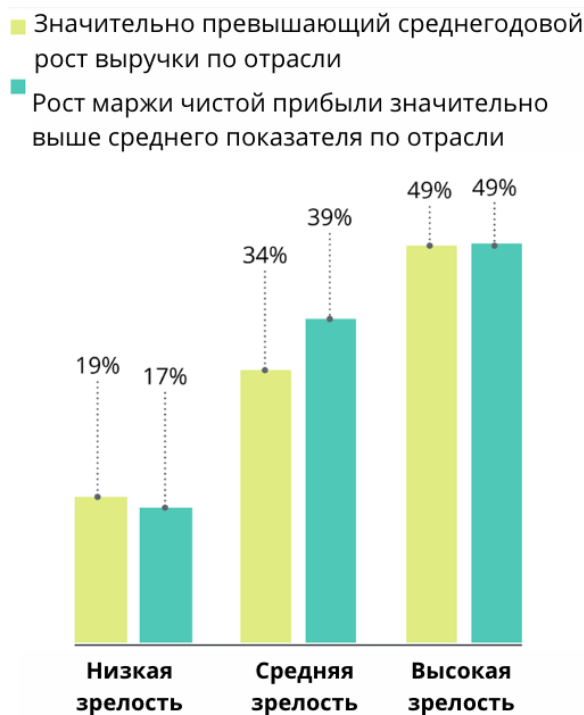


Рис. 1. Корреляция цифровой зрелости с масштабом усилий

Около половины опрошенных организаций с более высоким уровнем зрелости сообщили, что их чистая прибыль и выручка значительно превышают средний показатель по отрасли, по сравнению с 17 и 19 % организаций с более низким уровнем зрелости соответственно (рис. 2). Deloitte analysis считает, что это в значительной степени связано с тем, что цифровые технологии позволяют зрелым в цифровом отношении организациям выявлять и использовать новые возможности, развивать новые потоки доходов, более гибко реагировать на потребности клиентов и рынка и работать с большей эффективностью [3].



Рис. 2. Цифровая зрелость по отраслям

Сравним востребованность программного обеспечения (далее – ПО) за 2021 и 2023 годы. Deloitte analysis предоставил следующие результаты исходя из рейтинга наиболее часто используемых ПО: 30 % предприятий использует 1С, 30 % пользуется SAP 2/3/4, 20 % выбрали ПО «Галактика», 10 % – ПАРУС, 10 % используют FinancialForce. Рейтинг за 2023 год: 1С – 20 %, SAP 2/3/4 – 20 %, Галактика – 30 %, ПАРУС – 15 %, FinancialForce – 15 % [3].

Корпорация «Галактика» – российский разработчик национальной платформы цифровизации для крупных предприятий, холдингов и государственных корпораций и бизнес-приложений по планированию и управлению производством, производственными активами и надежностью. Система обладает высокой производительностью, широкими функциональными возможностями, отличными интеграционными свойствами и обеспечивает сотрудников предприятия достоверной информацией для принятия эффективных решений [4].

SAP позволяет автоматизировать бухгалтерский учет, управление финансами и закупками, а также улучшить аналитику и прогнозирование.

SAP S/4HANA помогает исполнять следующие задачи:

- получение аналитики и данных в реальном времени;
- оптимизация процессов за счет использования единой системы с широким функционалом;
- обеспечение высокого уровня прозрачности операций в компании;

- упрощение процессов и сокращение циклов принятия управленческих решений;

- точное планирование ресурсов;

- увеличение скорости принятия решений;

- обеспечение руководства актуальной информацией о производстве и возникающих критических ситуациях.

Проанализировав рейтинг цифровой зрелости по странам, мы видим, что лидирует Дания, Швеция. Завершают рейтинг Греция и Польша [5].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Из вышесказанного можно сделать выводы о том, что цифровизация в финансах является актуальной темой, так как она может значительно повысить эффективность работы компании. Самыми популярными ПО являются С1, SAP и Галактика. Самая высокая цифровая зрелость фигурирует в отрасли технологий, телевидения и медиа. Возглавляют рейтинг высокой цифровой зрелости такие страны как Дания, Швеция, Финляндия и Бельгия.

Библиографические ссылки

1. ОАО «Сбер Банк» [Электронный ресурс]. URL: https://www.sberbank.ru/ru/about/press_center/all/2019/04/25/sberbank-predstavil-novye-produkty-i-uslugi-na-osnove-cifrovizacii-finansov (дата обращения: 01.04.2023).
2. Газпромбанк [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazprombank.ru/about/press-center/news/2020/12/14/gazprombank-razvivaet-cifrovye-servisy-dlya-biznesa/> (дата обращения: 01.04.2023).
3. Deloitte Insights [Электронный ресурс]. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/digital-maturity/digital-maturity-pivot-model.html> (дата обращения: 02.04.2023).
4. Корпорация «Галактика» [Электронный ресурс]. URL: <https://galaktika.ru/> (дата обращения: 04.04.2023).
5. Digital Economy and Society Index (DESI) 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2020/06/DESI2020Thematicchapters-FullEuropeanAnalysis.pdf> (дата обращения: 04.04.2023).

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ И ЛОГИСТИКИ

А. С. Мундяло, К. В. Енджиевская

vetero4ek222@gmail.com, kristinaendzievskaa@gmail.com;

Научный руководитель – А. Д. Молокович, кандидат экономических наук, доцент

В статье рассмотрена динамика экспорта и импорта в разных странах и сделаны соответствующие выводы. Рассмотрена и проанализирована логистика Российской Федерации и Республики Беларусь в 2022 году. Также обозначено влияние санкций со стороны западных стран по отношению к России и Беларуси на мировую торговлю и логистику, выделено три тренда в мировой торговле и логистике и сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: тенденции импорта и экспорта; мировая торговля и логистика; санкции в логистике; тренды мировой торговли; логистика в условиях санкций.

ВВЕДЕНИЕ

Вопросы логистики всегда были важной составляющей международной торговли и грузоперевозок, особенно важной стала их организация в начале 2020 года, во время наступления пандемии COVID-19. Размеры фрахтов выросли, себестоимость импортируемых товаров возросла вслед за ними, перевозочные емкости начали сокращаться, а партнеры ожидаемо задумались об изменении логистической политики. Сбои в логистике в пандемию нарушили мировую торговлю и производство в глобальных цепях поставок, чем вызвали дефицит товаров не только потребительского, но и производственного сегмента. Яркий пример – острая нехватка полупроводников – одного из основных элементов для производства микросхем. Из-за его дефицита резко выросли цены на электронику, бытовую технику и автомобили (в которых повсеместно применяются электронные микросхемы) [1].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

В 2020 г. был отмечен резкий спад международной торговли (-8 %). Тенденции импорта и экспорта в развивающихся и развитых странах в процентах можно отследить в таблице [2].

Если смотреть не только на средние показатели, то структура международной торговли на 2020 год демонстрирует некоторую неоднородность по странам. Торговля снизилась во всех странах, однако масштабы этого падения были разными.

Тенденции импорта и экспорта в развивающихся и развитых странах, %

	1 кв. 2020		2 кв. 2020		3 кв. 2020	
	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт
Мир	-6		-21		-5	
Развитые страны	-5	-6	-24	-22	-9	-8
Развивающиеся страны	-7	-2	-17	-20	-5	-11

Источник: [2]

Примечательно, что драйвером восстановления экономики и мировых цепочек поставок во второй половине 2020 года во многом стал Китай.

В 2021 году ситуацию улучшилась, логистика наладилась, но события 2022 года опять перекроили рынок международных перевозок. В условиях санкционных ограничений мир поделился на недружественные, нейтральные и дружественные страны по отношению к Беларуси и Российской Федерации [3]. Особенно это значимо для России, так как она является одним из крупнейших поставщиков различных товаров и энергоресурсов на мировом рынке, а Беларусь, в свою очередь, напрямую зависит от российского рынка.

В 2022 году заказчики зачастую руководствовались принципом: главное – привезите. При этом стоимость доставки практически не имела значения. В результате, по разным оценкам, несмотря на просевший курс рубля, импорт в России подорожал в среднем на 30 %. Также 2022 год был богат на необычные, на первый взгляд решения по доставке грузов. Например, как альтернатива железнодорожной и автоперевозке из Китая появляется их комбинация – автодоставка до Забайкальска и далее по России железнодорожным транспортом. Началось освоение новых путей доставки через Азию [3]. То есть в общем ориентация на перестройку логистической системы России идет на Восток. К тому же падают экономические показатели стран Европейского союза (ЕС) в условиях санкций, что приводит к изменению логистических процессов на мировом рынке и общемировому повышению инфляции.

Таким образом, можно выделить 1 тренд – переориентацию значительной части мировых торговых потоков и логистики, которая приведет к геоэкономической фрагментации. Геоэкономическая фрагментация есть следствие санкционной дезинтеграции глобальной экономики, которая может повлечь потерю около 13 % ВВП у многих стран. Решением этой проблемы может послужить снижение торговых барьеров и создание дешевой системы трансграничных платежей. При этом глобальная экономика разделится на две части: американско-европейская и китайская [4].

Так как многие страны теперь будут ориентироваться не на Россию, а на Китай и Индию для получения энергоресурсов и других товаров, то это повысит конкурентоспособность данных стран над Российской Федерацией. Об этом говорит повышение экспорта из Китая: в США (до 576 млрд. долл. в 2021 г.), в ЕС (472 млрд. долл. в 2021 г.). При этом дешевизна китайских товаров улучшила уровень жизни некоторых развивающихся стран, в том числе и Беларуси, вытеснив их собственные товары [4].

Из этого следует выделить 2 тренд – экономическое лидерство переходит к Азии, так как доля Индонезии, Китая, Индии и Вьетнама на мировом рынке почти сравнялась с долей Великобритании, ЕС и США. Мировой экспорт Китая достиг 15 %, а доля США в мировом экспорте снизилась с 12,17 % до 7,87 %. Стоит отметить, что увеличение доли участия в мировой торговле увеличивает значимость страны во всем мире [4].

В действующих условиях, как говорилось ранее, наблюдается нарушение цепей поставок, что способствует 3 тренду – снижению доли транспортных услуг в суммарных экспортных услугах. Этому также способствовали следующие моменты:

- глобальная нехватка контейнеров и высокая стоимость их фрахтовки (11 тыс. долл. за 40-футовый контейнер);
- перегруженность морских портов в Китае;
- блокировка Россией черноморских путей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно сказать, что мировая торговля и логистика уже не будут прежними. Продавцам необходимо выстраивать новые цепи поставок и искать новых клиентов. Тем не менее, это будет способствовать повышению уровня логистики за счет пересмотра старой системы и предложения новых и более выгодных источников доставки товаров. Уровень экономики стран ЕС на ближайшее время снизится за счёт введённых санкций по отношению к России, что сказывается на удорожании коммунальных платежей в несколько раз. Значимость Китая и азиатских стран возрастет на мировом рынке, а это поспособствует укреплению второй мировой резервной валюты – юаня.

Библиографические ссылки

1. Современные тренды в международной логистике 2021–2022 [Электронный ресурс]. 2021. 27 октября. URL: <https://novelco.ru/press-tsentr/ovremennye-trendy-v-mezhdunarodnoy-logistike-2021-2022-/> (дата обращения: 09.04.2023).
2. Ключевые тенденции развития международной торговли товарами. Как кризис отражается на импорт и экспорт? [Электронный ресурс]. 2021. 23 марта. URL: <https://trans.info/ru/klyuchevyie-tendentsii-razvitiya-mezhdunarodnoy-torgovli->

tovarami-kak-krizis-otrazhaetsya-na-import-i-eksport-228652 (дата обращения: 09.04.2023).

3. Логистика-2023: цены, решения, тренды [Электронный ресурс]. URL: <https://www.retail.ru/articles/logistika-2023-tseny-resheniya-trendy/> (дата обращения: 10.04.2023).
4. Тренды XXI века в мировой экономике, торговле, логистике и их влияние на Беларусь и Россию [Электронный ресурс]. URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/287757/1/Ковалев%2C%20Королева.pdf> (дата обращения: 11.04.2023).

МОНИТОРИНГ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК МАРКЕРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

И. В. Пешкур

innapeshkur@gmail.com;

Научный руководитель – А. Б. Дудкин, старший преподаватель

Статья посвящена анализу позиций банков Республики Беларусь по уровню рентабельности как ключевого маркера конкурентоспособности. Проблемой данного исследования является рост санкционного давления на банковский сектор Республики Беларусь, которое непосредственно влияет на уровень банковской эффективности и конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность банков; банковская эффективность; рентабельность белорусских банков; банковский сектор Беларуси.

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день конкурентоспособность является неотъемлемой частью эффективной деятельности. Конкурентоспособность подразумевает ресурсный потенциал и возможность его грамотного использования, а с помощью эффективности принято оценивать, насколько данная взаимосвязь прибыльна. Так как эффективность входит в понятие конкурентоспособности, важно проанализировать ее уровень, а также факторы, которые влияют как в положительную, так и отрицательную стороны.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Важным показателем эффективности работы банка является показатель рентабельности активов (ROA, Return on Assets), который иллюстрирует отдачу активных вложений и рассчитывается по формуле:

$$ROA = \text{ЧП} / \text{СА} \times 100; \quad (1)$$

где ЧП – чистая прибыль;

СА – средняя величина активов.

С точки зрения инвестиционной привлекательности банка наиболее показательным считается рентабельность капитала (ROE, Return on Equity), которая рассчитывается по формуле:

$$ROE = \text{ЧП} / \text{СК} \times 100; \quad (2)$$

где СК – средняя величина собственного капитала.

Для расчета показателей рентабельности необходимо проанализировать динамику чистой прибыли банковского сектора. В таблице 1 приведена динамика чистой прибыли белорусских банков за 2021–2022 гг., а также установлена позиция каждого банка по объему чистой прибыли, где 1 место – самый большой объем чистой прибыли по банковской системе, 21 – самый маленький объем чистой прибыли (табл. 1).

Таблица 1

Чистая прибыль банков Республики Беларусь за 2021-2022 гг.

Наименование банка	2021		2022		Отклонение, +/-
	прибыль, тыс. руб.	место	прибыль, тыс. руб.	место	
А	1	2	3	4	5
ОАО «АСБ Беларусбанк»	386 318	1	511 609	1	+125 291
ОАО «Белагропромбанк»	71 507	6	126 902	6	+55 395
ОАО «Белинвестбанк»	31 387	11	199 351	3	+167 964
ОАО «Банк Дабрабыт»	37 068	10	27 397	14	-9 671
ОАО «Паритетбанк»	2 877	16	8 189	16	+5 312
ОАО «Сбер Банк»	155 215	3	160 454	5	+5 239
ОАО «Белгазпромбанк»	81 916	5	83 687	10	+1 771
ОАО «Банк БелВЭБ»	44 919	9	31 346	13	-13 573
«Приорбанк» ОАО	147 572	4	365 932	2	+218 360
ЗАО «Альфа-Банк»	171 341	2	196 214	4	+24 873
ЗАО Банк ВТБ	52 624	7	86 286	9	+33 662
ЗАО «МТБанк»	49 196	8	93 577	7	+44 381
ОАО «Технобанк»	12 713	12	86 317	8	+73 604
ОАО «БНБ-Банк»	12 284	13	32 358	12	+20 074
ЗАО «ТК Банк»	6 522	15	11 962	15	+5 440
ЗАО «БСБ Банк»	12 192	14	54 200	11	+42 008
ЗАО «РРБ-Банк»	2 142	18	2 391	21	+249
ЗАО «Банк Решение»	573	20	5 523	18	+4 950
ЗАО «БТА Банк»	1 360	19	2 427	20	+1 067
ОАО «СтатусБанк»	2 214	17	7 142	17	+4 928
ЗАО «Цептер Банк»	291	21	3 002	19	+2 711

Как видно из данных, приведенных в таблице 1, у большинства банков чистая прибыль за анализируемый период выросла, что несколько не коррелирует с санкционным давлением. Очевидно, что из-за отключения от SWIFT, отсутствия источников международного финансирования (ЕБРР, МВФ, европейские банки), политики «девалютизации» в некоторых банках и др., чистая прибыль должна была снизиться. Однако на формирование прибыли оказывают влияние множество факторов. Сум-

марные значения показателей формирования прибыли по банковскому сектору и их динамика продемонстрированы в таблице 2.

Таблица 2

Структура прибыли банковского сектора в динамике за 2021-2022 гг.

Показатель	2021	2022	Изменение, +/-
Чистые процентные доходы, млн. руб.	2990,9	3889,4	+898,5
Чистые комиссионные доходы, млн. руб.	1593,1	1689,5	+96,4
Прочие доходы (расходы), млн. руб.	545,3	1737,8	+1192,5
Операционные доходы (расходы), млн. руб.	-2624,8	-2949,3	-324,5
Чистые отчисления в резервы, млн. руб.	-875,5	-1755,4	-880,0
Поступления по ранее списанным долгам и налог на прибыль, млн. руб.	-298,1	-514,5	-216,4
Прибыль, млн. руб.	1330,9	2097,5	766,6

Как видно из приведенных данных, суммарная прибыль банковского сектора за анализируемый период увеличилась на 766,6 млн. руб. Повышению прибыли способствовали увеличение чистых процентных доходов, чистых комиссионных доходов и прочих доходов. В свою очередь, увеличение чистых процентных доходов связано с политическими событиями начала 2022 года, вследствие которых имел место рост процентных ставок. Кроме того, важную роль сыграл валютный фактор, т.к. рублевый эквивалент валютной части чистого процентного дохода также вырос.

Рост прочих доходов (расходов) обеспечен за счет положительной валютной переоценки иностранной валюты, произошедшей в 1 квартале 2022 года. Именно тогда на фоне политических факторов и первых санкций начал расти курс валют, и именно этот элемент формирования прибыли обеспечил самый большой ее прирост на 1192,5 млн. руб.

Нельзя также не отметить увеличение чистых отчислений в резервы, которые отрицательно сказались на итоговой прибыли банковского сектора. Основной причиной является рост кредитного риска в связи с ухудшением ситуации в экономике и финансового состояния должников. Однако часть банков воспользовалась преференциями Национального банка [1], суть которых заключается в том, что в текущей экономической ситуации при оценке уровня кредитного риска банки вправе игнорировать некоторые факторы и классифицировать задолженность как менее рисковую. Это сделано, чтобы не вгонять банки в убытки, связанные с отчислениями в резервы.

Рассчитаны показатели ROA и ROE за год по всем банкам Республики Беларусь за 2021–2022 гг., а также установлена позиция каждого

банка по уровню показателя. За анализируемый период оба показателя рентабельности банковского сектора выросли. Так, средний ROA вырос на 0,59 %, ROE – на 3,23 % [2]. Рост показателей несколько не коррелирует с санкционным давлением на белорусские банки, однако, связан с теми же факторами, которые повлияли на рост чистой прибыли (табл. 3).

Таблица 3

Позиции банков Республики Беларусь по рентабельности активов и капитала

Наименование банка	2021				2022			
	ROA, % год	место	ROE, % год	место	ROA, % год	место	ROE, % год	место
А	1	2	3	4	5	6	7	8
«АСБ Беларусбанк»	1,0	13	6,77	13	1,2	18	7,1	16
«Белагропромбанк»	1,90	10	16,82	6	2,3	13	16,6	10
ОАО «Белинвестбанк»	0,62	15	5,06	14	4,06	9	24,7	6
ОАО «Банк Дабрабыт»	2,6	7	20,42	4	2,1	14	12,1	12
ОАО «Паритетбанк»	0,45	17	2,52	19	1,0	19	6,9	17
ОАО «Сбер Банк»	3,22	3	20,66	3	3,2	11	19,9	9
ОАО «Белгазпромбанк»	2,15	9	10,51	11	2,1	15	10,6	13
ОАО «Банк БелВЭБ»	0,95	14	7,24	12	1,7	17	14,1	11
«Приорбанк» ОАО	3,08	5	17,91	5	5,7	4	32,8	3
ЗАО «Альфа-Банк»	4,84	1	28,58	1	4,6	6	25,0	5
ЗАО Банк ВТБ	2,46	8	16,19	7	4,4	8	21,8	8
ЗАО «МТБанк»	0,33	19	15,13	8	4,5	7	22,8	7
ОАО «Технобанк»	1,87	11	14,04	9	10,4	1	62,3	2
ОАО «БНБ-Банк»	1,58	12	12,71	10	3,3	10	28,1	4
ЗАО «ТК Банк»	3,19	4	3,46	16	5,5	5	6,0	19
ЗАО «БСБ Банк»	3,27	2	20,67	2	9,2	2	67,3	1
ЗАО «РРБ-Банк»	0,52	16	4,22	15	0,6	21	4,4	21
ЗАО «Банк Решение»	0,23	20	1,06	20	2,4	12	10,0	14
ЗАО «БТА Банк»	0,34	18	2,63	18	0,6	20	4,5	20
ОАО «СтатусБанк»	2,75	6	3,24	17	6,0	3	9,8	15
ЗАО «Цептер Банк»	0,17	21	0,62	21	2,0	16	6,2	18
Среднее значение	1,4	–	9,97	–	1,99	–	13,2	–

Таким образом, несмотря на санкционное давление на банки Республики Беларусь, им удастся продолжать эффективно функционировать благодаря рациональному наращиванию капитала и эффективному размещению ресурсов.

Библиографические ссылки

1. Об отдельных вопросах регулирования деятельности банков, небанковских кредитно-финансовых организаций и открытого акционерного общества «Банк развития Республики Беларусь» в 2023 году [Электронный ресурс] : Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 1 декабря 2022 года №451 // Национальный банк Республики Беларусь. URL: <https://www.nbrb.by/legislation/banksupervision> (дата обращения: 14.04.2023).
2. Обзор деятельности и характеристика устойчивости функционирования банков Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. URL: https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_01_01_2022.pdf. – (дата обращения: 25.04.2023).
3. Бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. URL: <https://www.nbrb.by/system/banks/financialposition/balancesheet> (дата обращения: 22.04.2023).

ВНЕШНИЙ ДОЛГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ЦЕЛИ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ

А. И. Пойта

nastyapoyta@mail.ru;

Научный руководитель – А. В. Егоров, кандидат экономических наук, доцент

Целью данного исследования является анализ внешнего долга в Республике Беларусь на современном этапе. Причиной возникновения внешней задолженности в большинстве случаев являются внешние дисбалансы, то есть нарушения равновесия на счетах данной страны с остальным миром. При значительном повышении процентного соотношения суммы процентных платежей и выплат в счет основной суммы (погашения) долга по внешней задолженности и экспорта товаров и услуг странам становится нелегко выполнить свои внешние долговые обязательства без резкого ограничения импорта товаров и услуг.

Ключевые слова: валовой внешний долг; сектор государственного управления; финансовые ресурсы; методы управления.

Валовой внешний долг Республики Беларусь на любой данный момент времени представляет собой непогашенную сумму фактических (а не условных) текущих обязательств резидентов Республики Беларусь перед нерезидентами экономики, которая требует выплаты процентов и основного долга в определенный момент в будущем.

Внешний долг включает задолженность всех секторов экономики Республики Беларусь перед нерезидентами, данные по внешнему долгу формируются в долларах США.

На 1 января 2023 г. валовой внешний долг Республики Беларусь составил 39,7 млрд. долл. США и за 2022 год сократился на 2,2 млрд. долл. США, или на 5,3 %.

В структуре валового внешнего долга по секторам экономики на 1 января 2023 г. основными заемщиками иностранных инвестиций по-прежнему оставался сектор государственного управления. Внешний долг сектора государственного управления на 1 января 2023 г. сложился на уровне 18,5 млрд. долл. США и увеличился за 2022 год на 1,5 %. Внешние долговые обязательства рассматриваемого сектора экономики занимали наибольший удельный вес в общем объеме валового внешнего долга Республики Беларусь (46,6 %) и были представлены исключительно долгосрочными обязательствами.

На 1 января 2023 г. в структуре валового внешнего долга по срокам погашения по сравнению с данными на 1 января 2022 г. отмечено сокращение удельного веса долгосрочных и увеличение доли

краткосрочных внешних долговых обязательств на 0,6 процентного пункта.

Вместе с тем, в общем объеме валового внешнего долга основную часть (74,7 %, или 29,7 млрд. долл. США) сформировали долгосрочные обязательства со сроком погашения свыше одного года.

Внешние долговые обязательства Республики Беларусь на 1 января 2023 г. практически полностью сформированы в иностранной валюте (97,0 % общего объема валового внешнего долга). На доллары США, евро и российские рубли пришлось 90,1 % всех внешних долговых заимствований.

В общем объеме внешнего долга Республики Беларусь наибольший удельный вес по-прежнему составляли обязательства по привлеченным из-за рубежа кредитам и займам – 51,5 % (20,5 млрд. долл. США), торговым кредитам и авансам – 16,7 % (6,6 млрд. долл. США) и депозитам – 12,9 % (5,1 млрд. долл. США). Обязательства перед нерезидентами по долговым ценным бумагам сложились в размере 3,9 млрд. долл. США (9,9 %)

На обслуживание внешнего долга за 2022 год потрачено 5,1 млрд. долл. США. В том числе на погашение основного долга направлено 4,1 млрд. долл. США, процентов и других выплат – 0,9 млрд. долл. США.

На протяжении последних лет размер внешнего долга достаточно стабилен, хотя погашение ранее привлеченных кредитов превышает поступления средств по новым займам. Определенные колебания величины внешнего долга иногда связаны не с изменением величины обязательств республики перед иностранными кредиторами, а с курсовыми разницеми, возникающими при пересчете кредитов, номинированных в евро, японских йенах и других валютах, в доллары США.

В 2023 году Республике Беларусь необходимо будет вернуть по государственному долгу 3,23 млрд. долл. США, и ключевые наши кредиторы находятся на Востоке.

Так, треть упомянутой суммы мы должны выплатить Российской Федерации, 17 % – Китаю, 11 % – Евразийскому фонду стабилизации и развития (ЕФСР), который наполняется в основном также за счет средств Российской Федерации. Остальная часть платежей – это выплаты по обязательствам, возникшим в связи с эмиссией гособлигаций на внутреннем и внешнем рынках.

Государство, чтобы исполнять обязательства по старым долгам, ведет активные переговоры с кредиторами о новых заимствованиях.

Республика Беларусь может теоретически рассчитывать на привлечение займов и на российском рынке капитала. В 2019–2020 годах Республика Беларусь уже занимала 20 млрд. руб. путем размещения долговых бумаг на Московской бирже.

Кроме того, у белорусского правительства есть опыт привлечения заимствований на китайском рынке капитала. В 2019 году Банк развития Китая выделил Республике Беларусь 500 млн. долл. Это была беспрецедентная сделка, поскольку Китай впервые позволил белорусским властям свободно распоряжаться этими деньгами, хотя до этого всегда увязывал выделение любых кредитов с закупкой китайского оборудования.

С учетом текущих переговоров с Евразийским фондом стабилизации и развития и будущих переговоров с Китаем можно сказать, что главный акцент в сфере долговой политики белорусские власти сделают на привлечении новых заимствований с восточного направления.

Что касается западного вектора, то вероятность новых заимствований там практически равна нулю. На фоне западных санкций котировки белорусских евробондов, которые Республика Беларусь размещала в 2020 году, до президентских выборов, серьезно просели.

Внешний долг очень обременителен для страны, так как необходимо отдавать ценное сырье, товары, оказывать определенные услуги, чтобы оплатить проценты и погасить долг. Проблема внешней задолженности приобрела глобальный характер, а проблема обслуживания внешнего долга стала одним из ключевых факторов обеспечения макроэкономической стабильности в стране. Следует иметь в виду, что от характера решения долговой проблемы будут зависеть бюджетная дееспособность Республики Беларусь, состояние ее валютных резервов и стабильность национальной валюты, уровень процентных ставок, инвестиционный климат, характер поведения всех сегментов отечественного финансового рынка.

В нашей стране главная цель внешнего заимствования сейчас – перекредитоваться, одолжить, чтобы вернуть старые долги, не объявив дефолта. Поэтому главной задачей властей является поиск очередной «порции» денег, а взять их сейчас можно только у Российской Федерации – у главного кредитора, у той страны, кому больше всего денег и должна Республика Беларусь.

Для Республики Беларусь наиболее приемлемыми могут быть следующие варианты:

- обмен внешнего долга на инвестиции как один из наиболее рентабельных способов стабилизации экономики;

•усовершенствование экспортно-импортной политики или обмен долга на экспорт позволяет осваивать новые рынки сбыта, тем самым повышая конкурентоспособность страны;

•расширение использования долговых ценных бумаг в целях ликвидации одной из главных причин роста внешнего долга – отрицательного сальдо платежного баланса.

Библиографические ссылки

1. Валовой внешний долг Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: [/https://www.nbrb.by/statistics/externaldebt/quarterlydynamics](https://www.nbrb.by/statistics/externaldebt/quarterlydynamics) (дата обращения: 03.02.2023).

ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ

Е. В. Савик

ekaterinasavik@gmail.com;

Научный руководитель – Т. В. Прохорова, кандидат экономических наук, доцент

Статья посвящена цифровизации бизнес-процессов в сфере управления трудовыми ресурсами. Основная проблема заключается в большом количестве рутинных задач в деятельности отдела управления персоналом. Цель исследования – выявить наилучшие инструменты для использования в белорусских компаниях. По итогам исследования определена ценность внедрения цифровых инструментов, предложены методы для его внедрения в организациях сферы высоких технологий и проведено глубинное интервью среди работников сферы информационных технологий для более детального изучения проблемы.

Ключевые слова: управление трудовыми ресурсами; сфера высоких технологий; цифровые инструменты управления; роботизация и искусственный интеллект; автоматизация бизнес-процессов.

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня на рынке существует множество различных платформ, программ, роботов и чат-ботов, призванных ускорить процесс подбора персонала в соответствии с потребностями работодателей. Многие компании по всему миру активно проводят цифровую трансформацию в сфере подбора персонала. Одной из самых популярных тенденций на рынке является внедрение цифровых технологий в HR-процессы.

Применение робототехники и искусственного интеллекта представляет собой инновационный и многообещающий подход к найму. С помощью робота-рекрутера кандидаты участвуют в аудио- или видеоинтервью, которые придерживаются заранее определенных алгоритмов и включают как открытые, так и закрытые вопросы. Разработка Skillaz демонстрирует, что робототехника может использоваться для заполнения как стандартных, так и нестандартных рабочих мест.

Программное обеспечение, разработанное американской корпорацией HireVue, является решением проблем, возникающих на начальных этапах отбора кандидатов. Это достигается за счет анализа опыта кандидата, психологического профиля, невербальных ответов и точности информации, представленной в их резюме. Программное обеспечение также сравнивает кандидата с заранее установленными стандартами компании. После завершения этого шага сервис формирует

список потенциальных кандидатов, отвечающих требованиям заказчика [1, с. 156].

В рекрутинге наблюдается рост популярности чат-ботов и ботов. Эти инструменты используются для сбора важной информации от заявителей, включая личные данные и документы, а также для обработки и передачи им решения. Кроме того, чат-боты могут выполнять административные обязанности, такие как планирование встреч и создание подробных профилей кандидатов, а также ведение списков потенциальных кандидатов и соискателей. Теперь чат-ботов можно создавать на различных платформах обмена сообщениями, таких как Telegram, Viber, WhatsApp и Facebook Messenger [2, с. 12].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Использование предиктивной аналитики и больших данных представляет собой мощное сочетание информационных технологий и инструментов, которые позволяют оценивать многочисленные факторы, влияющие на оптимальную производительность сотрудников и всей организации в будущем. Кроме того, эти инструменты HR-аналитики позволяют прогнозировать предстоящие увольнения сотрудников, снижать текучесть кадров, повышать удовлетворенность работой, а также лояльность компании. Интеграция аналитики больших данных в современные компании выявила взаимосвязь между набором персонала и маркетингом [3]. Таким образом, потенциальных кандидатов можно рассматривать как потенциальных потребителей, а методы найма можно оптимизировать, исключая лишние шаги, что было исследовано автором в предыдущей работе [4, с. 208]. Система ATS включает в себя несколько платформ, в том числе E-Staff Recruiter/Experium, FriendWork Recruiter, HuntFlow, AmazingHiring и GoRecruit. Эти платформы предоставляют возможность просматривать резюме из нескольких веб-источников, анализировать данные соискателей на основе информации, содержащейся в резюме и профилях в социальных сетях, и создавать исчерпывающие профили кандидатов. Одним из заметных преимуществ этих платформ является автоматическое создание аналитических отчетов, упрощающее работу специалистов.

Агрегация и уберификация являются последними областями, затронутыми технологическими достижениями. С помощью агрегатора резюме можно собирать резюме с различных сайтов поиска работы, таких как HeadHunter, LinkedIn и SuperJob, а также из социальных сетей, как ВКонтакте, Facebook и Twitter, и профессиональных сообществ. Примерами таких инструментов являются, например, Яндекс.Работа в России и Indeed.com на Западе. Кроме того, существуют различные

платформы, такие как AmazingHiring, Friend Work Recruit, Go Recruit, CleverStaff и Workable. AmazingHiring уникален тем, что собирает данные из более чем 80 источников [5].

В Беларуси, как и во многих других странах, существует широкий спектр HR-инструментов, которые могут применяться в различных сферах управления персоналом. Некоторые из них включают в себя:

- HR-системы управления персоналом (HRM-системы): это программные продукты, которые автоматизируют многие аспекты работы HR-отдела, включая управление кадровыми досье, контроль рабочего времени и учет оплаты труда. Некоторые из популярных HRM-систем, которые могут быть применены в Беларуси, включают SAP SuccessFactors, Oracle HCM Cloud, Workday HCM, и другие.

- онлайн-платформы для найма сотрудников: такие платформы, как LinkedIn, Glassdoor и Indeed, могут быть использованы для публикации вакансий и поиска соответствующих кандидатов. Кроме того, существуют специализированные платформы, такие как HeadHunter, Rabota.by, и другие.

- системы оценки производительности: это инструменты, которые позволяют оценить работу сотрудников, их компетенции и потенциал, а также разработать планы и цели на будущее. Некоторые из них включают в себя Performance Pro, BambooHR, 15Five, и другие.

- коммуникационные платформы: это программные продукты, которые позволяют сотрудникам общаться друг с другом и с руководством. Это могут быть такие платформы, как Slack, Microsoft Teams, Zoom и другие.

- обучающие платформы: это системы, которые позволяют проводить онлайн-обучение для сотрудников. Некоторые из них включают в себя Udemy, Coursera, Skillshare и другие.

- инструменты для управления проектами и задачами: такие инструменты, как Trello, Asana, Basecamp и другие, могут быть использованы для управления проектами и задачами внутри компании.

- аналитические платформы: такие инструменты, как Tableau, QlikView, Power BI и другие, могут быть использованы для анализа данных, связанных с персоналом, таких как текучесть кадров, оценка производительности, затраты на персонал и т.д.

Для изучения возможности внедрения нового программного обеспечения в виде чат-ботов в работу отдела автором проведены глубинные интервью. После общения с отделом управления персоналом компании ООО «Нэктсофт» выявлены следующие плюсы и минусы.

К плюсам стоит отнести экономию времени, поскольку чат-боты могут автоматизировать многие процессы, что позволяет сократить

затраты на время и усилия при поиске и отборе кандидатов. Широкий охват аудитории: засчет круглосуточной работы, что позволяет вести общение с кандидатами в любое время. Оптимизация затрат при помощи чат-ботов может помочь сократить расходы на персонал, так как они могут выполнять функции, которые раньше выполняли сотрудники. Чат-боты могут обеспечить быстрый и удобный доступ к информации о вакансиях, процессу найма и компании в целом, что может улучшить кандидатский опыт и повысить интерес к работе в компании.

Однако чат-боты не заменят полностью человеческий фактор в процессе найма, так как они не могут учитывать многие факторы, связанные с личностью и опытом кандидата. Искусственный интеллект может иметь проблемы с распознаванием речи, что может привести к недопониманию и ошибкам в общении с кандидатами. Чат-боты могут ограничивать возможность установления эмоционального контакта с кандидатом, что может повлиять на качество общения и отношений с компанией. Также чат-боты требуют обучения и технической поддержки, что может увеличить затраты на их внедрение и использование.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе полученных результатов исследования можно сделать следующие выводы.

1. Цифровизация HR сферы предусматривает видео и аудиоинтервью, тестовые программы и системы оценки персонала. Детально изучив различные инструменты автоматизации управления персоналом, можно выделить роботизацию и искусственный интеллект. Системы искусственного интеллекта активно развиваются в настоящее время, они включают чат-ботов и роботов-рекрутеров. Самым перспективным направлением является HR-аналитика, построенная на работе с большими данными.

2. В Беларуси возможно внедрение большого количества цифровых инструментов как российских, так и западных. Сюда включаются HR-системы управления персоналом, онлайн-платформы для найма сотрудников, системы оценки производительности, коммуникационные платформы, обучающие платформы, инструменты для управления проектами и задачами, аналитические платформы, что позволяет автоматизировать различные процессы и иметь возможность выбирать наиболее подходящие ресурсы для компании.

3. По итогам глубинного интервью автором был проведен опрос отдела управления персоналом в IT-сфере. В результате исследования подтверждено, что внедрение чат-ботов несет положительный характер, несмотря на ряд минусов. Основной задачей является поиск таких задач,

при выполнении которых искусственный интеллект принесет наибольшую пользу.

Проведенный анализ цифрового HR-рынка показал, что рынок насыщен и представлен множеством инструментов, способных эффективно решать различные задачи, которые возникают у рекрутеров при подборе персонала. В целом, внедрение цифровых технологий в управление персоналом может помочь компании повысить эффективность своих процессов, улучшить качество данных, повысить уровень коммуникации и опыта сотрудников, а также сократить затраты на управление персоналом.

Библиографические ссылки

1. *Петрова Л. Н., Крутикова Н. Ф., Куимова В. А.* HR-роботы и их роль в подборе специалистов // Проблемы развития предприятий: теория и практика: сборник статей VII Международной научно-практической конференции, 2020. С. 155–157.
2. *Тычкова В. Ю.* Использование роботов и чат-ботов в процедуре найма персонала // Молодой ученый. 2020. №43(333). С. 10–14.
3. *Cappelli P.* There's no such thing as big data in HR. [Электронный ресурс] / hbr.org. URL: <https://hbr.org/2017/06/theres-no-such-thing-as-big-data-in-hr> (дата обращения: 17.03.2023).
4. *Савик Е. В.* Внутренний маркетинг в сфере высоких технологий // 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. 208–211.
5. *Karwehl L. J.* Traditional and new ways in competence management: Application of HR analytics in competence management // Gr Interakt Org. 2021. № 52. P. 7–24. URL: <https://doi.org/10.1007/s11612-021-00548-y> (дата обращения: 17.03.2023).

ПЕРЕЦЕПКА И ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. А. Савкин, Ю. Д. Терехович

leshasavkin0705@gmail.com, j.terekhovich@gmail.com

Научный руководитель – Е. Н. Костюкова, кандидат экономических наук, доцент

В настоящее время автомобильный транспорт является наиболее распространенным средством осуществления грузоперевозок. Различные логистические компании со всего мира оказывают огромное количество транспортных услуг, которые, в свою очередь, позволяют выделить различные виды перевозок грузов. В данной работе основное внимание будет уделено процессу, который в настоящей практике активно применяется при многих видах автотранспортных перевозок, а именно перецепке. Также в данной работе будет обусловлена актуальность данной темы и будут обоснованы основные причины использования перецепки в процессе грузоперевозок.

Ключевые слова: транспорт; грузоперевозки; перецепка; повышение производительности; скорость доставки; санкции.

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день автомобильный транспорт продолжает оставаться наиболее распространенным средством осуществления самых разнообразных перевозок. Высокая проходимость, маневренность и отсутствие необходимости наличия посадочных полос или рельсового полотна выгодно отличает автомобиль от самолета и поезда. Высокая востребованность автоперевозок связана также и с доступной ценой. Разнообразие транспортных услуг позволяет выделить различные виды автомобильных перевозок грузов [1]. Однако данная работа будет посвящена не видам перевозок, а одному очень интересному, нужному и важному процессу, который может применяться при многих видах грузоперевозок. Речь пойдет о перецепке. Но, прежде чем говорить о ее предназначении при перевозках грузов, следует разобраться с тем, что же такое перецепка.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Перецепка – процесс, представляющий собой смену полуприцепа или прицепа [3]. В дальнейшем слова полуприцеп или прицеп будут обобщаться одним словом прицеп. Можно выделить два наиболее часто встречающихся варианта перецепки. Первый вариант – когда в каком-то определенном месте встречаются два транспортных средства, которые меняются прицепами и осуществляют их дальнейшую транспортировку. Второй вариант – когда в место осуществления перецепки приезжает од-

но транспортное средство, отцепляет свой прицеп, прицепляет другой и осуществляет уже транспортировку нового прицепа.

Как говорилось ранее, перецепка является достаточно важным процессом, который используется различными логистическими компаниями при осуществлении грузоперевозок. После ознакомления с определением данного явления, можно подробно рассмотреть две основные причины его использования.

1. Перецепка позволяет увеличить производительность подвижного состава и вместе с этим максимально вовлечь в работу водителей, сведя время простоя транспортного средства к минимуму.

В качестве примера можно рассмотреть случай, когда транспортная компания сотрудничает, например, с крупным производителем какой-либо продукции и регулярно осуществляет перевозки в этом направлении. Как правило, у крупных компаний есть свои распределительные, транспортно-логистические центры или склады на производстве, на которых осуществляется погрузка и разгрузка определенных грузов. В таких местах зачастую имеются огромные площадки для транспорта, а у складов большое количество доков. Наглядным примером является производство компании Procter & Gamble в немецком городе Ойскирхен. Ввиду очень большого грузооборота, огромного количества прибывающих транспортных средств и складских доков, здесь разрабатывается целое расписание загрузок и разгрузок транспортных средств. Поэтому водитель, приезжая на производство, заранее знает номер дока и время, в которое он должен к нему подъехать. Не раньше и не позже, а точно в указанное время. Конечно же, приехать в четко назначенное время – задача не из легких. Поэтому зачастую транспортные средства прибывают в назначенный пункт раньше необходимого времени. Вот тут на помощь и приходит перецепка, которая в таком случае позволяет водителю транспортного средства отцепить привезенный прицеп, зацепить другой и поехать дальше, исключив простой транспортного средства. В свою очередь, доставленный прицеп остается на площадке и ждет своей разгрузки. Порой прицеп может простоять и несколько дней в ожидании своей разгрузки, поэтому нахождение вместе с ним подвижного состава и водителя просто не рационально, ведь большинство транспортных компаний берут свои машины в лизинг и поэтому из каждой своей машины за период пользования они пытаются «выжать» максимум. Поэтому для увеличения производительности подвижного состава при работе на постоянных маршрутах целесообразно использовать автопоезда со сменными прицепами, производя *перецепку* прицепов в пунктах погрузки-разгрузки при простое подвижного состава. Количество прицепов

и полуприцепов, как правило, должно быть больше количества автомобилей-тягачей.

Рассмотрим организацию работы одного автомобиля-тягача с тремя сменными полуприцепами на простом маятниковом маршруте. В начале работы один полуприцеп (I) находится в грузовом пункте погрузки, другой (II) – в пункте разгрузки и третий (III) прибывает в пункт погрузки с автомобилем-тягачом из транспортной компании.

В течение одного оборота автомобиля-тягача выполняются следующие операции:

- отцепка порожнего полуприцепа III и прицеп загруженного к этому моменту полуприцепа I в пункте погрузки;
- движение автомобиля-тягача с груженым полуприцепом I от пункта погрузки к пункту разгрузки;
- отцепка груженого полуприцепа I и прицепка разгруженного к этому моменту полуприцепа II в пункте разгрузки;
- движение автомобиля-тягача с порожним полуприцепом II от пункта разгрузки к пункту погрузки.

Таким образом, время первого оборота автомобиля тягача рассчитывается следующим образом:

$$t_{об} = t_{отц\ III} + t_{приц\ I} + t_{дв.груз\ I} + t_{отц\ I} + t_{приц\ II} + t_{дв.пор\ II}$$

где $t_{отц}$ – время отцепки полуприцепа, ч;

$t_{приц}$ – время прицепки полуприцепа, ч;

$t_{дв}$ – время движения автомобиля-тягача с полуприцепом, ч [3].

2. Перецепка позволяет сократить время доставки грузов.

В качестве одного из примеров здесь можно упомянуть систему тяговых плеч. Сущность данной системы заключается в том, что шофер доставляет груз не от пункта отправления до пункта назначения, а лишь на определенном участке маршрута, так называемом плече, причем маршрут разбивается на несколько таких плеч с расчетом, чтобы шофер мог в течение рабочего дня возвратиться в свое автохозяйство [4].

При системе тяговых плеч отсутствуют простои автопоездов с грузом, необходимые для продолжительного отдыха водителей при сквозном движении, улучшаются условия работы водителей (порой к концу рабочего дня они могут возвращаться к месту жительства), значительно увеличивается скорость доставки грузов. Однако такая система перевозок возможна лишь при тщательно разработанных графиках движения автопоездов. Движение автопоездов навстречу друг другу должно быть рассчитано так, чтобы они прибывали в конечные

пункты своих тяговых плеч одновременно. После перецепки полуприцепов и краткого отдыха водители могут продолжать движение в обратном направлении [3].

Можно рассмотреть и еще один пример. Однако здесь речь идет не о системе тяговых плеч. Какая-либо транспортная компания, занимающаяся перевозками грузов, имеет достаточно большой собственный автопарк. Может случиться такая ситуация: водитель осуществляет транспортировку груза из одной страны в другую, например, из Германии в Испанию. Проезжая по территории Франции водителю нужно совершить девятичасовую остановку на отдых возле города Лион. Однако недалеко от этого города совсем недавно осуществил разгрузку другой водитель этой транспортной компании и у него еще большая часть рабочего дня впереди. Соответственно, рационально будет, если эти водители встретятся на каком-нибудь паркинге и обменяются прицепами, а второй водитель, только что разгрузившийся, повезет груз дальше, таким образом, исключив девятичасовой простой груза. Однако такое, как правило, могут позволить себе компании с большим автопарком. Также подобного рода формат перевозки будет очень кстати при перевозке скоропортящихся грузов, например, свежей рыбы из Норвегии в какую-либо другую страну Европы. Или, например, когда у водителя нет визы для проезда в страну, на помощь тоже может прийти перецепка.

Таким образом, были перечислены основные причины использования перецепки при грузоперевозках. Однако ввиду санкционных ограничений логистика Республики Беларусь претерпела ряд изменений. В таких условиях увеличилась актуальность механизма перецепки.

Так, с весны 2022 года Евросоюз запретил въезжать фурам с белорусскими и российскими номерами. А Беларусь ввела аналогичный запрет для европейцев. Теперь водители грузовых транспортных средств с противоположных сторон едут к границе меняться полуприцепами.

Перецепка полуприцепа с европейского тягача на белорусский или российский проходит на территории Беларуси. Известно, что тягачам с европейскими номерами, которые едут на перецепку, вешают GPS-навигацию. Таким образом, осуществляется контроль, чтобы эти тягачи не поехали далеко из Евросоюза.

В свою очередь, в Беларуси их встречают уже белорусские или российские водители, которым в ЕС ехать запрещено. Пройдя ряд процедур, они меняются прицепами и разъезжаются каждый в свою сторону [2].

Таким образом, была обоснована важность и актуальность процесса перецепки, особенно в настоящее время, когда грузовое сообще-

ние между Республикой Беларусь и приграничными странами Евросоюза значительно осложнено ввиду стационарных ограничений.

Библиографические ссылки

1. Виды автомобильных перевозок [Электронный ресурс]. URL: <https://www.severtrans.ru/blog/vidy-avtomobilnykh-perevozok/> (дата обращения: 30.03.2023).
2. Как живут на колесах «дальнобойщики-перецепы» [Электронный ресурс]. URL: <https://ganc--chas-by.turbopages.org/ganc-chas.by/s/by/page/life/888937441/> (дата обращения: 28.03.2023).
3. Перецепка [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ngpedia.ru/id253161p1.html> (дата обращения: 02.04.2023).
4. Сквозное движение, система тяговых плеч [Электронный ресурс]. URL: <https://filling-form.ru/turizm/101633/> (дата обращения: 02.04.2023).

КОМПЛЕКС ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

А. Д. Свидуневич

annasvidunovich17@gmail.com;

Научный руководитель – Н. В. Черченко, кандидат экономических наук, доцент

В работе представлен анализ элементов комплекса интернет-маркетинга ООО «ОМА». Автором разработаны предложения по созданию чат-бота, а также активному ведению аккаунта в социальной сети TikTok как способов повышения результативности использования инструментов комплекса интернет-маркетинга ООО «ОМА».

Ключевые слова: интернет-маркетинг; комплекс маркетинга; Instagram; внедрение чат-бота; ведение TikTok.

ВВЕДЕНИЕ

С развитием всемирной сети Интернет появилась возможность продвижения продукции с помощью современного способа, такого как интернет-маркетинг [1, с. 395]. Интернет-маркетинг представляет собой комплекс мер в Интернет-среде, которые способствуют развитию бизнеса [2, с. 132].

Вопрос о соотношении сфер традиционного маркетинга и интернет-маркетинга долгие годы являлся одним из самых обсуждаемых в профессиональной среде специалистов по интернет-маркетингу. Главная задача Интернета – не подменить реальный мир, а лишь дополнить его, упростить процесс коммуникации. Аналогично и интернет-маркетинг не заменяет, а только дополняет традиционный маркетинг [3, с. 11]. При его реализации применяются все компоненты традиционного маркетинга, но в интернет-среде.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Рассмотрим новые возможности интернет-маркетинга с позиции комплекса маркетинга 4P на примере ООО «ОМА» – лидера на рынке Республики Беларусь по продаже строительных материалов и инструментов, товаров для дома, сада и огорода.

Элемент «товар» в сети Интернет широко представлен на веб-сайте «oma.by», где активно публикуется информация о компании и выпускаемой продукции. На данный момент каталог сайта включает в себя следующие разделы: интерьер и отделка, благоустройство, стройматериалы, инструмент, мебель, бытовая техника, товары для дома, сантехника, электрика, инженерные системы, спорт и отдых, крепеж, автотовары, электроника, товары для детей, красота и здоровье и др.

Главная страница «oma.by» содержит все необходимые элементы для побуждения клиента к совершению целевого действия. Здесь указаны преимущества компании, полученные награды, акционные предложения, при нажатии на которые пользователи сразу же переходят на лендинги с продукцией, участвующей в акции и далее уже могут выбрать товар и совершить покупку.

Что касается элемента комплекса интернет-маркетинга «Цена», то ООО «ОМА» для расчета базовой цены на товар использует метод текущей цены, который подразумевает под собой стратегию ценообразования с учетом рыночных цен. Компания проводит мониторинг цен конкурентов, на основе него определяет среднюю стоимость продукции на рынке и выставляет равную цену или ниже.

В целях привлечения и удержания розничного клиента дополнительно к установленным правилам ценообразования применяются следующие виды скидок:

- дисконтные программы «ОМА» по картам лояльности;
- акции на товар: Товар-Маяк (далее ТМ), Предложение месяца (далее ПМ), Распродажа, Скидка за объем, Скидка на товарную категорию, 1 + 1, «Скидка на все»;
- акция от поставщика;
- другие виды акций: «кэшбэк», «скидка по купону» и др., согласованные заранее по финансовым показателям.

«ОМА» подключила наиболее востребованные способы оплаты товаров, что делает процесс совершения покупки в интернет-магазине удобным и значительно повышает вероятность того, что посетитель сделает заказ. Рассмотрим технологии оплаты.

1. Если заказ доставляет курьер, то его можно оплатить наличными денежными средствами или банковской картой. Перед оплатой потребитель проверяют комплектность, качество товаров и выбирают удобный способ платежа.

2. В рассрочку с помощью карт рассрочки «Халва», «Карта покупок», «Черепашка», которые действуют через терминал оплаты при получении товара курьером.

3. По безналичному расчету (для юридических лиц). Чтобы заказать и оплатить товары по безналичному расчету как юридическое лицо, клиент должен связаться с менеджером «ОМА» в своем регионе.

4. Банковской картой онлайн или через систему «Расчет» (ЕРИП).

Что касается элемента комплекса интернет-маркетинга «Продвижение», то в связи с большим насыщением рынка товарами для строительства и обустройства дома ООО «ОМА» должно постоянно проводить широкую рекламную кампанию в Республике Беларусь. Отдел марке-

тинга и рекламы задействует разные инструменты интернет-маркетинга: рассылки, интернет-рекламу, в частности контекстную и таргетированную, SEO-маркетинг и рекламу в социальных сетях.

Рассылки «ОМА» осуществляет по каскадному методу, который заключается в поочередной отправке одного и того же сообщения посредством разных каналов. Сначала рассылка отправляется в социальную сеть Viber, если же сообщение ушло, но связаться с клиентом не получилось, то используется канал SMS. Позже высылаются Push-уведомления на мобильный телефон и/или webPush в сети Интернет.

Работу с контекстной рекламой компания отдала на аутсорсинг рекламному digital-агентству «Artox Media Digital Group». Результаты запуска контекстной рекламы за период с 7 по 18 марта 2023 г. показали, что наиболее эффективные показатели качества получила система Яндекс, однако на офлайн-посещения людей в магазины влияет частота показа объявления с разных систем. Например, пользователь может увидеть рекламу на сайте, но забыть, а потом еще раз увидеть ее в социальных сетях и пойти за покупкой, поэтому рекомендуется сохранять максимально широкий набор систем.

Эффективность SEO-оптимизации была определена с помощью аудита сайта «oma.by». По данным онлайн-сервиса «Bel.gu» были выявлены следующие характеристики:

- по главным ключевым запросам интернет-ресурс занимает 1 позицию в поисковых системах Яндекс и Google;
- возраст домена составляет 20 лет, скорость загрузки = 1.09 сек;
- все Title и Description расставлены правильно;
- сайт хорошо оптимизирован с технической точки зрения, однако присутствуют недочеты: главная страница сайта не соответствует требованиям AMP, адрес электронной почты был найден простым текстом. Не рекомендуется добавлять на веб-страницы адреса электронной почты с простым текстом и ссылками, так как вредоносные боты ежесекундно сканируют веб-страницы в поисках адресов электронной почты для спама.

Также маркетологи ООО «ОМА» активно занимаются продвижением аккаунта «oma.by» в социальной сети Instagram. Он ведется с 2016 года. За это время общее число публикаций составило 1932, лайков – 207674, комментариев – 13140, а количество подписчиков – 82568.

Рассмотрим преимущества аккаунта.

1. Частая публикация Stories, репосты Stories с упоминанием «ОМА», что повышает вовлеченность пользователей.
2. Фирменное, современное оформление Stories.
3. Публикация видеобзоров на продукцию и инфостиль в написании текстов способствуют формированию лояльности и повышению во-

влеченности потребителей.

Перечислим недостатки Instagram-аккаунта ООО «ОМА».

1. Highlights не обновляются, поэтому содержат не актуальную информацию, это необходимо исправить.

2. Лента с одинаковыми ракурсами. Это успело стать антитрендом. Необходимо чередовать фотографии разных планов.

3. Частая публикация рекламных макетов. Смотрится перегружено.

Что касается самого контента: специалист по продвижению в социальных сетях заранее составляет контент-план на месяц исходя из различных инфоповодов и планируемых акций. В процессе постепенно регулирует его исходя из появления новых товаров-маяком, главных акционных предложений. Для того, чтобы продвинуть товары специалист посещает торговую точку и снимает обзоры для дальнейшего выкладывания в Reels. Позже на уже существующие публикации в Instagram запускается таргетированная реклама, так как остальные социальные сети ООО «ОМА» почти не ведутся. Это упущение, ведь благодаря им компания может активно развиваться в области контент-маркетинга, увеличивать охват целевой аудитории и повышать популярность сайта.

Далее рассмотрим элемент комплекса интернет-маркетинга «Распространение». Современный дизайн в совокупности с передовыми технологиями делают сайт «oma.by» привлекательным для своих покупателей. Перечислим возможности, которые включает функционал.

1. Сортировка и фильтрация товаров по индивидуальным критериям: структуре каталога, функциональным признакам, статусам, срокам, ценам, магазинам и регионам.

2. Товарные остатки по магазинам «ОМА», складам, и точкам франчайзинга обновляются благодаря системе сайта.

3. Контент-менеджер не занимается присвоением товарных статусов (новинка, хит продаж, акция и другие). Они проставляются автоматически без ручного вмешательства.

4. ООО «ОМА» объединили базу данных Яндекс.Маркет с Oma.by с целью предоставить потребителям большую гибкость в выборе товаров и услуг. Благодаря этому у многих товаров уже существуют валидированные отзывы, которым можно доверять. Это мощный инструмент лояльности и социального доказательства.

5. Основные страницы веб-сайта сделаны в красочной «лендинговой» подаче материала. Популярный раздел с перечнем торговых точек «ОМА» – это интерактивная карта с возможностью сортировки по регионам. Карточка магазина включает в себя нужные для потребителя данные: маршрут проезда, график работы, услуги и даже персональные анонсы, скидки и ассортимент.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, были проанализированы элементы комплекса интернет-маркетинга. ООО «ОМА» активно развивает их. Повышению эффективности комплекса интернет-маркетинга ООО «ОМА» будут способствовать следующие предложения.

Введение чат-бота – это более быстрая и относительно недорогая инвестиция, чем наем дополнительных сотрудников. Затраты на привлечение пользователей также снижаются благодаря способности чат-бота отвечать в течение нескольких секунд. Следовательно, его внедрение представляется целесообразным.

Активное ведение аккаунта в социальной сети TikTok, т.к. основываясь на статистике, это самая популярная социальная сеть среди белорусов. Потенциальный охват рекламы TikTok в Беларуси увеличился на 1,2 миллиона (+38,8 процента) в период с начала 2022 года по начало 2023 года [4]. Представленные статистические данные подтверждают, что продвижение в данной социальной сети может быть достаточно эффективным.

Библиографические ссылки

1. *Саунина К. Н., Мармашова С. П.* Современные способы продвижения продукции предприятия. Минск : Институт бизнеса БГУ, 2020. Ч. 1. С. 395–397.
2. *Перова А. А.* Интернет-маркетинг: сущность, задачи, преимущества и перспективы развития // Экономика и бизнес. 2018. № 9. С. 132–135.
3. *Капустина Л. М., Мосунов И. Д.* Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети / Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : Издательство Уральского государственного экономического университета, 2015. 102 с.
4. DIGITAL 2023: BELARUS [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/gFOwF1J> (дата обращения: 12.04.2023).

ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА «ДЮСШ КОННОГО СПОРТА»

А. А. Семашко, А. С. Капур

Научный руководитель – Е. Г. Гриневич, старший преподаватель

Статья посвящена созданию информационной системы и базы данных для эффективного управления информацией в организациях. В статье описывается разработка системы, которая позволяет хранить, обрабатывать и анализировать большие объемы информации. База данных разработана с использованием новейших технологий и инструментов, что обеспечивает ее высокую производительность и надежность. Также рассматриваются вопросы безопасности и защиты данных, методы обеспечения конфиденциальности информации. Разработанная информационная система и база данных представляют собой эффективный инструмент для управления информацией в «ДЮСШ конного спорта», что способствует повышению эффективности их работы.

Ключевые слова: разработка базы данных; ERwin Data Modeler; MS SQL Server; создание таблиц; создание запросов.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время компьютерные информационные технологии широко применяются во всех сферах человеческой деятельности. Однако, к сожалению, в некоторых государственных учреждениях все еще используют бумажные носители для хранения информации.

Цель данной работы заключается в создании информационной системы, которая необходима для эффективной работы любой современной коммерческой организации. Комплексная автоматизация является ключевым фактором для слаженного функционирования организации. Разработанное приложение будет способствовать увеличению функциональных возможностей организации, упрощению процесса внесения данных об оказанных услугах и фиксации информации о клиентах и персонале. В результате работа компании станет более стабильной, понятной и управляемой, что приведет к повышению эффективности ее деятельности.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Один из таких примеров – ДЮСШ конного спорта. Авторами была разработана автоматизированная система для учета информации в этом учреждении. Приложение позволит расширить функциональные возможности организации и упростить процесс учета данных.

При разработке нашей информационной системы были использованы следующие программные средства: CASE-средство ERwin Data Modeler, СУБД MS SQL Server.

Проанализировав деятельность учреждения, мы выделили в ней семь главных субъектов – тренеры, спортсмены, лошади, тренировки, вет-справка, питание, спортивный разряд. Затем определили для них атрибуты, тип и размер данных.

Используя ERwin была смоделирована логическая схема, которая представлена на рисунке 1.

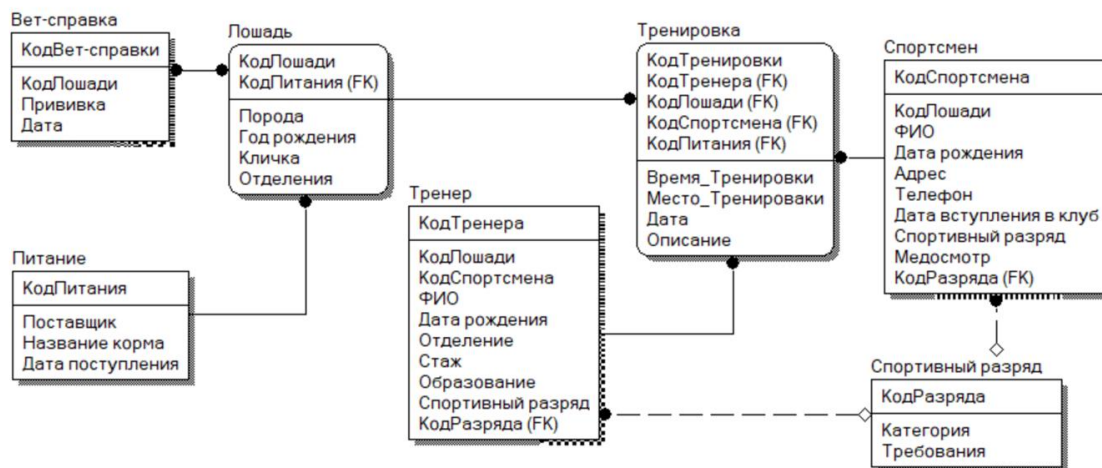


Рис. 1. Логическая схема в Erwin

Для создания базы и управления ей был использован язык SQL, поскольку он отличается надежностью и низким риском потери информации.

Таблицы были созданы в СУБД MS SQL Server с ограничениями данных, а затем заполнены конкретными значениями. Все это было осуществлено с помощью запросов на языке SQL. Пример создания и заполнения таблицы представлены на рисунке 2.

```

CREATE TABLE Vet(
CodeVet int NOT NULL PRIMARY KEY,
CodeHorse int NOT NULL,
Vaccination varchar(50) NOT NULL,
Date DATE NOT NULL
);
    
```

```

INSERT INTO Vet (CodeVet, CodeHorse, Vaccination, Date)
VALUES
(1, '01', 'Ринопневмония', '2023-01-02'),
(2, '02', 'Ринопневмония', '2023-01-02'),
(3, '03', 'Ринопневмония', '2023-01-02'),
(4, '04', 'Ринопневмония', '2023-01-02'),
(5, '05', 'Лептоспироз', '2023-03-15'),
(6, '07', 'Лептоспироз', '2023-03-15'),
(7, '06', 'Грипп', '2023-04-01'),
(8, '08', 'Грипп', '2023-04-01'),
(9, '03', 'Грипп', '2023-04-01');

```

Рис. 2. Создание и заполнение таблицы «Vet»

В итоге были созданы и заполнены все семь таблиц. Итоговая схема базы данных в Microsoft SQL Server представлена на рисунке 3.

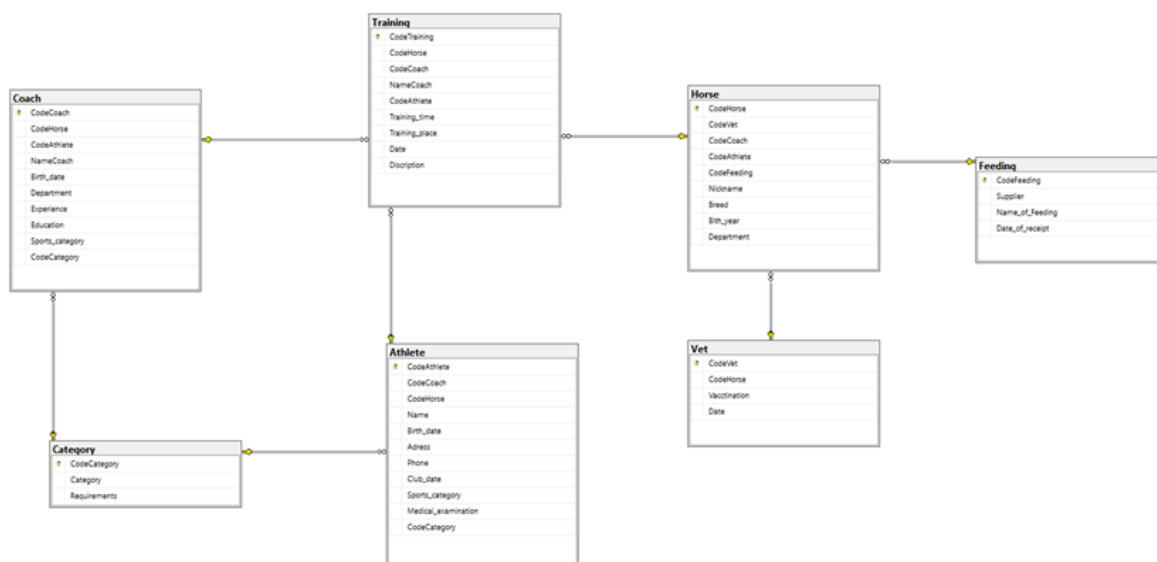


Рис. 3. Итоговая схема

В целях удобного использования базы данных необходимо создание запросов, которые используются при обработке информации: выборка, группировка, сортировка, и т. д. Нами были разработаны следующие:

- Запрос, выдающий расписание тренировок.
- Запрос, который позволяет узнать, каким лошадям в определенном месяце делали прививки.
- Запрос, позволяющий узнать, количество спортсменов с определенным разрядом.

• Запрос, позволяющий найти спортсменов, у которых есть/нет медицинского допуска.

Запрос для создания представления «Расписание тренировок» представлен на рисунке 4, а результат его на рисунке 5.

```
SELECT Training_time, NameCoach
FROM Training
WHERE NameCoach = (NameCoach)
```

Рис. 4. Текст запроса

	Training_time	NameCoach
1	2023-04-05 15:00:00.000	Степаненко Андрей Валерьевич
2	2023-04-06 16:00:00.000	Капур Анна Сергеевна
3	2023-04-07 10:00:00.000	Семашко Анастасия Александровна
4	2023-05-02 12:00:00.000	Степаненко Андрей Валерьевич
5	2023-05-03 10:00:00.000	Семашко Анастасия Александровна

Рис. 5. Результат выполнения запроса

Таким образом, разработанная нами информационная система «ДЮСШ конного спорта» позволяет автоматизировать работу спортивной школы, вести расписание тренировок, загруженность тренеров, информацию о спортсменах и многое другое. Также поможет быстро обрабатывать информацию, что способствует удобному отслеживанию работы школы и ускорению документооборота.

Библиографические ссылки

1. Митин А. И. Работа с базами данных Microsoft SQL Server: сценарии практических занятий. – М. : Берлин : Директ-Медиа, 2020. 142 с.
2. Базы данных (MS SQL Server) : учеб. пособие / А. А. Аббакумов [и др.]. Саранск : Изд-во СВМО, 2015. 66 с.

ОБЗОР ПРОВАЙДЕРОВ И ПЛАТФОРМ ЦИФРОВОЙ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА

А. А. Семашко, В. А. Котова

bmt.semashkoAA@bsu.by, v.kotoova@gmail.com;

Научный руководитель – А. А. Касперук, кандидат культурологии, доцент

В работе представлены традиционные и инновационные инструменты оценки персонала. Исследованы различные современные провайдеры и платформы для оценки персонала.

Ключевые слова: оценка персонала; автоматизация; методы оценки; инструменты; провайдеры.

Оценка персонала – это процесс, который используется работодателями для измерения производительности, эффективности и потенциала сотрудника. Она включает в себя сбор и анализ информации о выполнении работником своих обязанностей, его навыках, компетенциях, отношении к работе и компании.

Цель оценки персонала заключается в том, чтобы определить, насколько хорошо сотрудник выполняет свои задачи и как он может улучшить свои навыки и компетенции для достижения лучших результатов.

Оценка персонала может проводиться различными способами, включая индивидуальные беседы, анкетирование, тестирование и использование специализированных программных средств.

В нашем представлении пандемия вкупе с цифровизацией коренным образом изменила роль оценки персонала, сменив приоритеты и подхлестнув развитие новых платформенных IT-решений. Цифровизация меняет представление о том, как нужно проводить оценку персонала, расширяя возможности и улучшая точность оценки. Онлайн-сервисы позволяют собирать и обрабатывать большой объем данных, а также использовать алгоритмы машинного обучения для анализа результатов. Это позволяет получать более точную информацию о компетенциях сотрудников и понимать, как они могут быть улучшены.

Оценка персонала необходима бизнесу. Оценка персонала может использоваться для обоснования принятия решений по повышению, переводу на другую должность, увольнению или разработке индивидуальных планов обучения и развития. Она также может служить мотивирующим фактором для сотрудников, которые получают обратную связь о своей производительности и возможностях для улучшения.

Оценка персонала помогает работникам определить свой текущий уровень профессиональной деятельности, потенциал для развития

и карьерного роста. Она также помогает работникам разрабатывать индивидуальный план развития и планировать свои будущие карьерные шаги. Для сотрудников оценка является инструментом саморефлексии, который помогает им понимать свои сильные и слабые стороны и улучшать свои навыки и компетенции.

Традиционные инструменты оценки включают: структурированные интервью, оценку по резюме, оценку руководителем, тесты оценки потенциала, тесты знаний, опросы 360 градусов, центры оценки, личностные опросники, опросники мотивации, кейс-тесты, тесты интеллектуальных способностей, биографические анкеты, опросники ценностей/выгорания и других эмоциональных состояний и психологические интервью.

На рынке традиционных инструментов происходят изменения. Многие методы постепенно автоматизируются. Тесты оценки потенциала стали самыми распространенными автоматизированными инструментами оценки, на втором месте – опросники деструкторов и кейс-тесты. Большим потенциалом обладают автоматизированные опросники выгорания, опросы 360 градусов, опросники мотивации и ценностей. Неактуальными становятся неструктурированные интервью, биографические анкеты, сбор рекомендаций и оценка по резюме, так и не перешедшие в автоматизированный формат.

Рынок постепенно переходит на инновационные инструменты оценки персонала. Самые популярные из них:

- Виртуальные центры оценки – человек проходит упражнение не очно, а дистанционно, в виртуальном личном кабинете, оценщики наблюдают за ним по видеосвязи;

- Видеоинтервью – искусственный интеллект оценивает человека по видеосвязи на вопросы;

- Чат-боты – автоматически оценивают профессиональный опыт, навыки или склонности человека по ответам на вопросы чат-бота и робота;

- VR-оценка – «машина» оценивает человека по тому, как он решает задачи в виртуальной реальности;

- Нейроассесмент – датчики считывают мозговую деятельность человека и таким образом оценивают его интеллект, компетенции;

- Геймифицированная оценка – искусственный интеллект оценивает человека по тому, как он играет в видеоигру.

На рынке сейчас достаточно много провайдеров, предоставляющих платформы для оценки персонала, более разнообразные инструменты предлагают провайдеры за рубежом.

Существует множество платформ для оценки персонала, они делятся на разные виды, такие как:

- Платформы для регулярной оценки (WebSoft, ХайХаб)
- Психологические тестирования (Talent, Formatta)
- Автоматизированные тесты знаний (VCV, 1С)
- Опросники 360 градусов (Mirapolis, StartExam)
- Виртуальные центры оценки (Экопси, Sber)
- Видеоинтервью (Skillaz, Экопси) и т.д.

Оценка персонала имеет важное значение для принятия обоснованных решений в организациях по найму, продвижению и развитию сотрудников, поскольку:

1. Предоставляет информацию о производительности, навыках и компетенциях сотрудников, что позволяет определить способности и потенциал человека для работы в организации;

2. Повышает эффективность управления человеческими ресурсами в организации;

3. Позволяет организациям выбирать наиболее подходящих кандидатов на должности и обеспечивает структурированную основу для оценки производительности сотрудников;

4. Помогает выявлять знания и способности сотрудников, что позволяет организациям разрабатывать целевые программы обучения для повышения навыков и компетенций сотрудников;

5. Помогает улучшать коммуникацию между сотрудниками и руководством, повышая уровень доверия и лояльности в организации.

В целом, оценка персонала является неотъемлемой частью управления персоналом в современных организациях, позволяя оптимизировать процессы управления талантами, повышать результативность работы сотрудников и обеспечивать конкурентное преимущество на рынке.

Библиографические ссылки

1. Мизинцева М. Ф., Сардарян А. Р. Оценка персонала: Учебник и практикум. Базовый курс. Люберцы: Юрайт, 2015. 378 с.
2. Аницупов А. Я. Ковалев В.В. Социально-психологическая оценка персонала. Учеб. Пособие. М.: Юнити, 2018. 192 с.
3. Кибанов А. Я. Управление персоналом: Теория и практика. Оценка и отбор персонала при найме и аттестации, высвобождение персонала: Учебно-практическое пособие / А.Я. Кибанов. М.: Проспект, 2013. 80 с.
4. Обзор популярных систем для тестирования персонала в 2023 году [Электронный ресурс]. URL: <https://www.startexam.ru/journal/trends/obzor-populyarnykh-sistem-dlya-testirovaniya-personala-v-2023-godu/?ysclid=lh4nosb6k395588059>. (дата обращения: 04.04.2023).

ЦИФРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИНДУСТРИИ ЛОГИСТИКИ

Е. А. Сергель, А. А. Кислова

sergel.yekaterina@gmail.com, anastasiya.kislova.02@mail.ru;

Научный руководитель – А. Д. Молокович, кандидат экономических наук, доцент

Вселенная непрерывно увеличивается и развивается, также увеличивается роль информационных технологий и нововведений в экономике. Конечно, каждая новая технология помогает в росте эффективности бизнес-процессов и производства. Поэтому происходит внедрение цифровой экономики. Также с недавнего времени логистика стала набирать мировую популярность, и многие предприятия стали уделять логистике больше внимания и средств. Вследствие развития цифровизации вводятся новые термины, среди которых есть цифровая логистика.

Ключевые слова: цифровая экономика; цифровизация; логистические процессы; информационные технологии; электронный бизнес.

ВВЕДЕНИЕ

Цифровая экономика подразумевает цифровизацию и обширное внедрение информационных технологий, посредством которых обеспечивается ее рост. Такой подход определяет цифровую экономику как вид хозяйственной деятельности, в котором главным фактором считаются данные в цифровом виде. При этом осуществляется обработка не только мелких, но и больших объемов данных для выполнения анализа и принятия решений, что по сравнению с традиционными формами хозяйствования дают возможность значительно увеличить эффективность производства, повысить качество технологий и работы оборудования, доставки и реализации товаров и услуг. Другими словами, цифровая экономика – это экономика, которая базируется на цифровых компьютерных технологиях, где цифровая модификация коренным образом преобразует сферы и бизнес-процессы посредством сети интернет.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Практика показывает, что широкое применение цифровых технологий способствует появлению новых направлений, одним из которых является цифровой транспорт и логистика. Цифровая логистика – это управление и оптимизация материальных и сопутствующих потоков с целью минимизации затрат с применением современных цифровых технологий.

Сложности логистики в электронной торговле связаны с более быстрыми темпами формирования и реализации цепочек поставок товаров. Особенность такой торговли определяет необходимость совершенствовать механизмы прогнозирования спроса, способствовать рациональному пла-

нированию запасов товаров на складах, сокращению времени оборота товаров и снижению стоимости доставки.

Дальнейшее развитие цифровой экономики оказывает влияние на логистическую деятельность, способствуя развитию финансовых отношений в этой сфере путем внедрения таких технологий как Big Data, искусственный интеллект, блокчейн, интернет вещей и др.

Рассматривая цифровые логистические процессы, следует отметить, что их основу составляют материальные потоки, связанные с движением сырья и товаров в различных формах, а также сопутствующие потоки. Поэтому специалисту в сфере логистики недостаточно знать лишь определение материальных потоков. Он должен знать точную характеристику этих потоков, их физические особенности, объемы, стоимость и другие важные особенности. Знание всех данных характеристик поможет сократить временные и финансовые затраты на выбор способа перевозки, оператора перевозки и типа подвижного состава.

Одним из элементов сопутствующих потоков является информационный поток, который в условиях цифровых технологий имеет динамичный характер. Поэтому для эффективного управления данным потоком необходимо шире использовать вышеупомянутые технологии Big Data и искусственного интеллекта, чтобы быть в тренде мирового технологического прогресса.

Человеческий поток также важен, поскольку логисту приходится работать в тесном контакте с клиентами ежедневно. Он всегда должен помнить об их индивидуальности, вследствие чего в основе его работы должны использоваться клиентоориентированные технологии. Также, важное значение имеет умение работать с программным обеспечением для отслеживания грузов, обработки заказов, контроля наличия товара на складе, своевременной отгрузки продукции клиентам. Логист должен постоянно повышать свои профессиональные компетенции, чтобы быть готовым к использованию новейших технологий.

Для обеспечения устойчивого развития логистики необходимо широкое применение следующих прогрессивных технологий.

В первую очередь это *искусственный интеллект и машинное обучение*. Потенциал искусственного интеллекта и машинного обучения в логистике огромен, поскольку цепочки поставок представляют собой огромную совокупность структурированных и неструктурированных данных, используя и анализируя которые возможно выявить закономерности и получить исчерпывающую информацию о каждом ее звене, что позволит логистической компании быстро и эффективно формировать состав операций и участников их выполнения.

Машинное обучение может помочь компаниям выявить закономерности в данных цепочки поставок, используя алгоритмы, которые точно определяют основные факторы, влияющие на успех проектируемой сети поставок, при непрерывном и одновременном обучении. Эти закономерности могут относиться к уровням запасов, качеству поставщиков, прогнозированию спроса, планированию производства, управлению транспортировкой и многому другому, и дают компаниям знания и понимание, позволяющие снизить транспортные расходы, улучшить работу поставщиков и минимизировать их риски.

Примером того, как искусственный интеллект повышает эффективность бизнеса, является обработка естественного языка (NLP), которая помогает логистическим компаниям обнаруживать финансовые аномалии путем извлечения важной информации из счетов-фактур; позволяет прогнозировать сетевое управление, позволяющее выявлять потенциальные задержки доставки и помочь компаниям более эффективно планировать процесс доставки, а управление рисками означает использование инструментов NLP для мониторинга онлайн новостей и разговоров, связанных с факторами цепочки поставок, и на этой основе предпринимать активные корректирующие действия.

По данным Infoholic Research, рынок искусственного интеллекта в логистике в 2023 году вырастет и достигнет рыночной стоимости в 6,5 миллиарда долларов.

Во вторую очередь это отслеживание с помощью *интернет вещей* (Internet of Things (IoT)). С помощью данных технологий можно отслеживать движение товаров между производственным объектом и потребителем, отслеживать процесс перемещения материалов и товаров внутри производственного объекта, анализировать данные, получаемые в результате мониторинга данных активов, что позволяет компаниям выявлять закономерности, прогнозировать предпочтения потребителей и выявлять потенциальные сбои в цепочке поставок. Данные процессы обеспечат снижение затрат, повышение качества обслуживания клиентов и предоставление оперативной информации для клиентов о движении товаров.

Применение таких технологий повысит эффективность управления транспортировкой, поскольку датчики, установленные на транспортных средствах, помогают повысить корпоративную социальную ответственность и безопасность работы сотрудников. Данные, собранные с устройств Интернета вещей, дают транспортным компаниям ценную информацию о поведении водителя и транспортных средств, любых возможных нарушениях водителем скоростных ограничений и многом другом.

Инструменты отслеживания IoT обеспечивают компаниям более высокую прибыль. Так, по данным Frost & Sullivan, использование решений

IoT в сфере грузоперевозок для улучшения отслеживания и контроля грузов приводит к увеличению прибыли на 10–15 процентов ежегодно.

Технология Блокчейн может повысить прозрачность для клиентов, позволив им отслеживать весь путь, который проходит продукт, прежде чем он поступит к ним. Это может сделать проверки более прозрачными, а также повысить безопасность, ускоряя и упрощая процесс выявления попыток мошенничества.

Крейг Фуллер, управляющий директор Blockchain in Transport Alliance (BiTA), отмечает, что технология Блокчейн идеально подходит для транспортной отрасли, поскольку может трансформировать процессы, связанные с доставкой товаров. Эта технология позволяет исполнителям и компаниям, не знающим друг друга и, естественно, не доверяющим друг другу, заниматься коммерцией. Альянс BiTA специализируется на технологиях в области транспорта и цепочек поставок. Ее задачей является разработка стандартов блокчейна в индустрии грузоперевозок. В настоящее время ряд ведущих мировых технологических и логистических компаний, подали заявки на членство в альянсе, что свидетельствует о перспективах использования блокчейна.

Блокчейн может помочь участникам цепочки поставок установить большее между ними доверие и сделать цифровые платежи между участниками более безопасными. По данным международной исследовательской и консалтинговой компании (International Data Corporation), к 2024 году мировые расходы на блокчейн вырастут до 11 миллиардов долларов при среднем показателе 73 процента.

Внедрение новых технологий позволило разработать и внедрить автономное оборудование для выполнения погрузочно-разгрузочных работ на современных складах, в аэропортах, портах и других местах доставки товаров. Также недалеко то время, когда на дорогах появятся автономные грузовые транспортные средства, доставляющие товары получателю, разгрузка которых будет производиться автономно работающим оборудованием с размещением на складах с помощью автоматизированных конвейерных лент и роботизированных манипуляторов. Цифровые технологии позволят интегрировать автономные транспортные средства в единую цепь поставок, в результате чего возможна работа транспорта по автономному челночному принципу, что обеспечит значительное снижение транспортных издержек благодаря уменьшению лобового сопротивления, что снизит примерно на 30 процентов общие эксплуатационные расходы.

Важное значение для развития цифровой логистики имеет аутсорсинг логистических услуг. Его применение в логистике (3PL операторов) стабильно расширяется, поскольку компании продолжают стремиться к контролю затрат, чтобы сократить накладные расходы и воспользоваться опы-

том сторонних поставщиков. Согласно 22-му ежегодному исследованию сектора 3PL операторов за 2022 год, между грузоотправителями и поставщиками услуг установились более тесные отношения благодаря внедрению цифровых технологий в этой сфере, включая автоматизацию и блокчейн.

По данным Technavio, сектор 3PL операторов будет неуклонно расти в ближайшие годы, поскольку логистические компании продолжают требовать индивидуальных услуг по транспортировке, складированию, дистрибуции и грузоперевозкам. В отчете Technavio о мировом рынке логистики сторонних производителей прогнозируется, что рынок 3PL вырастет в среднем на 6 процентов с 2023 по 2027 год, и, согласно Forbes Insights, в будущем 61 процент компаний будут значительно больше полагаться на внешних поставщиков для удовлетворения потребностей в цепочках поставок и транспортировке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В цифровой экономике время и скорость имеют решающее значение, что вынуждает транспортную отрасль трансформироваться, чтобы сохранить свои конкурентные преимущества. Несмотря на то, что возможности внедрения описанных технологий являются многообещающими, существуют проблемы и препятствия, которые требуют дополнительных исследований, особенно в сфере технического обслуживания и развития инфраструктуры.

Цифровая логистика находится на начальной стадии развития. Для полного и рационального внедрения новых технологий потребуются фундаментальные исследования для решения конкретных проблем и удовлетворения новых потребностей.

Библиографические ссылки

1. *Матюшонок В. М.* Мировой рынок систем технологий искусственного интеллекта: становление и тенденции развития // Вестник «Экономика». 2020. С. 505.
2. Тренды и тенденции развития мировой логистики [Электронный ресурс]. URL: <https://4logs.ru/blog/trendy-i-tendentsii-razvitiya-mirovoy-logistiki-v-2022-godu/> (дата обращения: 17.03.2023).
3. *Куприяновский В. П.* Интернет вещей на промышленных предприятиях // Технологии логистики. 2021. С. 214.

ОПЫТ ЭКСПЕДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КАЗАХСТАНЕ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В БЕЛАРУСИ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ

Ю. Д. Терехович, А. А. Савкин

leshasavkin0705@gmail.com, j.terekhovich@gmail.com;

Научный руководитель – А. Д. Молокович, кандидат экономических наук, доцент

На сегодняшний день экспедиторская деятельность является неотъемлемой частью современной логистической индустрии, которая играет ключевую роль в организации и контроле грузоперевозок между разными точками всего земного шара. В данной работе будет исследована экспедиторская деятельность в Республике Казахстан, а также будут выявлены особенности осуществления данной деятельности на территории данной страны. Затем будут предложены некоторые варианты использования опыта экспедиторской деятельности в Казахстане для Республики Беларусь.

Ключевые слова: экспедиторская деятельность; грузоперевозки; санкции; опыт экспедиторской деятельности; географическое положение.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях существенного санкционного давления на экономику Союзного государства компании вынуждены искать новые варианты доставки товаров и новые решения в экспедиторской деятельности. Так как Республика Казахстан не подпадает под санкции, то представляет определенный интерес изучение опыта работы экспедиторов в этой стране.

Одной из основных особенностей экспедиторской деятельности в Казахстане является ее географическое положение. Страна расположена на пересечении важнейших транзитных маршрутов, что позволяет экспедиторам осуществлять транспортировку грузов не только внутри страны, но и в международном сообщении. Казахстан интересен тем, что через него проходят кратчайшие пути транспортировки грузов из Китая в Европу и обратно. Также в стране имеется достаточно развитая автомобильная и железнодорожная инфраструктура. Через Казахстан проходят шесть международных автомобильных и шесть основных железнодорожных маршрута, по которым осуществляется доставка товаров из Китая в Европу. Казахстанские порты, такие как Актау и Атырау, являются ключевыми транспортными узлами на Каспийском море и позволяют доставлять грузы морским путем по международному коридору «ТРАСЕКА» [2].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Экспедиторская деятельность в Казахстане имеет свои особенности, связанные с правовыми, организационными и экономическими

аспектами. Основные особенности функционирования экспедиторской деятельности в Казахстане состоят в следующем:

1. Определение договора транспортной экспедиции: Беларусь может перенять определение договора транспортной экспедиции, которое используется в Казахстане. Согласно законодательству Казахстана, договор транспортной экспедиции является соглашением между экспедитором и грузовладельцем, согласно которому экспедитор обязуется организовать перевозку груза через один или несколько видов транспорта, а грузовладелец - оплатить услуги экспедитора [4].

2. Ответственность экспедитора: Беларусь может перенять нормы о возмещении убытков, причиненных грузу, при их возникновении по вине экспедитора. В Казахстане экспедитор несет ответственность за убытки, которые возникли в связи с ненадлежащим исполнением своих обязательств по договору [3].

3. Права и обязанности грузовладельца и экспедитора: Беларусь может перенять определение прав и обязанностей грузовладельца и экспедитора в рамках договора транспортной экспедиции. В Казахстане грузовладелец обязан своевременно уплатить стоимость услуг экспедитора, а экспедитор обязан организовать перевозку груза в соответствии с условиями договора и законодательством.

4. Особенности договора транспортной экспедиции: Беларусь может перенять особенности договора транспортной экспедиции, которые приняты в Казахстане. Например, в Казахстане допускается заключение договоров на перевозку грузов, не находящихся на территории Казахстана, при условии, что транспортировка грузов ведется через территорию Республики Казахстан [4].

Перенятие данных элементов правового регулирования может улучшить и упростить правовую систему Беларуси в области договоров транспортной экспедиции, что способствует более эффективной и безопасной организации перевозок грузов.

В Республике Казахстан функционирует ряд крупных экспедиторских компаний, которые предоставляют широкий спектр услуг по организации и проведению транспортировки грузов. Например, DHL Kazakhstan является крупнейшей международной курьерской службой в Казахстане.[1]

Среди особенностей работы компании DHL Kazakhstan можно выделить:

1. Широкое географическое покрытие: компания имеет офисы и склады в разных регионах Казахстана.

2. Профессиональный подход: DHL Kazakhstan обеспечивает высокий уровень сервиса и профессионализма своих сотрудников.

3. Быстрота и надежность: компания гарантирует сроки доставки и безопасность груза в процессе перевозки.

4. Индивидуальный подход: DHL Kazakhstan учитывает особенности каждого клиента и предоставляет индивидуальные решения для доставки грузов.

5. Инновационные технологии: компания использует современные технологии для управления и отслеживания грузов, что позволяет клиентам быть в курсе всех этапов доставки.

Из опыта казахской экспедиторской деятельности Беларусь может подчеркнуть следующие принципы и инновации:

Ориентация на клиента. Казахские компании в экспедиторской отрасли сильно фокусируются на удовлетворении потребностей клиентов и на развитии долгосрочных отношений с ними. Это позволяет им удерживать клиентов и получать рекомендации, что является одним из ключевых факторов успеха в данной отрасли.

Использование инновационных технологий. Компании активно применяют современные технологии в экспедиторской деятельности, такие как RFID, IoT, автоматизированные системы складирования и сортировки грузов. Это позволяет им повышать эффективность и качество своих операций [5].

Развитие сильных партнерских отношений. Казахские компании работают в тесном сотрудничестве с международными перевозчиками, логистическими компаниями и другими участниками логистической цепочки. Белорусские компании могут также строить эффективные партнерские отношения, чтобы обеспечить более гладкую и эффективную работу логистической цепочки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования экспедиторской деятельности в Казахстане было выявлено, что эта отрасль является важной составляющей логистической инфраструктуры обоих государств. Однако, в силу различных характеристик экономики, рынок экспедиторских услуг в каждой стране имеет свои особенности. Следует отметить, что с ростом мировой экономики и международной торговли, экспедиторские компании будут играть значимую роль в глобальных логистических цепочках.

Библиографические ссылки

1. DHL Kazakhstan [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dhl.com/kz-ru/home.html> (дата обращения: 07.04.2023).

2. KAZLOGISTICS [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kazlogistics.kz/> (дата обращения: 09.04.2023).
3. Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан [Электронный ресурс]. URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/> (дата обращения: 09.04.2023).
4. Правовое регулирование договора транспортной экспедиции по законодательству Украины и Республики Казахстан [Электронный ресурс]. URL: <https://articlekz.com/article/17742/> (дата обращения: 17.04.2023).
5. Транспортная логистика : учебник / А. Д. Молокович. Минск: Вышэйшая школа, 2019. 463 с.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ И АВТОМАТИЗАЦИИ ТРУДА

А. Н. Качан, А. Д. Федоренко

kachan8648@icloud.com;

Научный руководитель – А. В. Пыко, кандидат искусствоведения, доцент

В статье рассмотрены экономические последствия технологических изменений и автоматизации труда, их позитивные и негативные аспекты воздействия на экономику и рынок труда. Авторы отмечают, что рациональное использование технологий может привести к экономическому росту, увеличению производительности труда и улучшению качества жизни людей.

Ключевые слова: автоматизация труда; технологические изменения; ERP-системы; бизнес; производство.

ВВЕДЕНИЕ

Современный мир быстро меняется под влиянием технологических изменений и автоматизации труда. Эти изменения не только влияют на производительность, но и на экономику в целом. Экономические последствия технологических изменений и автоматизации труда включают как позитивные, так и негативные аспекты, и требуют серьезного внимания со стороны экономистов и политиков.

Цель данной работы – исследовать экономические последствия технологических изменений и автоматизации труда. В работе рассмотрены как позитивные, так и негативные аспекты воздействия на экономику, и рынок труда.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

1. Технологические изменения и автоматизация труда.

История развития технологических изменений и автоматизации труда началось еще в XIX веке, с изобретения механических приспособлений, которые позволяли снизить время на выполнение работ и увеличить производительность. Технологические изменения и автоматизация труда начались с простых механизмов, таких как веретена или кузнечный молоток. Однако с течением времени технологии стали более сложными и эффективными, такими как ленточный конвейер Генри Форда. Сейчас технологии продолжают развиваться, и все больше задач становятся доступными для автоматизации.

Современные технологические изменения охватывают все сферы экономики, включая промышленность, транспорт, здравоохранение и образование. Искусственный интеллект и автоматизированные систе-

мы стали неотъемлемой частью нашей жизни, способствуя увеличению производительности и снижению затрат на трудовые ресурсы. Однако, эти изменения также имеют серьезные экономические последствия.

Рассмотрим сокращение рабочих мест и увеличение безработицы. Эта проблема становится одной из главных при внедрении технологических изменений. Интеллектуальные и физические задачи, которые раньше выполнялись человеком, теперь могут быть решены за счет технологических средств. Те, кто не может быстро адаптироваться к новым технологиям или не имеет необходимых навыков и образования, рискуют потерять свою работу.

Но также автоматизация труда способствует возникновению новых рабочих мест. Новые технологии могут стимулировать возникновение профессий и навыков, которые требуются для работы с новыми технологиями. Это может включать программирование, разработку и тестирование новых технологических решений, управление базами данных, информационную безопасность, и т.д.

Одним из главных преимуществ от технологических изменений и автоматизации труда является увеличение производительности и сокращение затрат на труд. Это приводит к снижению стоимости производства и улучшению конкурентоспособности на рынке. Благодаря технологическому прогрессу, некоторые процессы труда, которые ранее были трудоемкими и опасными, теперь могут быть выполнены машинами и роботами, что уменьшает риски для здоровья работников и улучшает их условия труда.

Исходя из перечисленных аспектов автоматизации труда, необходимо развивать технологии и автоматизацию труда с учетом социальных и экономических последствий, и обеспечивать адекватную защиту прав и интересов работников.

2. Социальные проблемы.

Исходя из перечисленных эффектов технологического развития, мы можем сделать вывод, как данный процесс влияет на социум.

Во-первых, автоматизация труда влияет на рынок труда. Они создают новые рабочие места, но одновременно и уничтожают старые. Это приводит к сокращению рабочих мест, что в свою очередь влияет на социальную напряженность в обществе.

Во-вторых, технологические изменения влияют на уровень доходов населения. С одной стороны, автоматизация труда позволяет повысить производительность и уменьшить затраты на трудовые ресурсы, что в свою очередь может привести к росту экономики и увеличению доходов. Однако, с другой стороны, это может привести к увеличению разры-

ва между бедными и богатыми, что также влияет на социальную напряженность.

В-третьих, технологические изменения влияют на качество жизни населения. Они могут улучшить условия труда, снизить риски для здоровья работников, увеличить доступность услуг и товаров, но при этом могут привести к ухудшению экологической ситуации, что также влияет на качество жизни.

И, наконец, автоматизация труда и технологические изменения влияют на образование и квалификацию населения. Они требуют новых знаний и навыков, что требует переквалификации работников и изменения системы образования.

В заключении следует отметить, что автоматизация труда и технологические изменения уже сегодня влияют на социум и будут продолжать влиять в будущем. Однако, мы можем управлять этим процессом, чтобы достичь наилучших результатов для общества. Для этого необходимо разработать эффективные механизмы поддержки работников, переходящих на новые рабочие места, обеспечивать доступность образования и переквалификации, а также снижать социальную напряженность через социальные программы и меры по борьбе с бедностью.

3. Влияние на бизнес. Рассмотрим отрасли экономики, которые наиболее подвержены технологическим изменениям и автоматизации труда. Как известно, развитие технологий и автоматизации происходит очень быстро, и все больше компаний и отраслей принимают это во внимание, стараясь адаптироваться к новым условиям и требованиям рынка.

Первая отрасль – автомобильное производство. Большинство производственных процессов могут быть автоматизированы, что позволяет снизить затраты на рабочую силу и повысить эффективность производства.

Другой отраслью, которая находится на переднем крае технологических изменений и автоматизации труда, является сфера услуг. Например, в банковской сфере все больше операций переходят на онлайн-платформы, что упрощает процессы и снижает затраты на обслуживание клиентов.

Отрасль розничной торговли. В связи с ростом электронной коммерции и развитием технологий распознавания и обработки данных, все больше магазинов внедряют системы сканирования товаров и распознавания лиц покупателей, что позволяет сократить затраты на персонал и увеличить эффективность работы.

Кроме того, технологические изменения и автоматизация труда также имеют важное значение для отраслей, связанных с логистикой и транспортировкой товаров.

Также можно отметить, что современные технологии и автоматизация труда все больше проникают в отрасли, ранее не связанные с высокими технологиями, такие как сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых. Например, использование дронов и автономных технологий для сбора информации о почве и урожаях, а также автоматизация добычи полезных ископаемых может значительно повысить эффективность и снизить затраты на эти процессы.

4. Примеры успешной реализации технологических изменений и автоматизации труда в бизнесе. Рассмотрим примеры из разных отраслей экономики.

Автомобилестроение. Примером успешной автоматизации производства можно назвать японскую автомобильную компанию Toyota, которая внедрила систему производства, основанную на принципах Lean Manufacturing, и смогла добиться существенного улучшения качества продукции и сокращения времени производства. Второй пример – компания Tesla, производитель электрических автомобилей. Она применяет автоматизированные процессы в производстве автомобилей, что позволяет сократить время на сборку автомобиля и повысить качество конечного продукта.

Розничные продажи. Amazon, один из самых крупных онлайн-ритейлеров в мире. Компания инвестировала в автоматизацию своих складов и процессов доставки, в результате чего удалось значительно сократить время на обработку заказов и уменьшить количество ошибок при выполнении заказов. Это позволило Amazon увеличить свою долю рынка и укрепить свое лидерство в отрасли.

Сфера услуг. Компания McDonald's внедрила технологические изменения и автоматизацию труда в своих ресторанах, используя самообслуживание и мобильные приложения для заказов. Это позволяет увеличить эффективность обслуживания клиентов и сократить издержки на персонал.

Компания DHL внедрила роботизированные сортировочные линии в своих центрах обработки грузов. Это позволяет увеличить скорость обработки грузов и снизить количество ошибок в доставке.

Все эти примеры демонстрируют, как технологические изменения и автоматизация труда могут повысить эффективность и увеличить прибыльность бизнеса. Однако, для успешной реализации этих изменений, необходимо уметь управлять процессом и адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

5. Роль государства в развитии технологических изменений и автоматизации труда.

Государственная поддержка может проявляться в различных формах. Одной из основных мер поддержки является выделение государственных средств на проведение научно-исследовательских работ в области технологий и автоматизации труда. Также государство может оказывать финансовую поддержку предприятиям, занимающимся разработкой и внедрением новых технологий, например, через гранты и льготные кредиты.

Однако регулирование технологических изменений и автоматизации труда является не менее важной задачей для государства. С одной стороны, необходимо защитить права работников и общества, обеспечивая социальную ответственность предприятий при внедрении новых технологий. С другой стороны, необходимо не создавать избыточную бюрократию и регулирование, которые могут затормозить развитие технологий и автоматизации труда.

Еще одним аспектом роли государства в развитии технологических изменений и автоматизации труда является развитие социальной инфраструктуры для адаптации к этим изменениям.

Таким образом, государство играет важную роль в развитии технологических изменений и автоматизации труда. С одной стороны, оно может оказывать поддержку в разработке и внедрении новых технологий, с другой стороны, регулировать процесс внедрения технологий для защиты прав работников и общества. Кроме того, государство может помогать в адаптации к изменениям путем создания новых рабочих мест, обучения и переквалификации

6. Технологические изменения и автоматизации труда в Беларуси. Одним из наиболее популярных инструментов в Беларуси для автоматизации бизнес процессов является система управления предприятием (ERP). Эта система позволяет интегрировать все бизнес-процессы в единую цепочку, что упрощает управление и позволяет быстрее принимать решения.

Проект «Электронное правительство» – в рамках данного проекта были автоматизированы бизнес-процессы государственных органов и учреждений, что позволило ускорить процессы принятия решений и улучшить качество оказываемых государством услуг.

Проект «Беларусбанк онлайн» – это онлайн-банкинг для физических и юридических лиц. Благодаря данному проекту клиенты банка могут в режиме онлайн производить большинство банковских операций, что значительно упрощает и ускоряет их выполнение.

Роботизированные производственные линии в машиностроительной отрасли. Благодаря использованию роботов и автоматических линий на предприятиях машиностроительной отрасли Беларуси, удалось увели-

чить производительность труда и улучшить качество производимой продукции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, Беларусь активно продвигается в области автоматизации труда и технологических изменений, что способствует повышению эффективности работы бизнеса и государственных органов, а также созданию условий для улучшения качества жизни населения.

В заключении можно отметить, что технологические изменения и автоматизация труда являются неизбежными процессами в современном мире. Они не только увеличивают производительность труда, но и влияют на экономику, социум и бизнес. Государство играет важную роль в развитии технологических изменений и автоматизации труда, предоставляя меры поддержки, регулируя процессы и развивая социальную инфраструктуру. Безусловно, при внедрении технологических изменений необходимо учитывать социальные и экономические последствия, такие как потеря рабочих мест и неравномерное распределение доходов. Однако, правильное использование технологий могут привести к экономическому росту, увеличению производительности труда и улучшению качества жизни людей. Поэтому, внедрение технологических изменений должно осуществляться с учетом всех факторов и быть направлено на достижение общественно-полезных целей.

Список использованных источников

1. *Autor D., & Dorn D.* (2013). The Growth of Low Skill Service Jobs and the Polarization of the US Labor Market. *The American Economic Review*, 103(5), 1553–1597. doi: 10.1257/aer.103.5.1553
2. *Brynjolfsson E., & McAfee, A.* (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies.* WW Norton & Company.
3. *Frey C. B., & Osborne M. A.* (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254–280. doi: 10.1016/j.techfore.2016.08.19.
4. *Galbraith J. K.* (2012). *The end of normal: The great crisis and the future of growth.* Simon and Schuster.
5. *Mokyr J.* (2016). *A culture of growth: The origins of the modern economy.* Princeton University Press.
6. OECD. (2016). *Automation, Skills Use and Training.* OECD Publishing. doi: 10.1787/9789264258604-en
7. *Rifkin J.* (2014). *The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism.* Palgrave Macmillan.
8. World Economic Forum. (2018). *The Future of Jobs Report 2018.* Geneva: World Economic Forum.

АДАптиРОВАТЬ ИЛИ СОЗДАВАТЬ: МЕТОДИКА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

В. В. Шавейко

schaveyko.v@gmail.com;

Научный руководитель – Н. К. Мельников, кандидат экономических наук, доцент

В данной статье предложен алгоритм принятия решения о выборе стратегии цифровой трансформации бизнеса. Описаны альтернативные стратегии, их достоинства и недостатки. Поднят вопрос о необходимости разработки собственного программного обеспечения или использования существующего. Выведен порядок и наполнение шагов анализа для выбора той или иной стратегии.

Ключевые слова: цифровая трансформация; СоСоМо II; разработка; цифровая платформа; цифровизация.

ВВЕДЕНИЕ

Современная экономика в значительной мере функционирует благодаря цифровым платформам [1, с. 107]. Цифровая платформа – программное обеспечение, предоставляющее низкоуровневую функциональность в готовом виде в качестве помощника в процессе разработки [2].

Каждый бизнес, вставший на путь цифровой трансформации, стремится иметь свое программное обеспечение, которое отвечает его нуждам и соответствует потребностям рынка. Однако, путь разработки нового цифрового продукта не быстр и дорог. Поэтому перед бизнесом зачастую встает дилемма: инвестировать в создание собственного продукта, или же воспользоваться уже имеющимися на рынке альтернативами? Выбрать правильное решение помогает многоступенчатый анализ.

Рассматривается совокупность значимых факторов, включая конкретные потребности организации, размер бюджета, сроки реализации проекта, сложности экспертизы и т. д.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Первоначально, проведение тщательной оценки потребностей организации имеет целью выяснение того, могут ли предлагаемые на рынке решения удовлетворить запросы организации или придется разрабатывать индивидуальное решение. Базой для такой оценки служит четкое представление будущего владельца продукта о минимальном жизнеспособном продукте (*minimal viable product - MVP*), то есть о таком, который

обладает минимально-достаточными функциями для решения поставленных перед пользователем задач.

Величина бюджета и сроки получения работоспособного продукта являются безусловно важными экономическими параметрами. С первого взгляда покупка обеспечивает преимущество в сроках и затратах. Значение фактора времени обусловлено фактом, что по задумке готовый продукт требует лишь минимальных временных затрат на настройку и приспособление к конкретным нуждам потребителя. Однако, чаще бывает так, что со временем рыночный вариант в силу своей универсальности требует больших временных и материальных затрат на адаптацию к конкретному условию эксплуатации, что приводит к нивелированию ранее оцененных выгод во времени. Соответствующим образом возрастают и затраты трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Следующим этапом оценки предполагает требований будущих пользователей продукта. Это требует непосредственной работы с целевой потребительской аудиторией. Важно определить, какие проблемы пользователя ставит своей целью решить исследуемый продукт. Если в компании заказчика есть определенная функция, не имеющая альтернативы на рынке и представляющая высокую ценность для клиентов, не стоит отказываться от нее ради сокращения сроков выхода приложения на рынок. Отсутствие такого функционала означает для потребителя продукта потерю его ценности. Последующее же включение необходимых функций может повлечь за собой затраты, которые делают продукт дороже, чем его создание «с нуля». Чаще всего при этом заказчик дополнительно оплачивает немалый набор необязательных функций, которые не нужны пользователю, не получившему уже на первом этапе ценность от платформы. Однако, если бизнес держится на устойчивом сервисе и стандартном для конкретного сегмента рынка пути обработки запросов, стоит задуматься о необходимости разработки продукта именно «с нуля».

Затем следует этап анализа технической осуществимости проекта. Предстоит оценить, обладает ли организация техническими знаниями и ресурсами для разработки и последующей поддержки продукта. Планировании потребности в трудовых ресурсах позволяет определить, сможет ли имеющийся персонал справиться с дополнением к уже осуществляемой работе или придется нанимать новую команду исключительно для целей нового проекта.

Полученные на предыдущих этапах оценки позволяют приступить к определению издержек. В случае принятия варианта самостоятельной разработки может быть использована конструктивная модель стоимости (CoCoMo II), которая позволяет оценить затраты и составить график осуществления нового проекта по разработке программного обеспечения. Ввиду начальных стадий анализа оптимальный способ ее примене-

ния – композиции приложения, который включает в себя анализ прототипа пользовательского интерфейса и начальных требований, что особенно важно на первых стадиях работы над проектом.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Для расчета затрат необходимо знать следующие параметры:

- Количество объектных указателей (экранов, отчетов, компонентов) и их предполагаемая сложность. После определения данных значений они «взвешиваются» в соответствии с таблицей, представленной ниже.

Таблица 1

Оценка постархитектуры для продукта с имеющейся моделью жизненного цикла

Тип Объекта	Вес		
	Простой	Средний	Сложный
Экран	x1	x2	x3
Отчет	x2	x5	x8
3GL компонент	–	–	x10
Объектные указатели	–	–	–

- Процент повторного использования программных компонентов – % REUSE, оценивающий возможность использования отдельных компонентов разрабатываемого проекта в других продуктах.

На основе этих двух значений по формуле (1) рассчитывается количество новых объектных указателей.

$$NOP = (OP)[(100 - \%REUSE)/100], \quad (1)$$

где NOP – количество новых объектных указателей; OP – предполагаемая сложность разработки объектных указателей; % REUSE – процент повторного использования программных компонентов [3, с. 10].

- Скорость разработки продукта – PROD (чел.-месяц). Применяется таблица 2 предоставленная нотацией, учитывающая уровень опытности команды и зрелость среды разработки.

Полученные значения подставляются в формулу расчета затрат (2), что и является итогом данного анализа.

$$COSTS = NOP/PROD, \quad (2)$$

• где COSTS – затраты; NOP – количество новых объектных указателей; PROD – скорость разработки продукта [3, с. 13].

Таблица 2

Оценка опытности разработчика и зрелости среды разработки

Опытность/возможности разработчика	Зрелость/возможности среды разработки	PROD
Очень низкая	Очень низкая	4
Низкая	Низкая	7
Номинальная	Номинальная	13
Высокая	Высокая	25
Очень высокая	Очень высокая	50

Для расчетов издержек на покупку приложения необходимо провести анализ поставщиков – оценить их продукты, чтобы убедиться, что они отвечают потребностям и стандартам организации, а также ожиданиям пользователей.

Завершающим этапом является проведение анализа издержек-выгод (costs-benefits), предполагает сравнение метрик создания приложения и его покупки. Здесь имеют значение оценки первоначальных затрат, текущих затрат на обслуживание, времени поступления на рынок и потенциальных показателей возврата инвестиций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Решение дилеммы «адаптировать программное обеспечение или создавать собственное» может быть обоснованным только при совокупной оценке внутренней среды компании (ресурсов, возможностей и опыта), состояния рынка и уровня требований потребителей. Критерием правильности принятого решения будет рост дохода компании.

Библиографические ссылки

1. Жан Тироль Наше цифровое будущее // Труды Вольного экономического общества России. Москва, 2019. Т. 218. С. 107–109.
2. What Are Digital Platforms? [Electronic resource]. URL: <https://medium.com/@bloggingtech260/what-are-digital-platforms-ee1c8ab6afec> (дата обращения: 10.03.2023).
3. Stutzke R. Experience with the COCOMO II Application Point Model. 2016. 17 p.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОДВИЖЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА ПРИМЕРЕ ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ INSTAGRAM)

П. И. Шимков

pavelshimkov@gmail.com;

Научный руководитель – И. А. Добромудрова, старший преподаватель

Продвижение в маркетинге выполняет сегодня одну из самых важных функций, обеспечивающих диалог с потребителем, формирование долгосрочных отношений и покупательскую лояльность. Среди информационных каналов, к которым активно обращаются потребители, наиболее популярным и востребованным является Инстаграм. Поэтому обращение к теме продвижения потребительских товаров с помощью социальных сетей, безусловно, актуально для белорусских компаний.

Ключевые слова: продвижение; социальные сети; маркетинговые коммуникации; продвижение брендов; инструменты продвижения; потребительская лояльность.

ВВЕДЕНИЕ

Продвижение – это составная часть маркетинговых коммуникаций, в рамках которых распространяются сообщения, направленные на повышение осведомленности о различных продуктах и услугах компании, интереса к ним и спроса на них [1].

Существует множество инструментов продвижения в маркетинге, которые могут быть использованы компаниями в зависимости от их бюджета, целевой аудитории и целей маркетинговой кампании. Классически, состав элемента «продвижения» в комплексе маркетинга определяется следующим образом: реклама, PR-кампании, прямые продажи, личные продажи, стимулирование, представленное традиционными каналами и носителями в СМИ, на радио, телевидении. Но стоит сказать, что на смену оффлайн продвижения приходит онлайн, где наиболее популярным инструментом является digital-маркетинг: продвижение через интернет-каналы, такие как сайты, социальные сети, контент-маркетинг, SEO, контекстная реклама и другие.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Одним из самых популярных каналов продвижения продукта и бренда является продвижение в социальных сетях в различных форматах, и в первую очередь в виде рекламы. Это подтверждается следующими статистическими данными:

- по данным 2022 года из 9,44 млн жителей нашей страны интернетом пользуется 8,03 млн (85,1 %), что на 3 % больше, чем год назад.

- социальными сетями пользуется 4,35 млн белорусов (46,1 % населения). В 2021 г. эта цифра была меньше – 3,9 млн, или 41 %.

- лидером по приведенному трафику на вебсайты является Pinterest с долей 25,55%. На втором месте расположился Вконтакте (15,16 %), на третьем – Instagram (13,23 %), который обошел Facebook (13,12 %) и Youtube (12,94 %). Замыкает шестерку лидеров Twitter с долей 10,84 % [2].

Количество пользователей в Instagram за 2022 год в Беларуси резко сократилось на 300 тыс. пользователей и, потеряв лидерство среди социальных сетей с аудиторией в 3,7 млн, опустился на второе место. На первое место по количеству пользователей на конец 2022 года вышел TikTok с 4,27 миллионами пользователей. Instagram имеет свою уникальную аудиторию, которая обладает определенными общими характеристиками. Женщины составляют 59 % пользователей Instagram. Мужчины – 41 % пользователей Instagram. Большинство пользователей Instagram относятся к молодому поколению – 25–34 года. С мобильных устройств сидит 84 % пользователей.

Социальные сети являются одним из самых эффективных каналов продвижения товара в современном мире. Благодаря широкой аудитории пользователей, активному использованию социальных медиа и доступу к целевой аудитории, социальные сети предоставляют бизнесам уникальную возможность привлечь внимание потенциальных клиентов. Instagram — это популярная социальная сеть, которая предоставляет множество возможностей для продвижения товаров и услуг. Приложение занимает 2 позицию среди самых скачиваемых бесплатных программ в AppStore, а в Google запрос «Instagram» находится на десятом месте по популярности. Работа по продвижению товаров и брендов в данной социальной сети предполагает использование следующих инструментов:

1. Использование хештегов: хештеги – это способ пометить фотографии и видео определенной темой или категорией, что позволяет людям легко находить контент, связанный с этой темой.

2. Рекламные публикации: компании могут использовать рекламные публикации в Instagram, чтобы продвигать свои товары и услуги перед широкой аудиторией. Это может быть полезно, если компания хочет привлечь новых клиентов и увеличить свой охват.

3. Сотрудничество с блогерами: блогеры имеют большое влияние на своих подписчиков и могут помочь компаниям продвинуть свои

товары и услуги. Компании могут сотрудничать с блогерами, которые имеют аудиторию, соответствующую целевой аудитории компании.

4. Использование Instagram Stories: Instagram Stories – это короткие видео и фотографии, которые видны пользователям только на 24 часа. Компании могут использовать Stories, чтобы продвигать свои товары и услуги, например, показывая за кадром съемки товаров или проводя мини-конкурсы.

5. Анализ данных: компании могут использовать аналитические данные Instagram, чтобы определить, какой контент наиболее эффективен в продвижении их товаров и услуг. Это может помочь компании сформировать более эффективную стратегию продвижения в Instagram и принимать взвешенные решения о расходах на маркетинг.

6. Взаимодействие с подписчиками: компании могут использовать Instagram для взаимодействия с подписчиками, отвечать на их вопросы, общаться с ними и просить обратную связь. Это может помочь компании узнать мнение своих клиентов о товарах и услугах и улучшить их качество.

В целом, продвижение потребительских товаров в Instagram – это эффективный способ привлечения новых клиентов, повышения лояльности текущих клиентов и увеличения объема продаж. Однако для того, чтобы использование Instagram было наиболее эффективным, компании должны разработать стратегию продвижения, которая будет соответствовать их бренду и целевой аудитории, а также активно взаимодействовать с подписчиками и анализировать данные, полученные от Instagram.

Для более качественного анализа Instagram как торговой площадки, было решено взять 2 белорусские компании по производству кожаных изделий: Makey и Igermann. Обе компании специализируются на пошиве сумок и обе для продвижения своих товаров используют Instagram в качестве торговой площадки.

Официальный аккаунт Igermann насчитывает 4 тысячи подписчиков. При анализе аккаунта можно заметить следующее:

1. Качественное фото. Фотографии высокого качества, что делает профиль привлекательным и узнаваемым.

2. Контент. Компания Igermann размещает фотографии своих изделий, а также интересные идеи, как можно использовать их продукцию и с чем она может сочетаться.

3. Активность. Аккаунт активно обновляется каждые 3 дня, ведется регулярное общение с подписчиками, что создает положительное впечатление о компании.

4. Рекламные публикации. Каждая публикация компания является рекламной. Рекламируется не только своя продукция из кожи, но и свой бренд для привлечения и удержания клиентов.

Профиль в Instagram аккаунте Makey насчитывает 86 тысяч подписчиков. Профиль насыщен контентом. Ежедневно снимаются Stories. Установлена обратная связь с подписчиками. При презентации продукта бренды совершенствуются, учитывают современные тенденции. Например, в компании Makey отчетливо видно изменение визуала в профиле Instagram. Начиная с января 2023 года акцент публикаций перенесли на продукт. Отличием от компании Igermann является, то, что компания Makey по мимо основного продукта (сумки, кошельки) предлагает парфюмерию, сувениры. Согласно статистическому порталу Popsters, за 2 недели исследований было выявлено, что 14 публикаций за этот промежуток времени собрали 2407 лайков и 52 комментария. Среднее количество лайков – 240, комментариев – 5. ER day (Daily Engagement Rate) – 0,2382 %. Пользователи активно реагируют видео-контент, нежели на текст или фотографии (в отличие от компании Igermann, где статистика противоположная: там лучше реагируют фото-контент). [3]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, Instagram является привлекательным инструментом для брендов, ведь Instagram является платформой для визуального контента, поэтому бренды могут использовать этот инструмент для показа своих продуктов или услуг в наилучшем свете. Instagram предоставляет различные инструменты рекламы, которые позволяют брендам настраивать таргетированные объявления для своей аудитории, а также аналитические инструменты, которые позволяют брендам отслеживать свои показатели эффективности и изучать свою аудиторию.

В целом продвижение потребительских товаров в социальных сетях является эффективным инструментом маркетинга, который позволяет компаниям привлекать и удерживать клиентов. Однако, для успешного продвижения потребительских товаров в социальных сетях необходимо учитывать особенности каждой платформы и предпочтения аудитории. Кроме того, важно организовать качественное контентное наполнение, оптимизировать рекламные кампании и следить за метриками, чтобы получать максимальный эффект от своих инвестиций. Надо также указать, что особенности современных пользователей – это желание контактировать напрямую с брендом, получать интерактивную коммуникацию, иметь прозрачные отношения с брендом, а также возможность визуализи-

зации коммуникативных сообщений, что является характерными чертами социальных сетей, в частности Instagram.

Библиографические ссылки

1. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. С англ. 10-е изд. М.: Альпина Пабlishер, 2019. 94 с.
2. Digital 2022: использование интернета и соцсетей в Беларуси. [Электронный ресурс]. URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/digital-2022-ispolzovanie-interneta-i-socsetej-v-belarusi/> (дата обращения: 25.02.2022).
3. Аналитический сайт Popsters [Электронный доступ]. – URL: <https://popsters.ru/> (дата обращения: 03.04.2023).

PLATFORM MODEL OF ENTERPRISE DIGITAL TRANSFORMATION UNDER THE BACKGROUND OF DIGITAL ECONOMY

Chen Hantongzhou

chtz945@gmail.com

Research supervisor – T. Starovoitova, Candidate of Economics, Associate Professor

In the process of continuous development of digital economy, with the rapid development of various modern information technology, digital transformation has promoted and disrupted many traditional industries. This paper analyses the digital transformation of enterprises from the perspective of the digital economy, hoping to provide reference and help to more enterprise managers, promote enterprise innovation and upgrading, and promote the long-term development of the national economy.

Keywords: digital economy; information technology; digital transformation; management.

Digital transformation concepts for businesses

The digital transformation of enterprises is the transformation from an enterprise operation mode with physical space as the carrier to a digital operation mode with the integration of physical space and digital space as the carrier. Based on the integration of physical and digital space carriers, the basic labour, material, capital and information elements of enterprise operation are constructed, and key support systems such as digital product development, digital research and production management and digital enterprise management are formed to achieve an agile response to the market, accurate and orderly production and stable and efficient management of enterprise operation [2].

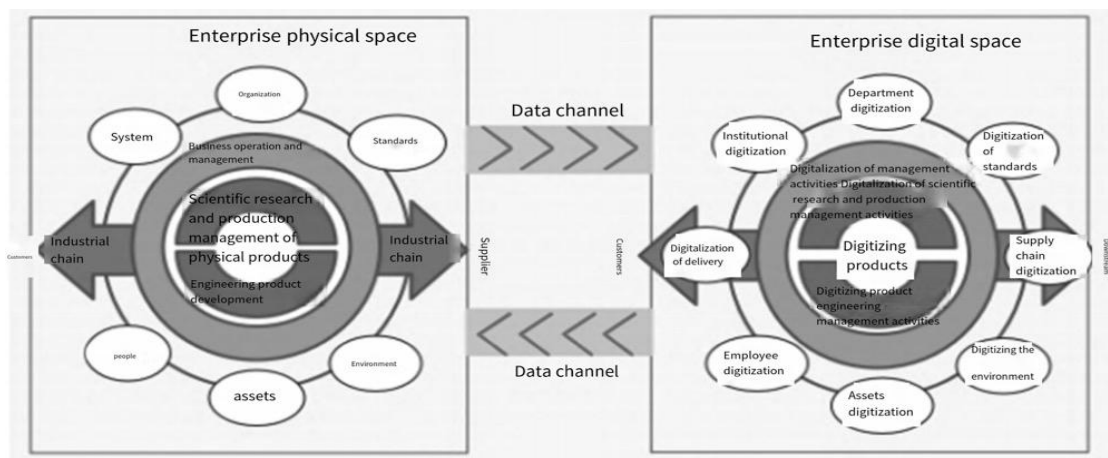


Fig. 1. The digital transformation operating model for manufacturing companies [2]

The connotation of enterprise digital transformation

The digital transformation of enterprises encompasses not only the digitalisation of industries, but also embodies digital industries, which means realising the digital combination between advanced information technology and traditional enterprises, and making continuous progress towards digital trends, such as the use of high technology such as big data and cloud computing in industries such as retail, services and manufacturing to improve the structure of enterprises' previous processes such as production, sales and processing. Companies that carry out analysis that uses digital technology as a basis are able to more effectively promote the innovation and upgrading of traditional industries and the digitalisation of their businesses when they form an industrialisation. According to the analysis of the current development, the digital transformation of enterprises has been slowly transformed from the consumer-oriented side towards the production and industrial side. The digitalisation of any industry is consumer-oriented and has gradually matured, while the digital transformation of business and industry has gained initial momentum and needs to be supported by traditional industries and relevant government departments.

Enterprise Digital Transformation Platform Framework

The digital platform is an institutional digital service hub that integrates technology, aggregates data and empowers applications. With intelligent digital technology as components, data as production resources and standard digital services as outputs, it enables institutional business innovation and efficient operations, helps institutional data management and value mining, and reduces the complexity of institutional technology operations and technology management.

1. Converging technologies: The digital platform itself is based on emerging technologies such as cloud computing, big data, video technology, the Internet of Things, artificial intelligence and next-generation security as core components, continuously integrating existing technologies while continuously incorporating new technologies, and doing a comprehensive integration of new and existing technologies, encapsulating the organisation's technological mastery within the platform and providing technological enablement for business development and organisation operations.

2. Aggregate data: Data is the productive resource of the digital platform, and the two are mutually dependent on each other. Different data scales and data types require different digital platforms to support them, and digital platforms of different maturity levels can handle different scales and types of data resources. At the same time, the process of processing data by platforms is also constantly precipitating industry experience, gradually forming the platform's intelligent and intelligent output capabilities.

3. Enabling applications: The digital platform provides standard digital services based on APIs to the outside world, enabling interfacing with networks, terminals, applications and other platforms in a standardised manner. The construction of the digital platform not only provides assistance to the business development and operation of the organisation, but also has the potential to become a digital business as a differentiated competitive advantage [1].

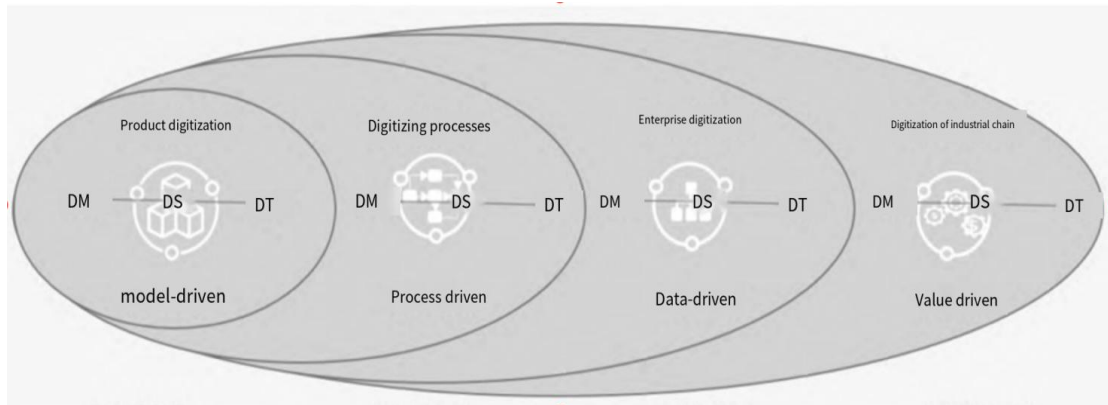


Fig. 2. Enterprise Digital Transformation Platform Framework

Based on the understanding of enterprise digital transformation, it can be considered that the enterprise digital transformation is to reconstruct the enterprise business operation base and operation framework, as shown in Figure 2, DM, DS and DT are digital model (DM), digital simulation (DS) and digital twin (DT) respectively.

It is crucial to establish operational elements that are adapted to the digital operation model of an enterprise, to realise their modelled representation and to build its digital continuity capability system. In the framework of enterprise digital transformation capabilities include object digital capabilities and enterprise digital continuity capabilities. On the basis of these two capabilities, a data and model-driven enterprise digital operation system is built to support the operation of key business scenarios and realise the digital transformation of the enterprise.

Conclusions

The digitalisation of the enterprise supports data-driven digital operations by modelling enterprise elements and establishing key operational control models such as digital organisational control, supply chain control and enterprise operational decision models to optimise enterprise operations. The digitalisation of the industrial chain supports the construction of value-driven digital industrial chains through the modelling of industrial partners, the definition of industrial chains and the optimisation of models. A long-term perspective on the digitalisation of all elements and processes of the enterprise. In the ac-

tual transformation process, we combine the enterprise's information technology infrastructure and application level, and focus on the digitisation of products, processes and enterprises to promote the digitisation of the enterprise itself. At the same time, in the external part of the enterprise, we make full use of new digital technologies to promote the digitalisation of the enterprise's supply chain, drive the digitalisation process of partners, support the digital construction of the value-driven industry chain, and improve the level and quality of the enterprise's digital operation from the inside out. We will continue to strengthen the application of technologies such as immersive interaction, artificial intelligence and new infrastructure computing power to provide productivity upgrade support for the digital transformation of enterprises, innovate more digital application scenarios and promote the digitalisation of the whole product, the whole process, the whole enterprise and the whole industry chain digital transformation goals.

References

1. Digital platforms drive digital transformation in the enterprise // Chief Digital Officer. URL: http://www.clii.com.cn/lhrh/hyxx/202009/t20200902_3946133.html (date of access: 01.04.2023).
2. A general framework for digital transformation of equipment manufacturing enterprises // Modern Manufacturing Engineering. URL: https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzI4NzYwNjUxOA==&mid=2247495551&idx=2&sn=0cd6b24fdec0a517bab5942fd324fd3d&chksm=ebc9bce6dcbe35f083b2126719abd43fc055cd73e1a93720b65b186f66ce79a68fea4f6cbde8 (date of access: 01.04.2023).

REALIZATION OF PUBLIC INTERESTS IN THE PROCESS OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT

Chen Hantongzhou, Zhang Boning

chtz945@gmail.com;

Research supervisor – T. Starovoitova, Ph.D., Associate Professor

The economy at large, policymakers can implement targeted policies that prioritize the interests of all members of society. This paper examines the realization of public interests in the process of digital economy development, highlighting the importance of considering demographic factors in shaping economic policies. Through a review of relevant literature and case studies, the paper provides insights into how governments can achieve a more equitable and inclusive digital economy that benefits everyone. It also discusses the challenges and opportunities presented by the digital economy, particularly in relation to ensuring that public interests are protected and promoted in the face of rapid technological change. Ultimately, the paper emphasizes the need for a collaborative approach to economic development that incorporates multiple perspectives and takes into account the needs and aspirations of diverse demographic groups.

Keywords: digital economy; public interests; economic strategy; demographic trends; sustainability.

INTRODUCTION

In the digital economy, the natural public attribute of data as a factor of production used in the process of generating value inevitably requires public benefits, and state finances is the most direct way to realise public benefits and share development dividends. Therefore, at a time when countries around the world are vigorously developing their digital economies, it is very meaningful to explore the use of fiscal and taxation tools and instruments to obtain a certain share of fiscal revenue from key elements of the digital economy and to bring into play the fundamental and pillar national governance role of finances. Professor Xie Bofeng of the School of finances and Economics at Renmin University of China has called this system "data finances".

RESULTS AND ITS DISCUSSION

The concept of data finances

Data finances a general term for the fiscal and taxation system that applies to the process of data development and circulation, and can be divided into data finances a narrow sense and data finances a broader sense. data finances a narrow sense refers to the fiscal activities involved in the entry of public data into the market; data finances a broader sense includes fiscal activities in the production, use and circulation of all data across a wider range of

government and market actors, involving a variety of fiscal instruments and tools.

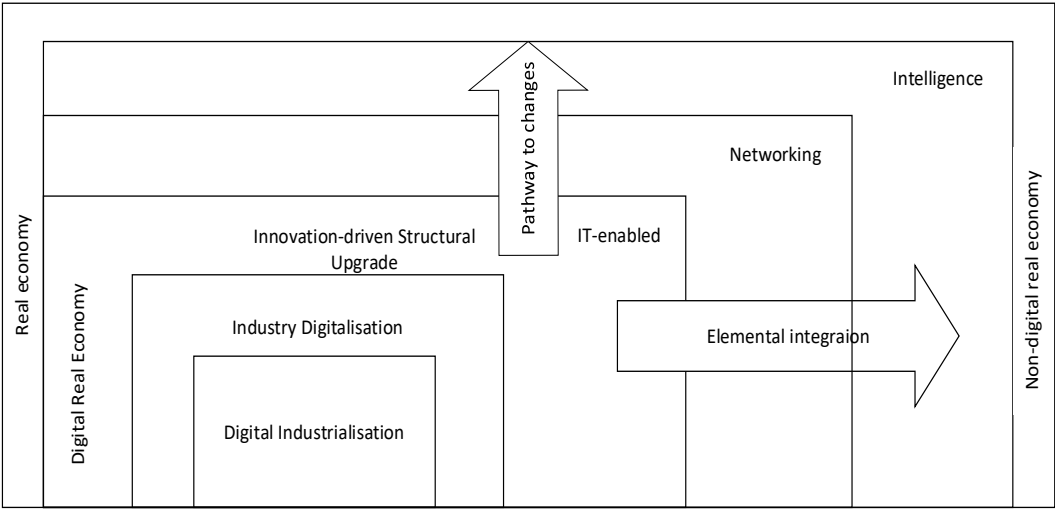


Diagram of the process of integrating the digital economy and the real economy [2]

Using the life cycle of static data as the observation dimension, data finances a narrow sense can also be divided into two phases.

The first stage is before the data enters the market, when the main subject of data production and trading activities is the government, and Data finances dominates this stage, including the core process of stockpiling, producing and authorising the use of data; the second stage is after the data enters the market, when the main subject of data production and trading activities is enterprises, and data finances at the periphery of the process of data development, service and reproduction, and does not interfere with the use of data by enterprises and individuals as much as possible In the second stage, after the market has been entered, enterprises are the main players in data production and trading activities.

In the broad sense of data finances, the first stage is the fiscal activities that accompany the regulation of data before it enters the market, such as the fiscal policy and management of data business formation, data product development and registration, etc. The second stage is probably similar to the narrow sense of data finances.

Data finances not simply the "sale of data". The term "selling data" is simply a common term for a certain way of circulating data elements. In fact, according to the different ways in which data functions, the data products formed from the conversion of data resources include data itself, algorithmic procedures for data processing, data services provided based on data, and other diverse forms, and around the rich data products, a data market system with

multiple links, multiple subjects, multiple levels and multiple ways has been formed.

Therefore, the issue of Data finances cannot be limited to fiscal issues in a certain segment, but needs to go beyond fiscal and taxation, integrate data-based institutional arrangements, follow the future trend that data will become one of the main factors of production, and systematically consider data-based fiscal operations, including but not limited to the cultivation of financial sources and the design of revenue systems. The concept of Data finances at this level needs to pay more attention to and examine the public benefits brought by the digital economy with data as a key element.

The significance of establishing data finances

The establishment of data finances a need to improve the data foundation system. data finances a need to reflect the public interests of the digital economy and ensure that all people share the dividends of digital economy development on top of the data foundation system.

On the one hand, many data resources are of a certain public nature, and the current institutional innovation of data rights separation has widened the space for data circulation and use; operators of pooling points have become de facto owners of data rights and interests, and some individuals have given up their property rights to data and transitioned to the government or enterprises, a practice that highlights the urgency of establishing a data finances system and reflecting the needs of the public interests of the digital economy.

On the other hand, the way in which the value of data (or data products) is generated is of a public nature. The more universal value of data should be aggregated, i.e. the value of big data resulting from the aggregation of massive amounts of data, of which the value added by the aggregation needs to be regulated by the establishment of data finances. In addition, the new demand for the provision of relevant public goods to match the digital economy and data market also places a corresponding demand on data finances.

The need for Data finances to play an important role in modern national governance. As a factor of production, "data" can have a significant impact on social and economic operations and national governance. In modern national governance, while playing a fundamental and pillar role, finances should undoubtedly use "data" as an important tool and instrument.

On the one hand, Data finances promotes data as a new factor of production on a par with traditional factors, laying the foundation for the further development of data factors and the digital economy; on the other hand, Data finances plays a pillar role in national governance in the digital economy through innovative fiscal tools and mechanisms and embedding them in the social production and circulation cycle of new factors, creating a favourable environment for the market-based allocation of factors, and providing a new

era for the role of finances. The role of finances has taken on a new contemporary meaning.

In short, data finances is necessary to improve the system and promote the role of data, as well as to improve national governance in the construction of the digital economy and digital society, and is an important link to promote high-quality development and economic take-off through data elements.

CONCLUSION

First, on the basis of the basic data system, the concept of a data fiscal system should be promoted to gain legal status. On the basis of the existing consensus on data state assets and authorised operation of public data, more systematic scientific research should be conducted to clarify misconceptions, demonstrate the feasibility of data finances, and standardise the concept of data finances, in an effort to give the data finances system a suitable status and reference when the existing data regulations and other related laws are revised.

Second, improve the data finances system. On the basis of establishing the concept of data finance system, systematically study the various aspects of data asset finances, accounting, taxation, budget, performance, performance, information disclosure and other systems around various aspects of data transactions and flows, and formulate corresponding policies and management methods.

Third, select pilot projects for exploration. On the basis of a general consensus and the basic formation of a system, select some industries or regions with good conditions to prepare a feasible plan, conduct pilot verification, and improve and explore the data finances system in practice.

References

1. *Zhu YY, Xie BF.* data finances: public interest realization in the development of digital economy[J]. *Big Data*, 2023, 9(2)
2. Third wave of real economy digitalzation//AliResearch. URL: https://mp.weixin.qq.com/s/01Aw2tWonwWgo_Ngo-IGUw (date of access: 08.04.2023).
3. *Горбачев Н. Н., Мальченко Н. С., Якимахо А. П.* Рынок интеллектуальной собственности в экономике знаний // *Открытое образование*. 2010. № 2. С. 69–78.
4. *Козловский В. В., Горбачев Н. Н.* Проблема взаимосвязи национальных, общечеловеческих и универсальных ценностей в устойчивом развитии современного общества // *Мировая политика*. 2020. № 1. С. 37–50.

VISUAL MERCHANDISING IN MARK FORMELLE STORES

A. A. Chekhovich, Y. D. Sukhina

hedgehog8.10.03@gmail.com, hedgehog8.10.03@gmail.com;

Research supervisor – E. V. Kudasova, Senior Lecturer

The article examines the concept of visual merchandising, its history, the influence of its elements on the consumer decision making process, investigates customer preferences in the organization of visual merchandising and offers a number of recommendations for improving the visual component of Belarusian clothing stores that can be used in practice.

Keywords: visual merchandising; clothing stores, marketing; in-store experience; customer perception.

INTRODUCTION

Customers usually base their first impressions on what they see. That's why the field of visual merchandising can play a crucial role in increasing the attractiveness, atmosphere and quality of customer service and experience inside the store.

Visual merchandising is a set of design and communication solutions of the store, a direction in marketing communications, consisting in the organization and demonstration of goods in the trading floor. It is used to optimize the physical space of the store, highlight products and their features, attract the attention of customers, make them feel comfortable and stimulate sales.

Despite the changes in our world after the pandemic, many people still prefer to buy clothes in offline retail shops. This may be due to people's desire to see the product with their own eyes and the opportunity to try it on. Therefore, we can safely say that offline shopping is still preferred by many consumers in the clothing industry.

RESULTS AND ITS DISCUSSION

It is believed that merchandising technologies were the first to be used by the American self-service supermarket «Piggly Wiggly», which opened in 1916. The managers noticed that if you facilitate the search for goods, make the selection process fun and functional, then customers spend more time in the store and buy 13 % more [1]. According to statistics, 76 % of purchase decisions are made directly in the store, while 80 % of the purchase decision is dictated by the environment of the product, namely its design and layout, proximity to other goods and the price tag [2]. The results of research by American experts indicate that 30 % of all purchases in stores are made under the influence of emotions and impulsive behavior [3]. Merchandising also helps to influence consumer behavior in a certain way and increase sales.

Visual merchandising uses a number of physical components to reflect the brand's image and aesthetics, including color, lighting, space, sound, odor (smell) and technology. The influence of all these elements has constantly been studied by psychologists and economists, including Paco Underhill, a psychologist-writer and founder of a research and consulting company, in his book «Why We Buy: The Science of Shopping».

Visual display is vital for clothing stores, it's preferable to strategically approach the display of the products. The layout of the store determines how customers move around the premises, what they see and where they spend more time.

Window display is a place where customers get their first impression of the store. The right window display serves as a good approach to visual clothing merchandising, which can attract more visitors to the store.

There should be plenty of free space in the store so that customers can conveniently move around the store without disturbing each other and without clinging to the goods.

Color correction is used by the merchandiser on an ongoing basis, because thanks to various color combinations, it's possible to attract attention with accents, hold the consumer's attention and make the store visibly more attractive.

Different color temperatures are suitable for different retail environments. However, it is important to maintain a balance here. Lighting should also allow the buyer to have a good look at the clothes, should not distort the colors in order to avoid situations with consumer dissatisfaction and the return of the goods.

The smell is also important, it should not only be pleasant, show the cleanliness of the room, neutralize unpleasant odors in the fitting room, but also create a specific atmosphere or associations.

Sound, most often music, can even influence a person's decision to enter a store or walk past it. The sound should not be too loud in order not to interfere with consumers to make purchases.

The attractiveness of technology is associated with the current trend towards digitalization, which is especially important for a young audience. Different digital displays and interactive installations can not only help consumers with orientation in the store and among the goods, increase the level of customer interaction with your brand and make the buying process more comfortable, but also visually increase the attractiveness of the store.

In order to find out the relevant problems faced by customers in Belarusian clothing stores, we interviewed 5 people who regularly visit such stores. During in-depth interviews, it has been proven that buyers really pay attention to the elements of visual merchandising and often get a negative experience

due to the inconvenient display of goods on shelves and hangers, small space in the room, loud music and too popular songs, unpleasant odors and inappropriate interior design.

To determine the most preferred solutions in visual merchandising and the importance of merchandising elements for buyers, we conducted a survey among 190 customers of clothing stores (176 people aged 14 to 25 years, 91 % are women). The results were following:

- Despite the impact of the pandemic on our lives, the majority of respondents (78 %) prefer to buy clothes in offline stores.

- 85 % of respondents faced situations when they wanted to leave the store or not even enter it, the most common reasons were dissatisfaction with the assortment of clothes, insufficient free space, odor, lighting and design of the trading floor.

- When choosing between warm and cold lighting, 37.4 % of respondents preferred warm, 33.2 % – cold, the rest answered that lighting does not matter for them or that the choice depends on the style of clothing and the store.

- 62 % of respondents will feel more comfortable in a room with uniform lighting.

- 60 % of respondents rated the importance of fitting room lighting as very important (5 out of 0 to 5).

- 88 % of respondents will feel uncomfortable in a room where there is little free space.

- 40 % use shopping carts (shoppers) in stores.

- 55.8 % would prefer a wide range of clothes, even if they had to search and sort through the goods for a long time. For the remaining 44.2%, a narrow assortment is preferable, when a small amount of goods is located on hangers.

- 61 % are more comfortable when clothes are arranged by collections, 22% – by color scheme, 11.6% – by ready-made outfits.

- 73.2 % of respondents chose pastel shades as the most attractive for them in the showcases.

- 81 % of respondents pay attention to music in stores.

- 45.3 % of respondents would like to hear popular, familiar music in stores, 39.5 % prefer calm relaxing music.

- When asked how much your favorite song playing in the store will increase your desire to go there, 61 respondents said that this would greatly increase their desire, and 17 respondents would not be affected in any way.

- 75.8 % of respondents would like to see displays in stores that allow them to view a map of the trading floor or an assortment of clothes.

- 145 (76.3 %) respondents noted that visual merchandising is important or essential for them. 3 (1.6 %) said that it is not important for them at all.

CONCLUSION

Having identified the main preferences of respondents who are the target audience of Mark Formelle, we also conducted a mystery shopper in order to develop the following recommendations for improving the visual merchandising of their stores.

- Lighting should evenly fill the entire room. We also recommend reducing the sharpness (intensity) of the light.

- Comply with the requirements for cleaning and ventilation of the room; it is not recommended to use aromatizers.

- We recommend placing the speakers evenly throughout the hall so that the music volume is the same in all parts of the store and checking the speakers for serviceability. We also recommend including popular songs that are known to most, but not too energetic.

- We suggest increasing the free space, especially in the part of the store far from the entrance and in the corners, allocate enough space at the entrance and increase the space between hangers to fit at least two people.

- Do not overload the hangers, leave space for the movement of clothes. Do not place clothes too high or low, especially underwear and socks, place clothes at an average level for an adult (160-175 cm tall).

- We recommend arranging clothes by collections and by color scheme and paying attention to the creation of ready-made outfits on mannequins, especially at the main entrance to the store.

- Since the main color in the design of the room is white, for signages and other POS-materials, brighter eye-catching shades should be used, but not abused, so as not to distract customers from the goods. We also recommend installing digital displays that will allow customers to see information about the assortment of goods and a store map.

References

1. *Taborova A.G.* Smart merchandising. Moscow : Infra-M, 2020. 160 p.
2. Analysis of merchandising in the store: how to increase sales? [Electronical Resource] // ABMCloud. 2022. URL: <https://abmcloud.com/analiz-merchandajzinga-v-magazine-kak-povysit-prodazhi/> (date of access: 30.03.2023).
3. The impact of merchandising on sales and on buyers [Electronical Resource] // Merchandising agency Leader Tim. 2022. URL:<https://leaderteam.ru/merchandizg/vliyznie-merchandajzinga> (date of access: 30.03.2023).

IMPROVEMENT OF BUSINESS PROCESS MANAGEMENT IN PROJECT MANAGEMENT IN THE CONTEX OF DIGITALIZATION GROWING

E. I. Gramakovskaya, M. P. Kostevich

*ekaterina.gramakovskaya.smbt@gmail.com, kostevitch.masha@yandex.by;
Research supervisor – E. Chudinova, lecturer, master*

This article explores the challenges and opportunities presented by the growing digitalization trend in project management and its impact on business process management, identify areas where improvements can be made to enhance the effectiveness and efficiency of project management practices in the digital era. The research methodology involves a comprehensive literature review, case studies, and interviews with the industry professionals. The findings highlight the importance of integrating digital technologies into project management processes and the need for organizations to adapt their business processes to leverage the benefits of digitalization. The research work concludes with recommendations for implementing strategies and tools to optimize business processes in project management and stay competitive in the digital age.

Keywords: business process management; project management; digitalization.

INTRODUCTION

In today's competitive business environment, companies strive to innovate and improve processes. Digital technologies are key for achieving these goals. Digitalization transforms operations, communication, and project management, optimizing processes, enhancing performance, and improving decision-making. Digitalization greatly impacts project management, involving planning, execution, and monitoring within time and budget constraints. Efficient management of processes is crucial for project success.

Improving business process management in project management is crucial in the digital age. Companies must adapt to new approaches, utilizing tools like project management software, data analytics, and automation. This enhances performance, reduces costs, and boosts efficiency. BPM aims to enhance operational efficiency, effectiveness, and agility by improving processes, workflows, and systems [1].

MATERIALS AND RESEARCH METHODS

Project management involves planning, organizing, and controlling resources to achieve goals within a timeframe and budget. Digitalization refers to adopting digital technologies to improve operations, processes, and services. The evolution of BPM digitalization can be divided into four stages:

- Digitization: converting paper-based processes into digital formats using basic technologies like scanners and digital storage systems.

- Automation: using software to automate processes with workflow management systems to track tasks and progress.

- Optimization: analyzing processes using data analytics and process mining to identify inefficiencies and streamline them using advanced workflow management systems, AI, and RPA.

- Transformation: using BPM and emerging technologies like blockchain, IoT, and advanced analytics to create new business models and revenue streams [3].

Each stage builds on the previous one, and businesses must master the previous stage before moving on to the next one. The ultimate goal of digitalization of BPM is to create agile and adaptable organizations that can rapidly respond to changing market conditions and customer demands.

RESULTS AND ITS DISCUSSION

To improve business processes management in project management in the context of digitalization, businesses should consider the following:

- To adopt digital tools: to invest in digital tools to streamline project management processes, such as project management software, collaboration tools, and automation tools.

- To develop a digital culture: to encourage a digital culture within the organization by training employees on digital tools, promoting collaboration and communication, and providing resources for digital initiatives.

- To embrace data-driven decision-making: to use data to inform decision-making processes. Collect and analyze real-time data to make informed decisions about project management.

- To continuously evaluate and improve: to continuously evaluate project management processes and seek ways to improve them. Identify areas for improvement, test new processes, and make changes based on feedback and data analysis [4].

Overall, while there are some disadvantages to digitalization of project management, the benefits are generally seen to outweigh the risks, particularly in today's digital-driven business environment (table).

There are many real-world examples of how digitalization has transformed project management across various industries. Here are a few examples:

- Construction industry. The construction industry has seen significant changes in project management due to digitalization. One example is the use of Building Information Modeling (BIM), a digital tool that helps project managers visualize and plan construction projects. BIM allows project managers to create 3D models of buildings, manage construction schedules, and track progress in real-time.

- Healthcare industry. Digitalization has also transformed project management in the healthcare industry. One example is the use of electronic health records (EHRs), which help project managers manage patient data, track treatment plans, and collaborate with healthcare providers in real-time.

- Information technology industry. Digitalization has been an integral part of project management in the IT industry for many years. One example is the use of Agile methodologies, which emphasize iterative development, continuous feedback, and collaboration between project teams. Digital tools such as JIRA and Trello help project managers manage tasks, track progress, and communicate effectively with team members.

- Marketing industry. Digitalization has transformed project management in the marketing industry as well. One example is the use of marketing automation software, which helps project managers streamline marketing campaigns, automate repetitive tasks, and track performance metrics in real-time.

Benefits	Disadvantages
<p>1.Improved Efficiency: Digitalization streamlines project management processes and automates tasks, freeing up time for strategic work.</p> <p>2.Better Collaboration: Digital tools facilitate communication, collaboration, and information sharing among team members, regardless of location.</p> <p>3.Enhanced Decision Making: Real-time data and analytics from digital tools enable informed decision-making for project managers.</p> <p>4.Increased Flexibility: Digital tools support remote and flexible work, improving work-life balance and job satisfaction.</p> <p>5.Better Project Outcomes: Digitalization reduces errors, boosts productivity, and ensures timely, budget-friendly project completion.</p>	<p>1.Cost: Digital project management tools require ongoing investment in technology and training, potentially adding to expenses.</p> <p>2.Security: Data security becomes crucial as digital tools may be vulnerable to cyber-attacks and breaches.</p> <p>3.Dependence on Technology: Relying on technology can be a disadvantage if systems fail or face disruptions.</p> <p>4.Complexity: Implementing and maintaining digital project management tools can be time-consuming and complex.</p> <p>5.Resistance to Change: Team members unfamiliar with digital tools may resist adoption, slowing down implementation.</p>

Benefits and disadvantages of digitalization of project management

These are just a few examples of how digitalization has transformed project management across various industries. By leveraging digital tools and technologies, project managers can improve efficiency, enhance collaboration, and deliver successful projects that meet stakeholder expectations.

Digitalization of business process management (BPM) has rapidly evolved, offering significant benefits. BPM optimizes business processes for increased efficiency, quality, and customer satisfaction. Through digitalization, businesses have streamlined BPM, leveraging automation and data analytics for valuable insights. Key trends include:

- Cloud-based BPM. Cloud computing growth has made BPM more accessible and affordable. Storing and accessing data and applications from anywhere enhances collaboration and efficiency.

- Robotic Process Automation (RPA). RPA automates repetitive and rule-based tasks, freeing up employees for more complex work. Integrating RPA with BPM streamlines processes and improves efficiency.

- Artificial Intelligence (AI). AI technologies like machine learning and natural language processing automate and optimize BPM processes. AI identifies inefficiencies and recommends process improvements.

- Process Mining. Process mining analyzes business process data, providing insights and opportunities for improvement. Combined with BPM, it identifies inefficiencies and optimizes processes [2].

CONCLUSION

BPM digitalization has streamlined processes, automated tasks, and provided data-driven insights. To stay competitive, businesses must continue evolving their BPM efforts. Project leaders manage disruptive technologies by staying informed, conducting assessments, developing strategies, building skilled teams, and embracing agility [2]. By adopting these strategies, project leaders can effectively manage disruptive technologies, harness their potential benefits, minimize risks, and ensure project alignment with stakeholder expectations. The increasing digitalization of project management has transformed the way businesses handle processes. With new tools and technologies, businesses can streamline project management, improving efficiency and effectiveness. Automation is a key advantage of digitalization, automating repetitive tasks and workflows like data entry, scheduling, and reporting. This reduces errors, saves time, and reallocates resources for other tasks.

References

1. *Araujo C.* Why BPM is now taking a central role in digital transformation // CIO : site. 2017. Mar 06. URL: <https://www.cio.com/article/234400/why-bpm-is-now-taking-a-central-role-in-digital-transformation.html> (date of access: 08.04.2023).
2. *Hernaus T., Pejić Bach M., Bosilj Vukšić V.* Influence of strategic approach to BPM on financial and non-financial performance // *Baltic Journal of Management*, Vol. 7 No. 4. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17465261211272148/full/html> (date of access: 01.04.2023).

3. *Sandle T.* Business process management is central to digital transformation // Digital Journal : site. 2018. Jan 17. URL: <https://www.digitaljournal.com/business/business-process-management-is-central-to-digital-transformation/article/512404> (date of access: 11.04.2023).
4. Accelerating the digital transformation of European industry and enterprises. Key recommendations of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship / Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship // European Commission : site. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/15856/attachments/1/translations/en/renditions/native> (date of access: 13.04.2023).

LEGAL DIGITAL CURRENCY AND COMMERCIAL BANK PERFORMANCE

Jie Yang

*Research supervisor – V. Puzikov, Doctor of Economics, Professor;
N. Bandarenka PhD – Associate professor*

As the popularity of blockchain technology goes to the public, many countries deployed legal digital currency as main strategy in advance including Canada(Jasper), Britain(Rscoin), Singapore(Ubin), Sweden(E-krona) and China(DC/EP), this article analyse from the bank and customers point of view that the impact of fully implementing legal digital currency as main currency that replace the currency note based on the Whitesell's and David's model with formula derivations.

Keywords: M0; legal digital currency; bank; payment; models.

A legal digital currency is a form of money issued by a central bank and implemented using special digital encryption technology. Compared to physical legal currency, digital legal currency has evolved into a technical form, and what remains unchanged is its value connotation. In essence, it is still a central bank debt issued to the public, and a legal digital currency is backed by a national loan. The concept of Central Bank Digital Currency (CBDC) was proposed by Broadbent in 2016 [1], it is a relatively new concept, Central Bank Digital Currency mainly belongs to the category of cash (M0) and represents that legal currency issued by the central bank in the form of an encrypted number string for a specific amount.

X. M. Liu points out that legal digital currency itself is not a physical entity, nor does it use a physical entity as a carrier, but is used for network investment, transaction and storage, and represents digital information of a certain amount of value [2]. D. Yang thinks that legal digital currency should be understood as a special claim on the central bank, rather than simple electronic cash [3]. At present, all countries are in the exploratory stage of research on legal digital currency, and there is no clear concept and blueprint for the specific form of legal digital currency. However, there are several existing digital currency ideas which are China(DC/EP), Britain (Rscoin), Canada(Jasper), Singapore (Ubin) and Sweden(E-krona), and are all clear that the central bank's digital currency mainly belongs to the category of cash (M0) and has unlimited legal compensation (In terms of money circulation, the country legally provides unlimited payment opportunities to the main currency. That is, the amount of each payment is not limited, and no one can refuse to accept it) [4].

The currency recovery mechanism is a method and system for issuing, circulating and restoring banking electronic currency. The bank uses credit,

cash, funds freeze, etc. to issue e-currency in proportion to the equivalent value of legal currency in circulation; the user uses a multi-party authentication method when making a payment in electronic currency and only if the minimum factors are met. Involved in the authentication all authenticated whether the payment can be successfully confirmed. Thus, the circulation of electronic money is carried out. The system includes a bank side and a user side. The bank processes the e-currency according to the emission rules, the user converts the e-currency into cash at the bank, and the bank processes the e-currency for the same amount. From the perspective of the effectiveness of monetary policy, China legal digital currency has four recovery mechanisms based on economic status conditions, loan interest rate conditions, flow-to-subject conditions, and time-point conditions to achieve precise regulation of the economy. Therefore, once digital currency enters the central bank's money supply sequence, it will become easier and more accurate to use big data to analyze issues such as monetary policy implementation and financial stability from a medium and macro perspective [5]. In terms of payment, since the central bank's digital currency has created a brand-new inter-bank payment and settlement model, it will help society "lower costs and higher efficiency". From the point of view of circulation, the implementation of legal digital currency faces four major challenges: upgrading of bank outlets, construction of mobile terminals, supporting application scenarios and building an efficient transaction processing system, which may bring huge issuance costs. At same time, the central bank's digital currency can reduce the cost of currency circulation and improve the government's ability to track and monitor currency circulation. In the long run, the cost of issuing digital currency is far less than the cost of current currency, and it can improve circulation efficiency. Regarding payments, for financial clearing house, the legal digital currency payment and settlement function will break the original clearing logic, provide data interface services for non-designated operating institutions, and provide clearing services for inter-bank cross-system legal digital currency transactions. For the government, the judicious use of smart contracts could make legal digital currency a new monetary policy tool. For businesses, the combination of currency digitization and B2B enterprise payment platforms reduces time costs, especially in cross-border business collaboration.

From a positive point of view, the issuance of the central bank's legal digital currency can significantly reduce the operating costs of commercial banks, such as security costs, storage costs, transportation costs, ATM daily maintenance costs, etc. However, the legal digital currency itself has obvious characteristics of the central bank's account currency attributes, and its issuance paves the way for differentiated competition. Specifically, its impact can be summarized as payment substitution effect and savings substitution effect.

First, the dual-offline payment characteristics and anonymity advantages of legal digital currency make the payment range of legal digital currency wider than third-party payment and online payment. Second, legal digital currency, as a medium of exchange and a mean of value storage, has the dual advantages of bank deposits and physical cash. Especially when the economy is uncertain, the public tends to convert bank deposits into digital cash for preventing risks, at the time, hedging effect happens, economists even worry that the issuance of the central bank's digital currency may trigger a large-scale transfer of deposits from banks to the central bank, leading to the phenomenon of "narrow banking"[1]. The legal digital currency will replace and supplement the M0 in circulation. This not only reduces the amount of cash in circulation, but also affects the monetary base, the money multiplier, and the money supply. However, at present, there are few studies on the mechanism of the legal impact of digital currency on money circulation. Therefore, research and discussion are needed.

To summarize, against the background of the fact that all countries are actively promoting the creation of a legal digital currency, the author considers it necessary to create a model that should cover how the issuance of a legal digital currency affects the original payment system, users and banks.

A legal model of payments in digital currency is being built because it shows a direct result if the use of legal digital currency replaces the current legal currency. , Firstly, legal digital currency is a new popular trend in the world and deserves discussion. Secondly, the model explains how bank interest rate and withdrawal cost will affect the willingness of customers to use cash, thirdly, if a legal digital currency is implemented, how will we deal with the impact of currency substitution.

Construction and analysis of theoretical Models. This paper constructs a legal digital currency payment model based on the Whitesell's [6] and David's [7] model. The first is the fixed cost of using cash (U_{cash}); the second is to introduce digital currency as a new payment method; the third is to define the variable cost function of legal digital currency as an increasing function equation that changes with the payment amount.

In the original state, legal digital currency is not issued, and consumers have two choices while conducting consumption activities: (1) is to use third-party payment, online banking and other online payment for payment; (2) is to use cash to make a payment. Using cash as a mean of payment will incur certain fixed costs U_{cash} , such as the loss of portability due to carrying a wallet, the cost of losing a wallet. Using third-party payment, the fixed cost U_{pay} of online banking, including operating on phones and the cost of purchasing mobile phones, and $U_{cash} < U_{pay}$.

The use of cash or the use of third-party payment and online banking will generate certain variable costs. Assume that the variable cost of using cash is V_{cash} , the variable cost of third-party payment and online banking is V_{pay} , and $V_{\text{cash}} > V_{\text{pay}}$. This is because when cash is used, there is a possibility of theft and damage of cash. The use of third-party payment and online banking also has its own disadvantages, for example, there are problems such as anonymity and payment in non-network areas. Therefore, for consumers, the payment cost of using cash is: $U_{\text{cash}} + XV_{\text{cash}}$, and the payment cost of using third-party payment and online banking is $U_{\text{pay}} + XV_{\text{pay}}$. In addition, there is an additional cash withdrawal cost B_{cash} when using cash, such as the time necessary wait for cash withdrawal.

For the amount $X \in U [0, +\infty)$ when the consumer pays, $F(X)$ is the total transaction amount of the consumption amount X , and the total payment function of the consumer is $\int_0^{\infty} F(X) dx$. However, the scope of using cash for payment is limited. Assuming the upper limit is λ^c , the payment function when consumers use cash is as follows:

$$S(\lambda^c) = \int_0^{\lambda^c} F(X) dx \quad (1)$$

Given $S(\lambda^c)$, assuming that the consumer withdraws cash n times in total, the average amount of cash withdrawn each time is $\frac{S(\lambda^c)}{n}$, bank interest is r , and the cost of holding cash is $\frac{rS(\lambda^c)}{n}$.

Assuming $\frac{F(X)}{X}$ is the number of transactions in the interval, and the cost of each transaction obeys $u + XV$, then the payment function when consumers use cash or third-party payment or online banking is:

$$\int_0^{\lambda^c} F(X) \left[V_{\text{cash}} + \frac{U_{\text{cash}}}{X} \right] dx + \int_{\lambda^c}^{\infty} F(X) \left[V_{\text{pay}} + \frac{U_{\text{pay}}}{X} \right] dx \quad (2)$$

The minimum payment cost for Consumer:

$$\text{Min} \lambda^c \varphi(n, \lambda^c) = \left\{ n B_{\text{cash}} + \frac{rS(\lambda^c)}{n} + \int_0^{\lambda^c} F(X) \left[V_{\text{cash}} + \frac{U_{\text{cash}}}{X} \right] dx + \int_{\lambda^c}^{\infty} F(X) \left[V_{\text{pay}} + \frac{U_{\text{pay}}}{X} \right] dx \right\} \quad (3)$$

The optimal solution to the above problem satisfies $\nabla \varphi(n, \lambda^c) = 0$, so:

$$\frac{\delta \lambda^c}{\delta (V_{\text{cash}} - V_{\text{pay}})} < 0 \quad (4)$$

$$\frac{\delta \lambda^c}{\delta (U_{\text{pay}} - U_{\text{cash}})} > 0 \quad (5)$$

$$\frac{\delta r}{\delta \lambda^c} < 0 \quad (6)$$

$$\frac{\delta \lambda^c}{\delta B_{\text{cash}}} > 0 \quad (7)$$

The economic meaning of formula (4) is that with the popularization of the Internet, the continuous improvement of the level of electronic payment, and the continuous improvement of the digitization level of the whole society, the cost of payment methods such as third-party payment and online banking continues to decrease, and further compress the space of use of cash. This result explains why electronic payment, especially "QR code" payment method has began to be widely used after the popularization of smartphones and the large-scale application of 4G technology. Equation (5) indicates that the higher the threshold (such as learning threshold, mobile phone configuration, network status, etc.) for using third-party payment, online banking and other payment methods, the more consumers prefer to pay in cash, this also explains the phenomenon that the elderly prefer to use cash, while the young prefer to "scan". Equation (6) means that the higher the deposit rate of the bank, the lower the willingness of consumers to withdraw cash. Equation (7) shows that when the cost of cash withdrawal is higher, the more amount that consumers are willing to pay in cash is lesser.

After the legal digital currency is issued, consumers have three choices while conducting consumption activities: third-party payment, cash payment and legal digital currency payment. The consumer's payment cost function becomes:

$$\int_0^{\lambda^c} F(X) \left[V_{\text{cash}} + \frac{U_{\text{cash}}}{X} \right] dx + \int_{\lambda^{\text{digital cash}}}^{\infty} F(X) \left[V_{\text{pay}} + \frac{U_{\text{pay}}}{X} \right] dx + \int_{\lambda^c}^{\lambda^{\text{digital cash}}} F(X) \left[V_{\text{digital cash}} + \frac{U_{\text{digital cash}}}{X} \right] dx \quad (8)$$

For legal digital currency, its cash withdrawal cost $B_{\text{digital cash}}$ is much smaller than the current traditional cash withdrawal cost. $U_{\text{digital cash}}$ is much smaller than U_{pay} , and closer to U_{cash} . The legal digital currency also has the characteristics of electronic payment, and the variable cost is smaller

than V_{cash} . That is, the larger the amount paid in legal digital currency, the more restrictions, the higher the cost, eventually, the cost of using electronic payment method infinitely close to traditional payment method.

According to the previous equations and assume that the variable cost of using legal digital currency is $V_{\text{digital cash}} = V_{\text{cash}} - \frac{\delta}{\omega(x)}$. Among them, $\omega(X)$ is an increasing function about the payment amount X , and δ is a constant. The higher the degree of social digitization, the greater the slope of $\omega(X)$, now there is :

$$\frac{\delta \lambda^{\text{digital cash}}}{\delta B^{\text{digital cash}}} < 0 \quad (9)$$

$$\frac{\delta \lambda^{\text{digital cash}}}{\delta (V_{\text{digital cash}} - V_{\text{pay}})} = \frac{\delta \lambda^{\text{digital cash}}}{\delta (V_{\text{cash}} - V_{\text{pay}} - \frac{\delta}{\omega(x)})} < 0 \quad (10)$$

$$\frac{\delta \lambda^{\text{digital cash}}}{(U_{\text{pay}} - U_{\text{digital pay}})} > 0 \quad (11)$$

Equation (9) explains that compared with unused legal digital currency, the cash withdrawal cost $B^{\text{digital cash}}$ of legal digital currency is extremely low, even close to 0. Equation (10) means that for entities engaged in third-party payment or online banking business, the improvement of the digital level of financial infrastructure can effectively reduce their variable payment costs V_{pay} . The variation of λ^c actually depends on two aspects, namely V_{pay} and $\frac{\delta}{\omega(x)}$. If the reduction of V_{pay} is greater than $\frac{\delta}{\omega(x)}$, the legal digital currency issuance will have less impact on the existing online payment methods; otherwise, the legal digital currency issuance will replace the existing online payment. (11) shows that the issuance of legal digital currency is a major opportunity for payment methods such as online payment, because there is a certain learning cost $U^{\text{digital cash}}$ after the legal digital currency is launched. If the existing online payment institutions can optimize their own payment scenarios, it is possible to compress the difference between U_{pay} and $U^{\text{digital cash}}$, and alleviate the impact of legal digital currency (that is, $\lambda^{\text{digital cash}}$ becomes smaller). The rapid digitization of the financial industry is the basis for the implementation of digital currency. For financial institutions, the higher the degree of digitalization of the business environment, the more fully prepared commercial banks are for the issuance of legal digital currency.

References

1. *Broadbent B.* Central banks and digital currencies. London School of Economics. London, 2016. URL: <https://www.bis.org/review/r160303e.pdf> (date of access: 16.03.20223).

2. *Liu X. M.* Legal Issues of Central Bank Issuing Digital Currency // "China Finance" – Issue 17, 2016. URL: https://www.8btc.com/books/834/cnfinance201617/_book/content/4.html (date of access: 16.03.2023).
3. *Yang D.* The Challenge of Libra to my country's Digital Currency Supervision and Its Countermeasures. *Exploration and Controversy*, 2019. P.75–85.
4. *Bordo M. D., Levin A. T.* Central Bank Digital Currency and the Future of Monetary Policy. – HOOVER INSTITUTION Economics Working Paper 17104 – 2017 – P. 6–14. URL: https://www.hoover.org/sites/default/files/research/docs/17104-bordo-levin_updated.pdf (date of access: 16.03.2023).
5. *Wang Y.* The Effects of Central Bank Digital Currencies News on Financial Markets / Y. Wang, B. M. Lucey, S. A. Vigne, L. Yarovaya. *Technological Forecasting and Social Change*. Vol.180. 2022 P. 4–6.
6. URL: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121715> (date of access: 16.03.2023).
7. *Whitesell W. C.* The Demand for Currency Versus Debitable Accounts[J]. *Journal of Money, Credit, and Banking*. 1989 (21.) P. 246–251.
8. *David B., Francois A., Patrick W.* Debit Card and Demand for Cash[J]. *Journal of Banking & Finance*. 2016(73). P. 55–66.

EVOLUTION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: IMPACT ON BUSINESS, EMPLOYMENT, AND ECONOMIC EXPANSION

Y. A. Kozlov, D. A. Keremsha

*owkozlov@gmail.com, dmitrykeremsha@gmail.com;
Research supervisor – L. S. Bulovich, Senior Lecturer*

This comprehensive paper examines the progression of Artificial Intelligence (AI), focusing on its evolution from Generative Pre-trained Transformers (GPT) and Large Language Models (LLMs) to potential future stages such as Artificial General Intelligence (AGI) and Artificial Super Intelligence (ASI). It delves into AI's real-life and business applications, its impact on job markets and the role of reskilling and upskilling, and its influence on global GDP and economic growth. The paper also highlights the ethical and social implications of AI development and calls for further research and collaboration in the field.

Key words: Artificial Intelligence; Generative Pre-trained Transformers; Large Language Models; Artificial General Intelligence; Artificial Super Intelligence.

Artificial Intelligence has transformed our lives and businesses, shaping how we interact with technology. As AI progresses, concerns arise about its effects on the job market, business practices, and economic growth. To understand these implications, we need to delve into the foundational structures of AI, such as Generative Pre-trained Transformers and Large Language Models.

Here is an overview of what GPT and LLMs are:

- Generative Pre-trained Transformers is a type of AI model that learns to generate text by predicting the next word in a sentence. These models have been successful in various language-related tasks, paving the way for more sophisticated AI applications.

- Large Language Models are advanced versions of GPT that can process vast amounts of text data, allowing them to perform complex tasks, such as translation, summarization, and sentiment analysis.

As computing power increases and machine learning techniques advance, AI experiences exponential growth, leading to more capable AI systems and a wide range of applications across industries.

Progression towards Artificial General Intelligence and Artificial Super Intelligence:

- Definitions and differentiation of AGI and ASI: AGI refers to machines capable of performing any intellectual task a human can accomplish, whereas ASI surpasses human capabilities and possesses the ability to outperform humans in virtually every domain [1, p. 15].

- Potential timeline for achieving AGI and ASI: some experts predict AGI could be achieved around 2026, as advanced AI models like GPT-4 are

already displaying signs of consciousness, albeit in a limited and unclear manner, due to the current lack of a comprehensive understanding of consciousness itself. The development of ASI is more uncertain, as it could arise within a few months or years after the successful implementation of AGI, or it may take much longer. The timeline for ASI's development remains a topic of ongoing debate and speculation among AI researchers and experts.

AI technology currently shapes various industries, bolstering efficiency and facilitating novel solutions. Here's a look at how AI is used today, and how the advent of LLMs and AGI might enhance these applications:

- **Personal assistants:** virtual assistants like Siri and Alexa help users manage tasks, answer questions, and provide information. LLMs can enable these assistants to understand context, sentiment, and complex requests, offering more personalized and accurate assistance. AGI can provide expert advice and support in any domain. Personal assistants: LLMs enhance Siri and Alexa's understanding and responses, while AGI could offer expert advice.

- **Customer service and support:** AI-powered chatbots offer quick and accurate responses, improving customer experiences. LLMs can improve chatbots' ability to understand complex queries and offer more accurate responses. AGI can comprehend a wide range of issues, provide advanced troubleshooting, and resolve problems with human-like understanding and empathy.

- **Healthcare and diagnostics:** In healthcare, AI assists with medical data analysis and treatment planning. LLMs could improve the analysis and information extraction from research articles, while AGI could enable personalized treatment plans and accurate diagnostics.

In the realm of future possibilities, the advent of Artificial General Intelligence and Artificial Super Intelligence could usher in a new era of applications:

- **Advanced automation and decision-making:** AGI and ASI can enable machines to autonomously manage complex systems, make informed decisions, and optimize processes across industries, leading to improved efficiency and reduced human error.

- **Breakthroughs in scientific research and development:** with AGI and ASI, the capacity for accelerated research and the discovery of innovative solutions will increase, potentially leading to groundbreaking advancements in fields such as medicine, energy, and environmental sustainability [2, p. 110].

- **Complex problem-solving:** AGI and ASI can be applied to tackle intricate global challenges, such as climate change, resource allocation, and geopolitical conflicts, by analyzing vast amounts of data and identifying optimal strategies to address these issues.

The advancement of AI, particularly in the context of AGI, presents both challenges and opportunities for the job market. While concerns about vast unemployment arise, the potential for dramatically increased productivity through human-AI interaction also emerges. Future job market changes with AGI include:

- Potential unemployment: the development of AGI could lead to job displacement in various industries, as tasks previously performed by humans become automated. This can result in unemployment for individuals lacking the skills necessary to adapt to an AI-driven job market.

- Increased productivity: conversely, AI can also augment human capabilities, enabling workers to be more productive and efficient. By taking over mundane or repetitive tasks, AI allows humans to focus on more complex and creative aspects of their work, potentially leading to the creation of new job roles and opportunities [3, p. 76].

- Shifts in the demand for skills and expertise: as AI advances, the demand for skills related to AI development, implementation, and management will increase. Simultaneously, traditional roles may evolve, requiring workers to develop new skills or adapt existing ones to remain competitive in the job market.

- Ethical considerations and social implications: the widespread adoption of AGI raises ethical questions and social implications, such as the fair distribution of resources and the potential exacerbation of income inequality. Addressing these challenges will require collaboration between policymakers, business leaders, and educational institutions to create a more equitable job market in an AI-driven world.

Approaches to adapt to the evolving AI-driven job market may include:

- Reskilling and upskilling: to mitigate the negative impact of job displacement and capitalize on the potential benefits of AI, workers must engage in reskilling and upskilling initiatives. By developing new competencies and refining existing skills, individuals can better adapt to the evolving job market.

- Initiatives by organizations and stakeholders in workforce development: collaboration between governments, businesses, and educational institutions is crucial to ensure a smooth transition to an AI-driven job market. By creating targeted programs and policies, stakeholders can facilitate the development of a workforce equipped to thrive in an AI-augmented world.

As AI continues to advance, particularly with the emergence of AGI and ASI, its influence on world GDP and economic growth becomes increasingly significant. The implications of AI's development include contributions to productivity and efficiency, as well as potential challenges and opportunities for global economic growth, as example:

- Automation and optimization: AI integration in industries automates tasks and optimizes resources, enhancing productivity and efficiency.

- Enhanced decision-making: AI's data processing capabilities lead to insightful decisions, fostering informed strategies and better resource management.

- Economic growth: by boosting productivity and competitiveness, AI adoption contributes to overall economic growth.

- Regional disparities: AI's impact on GDP may cause disparities, with countries at different AI adoption stages experiencing varied growth rates.

- Addressing global issues: AGI and ASI hold potential to tackle complex challenges like climate change and poverty, optimizing strategies for sustainable growth.

- Inequality and social implications: AGI and ASI may worsen income inequality and raise ethical concerns. Collaboration is needed for equitable growth and mitigation of negative effects.

As AI continues to advance and integrate into various aspects of our lives, it is crucial for individuals, businesses, and governments to understand and adapt to its evolution. This includes fostering the development of new skills, promoting equitable growth, and addressing the ethical and social implications of AI's progression.

The development of AGI and ASI presents a wide array of opportunities and challenges that require the concerted efforts of researchers, policymakers, and industry leaders. Further research and collaboration are necessary to ensure the responsible advancement of AI technology, harness its potential benefits, and mitigate its potential risks, ultimately guiding AI's evolutionary journey towards a future that benefits all of humanity.

References

1. *Goertzel B.* Artificial General Intelligence: Concept, State of the Art, and Future Prospects // *Journal of Artificial General Intelligence.* 2014. 48 p. URL: <https://doi.org/10.2478/jagi-2014-0001> (date of access: 16.04.2023).
2. *Bubeck S.* Sparks of Artificial General Intelligence: Early experiments with GPT-4 / S. Bubeck, V. Chandrasekaran, R. Eldan, J. Gehrke, E. Horvitz, E. Kamar, P. Lee, Y. T. Lee, Y. Li, S. Lundberg, H. Nori, H. Palangi, M. T. Ribeiro, Y. Zhang // *Microsoft Research.* 2023. 155 p. URL: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2303.12712> (date of access: 16.04.2023).
3. OpenAI. GPT-4 Technical Report / OpenAI. 2023. 100 p. URL: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2303.08774> (date of access: 18.04.2023).

WHAT IS PROCRASTINATION AND HOW TO DEAL WITH

G.E. Liviant, G.A. Petrusevich

*livyantgalina@gmail.com, petrusevich.g64@gmail.com;
Research supervisor – L. S. Buloychik, Senior Lecturer*

Procrastination is a complex issue involving a range of factors such as personality traits, cognitive processes, and environmental influences and others. The aim of this work is to provide a comprehensive overview of procrastination by exploring its types, prevalence, and causes and to present evidence-based strategies for overcoming procrastination and making it effective.

Key words: Procrastination; comprehensive overview; consequences; task prioritization; strategies; complex implications; negative repercussions; passive preparation; natural inclination; Arousal procrastination.

Procrastination is a common behavior that affects individuals across various domains and can lead to negative consequences such as stress, reduced productivity, and missed opportunities. Despite its prevalence, procrastination remains a complex issue involving a range of factors such as personality traits, cognitive processes, and environmental influences. We aim to provide a comprehensive overview of procrastination by exploring its types, prevalence, and causes. We will also present evidence-based strategies for overcoming procrastination and making it effective.

Procrastination is a behavior where an individual delays or postpones tasks, actions, or decisions. It involves choosing to engage in alternative activities instead of the task at hand, often resulting in missed deadlines or poor performance. Procrastination is a complex phenomenon that can have various causes, including personality, environmental and cognitive factors.

There are several types of procrastination, each with their own unique characteristics and underlying causes.

1. Arousal procrastination, where an individual delays starting a task until the last minute because they believe they work better under pressure. This type is often associated with a desire for excitement and stimulation, and individuals who exhibit this behavior may thrive on the rush of adrenaline they feel when working against the clock.

2. Avoidance procrastination, where an individual puts off tasks that they perceive as unpleasant, uncomfortable, or boring. This type is often associated with a fear of failure or negative evaluation, and individuals who struggle with avoidance procrastination may be anxious about being judged harshly or criticized for their work.

3. Decisional procrastination, where an individual delays making decisions or choices. This type is often associated with difficulty making choices or a fear of making the wrong decision. Individuals who exhibit this behavior may feel overwhelmed by the number of options available to them or be hesitant to commit to a course of action.

4. Perfectionism, which occurs when individuals put off tasks until they feel they can do them perfectly. Individuals who struggle with perfectionism often set impossibly high standards for themselves and may be unwilling to settle for anything less than perfect. This can result in procrastination as they may feel that they are not ready to start a task until they have all the necessary information, skills, or resources to complete it perfectly.

5. The fear of failure is the type of procrastination that can be particularly problematic for individuals who struggle with anxiety or low self-esteem. Individuals who exhibit this behavior may avoid tasks to avoid the possibility of failure, believing that if they fail, it will reflect poorly on their abilities or character.

6. Task prioritization is a type of procrastination that occurs when individuals prioritize less important tasks over more pressing ones. This type of procrastination is often rooted in a lack of motivation or difficulty prioritizing tasks effectively. For example, an individual may spend hours checking emails or scrolling through social media instead of working on an urgent project.

7. Creative avoidance occurs when individuals use creative excuses to avoid tasks. For example, an individual may convince themselves that they cannot work on a task until they have rearranged their workspace, or that they cannot start a project until they have completed a certain unrelated task first. This type of procrastination can be particularly difficult to overcome as it often involves deeply ingrained habits or beliefs that may be difficult to change.

Overall, understanding the different types of procrastination and their underlying causes can be a helpful step in overcoming this common challenge. By identifying, which type of procrastination they are experiencing, individuals can begin to develop strategies to overcome their procrastination and improve their productivity and well-being.

The impact of procrastination is not limited to individuals. Delayed decision-making in the business arena can result in inefficiencies, deterioration in the quality of work and in customer relations. Additionally, procrastination can lead to missed opportunities and wasted resources.

Research has shown that procrastination can have negative consequences for individuals and society as a whole. Individuals who procrastinate may experience increased stress levels, decreased productivity, and decreased academic or work performance. Chronic procrastination has also been linked to anxiety, depression, and other mental health issues.

Given these complex implications for the individual and society as a whole, there is a need to conduct research to identify which populations are more likely to procrastinate and what may be the reasons for this. The survey was conducted using Google Forms. Its purpose was to assess the level of procrastination of the following social groups: schoolchildren, students without a permanent job, students with a permanent job, and people with a permanent job. To conduct the survey, we compiled a list of 18 statements with response options "Strongly disagree", " Disagree", "Differently", "Agree", " Strongly agree ".



Results of the research

The results (fig. 1) showed that the groups most prone to procrastination were schoolchildren and students without a permanent job, while students and non-students with a job showed a lower level of procrastination.

Procrastination can be caused by a variety of factors: fear of failure, lack of motivation, distractions, perfectionism and lack self-regulation skills

Paying attention to the studies that have been done, it is indeed possible to detect a pattern between the results and causes of procrastination. Schoolchildren face the fear of failure and the inability to manage their time, tasks and priorities most of all. In addition, schoolchildren are more likely to be distracted due to age and the characteristics of new generations. These patterns are also quite relevant for students, especially first-year students. Also, schoolchildren and early-year students (they are less likely to have a permanent job) are highly prone to a lack of motivation and a lack of interest in completing specific tasks. Such a factor as

perfectionism characterizes older people, that is, those who most likely already have a job.

Ultimately, procrastination can have negative consequences for individuals and society as a whole, and it is important to understand the underlying causes to develop strategies to address and overcome it. There are several effective strategies that can help us overcome procrastination or turn it to our advantage.

First of all, consider tips that help overcome procrastination. It's worth starting with organizing time and setting priorities. Here are the skills to learn for better time management: setting specific and measurable goals for staying motivated and focused on the objectives, prioritizing tasks to focus on the most important and urgent tasks first, creating a schedule using calendars, to-do lists, and productivity apps, breaking larger tasks into smaller, more manageable steps, which can help to reduce feelings of overwhelm and stress, allowing us to focus on one small step at a time and build momentum towards our goals.

Another effective strategy is to focus on the benefits of completing a task. By remembering the positive outcomes of a task, people can stay focused and energized, which can help to overcome procrastination.

The ability to rest properly. During procrastination, even when a person does nothing, they still do not rest, but only spend an internal resource on guilt and other self-destructive feelings. A good rest can be a way to avoid procrastination in the future, because sometimes the body does not have enough strength for productive work and it looks for all kinds of ways to avoid it.

Even though procrastination is directly related to wasting time, some people just tend to finish work just before the deadline and succeed at it. Research has shown that people who procrastinate can be highly effective. It's important to distinguish between ineffective procrastination, which causes missed deadlines and doesn't result in work getting done, versus effective procrastination in which the work happens close to the deadline without sacrificing quality. In this case, instead of changing the natural inclination, procrastinators can learn to do it effectively. Here are some tips for it.

The first tip for effective procrastination is to use "structured procrastination" to your advantage. Also called "active procrastination," this concept means that if you're avoiding one thing on your to-do list, you should use that time to accomplish something less imminent on the list instead.

The second one is to find ways to create external deadlines or consequences. Involving other people can be a good way to keep yourself accountable. Create a deadline by letting another person know that you'll give them something by a specific date.

The following tip is to accept that this strategy works for you. Don't feel guilty for procrastinating – there is nothing inherently bad about it. Beating yourself up for having a different work style is not going to help you be more efficient

or successful. Accept that you are an effective procrastinator and treat yourself with kindness and self-compassion. Remember, that If you're finding yourself missing deadlines then it is no longer effective procrastination.

Know when it's time to let go. Some items on the to-do list simply may not be that important to accomplish. If you have been putting off dealing with a particular item on your list for weeks or even months and no negative repercussions have occurred, it may be time to take it off the list entirely. It's also possible that this item still needs to happen but you're not the person who should do it, in which case you can find someone to delegate to so that it will get done.

The fifth tip is to use passive preparation. There are a lot of ways to work on a task or project, and not all of them seem obvious to others. You can passively prepare a paper or a project in several ways: read articles about it, think about it creatively, talk with people about it, write down thoughts about it, or create a timeline. This approach means that you can allow yourself to explore ideas without the pressure of needing to get the actual product done just yet.

Reward yourself when you've accomplished a task. Treat yourself when you've accomplished tasks by their deadline. Give yourself permission to celebrate, eat your favorite dessert, watch a movie, or buy yourself something you've been wanting. This will positively reinforce your behaviors in the long run.

References

1. *Steel P.* (2007). The nature of procrastination: A meta-analytic and theoretical review of quintessential self-regulatory failure. *Psychological Bulletin*. 133(1). P. 65–94.
2. *Ferrari J. R.* (2010). *Still procrastinating? The no-regrets guide to getting it done.* Wiley.
3. *Pychyl T. A., & Flett G. L.* (2012). Procrastination and self-regulatory failure: An introduction to the special issue. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*. 30(4). P. 203–212.
4. *Solomon L. J., & Rothblum E. D.* (1984). Academic procrastination: Frequency and cognitive-behavioral correlates. *Journal of Counseling Psychology*. 31(4). P. 503–509.
5. *Steel P., Brothen, T., & Wambach C.* (2001). Procrastination and personality, performance, and mood. *Personality and Individual Differences*, 30(1). P. 95–106.
6. *Lay C. H.* (1986). At last, my research article on procrastination. *Journal of Research in Personality*. 20(4). P. 474–495.
7. *Sirois F. M., & Pychyl T. A.* (2013). Procrastination and the priority of short-term mood regulation: Consequences for future self. *Social and Personality Psychology Compass*. 7(2). P. 115–127.
8. *Gollwitzer P. M., & Sheeran P.* (2006). Implementation intentions and goal achievement: A meta-analysis of effects and processes. *Advances in Experimental Social Psychology*. 38. P. 69–119.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN FINANCIAL SERVICES

V. V. Makarevich, P. R. Verbitskaya

leramak76@gmail.com, verbpoly@gmail.com

Research supervisor – O. A. Kavalenka, Ph.D., Senior Lecturer

This scientific paper explores the impact of artificial intelligence on the financial services sector. It analyzes the current state of artificial intelligence in the financial industry, its potential consequences in the future, and how people perceive artificial intelligence in finance. A survey of School of Business students revealed that while some perceive the level of security when using artificial intelligence in finance to be high, others have concerns about its safety and reliability.

Keywords: artificial intelligence; financial services; financial sector; digital transformation; technology.

Nowadays technologies are developing and developing. One of the most significant things that was created by people is AI. Everyone uses it in many spheres like healthcare, recreation, art, IT sphere and not only. But one of the most valuable ways of application is usage in financial services.

The financial sector is one of the most important and influential in the world. It not only provides economic stability, but is also an engine of progress in various fields. Therefore, the use of new technologies in this area is of great importance.

The purpose of this study is to study the impact of artificial intelligence on financial services. We strive to find out how artificial intelligence is used in the financial sector, what advantages it offers and what risks it poses.

The goal of our work is to analyze the current state of artificial intelligence in the financial services sector and its potential consequences in the future. And also look at how people perceive AI in finance and whether they want to use it in the future or not.

The financial sector, as we know, is the driving force of the global economy and the world in which we live. Along with the boom of digital technologies in the 21st century, this sector has also undergone drastic changes. What we had to work with in the last century is now becoming impossible for the digital generation.

Take, for example, how the behavior of customers has changed. Account holders today rarely visit banks to perform everyday operations. Banks have also changed their services in order to meet modern customer needs. It is at this moment that a new stage of transformation takes shape. Artificial intelligence is coming on the scene. Chat bot and robotic automation of processes

are among the many forms of AI that are gaining momentum in the financial segment of the market.

According to a PwC study, 45 % of total economic gains by 2030 will come from product enhancements, stimulating consumer demand. This is because AI will drive greater product variety, with increased personalization, attractiveness and affordability over time. The greatest economic gains from AI will be in China (26 % boost to GDP in 2030) and North America (14.5 % boost), equivalent to a total of \$10.7 trillion and accounting for almost 70 % of the global economic impact [1].

The advantages of using AI in the financial services industry include increased efficiency, improved customer service, and more accurate and timely insights into the financial markets. AI can automate mundane tasks, freeing up employees to focus on more complex tasks. AI can also provide customers with personalized advice, helping them make better decisions. AI can also provide more accurate and timely insights into the financial markets, allowing investors to make more informed decisions.

The disadvantages of using AI in the financial services industry include the potential for bias, the cost of implementation, and the potential for misuse. AI algorithms can be biased if they are not trained properly, leading to inaccurate results. AI can also be expensive to implement, as it requires specialized hardware and software. Finally, AI can be misused if it is not properly monitored and regulated which can lead to big losses and problems.

There are a number of apps and services that use AI to provide financial services. For example, Mint is a popular app that uses AI to help users manage their finances. Mint uses AI to analyze user data and provide personalized advice on budgeting, saving, and investing. Another example is Acorns, which uses AI to provide personalized investment advice. Acorns uses AI to analyze user data and provide personalized investment advice based on the user's risk tolerance and goals [2].

We have made a research that includes empirical collection of data using Google Forms, as well as statistical analysis and interpretation of the results. The survey participants are mostly School of Business students.

According to respondents' assessments, 50 % and 10 % estimate that the level of security when using artificial intelligence in finance is «Very high» or «Quite high» while 23 % is «Neutral» towards it. However, there is still a significant portion (17 %) who believe that the level of security is quite low, indicating that there may be concerns about the safety and reliability of using AI in finance (Fig.1).

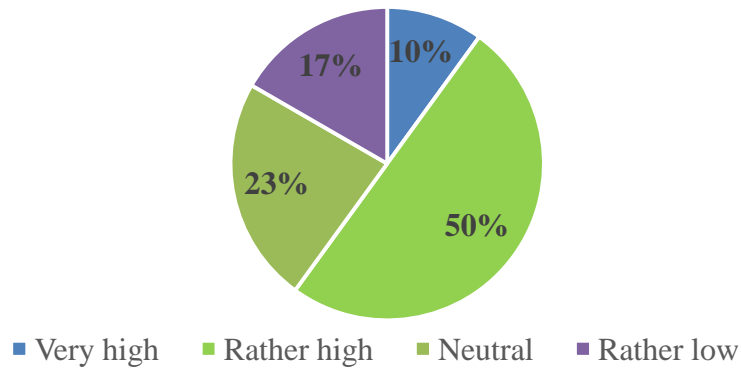


Fig. 1. Answers to the question: how do you assess the level of security when using artificial intelligence?

Also we collected information about what types of financial services respondents would like to receive using artificial intelligence. Based on the data, it can be concluded that internet banking and financial analysis are the most desired AI-based financial services among respondents, with 29 % and 27 % respectively. Investment portfolios and investment recommendations are also desirable, but to a lesser extent, with 19 % and 17 % respectively. This information can be useful for financial institutions and service providers in determining which AI-based services to prioritize and develop in order to meet the demands of their customers (Fig.2).

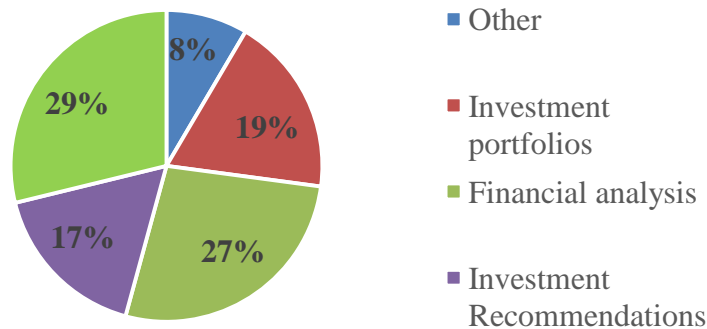


Fig. 2. Answers to the question: what types of financial services would you like to receive?

Based on the data obtained from the question of using artificial intelligence in the future, it can be concluded that a majority of respondents are open to using AI in finance in the future, with 83 % answering either yes or absolutely yes. This suggests a growing acceptance and trust in AI-based financial services among consumers. The neutral responses (10 %) may indicate a lack of knowledge or uncertainty about AI in finance. Overall, the data suggests

that there is potential for AI to be widely adopted in financial services in the future (Fig.3).

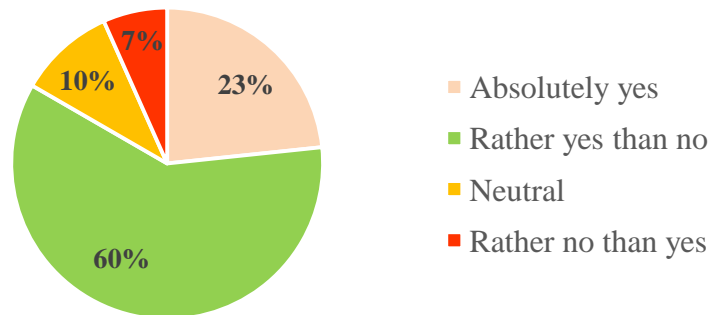


Fig. 3. Answers to the question: what types of financial services would you like to receive?

To sum up, the use of artificial intelligence in the financial sector has its advantages and risks. However, our results showed that most people are ready to use automated financial services in the future. It is important to continue developing technologies to ensure the safety and effectiveness of the use of artificial intelligence in the financial sector.

References

1. *Dr. Anand S. Rao and Gerard Verweij*. PwC's Global Artificial Intelligence Study: Sizing the prize [Electronic resource]. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/data-and-analytics/publications/artificial-intelligence-study.html> (date of access: 23.04.2023).
2. *VironIT*. Artificial Intelligence in the Financial Sector: A new solution for automation [Electronic resource]. URL: <https://vironit.com/artificial-intelligence-in-the-financial-sector-a-new-solution-for-automation/?ysclid=lh7xtheast6874055051> (date of access: 24.04.2023).

NATIONAL ECONOMIC STRATEGY FROM A DEMOGRAPHIC PERSPECTIVE

Zhang Haiming

1610606051qq@gmail.com;

Research supervisor – Irina I. Krasnova, Ph.D., Associate Professor

This paper explores the importance of a national economic strategy from a demographic perspective for sustainable economic growth. It highlights the significance of considering changing age composition, gender balance, and ethnic diversity of the population to identify potential opportunities and challenges. The paper emphasizes the need to address aging population concerns to mitigate negative effects on economic growth, such as increasing healthcare costs and decreasing the labor force. Encouraging diversity and inclusion through policies and initiatives can also help ensure all members of society have equal access to opportunities and contribute to the economy, resulting in a more inclusive and robust economy.

Keywords: National economic strategy; demographic perspective; aging population; diversity and inclusion; sustainable economic growth.

INTRODUCTION

Belarus has been facing a demographic challenge in recent years due to a declining population. The country's national economic strategy focuses on increasing the birth rate, promoting immigration, and retaining skilled workers. Belarus has implemented policies such as financial incentives for families to have more children, reducing the retirement age to encourage older workers to stay in the workforce, and streamlining the immigration process for highly skilled workers. However, these policies have not been very successful in reversing the population decline.

China, on the other hand, has a different demographic challenge. The country has a large aging population and a shrinking workforce. China's national economic strategy focuses on increasing the labor force participation rate, promoting innovation and automation to improve productivity, and reducing the retirement age to allow older workers to continue contributing to the economy. China has also implemented policies such as the two-child policy to increase the birth rate and attract highly skilled workers from overseas.

1. People are the most neglected factor when analyzing economic trends.

When the peripheral countries of the world market system denounce the exploitation and evils of the countries at the center of the system, they usually use the most obvious and quantifiable commodities, always emphasizing that the latter covet their rich natural resources, as if the latter's abundance stems from the violent plundering, stealing and fraud of the global natural resources. But there is an elusive dark line beyond the surface, and if the corresponding

foreign economic policies are designed and implemented along the lines of resource thinking, the peripheral countries will be poorer and more decayed because the underlying philosophy is putting the cart before the horse.

The average human life span is not longer than 100 years at the longest, but the economic fundamentals will not change in a short period of time. One cannot look at what the country has been plundered by other countries from the perspective of one generation, but rather take a long-term view and place the country among the world market system, where the economic class of a country depends on what it delivers and acquires to the world market system, and not simply on the number of people or the stock of natural resources comparison.

The source of wealth is in fact human capabilities and needs rather than the accumulation of things, and the extraction of resources from the center of the system to the periphery is primarily in the extraction of its human elements rather than the plundering of resources that is commonly thought of. There is indeed a relationship of extraction, exploitation and dependence between the center and the periphery, but it is not the flow of things but the flow of people that plays the key role, i.e., the center draws valuable human capital and elite class from the periphery, thus leading to the low competitiveness of the peripheral countries. Emphasizing step-by-step openness, it argues that the international competitiveness of most of its nationals should be raised by gradually picking up the pieces in openness through infrastructure development, industrial policy, and education policy.

2 The importance of boosting domestic demand for China and Belarus

China, after a new era, has managed to break away from being an agricultural country, a "factory of the world" based on its population and resources, allowing both domestic and foreign markets to serve as engines of sustainable economic growth; China's strategic vision is aimed at the Russian-Belarusian-Central Asian region, trying to create a new world market system, bypassing the United States.

Unfortunately, due to the epidemic of globalization and the emergence of regional conflicts between Russia and Ukraine, especially in the context of counter-globalization, China has lost its external economic engine and can only cooperate with Belarus in regional trade; internally, it is faced with rebuilding confidence in the market to cope with the U.S. siege on China, but this is not enough; it is more important to explore the purchasing potential of its own people and open the fountainhead of economic development. Let the national consumption continue to grow. Even if China and the United States fail in the future great power competition, China will slowly build up its ability to resist by virtue of its own huge economic volume and existing population to gain regenerative power; the United States is in a downward cycle, the gap between

the rich and the poor and the racial divide is intensifying, especially the white group as the mainstream voice of the fertility rate is lower than that of Latin American ethnic groups, the fragmentation between countries is bound to cause economic development obstacles. The fragmentation of the country is bound to create obstacles to economic development, and if it suffers a severe blow, I am afraid it will be difficult to recreate the status of the United States in its glory days.

Belarus is affected by geopolitics, although itself in the European hinterland, but there are barriers to cooperation with the EU countries, the economy is influenced by Russia, and its own manufacturing capacity is weak, the economic development of its own resistance, the urgent need to find economic growth fulcrum, break through the dilemma. Relying on foreign investment or assistance for a short period of time is effective, but it is not a long-term solution, and the country itself will be in a passive situation, losing its blood-making function and difficult to turn over, how to exploit the advantages of the purchasing power of the Belarusian people, to put the human factor in the first place to consider.

The purchasing power per capita in China has increased from \$5,343 in 2011 to \$10,839 in 2020, which shows that instead of quantitatively increasing the purchasing power of individual people, it is better to segment the purchasing stages of people in terms of quality, so that different economic policies can be developed according to the age of the population, strengthening individual purchasing power and thus boosting domestic demand, which in turn will lead to a virtuous economic cycle.

3 How to analyze population in economic terms.

How does the center-periphery relationship lead to the periphery being locked in poverty and backward underdevelopment? It is mainly because of the loss of people. This drain is manifested in three ways:

One, the loss of blood from the periphery due to the movement of human and financial capital from the elite population to the center;

Second, the dumping of high-quality and inexpensive industrial manufactured goods by virtue of their own technological and intellectual advantages takes up the demand (market space) of people in the peripheral regions;

Third, the development and export of resources in the periphery squeeze the development space of local people, the so-called resource curse.

Mainstream economists since Adam Smith have looked to factors outside the economic system to explain poverty, emphasizing the scarcity of natural resources and human nature's lack of foresight.

Creating a dynamic market economy and controlling population have become the two main foundations of strategies to overcome poverty and underdevelopment. The human factor is precisely the biggest variable for the long-

term development of the economy, and the human factor is more than just the surface population size, dividing this factor into four age levels (mainly affecting the demand level) from the age stratum, young + youth + middle age + old age, and from the labor quality level it can be divided into elite labor population and general. The division between the two is different, and the sectors of the economy affected and the magnitude of the effect are also different (mainly affecting the supply level).

The Total Fertility Rate (TFR) of the population has not always remained high. Once a society modernizes, especially when the educational level of its female population rises, fertility declines almost irreversibly and rapidly.

The long-term decline in fertility brings with it a number of problems, of which the aging of fewer children is the most important trend. It has a slow but irreversible shaping effect on economic growth, aggregate demand, industrial structure, interest rates, exchange rates, inflation, and even business patterns and political climate. Simply put, the challenge of an aging society with fewer children is not a shortage of labor (because there are technological advances that bring about technological substitution for labor), but a shortage of aggregate demand, which leads to excess capacity. Inflation will remain low until deflation. Belarusian birth rate data for all years (per 1,000 population) range from 2010: 10.8 to 2019: 9.9, and China's birth rate per 1,000 population was 12.57 per 1,000 in 2010 and 2020: 10.48 per 1,000, and will continue to go lower in the future. However, this is a necessary path of social transformation. The approach of relying on a single labor force for heavy physical labor and thus increasing family income in the agricultural and pre-industrial era is no longer feasible in industrial societies, and the emergence of mechanization in post-industrial societies to replace a single simple labor force to improve production efficiency and replace a low-quality labor force that relies on birth rate growth with mechanization has become the mainstream of society, which reinforces the need to tap into the single human purchasing. This reinforces the necessity of tapping into the purchasing power of a single person.

(1) The human factor from the production side

Educational training and family planning are technical solutions offered by American economic scientists, and technical solutions are always easier than political solutions. The above American thinking is characterized by a dichotomy between the quality and quantity of the population, arguing that quantity should be sacrificed to improve quality. According to this logic, the larger the population, the higher the cost of education for the entire population at the government level, and the dilution of educational resources for the elite workforce, to the detriment of economic development, so the few resources that are available are tilted to target a small group of people and control the number of people receiving higher education.

Quality and quantity are not mutually exclusive, but mutually reinforcing. Human ability and creativity do not originate from individual talent, but are the product of intra-group interaction, from the division of labor, cooperation and competition among people, from the exchange and sharing of knowledge and the related investment behind it.

Aggregation of population leads to growth in per capita wealth: the larger the population, the higher the density of aggregation, the easier it is to become rich, all things being equal, because it allows for a larger division of labor and cooperation, a larger market, more competition, and a greater return on the investment required for technological innovation. Numerous facts from today's world economy prove that the scale and agglomeration effects make economic activities more environmentally friendly overall, with more resource and energy savings and faster technological progress. This development model was evidenced in the early stages of China's development.

(2) The consumption side looks at the human factor Human consumption depends on two major elements

The former is social in nature, while the latter is mainly biological in nature.

Cash flow can be derived from savings, income or credit, and if we break down the cash flow income of the population by age and average it, we find that it is an imperfectly symmetrical parabola with 55-60 years as its apex. This reflects the basic fact that people in this age group hold the most information, power and resources in the hands of normal societies. Of course, major technological revolutions and industrial changes may cause the sudden rise of relatively young groups that temporarily change the shape of this curve. Life's desires, on the other hand, trend downward from beginning to end: young children are curious about the whole world and have no concept of risk and cost; the older people get, the less various hormones related to vitality are secreted, the more puritanical people behave, and the progressively less interested and impulsive they are about the world. These two trend lines are superimposed to take the low value, which is the consumption curve of a person's life.

The human lifetime is divided into four seasons: spring, summer, autumn and winter. The spring population refers specifically to young children and adolescents who are not working and are still net consumers, with a general age division of 0-24 years. In an agricultural society, one is a worker after the age of 16, but in a modern industrial civilization, one starts to work only after graduating from college at the age of 23. As a transitional society, China's end-of-spring population figures are in rapid flux. The fall population refers specifically to the 45-64 year olds in the transition between middle age and old age, a group whose willingness to consume and demand is largely in de-

cline, but whose income peaks all through their lifetime and is the main contributor to savings. The summer population of 24–44 year olds, on the other hand, is characterized by a simultaneous expansion of income and spending, while the winter population after age 65 is characterized by a simultaneous contraction of income and spending, both of which have a relatively negligible impact on interest rates. Through this simplification, a value can be extracted from the complex statistics, which I call the "population spring-to-autumn ratio", i.e., the ratio of the spring population to the fall population size in a society. The trend of interest rates.

From the experience of Belarus, education does help and can improve the competitiveness of the educated group in the global market. But education alone cannot achieve development. An extreme example is that North Korea used to have a higher level of education than South Korea for a long time, but the difference in development performance between the two sides is huge. The level of access to education must be commensurate with the country's stage of development and economic structure in order to improve the overall competitiveness of the workforce with half the effort. The result of investing limited capital and manpower in a few elites in a lagging country is to facilitate their personal migration to the center of the system, not necessarily to drive the poor in the home country to wealth. The quality and education of a population is a consequence of development rather than its precondition. It must be combined with a strong and competent government, the right industrial structure, and other factors to create a comparative advantage in certain tradable goods, thus starting a virtuous cycle of continuous upgrading. China's family planning policy has finally been changed and birth control has been progressively liberalized, in line with the basic political economy principles of Marxism and people-centeredness, as well as the popular will and the trend of the times.

CONCLUSION

Although the prototype of the parallel system has not yet been formed, it is different from the bipolar pattern of the U.S.S.R. at the last fork in the road of world civilization, with the addition of many third-party countries other than the U.S.S.R. and China as participants. The new system will be formed under the balance of multiple players. Both China and Belarus belong to the lower strata of the world market system in terms of economic model. After the global epidemic, China's rapid economic development came to an abrupt halt, followed by a slow recovery, while Belarus was affected by the regional conflicts in Russia and Ukraine, and its economy suffered a severe blow. The economies of both countries have been affected to varying degrees in the short term.

There is no denying that China and Belarus are under siege by upper echelon countries such as the United States and Europe and can only get a respite when their opponents are light on their feet, but in the long run, it is not that there is no chance of a turnaround. The important thing is to capture these factors and use them skillfully to turn them into advantages. The main thing is to dig inward into the dynamics of economic growth, seize the core human factor line, and develop an economic policy that suits you.

References

1. Agunbiade O. & Idebi A.A. 2020, 'TAX REVENUE AND ECONOMIC GROWTH NEXUS: EMPIRICAL EVIDENCE FROM THE NIGERIAN ECONOMY', *European Journal of Economic and Financial Research*, vol. 4, no. 2.
2. *Huang W-H., Lin Y-J. & Lee H-F.* 2019, 'Impact of Population and Workforce Aging on Economic Growth: Case Study of Taiwan', *Sustainability*, vol. 11, no. 22, p. 6301.
3. *Huo X. & Qiu Z.* 2020, 'How does China's stock market react to the announcement of the COVID-19 pandemic lockdown?', *Economic and Political Studies*, vol. 8, no. 4, pp. 1–26.
4. *Jakovljevic M., Timofeyev Y., Ranabhat C.L., Fernandes P.O., Teixeira J.P., Rancic N. & Reshetnikov V.* 2020, 'Real GDP growth rates and healthcare spending – comparison between the G7 and the EM7 countries', *Globalization and Health*, vol. 16, no. 1.
5. *Maalej A. & Cabagnols A.* 2020, 'Energy consumption, CO2 emissions and economic growth in MENA countries', *Environmental Economics*, vol. 11, no. 1, pp. 133–150.
6. *Ojong N.* 2020, 'The COVID-19 Pandemic and the Pathology of the Economic and Political Architecture in Cameroon', *Healthcare*, vol. 8, no. 2, p. 176.

THE DARK SIDE OF SOCIAL MEDIA: NAVIGATING THE ETHICAL CHALLENGES OF DATA PRIVACY, MISINFORMATION, AND TEENAGE INFLUENCERS

U. Zubareva, V. Stepina

*UZubareva05@gmail.com, vstepina082@gmail.com;
Research supervisor – O. A. Kavalenka, Ph.D., Senior Lecturer*

This article explores the ethical challenges posed by social media, focusing on data privacy, misinformation, and the impact on teenage influencers. It examines the risks of personal information disclosure, vulnerability to cybercrimes, erosion of privacy, and ethical dilemmas surrounding online behavior. Emphasizing responsible social media use, the article highlights the need for collective efforts to build a healthier and more ethical digital world.

Keywords: social media; data privacy; misinformation; teenage influencers; ethical challenges; cybercrimes; privacy concerns; responsible behavior; digital world.

INTRODUCTION

The modern world is characterized by a high rate of change in the economic, political and social spheres, technologies, methods and business models, habits and tastes of the population. The trend towards increasing the level of openness and accessibility of information is becoming global: people on the Internet easily come into contact with each other for ordinary communication, as well as for the purpose of cooperation, shopping, collecting information about competitors, etc. This process is facilitated by the active development of information communication technologies [1].

RESULTS AND ITS DISCUSSION

More than half of the world now uses social media (59 %) 4.76 billion people around the world now use social media, 137 million new users have come online within the last 12 months [2]. It continues to grow as a form of communication and entertainment, meaning social platforms get more powerful as their memberships rise.(fig. 1) Due to this, social media impacts society in the following ways: Generating visibility around social, ethical, environmental and political views or issues.

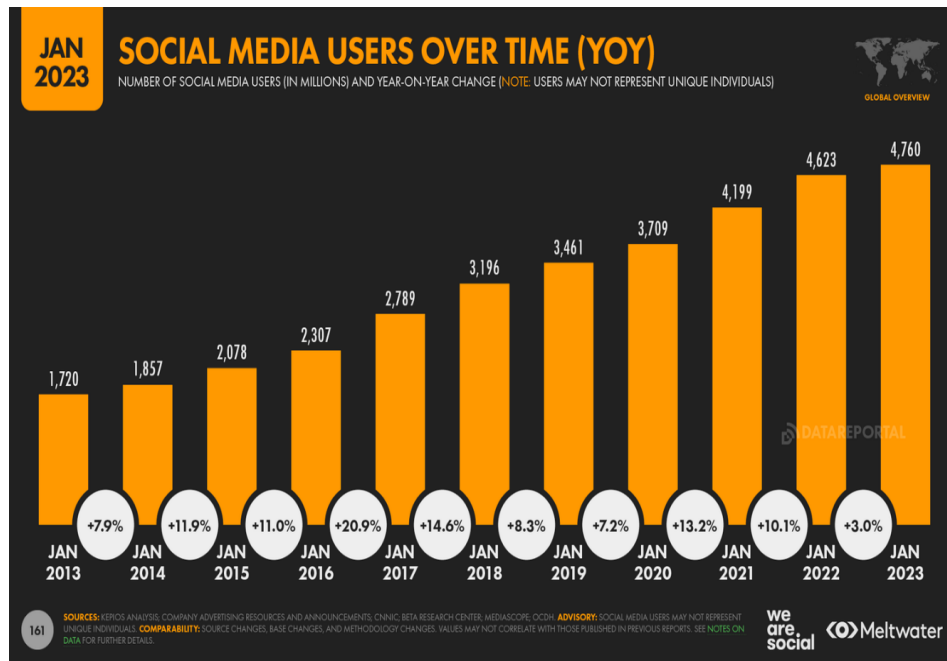


Fig. 1. Number of social media users around the world over time

The evolution of the Internet as a communication medium is a two-way process.

On the one hand, it is determined by the level of technology development, on the other hand, by the development of the social needs of users in their new capacity: not only a consumer, but also a content creator.

Most people who are around others in public often have their eyes glued to their phone screens. This is because, we are very dependent on technology, especially social media. Social media has completely changed the way we communicate with each other, and we can usually accomplish the same things just by talking on the phone. However, there are several negative consequences to relying on social media instead of interacting with people in person. One of these consequences is that social media can be addictive. This can have dangerous physical and mental effects. Another consequence of social media is that it can disconnect people from the real world. People can become so immersed in their social media lives that they stop communicating with other people in real life.

The researchers grouped the negative effects into six themes [3]:

- Addiction to social networks
- Cost of social exchange: includes both psychological harms, such as depression, anxiety or jealousy, and other costs such as wasted time, energy and money
- Annoying content: includes a wide range of content that annoys, upsets or irritates, such as disturbing or violent content or sexual or obscene content

-Privacy concerns: includes any threats to personal privacy related to storing, repurposing or sharing personal information with third parties

-Security threats: refers to harms from fraud or deception such as phishing or social engineering

-Cyberbullying: includes any abuse or harassment by groups or individuals such as abusive messages, lying, stalking or spreading rumours

-Low performance: refers to negative impact on job or academic performance.

Data Privacy, ethical concerns and misinformation

People are using social media more and more, but there are concerns over privacy. It is hard to keep your personal information private on social media because they are designed to share information. People have to let go of some privacy rules in order to use social media, which can make them more vulnerable. There are no clear guarantees of personal privacy online, so people are often tempted to do things that violate someone's privacy.

Kids aged 8 to 11 spend about 13.5 hours a week online, and 18 % of them are actively using social networks. Teens aged 12 to 15 spend about 20.5 hours online, and 69 % of them are using social networks. Although children and teenagers represent the largest groups of Internet users, for the most part they do not know how to protect their personal information online, and are most vulnerable to cybercrimes related to the violation of information privacy [4].

The digital age has changed the way we think about privacy. In today's societies where technology allows for constant monitoring, confidentiality has a new meaning. Technologies such as closed-circuit cameras (CCTV) are common in public places, or in some private spaces, such as at work and home. Personal computers and devices, like smartphones with a global positioning system (GPS), leave our privacy vulnerable. Recently, reports have come out indicating that some of the largest companies, such as Amazon, Microsoft, and Facebook, as well as various government agencies, collect information without the person's consent and store it in databases for future use. It's almost impossible to say that privacy still exists in this digital world.

Today, social networks are becoming a favorite platform for people who commit antisocial behavior. These media offer a lot of data, including things like your date of birth, place of residence, place of work, and other personal information. In some cases, users accidentally share information that can be dangerous and inappropriate. Information about what people do on social networks can have far-reaching consequences for their future. A few examples of situations that can affect and have been affected are employment, obtaining a visa and going to college. Indiscriminate participa-

tion also led to situations such as identity theft and bank fraud. In addition, privacy protection in today's networked society can become a serious problem. The digital revolution has changed our views on privacy, but there should be clear distinctions between what is public and what is private. One school of thought is that the only way to maintain privacy today is not to share information. However, ensuring confidentiality and control over information flows and disclosure in online communities is an ongoing process. This requires the deliberate creation of systems designed to mitigate privacy concerns.

Many young people today spend a lot of time on social networks, checking the activity of their "friends", as well as publishing information about their own actions so that their "friends" are aware of what they are doing (see fig.2). This can have long-term consequences, such as affecting a person's academic performance. For example, a student at a well-known university who published photos of herself having a good time at parties while studying was refused a job because of some of her social media posts. Although the ethical issue here is the question of an employee's right to privacy and whether a person's social media profile should affect their ability to perform their duties, the impact on a person's long-term personal growth is obvious [4].

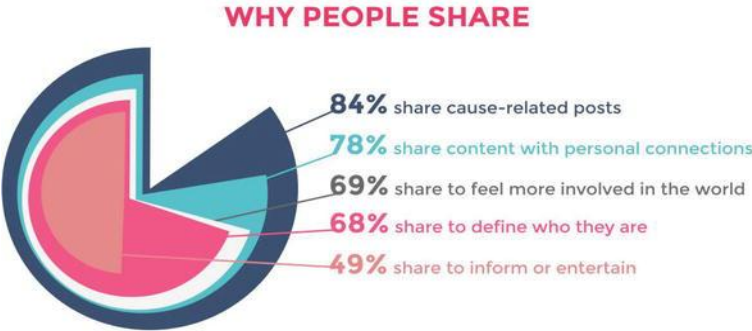


Fig. 2. Why people share on the Internet

There are a number of problems that can arise from social media posts, which is often the result of a lack of understanding and respect for the ethical and moral points of view of the people involved. We've found that it's typical for people to post on social networking sites without thinking about how it might affect other people, but this can often lead to conflict because there can be a difference of opinion about the consequences of a post. For example, when a head of a British company made an Instagram post with some racist overtones before boarding a plane to South Africa, it caused a stir which led to the immediate dismissal of the head. Although the executive director said that it was a joke and there was no intentional prejudice, this difference in views

on the consequences of the publication led to the fact that the head was out of work, and the company was struggling to maintain its public image [4].

Misinformation

Misinformation is another major issue plaguing social media. With the rise of fake news, troll farms, and other forms of disinformation, it can be difficult to discern what is true and what is false online. This can have serious consequences, from influencing elections to spreading harmful health information [5].

Teenage influencers

Teenage influencers are a growing presence on social media. These young people often have massive followings and are sought after by brands for paid partnerships. However, they also face significant ethical challenges, particularly when it comes to issues of authenticity, transparency, and responsibility.

The emergence of envy in teenagers due to social networks is a growing concern. Teenagers and not only them may become envious of their peers who appear in posts in social networks and who have more exciting lives, more friends, or more success than they do.

This envy can lead to negative consequences such as diminished self-esteem, feelings of inadequacy, and social isolation. In extreme cases, envy can also lead to cyberbullying and other forms of aggressive behavior.

It is important for parents and educators to help teenagers recognize and manage feelings of envy. This can be done by encouraging gratitude and empathy, promoting positive self-talk and mindfulness, and limiting exposure to social media platforms that exacerbate feelings of envy [6].

Overall, understanding and managing envy in adolescents is critical to their mental health and well-being. By taking proactive steps to address this issue, parents and educators can help their children navigate the complex world of social media and build healthy relationships with themselves and others.

Based on the data obtained from the question of using artificial intelligence in the future, it can be concluded that a majority of respondents are open to using AI in finance in the future, with 83 % answering either yes or absolutely yes. This suggests a growing acceptance and trust in AI-based financial services among consumers. The neutral responses (10 %) may indicate a lack of knowledge or uncertainty about AI in finance. Overall, the data suggests that there is potential for AI to be widely adopted in financial services in the future.

CONCLUSION

People's digital footprints can matter a lot in today's world--they can help or hinder someone's ability to achieve their life goals. People who behave unethically on social media can have serious consequences, both professionally

and socially. Posting online means that information can be lost forever, so it's important to use social media responsibly. Unethical behavior can also lead to privacy problems, as users are often required to share personal information that they would not otherwise share. Social media can also lead to the disclosure of personal information that could lead to a privacy violation if users don't take care to protect it. So it's important for users to be aware of the risks and dangers associated with online disclosure, and to be careful about what information they share. This could help to reduce unethical behavior and protect people's privacy online.

Navigating these challenges will require a concerted effort from social media platforms, governments, and individuals alike. It will require greater transparency around data collection and use, increased scrutiny of online content, and a commitment to responsible behavior online. Ultimately, the dark side of social media cannot be ignored if we are to build a healthier, more ethical digital world.

References

1. Social media in today's world. [Electronic resource]. URL: <https://steemit.com/life/@king3071/social-media-in-today-s-world> (date of access: 14.04.2023).
2. Global social media statistics research summary 2023. [Electronic resource]. URL: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/> (date of access: 14.04.2023).
3. The dark side of social media networks. [Electronic resource]. URL: <https://www.uts.edu.au/news/health-science/dark-side-social-media-networks> (date of access: 18.04.2023).
4. *Nadine Barrett-Maitland and Jenice Lynch / Social Media, Ethics and the Privacy Paradox*. [Electronic resource]. URL: <https://www.intechopen.com/chapters/70973> (date of access: 20.04.2023).
5. Social Media Misinformation. [Electronic resource]. URL: <https://www.stimson.org/2022/social-media-misinformation-and-the-prevention-of-political-instability-and-mass-atrocities/> (date of access: 20.04.2023).
6. Social media is particularly harmful to teens. [Electronic resource]. URL: <https://www.appahealth.com/blog/guef4tbhjhjhm972tpfx35cchpcpr> (date of access: 20.04.2023).
7. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / Под ред. Л. А. Данченко. СПб.: Питер, 2013. 288 с.

ГУО «ИНСТИТУТ ТЕОЛОГИИ ИМЕНИ СВЯТЫХ МЕФОДИЯ И КИРИЛЛА»

ПРООБРАЗЫ ПРЕСВЯТОЙ БОГОРОДИЦЫ В ПЯТИКНИЖИИ МОИСЕЯ

А. В. Каптур

nastassia.kap@gmail.com;

Научный руководитель – К. О. Апанович, кандидат исторических наук

В данной статье представлено исследование прообразных указаний на Пресвятую Богородицу в Пятикнижии Моисеевом. В книгах Ветхого Завета содержатся события, лица, явления и объекты, в которых святые отцы православной Церкви находят прообразы Богоматери. Статья состоит из вводной части, где раскрываются ключевые понятия, основной части, которая повествует о прообразах Богородицы и их толкованиях, а также заключения, в котором приводятся выводы исследования.

Ключевые слова: прообразы; Пресвятая Богородица; Пятикнижие Моисея.

Пятикнижие Моисеево (иначе Тора) – это книга Священного Писания Ветхого Завета, через которую Бог, являющийся Отцом и Творцом человечества, обращается к людям, говорит с ними, взывает к их совести, к разуму, к сердцу. Пятикнижие Моисеево представляет собой фундамент Ветхого Завета, содержит в себе множество указаний, в виде прообразов, на Новое Царство Господа нашего Иисуса Христа, повествует о благодати, всемогуществе и великой мудрости Творца [9, с. 6], [5, с. 529–530]. Согласно святому блаженному Августину Иппонийскому, «Ветхий Завет в Новом открывается, Новый же в Ветхом скрывается» [11].

Прообразы в Священном Писании – это действия, обстоятельства, факты, а также высказывания, представленные в одной части Священного Писания – Ветхом Завете, которые понимаются как знаки, предсказывают действия, обстоятельства, факты, высказывания другой части Священного Писания – Нового Завета [5, с. 499]. В греческом языке распространены такие понятия как *τύπος* (образец), *σκιά* (тень), *πρωτότυπος* (предызображение) и пр. Все они выражают слово «прообраз».

Все ветхозаветные прообразовательные события имеют главную цель предызображения Мессии – Господа нашего Иисуса Христа, Его рождение Пресвятой Богородицей. Неотделимо от учения Православной веры о Сыне Божиим исповедание приснодевственной Девы Марии, Матери Иисуса Христа, Богородицы.

Прежде, нежели существовал мир, Дева Мария была предызбрана в вечном совете Пресвятой Троицы послужить спасению рода челове-

ского. Суть учения Православной Церкви о Пресвятой Богородице прекрасно выражена в церковной песни: «Честнейшую Херувим и славнейшую без сравнения Серафим, без истления Бога Слова рождшую, сущую Богородицу, Тя величаем!» [3, с. 15–16].

Первым прообразом Богородицы можно отметить первобытную, девственную землю, которую не возделали руки человека, не оросил дождь. Она произрастила разнообразные травы, растительность и была использована для творения первого человека. Святые Отцы видят в этом указание на Пресвятую Деву, чрез Которую воплотился в этот мир Спаситель наш Иисус Христос. Дева Мария, подобно одушевленному раю, явила нам дивную добродетель, имела во чреве Своем Господа – «дерево жизни, насажденное богоначальнейше, чревоносящи и рождающи» [10], – и чрез Него подала роду человеческому Жизнь Вечную и победу над смертью. Иисус Христос так говорил о Себе: «Ядый Мою плоть и пий Мойю кровь иматъ живот вечный, и Аз воскрешу его в последний день» (Ин. 6:54). Ева, первая согрешившая жена, дала потомство всего рода людского через страдания для страданий; через нее вошла смерть в этот мир и человек согрешивший низвергнут был из рая. Матерь Божия принесла в мир вечную жизнь в рожденном чрез Нее Сыне Божиим и возвратила роду человеческому райское блаженство (Быт. 2:4–7). Праведный Ной спасся со своим потомством от потопа в ковчеге, который он строил из негниющего древа в течение ста лет. В этом событии есть указание на Пречистую Деву Марию, Которая родила Иисуса Христа, предложившего всем верным Ему и притекающим к державному покрову Небесной Заступницы спасение. Как от Ноя расселился после потопа народ по всему миру, так и новозаветные дети Христовы берут свое основание в Иисусе Христе, Которого родила Пресвятая Дева. Голубица, которая принесла Ною масличную ветвь, после того как Тот выпустил ее, прообразует Деву Марию, Которая родила Сына Божия, Спасителя людей от греховного потопа, и тем самым возвестила всему миру о прекращении Божьего гнева и воцарении совершенного мира (Быт. 8:12).

Лествица, упирающаяся основанием и вершиной в землю и небо, которая явилась во сне Иакову, предызображает Лествицу Духовную – Деву Марию, как называет Ее Святая Церковь, Которая была рождена от земли и установила связь между Небом и землей. Чрез Деву Марию, как по лестнице, сошел Богочеловек в наш мир и отверз Царствие Свое Небесное для всех верных Ему и притекающих к покрову Пречистой Его Матери (Быт. 28:12–17).

Моисей также видел образ Пресвятой Богородицы в Купине Неопалимой. Тайна Девы Марии открылась через Купину, которая горя не

сгорала, как Дева, родившая Свет, остается нетленной. Именно поэтому Святая Церковь именует Матерь Божию Купиной Неопалимой и на иконах Она изображается в окружении пламенного сияния (Исх. 3:1–3).

Столп облачный, озарявший светом огненным днем и ночью путь израильтянам под предводительством Моисея, также есть прообраз Божией Матери (Исх. 13:21). Пресвятая Богородица суть Облако светоносное, Которое ведет нас ко Спасению в Землю Обетованную и Которая озаряет нас милостью и благодатью Бога нашего.

Следующий прообраз Пресвятой Богородицы святые отцы видят в Черном море, воды которого расступились для народа израильского, дабы спасся он от фараона египетского с войском его и море потопило противника израильтян (Исх 14:21–22). Матерь Божия, Невеста Неискусобрачная, стала морем смерти мысленному фараону гордому и спасительными водами верным и смиренно несущим свой крест за Сыном Божиим.

Сосуд с манной, Золотая Стамна, которая была наполнена манной, дарованной с неба Богом еврейскому народу, указывает на Матерь Господа нашего (Исх. 16:33). «Христа бо носила еси, манну разума, одождившего всем чтущим Тя» – воспевается Святой Церковью [7, с. 306]. Святая Дева Мария вмещала в Себе Хлеб Небесный – Сына Своего Божественного, Который пришел в мир, чтобы насытить души верных манной бессмертия [4, с. 65], [8, с. 13].

Место, в котором пребывал Ковчег Завета, Святое Святых, и куда однажды в год входил первосвященник, представляет собой ясное указание на Богородицу, Которая вместила в Себя воплотившегося Сына Божия (Исх. 25:8–9). «Радуйся, Святая Святых большая», – поется Святой Церковью [8, с. 13].

Пресвятая Богородица есть Кивот Завета (Исх. 25:10–11). Как он был покрыт золотом внутри и снаружи и вмещал скрижали закона, так и Матерь Божия, Кивот Святых, была позлащена Духом Божиим и родила Самого Господа-Законодателя.

Во время странствия израильтян по пустыне, где не было источников воды, когда народ испытывал недостаток в воде, Моисей ударом жезла по каменной горе, как повелел ему Бог, иссек из нее воду, которая утолила жажду (Исх. 17:6). Пресвятая Богородица, посредством рождения от Нее Иисуса Христа, стала источником благодати, утоляющим жажду вечной жизни.

Трапеза для двенадцати хлебов предложений в жертву Богу есть прообраз Божией Матери (Исх. 25:30). Она – вместилище Хлеба, с Небес сошедшего, Христа, Который питает людей для вечной жизни.

Как сухой Ааронов жезл расцвел и помещен в Ковчег, так и Пресвятая Дева, Которая была рождена от бесплодных родителей, является жезлом тайным, цветом неувядаемым (Чис. 17:8), [8, с. 11–15].

Таким образом, в Пятикнижии Моисея содержится множество прообразов Пресвятой Богородицы, которые открываются верующему сердцу человеческому, т.к. для людей неверующих прообразы недоказуемы. Прообразы указывают на цель замысла искупления, в них усматривается божественность Создателя его, а также богодухновенность Священного Писания [6, с. 22].

Библиографические ссылки

1. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. Москва, 2001. 1376 с.
2. *Гэддис Р.* Образ и прообраз. Москва: КИРОВ, 1996. 160 с.
3. *Леонов В.*, иерей. Всесвятая. Москва. Паломник, 2001. 256 с.
4. *Малков П.* Рождество Пресвятой Богородицы. М.: Никея, 2017. 256 с.
5. *Мень А.*, протоиерей: Библиологический словарь. Том 2. Москва, 2002. 559 с.
6. *Фаст Г.*, протоиерей. Кто Она для нас? М.: Никея, 2010. 160 с.
7. *Седакова О. А.* Словарь трудных слов из богослужения: Церковнославяно-русские паронимы. М.: Греко-латинский кабинет Ю. А. Шичалина, 2008. 432 с.
8. *Снеessorиева С.* Земная жизнь Пресвятой Богородицы. М.: Терирем, 2010. 640 с.
9. *Щедровицкий Д. В.* Введение в Ветхий Завет. М.: Теревинф, 2001. 1088 с.
10. *Акелина Л.* Таинства Церкви. Беседа с протоиереем Владимиром Волгиным, смотреть онлайн / Л. Акелина [Электронный ресурс]. – URL: <https://tv-soyuz.ru/Tainstva-Cerkvi-Beseda-s-protoiereem-Vladimiro-Volginym> (дата доступа: 25.04.2023).
11. Древо. Открытая православная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <https://drevo-info.ru/articles/4230.html> (дата доступа: 11.05.2023).

ОСНОВНЫЕ ТЕЧЕНИЯ ИСЛАМА В ЕВРОПЕ

А. А. Полянская

killerqueenorking@gmail.com;

Научный руководитель – А. В. Данилов, доктор богословия, доктор философии

Данная статья будет посвящена расселению различных течений ислама в странах Европы и реакции на них европейского населения. В статье анализируются данные иммиграции мусульман в страны Европейского союза, а также указываются причины и предпосылки для иммиграции в конкретные страны Европы. Актуальность статьи объясняется тем, что увеличивающееся с каждым годом количество мигрировавших мусульман влияет на уровень жизни и культуры в принимающих странах.

Ключевые слова: сунниты и шииты; иммиграция; радикализация; неофиты; теракт.

Примерно 85 % мусульман Европы составляют сунниты, 15 % – шииты вместе с небольшим меньшинством, в которое входят члены исламских сект (ахмадиты, алавиты, друзы, ибадиты, исмаилиты и др.).

Суннитами называются мусульмане, которые признают святость Сунны, своеобразного «священного предания» ислама, свода текстов, описывающих жизнь Мухаммада, его слова и дела. Обычай записывать их сделался всеобщим только в начале II века Хиджры. В ней из поколения в поколение накапливались и записывались хадисы (воспоминания ближайших сподвижников Пророка). Несмотря на то, что был установлен «критерий достоверности», он оказывался достоверным далеко не всегда. Если бы сборник был составлен во времена Омейядов, которые в деле религии отличались равнодушием, его подлинность оказалась бы менее спорной. Первые сборники относятся к эпохе уже Аббасидов, а те, просто даже для достижения престола, пользовались подложными или вымышленными преданиями [4, с. 56–57]. На данный момент Сунна является вторым после Корана источником исламского права. Это не означает, что шииты не признают Сунны, просто хадисы в этот сборник у них отбирались иначе, с опорой на сведения, переданные членами семьи Пророка, и называются ахбар (Это является существенным различием двух течений ислама).

Шииты – вторая по величине ветвь ислама. После смерти исламского «пророка» Мухаммада сформировалась группа мусульман, которые отказывали в праведности всем халифам, кроме своего духовного вождя, настаивали на том, что право на власть в мусульманской общине принадлежит исключительно потомкам Пророка, то есть Али и его детям от Фатимы, дочери Мухаммада [4, с. 262]. По мнению шиитов, право на имамат (институт верховного руководства общиной) было закреплено за родом Али божественным установлением.

Излюбленными странами, как для суннитов, так и для шиитов являются: Великобритания (сунниты), ФРГ (сунниты и шииты), Дания (сунниты и шииты), Франция (высок процент шиитов, также присутствуют и сунниты), Нидерланды (в основном сунниты), Бельгия (большинство сунниты), Чехия (сунниты), Прибалтика (сунниты, шииты, те, кто отверг ислам), Беларусь (сунниты и шииты).

Если говорить о страновых особенностях, то стоит отметить, что мусульмане:

В Великобритании – это выходцы из Пакистана, Индии, Бангладеша. Причина миграции – это бывшие английские колонии, и как правило эмигранты знают английский язык (хотя бы частично).

В ФРГ – из Турции, стран бывшей Югославии. Крупномасштабная иммиграция турецких рабочих с начала 1960-х годов была вызвана, с одной стороны, высоким ростом населения и массовой безработицей в Турции, а с другой, потребностью в рабочих в северо-западной Европе.

В Дании – в основном выходцы из Ирана, Ирака, Палестины, Сомали и Боснии.

Во Франции – на 2/3 состоит из выходцев стран Ближнего Востока и Магриба, а именно Алжира, Марокко, Туниса, Турции и других (Сенегал, Мали, Нигер, Пакистан, Иран).

В Нидерландах – из Турции и Северной Африки (Алжир, Тунис, Марокко).

В Бельгии – из Турции и Северной Африки (Алжир, Тунис, Марокко).

В Чехии – это выходцы из Египта, Сирии и других стран Ближнего Востока, которые чаще всего являются детьми тех, кто учился в высших учебных заведениях Чехии.

В странах Прибалтики – из Нигера, Сомали, Сьерра-Лионе.

В Беларуси – проживающие долгое время на территории страны татары (среди 30 тысяч мусульман чуть больше 10 тысяч), а остальные – иммигранты из Азербайджана, Казахстана, Туркменистана, Узбекистана, Афганистана и Турции. Для миграции в Республику Беларусь существуют различные причины. Она может быть вызвана попытками избегания военных конфликтов в своих родных странах. Также люди могут искать лучшие экономические возможности, работу и стабильность в других странах. Беларусь может предложить определенные преимущества, такие как относительно низкий уровень безработицы и стабильность экономического развития. Кроме того, некоторые мусульмане могут выбрать Беларусь как транзитную страну на пути к другим странам Европы.

В европейских странах преобладает в основном негативно коннати-рованная (окрашенная) реакция местных жителей на эмигрантов из му-

сульманских стран. Европейцы в большинстве опасаются мусульман, т.к. сильны психологические установки: мусульмане = исламисты = джихадисты = попытка теракта. События 11 сентября 2001 года в Нью-Йорке заставили весь мир заговорить об исламе как о реальной угрозе миру. Зачастую средства массовой информации ставят знак равенства между мусульманами и террористами, исламистскими организациями и теми, кто исповедует ислам [3, с. 5].

Однако такие опасения сложно перенести на мусульманских иммигрантов в первом поколении. Подавляющее большинство европейских мусульман иммигрировали, чтобы заполнить низкоквалифицированные рабочие места. Из-за этого большинство мусульман, как правило, заботятся об улучшении своего социально-экономического положения. В попытках обеспечить себя и своих детей иммигранты не выставляют религиозные вопросы на первое место. Именно поэтому в таких семьях мало внимания уделяется религиозному воспитанию. Идя в школу, дети сталкиваются с непониманием и неприятием со стороны европейских сверстников, так как те отождествляют их с исламом.

Существование проблем религиозной сегрегации во французских школах уже было отмечено в отчете 2004 года Жан-Пьера Обена, генерального инспектора образования Франции. Он подготовил доклад «Признаки и проявления религиозной принадлежности в школе». В докладе подчеркивается, что это школы, расположенные в густонаселенных районах исламской диаспоры. В школах сформировался этноконфессиональный образ себя – «французы «мы – мусульмане». Усилия по интеграции школьников-мусульман во Франции все чаще воспринимаются ими как форма притеснения и отвергаются. По сути, отчет Обена установил существование параллельной мусульманской общины, стремящейся подчинить светскую школу своему влиянию [2, с. 142].

Согласно опросу, проведенному в 2020 г. Французским институтом изучения общественного мнения (IFOP), 57 % молодых мусульман считают, что шариат важнее закона Республики (опрос проведен среди мусульман в возрасте от 14 до 29 лет). Это на 10 пунктов больше, чем в 2016 году [5].

Также опасность представляют собой неофиты. Большинство из них является питательной средой для пополнения радикальных исламских организаций. Ревностные неофиты, которых привлекает мистика и проповедь Корана, чаще попадают в ряды экстремистов. Вот мнение французских контрразведчиков: «Новообращенные тем более ценны для радикалов, что французское гражданство помогает им свободно пересекать границы, служить подставными лицами при аренде жилья, созда-

нии различных ассоциаций, осуществлять перевозки или укрывать беглецов» [1, с. 66].

Библиографические ссылки

1. *Августин (Никитин Дмитрий Евгеньевич; архимандрит)*. Ислам в Европе / архим. Августин (Никитин). СПб.: Изд-во ЦСО, 2009. 654 с.
2. *Андреева Л. А.* Радикальный исламизм в школах Франции и Германии // Современная Европа. 2021. № 3. С. 139–148.
3. Ислам в Европе / сост. и отв. ред. Е. Б. Деминцева. М. : Изд. дом Марджани, 2018. 229 с.
4. Ислам классический: энциклопедия. М.: Изд-во Эксмо; СПб.: Мидгард, 2005. 416 с., ил. – (Тайны древних цивилизаций).
5. Pétreault Cl. Pour 57% des jeunes musulmans, la charia plus importante que la République // Le Point. 05.11.2020. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.lepoint.fr/politique/pour-57-des-jeunes-musulmans-la-charia-plus-importante-que-la-republique-05-11-2020-2399511_20.php (дата доступа: 10.05.2023)

ПРОПОВЕДЬ ПОКАЯНИЯ И КРЕЩЕНИЯ ИОАННОМ ПРЕДТЕЧЕЙ

Б. И. Сидлецкий

b_sidletskiy@mail.ru

Научный руководитель – К. И. Козлова, старший преподаватель

Статья посвящена начальным событиям Евангельской истории: проповеди покаяния и крещения Иоанном Предтечей и Крещению Господню. На основании повествования четырех Евангелий и толкований святых Отцов Церкви определим смысл и значение этих событий для всех христиан. Исполнив иудейское крещение, Господь, тем самым отверз двери Крещению Новозаветной Церкви.

Ключевые слова: Новый Завет; Крещение Господне; покаяние.

История проповеди покаяния и крещения Иоанна Предтечи, упоминаемая во всех четырех Евангелиях, является одним из самых важных моментов в христианстве. Эти события были важными потому, что они указывают на начало Нового Завета и начало публичной деятельности Иисуса Христа. В Евангелиях от Матфея и от Луки описывается, как Иоанн Предтеча призывал людей к покаянию и крестил их в реке Иордан, а также говорил о приближении Царства Божьего и о необходимости приготовления к его приходу. Он призывал людей к покаянию, чтобы быть готовыми к встрече со Христом. Святой Иоанн говорил, что он крестит водой, но после него придет Тот, Кто будет крестить Духом Святым и огнем. Это выражение означает духовное обновление и очищение, которое происходит при принятии крещения. «Крестить духом святым» означает, что человек получает Духа Святого, который наполняет его душу и преображает жизнь. Дух Святой дает верующему силу и помощь в жизни, направляя его на путь благочестия. Выражение же «крестить огнем» указывает на преображающую и очищающую силу Духа Святого, которая действует в нас, как огонь, сжигая грехи и пороки. Святой Ириней Лионский говорил о том, что Иоанн Креститель является голосом, призывающим к покаянию и подготовке к приходу Христа, Который пришел для спасения людей и взял на себя грехи мира [5]. Проповедь покаяния и крещения Иоанна Предтечи была направлена на призыв людей к покаянию и очищению от грехов, подготавливала людей к приходу Господа Иисуса Христа, воплотившегося ради нашего спасения.

О событии крещения Господня Евангелист Матфей повествует так: «Тогда приходит Иисус из Галилеи на Иордан к Иоанну креститься от не-

го. Иоанн же удерживал Его и говорил: мне надобно креститься от Тебя, и Ты ли приходишь ко мне? Но Иисус сказал ему в ответ: оставь теперь, ибо так надлежит нам исполнить всякую правду. Тогда Иоанн допускает Его. И, крестившись, Иисус тотчас вышел из воды, – и се, отверзлись Ему небеса, и увидел Иоанн Духа Божия, Который сходил, как голубь, и ниспускался на Него. И се, глас с небес глаголющий: Сей есть Сын Мой возлюбленный, в Котором Моё благоволение» (Мф. 3:13-17). Святитель Иоанн Златоуст отмечает, что святой Иоанн Предтеча не сам приступил ко крещению, но по повелению Божию [4]. Сам Креститель Господень Иоанн говорил об этом так: «Пославший меня крестить в воде сказал мне: на Кого увидишь Духа, сходящего как голубя, и пребывающего на Нем, Тот есть крестящийся Духом Святым» (Инн. 1:33). Святитель Григорий Нисский говорит, что крещение Христа было тем моментом, когда Господь показал Свое единство с людьми и принял на Себя их грехи [2].

«И, крестившись, Иисус тотчас вышел из воды, – и се, отверзлись Ему небеса...» (Мф. 3:16). Иисус Христос, хотя и был свободен от греха, пришел к Иоанну для крещения, чтобы исполнить волю Отца Небесного и открыть людям путь к Богу. После крещения небеса раскрылись, и Иоанн увидел Духа Божия, Который сходил на Иисуса Христа, а голос с небес возвестил, что Иисус - Сын Божий. Момент схождения голубя во время крещения Господа Иисуса Христа описывается в Евангелиях от Матфея (3:16) и Марка (1:10). Это явление в христианской традиции принято считать свидетельством о начале общественной деятельности Господа. Это подтверждает и преподобный Ефрем Сирий: «И Дух Святой, Который почил на Нем во время крещения, засвидетельствовал, что Он (именно) есть Пастырь: ибо через Иоанна Он получил пророческое и священническое достоинство» [3]. В христианстве символика голубя, который был знаком явления Духа Святого при крещении Иисуса Христа, служит символом мира и искупления и указывает на пришествие Мессии и милость Божию. Отцы Церкви в этом моменте видят явное подтверждение божественности Иисуса и Его единосуция с Богом-Отцом. Продолжение слов святого Ефрема Сирина также говорят об этом: «Хотя в тот день крестились многие, (однако) Дух сошел на Одного и (на Нем) опочил, дабы Тот, Кто по виду не различествовал от прочих, этим знамением был отделен от всех. И поскольку в крещении Его нисшел Дух, потому через крещение Его дарован был Дух [3]. Таким образом, момент схождения голубя во время крещения Иисуса Христа является событием, подчеркивающим связь Сына Божьего с Богом Отцом и начало Его общественной деятельности.

В конце хотелось бы еще раз подчеркнуть, что крещение Господа Иисуса Христа имеет большое духовное значение, поскольку знаменует

начало публичного служения Господа Иисуса Христа, иначе говоря, начало Его миссии на земле. Крещение Иоанна Крестителя и новозаветное Крещение объединяет их общая цель. Оба действия направлены на обращение к Богу и очищение от греха. Крещение Иоанна Предтечи и новозаветное Крещение имеют общее видимое вещество – воду, которая является символом очищения. Человек, погружаясь в воду очищается от грехов и рождается в новую жизнь. Вода становится знаком преодоления старой (греховной) жизни и начала нового пути в Боге.

Библиографические ссылки

1. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета в русском переводе с приложениями. Брюссель, 1989. 2535с.
2. *Григорий Нисский, свят.* On the Baptism of Christ [Электронный ресурс]. URL: https://azbyka.ru/otechnik/Grigoriy_Nisskij/on-the-baptism-of-christ/ (дата доступа: 17.04.2023).
3. *Ефрем Сирин, прп.* Толкование на Четвероевангелие. Глава 4 [Электронный ресурс]. – URL: <http://hram-troicy.prihod.ru/bibliocat/view/id/28066>. (дата доступа: 17.04.2023).
4. *Иоанн Златоуст, свят.* Избранные творения. Беседы на Евангелие от Матфея [Электронный ресурс]. URL: http://www.praviloveru.ru/katalog_03_15.htm. – (дата доступа: 17.04.2023)
5. *Иринеи Лионский, свщмч.* Обличение и опровержение лжеименного знания (Против ересей). Книга третья [Электронный ресурс]. URL: https://azbyka.ru/otechnik/Irinej_Lionskij/protiv-eresej/3_11 (дата доступа: 17.04.2023).

КАНОНИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В МУЗЫКАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ БОГОСЛУЖЕНИЯ

Е. В. Ткачёва

altocowwa@gmail.com;

*Научный руководитель – иг. Ермоген (Панасюк), кандидат богословия,
заведующий кафедрой богословия*

В статье рассматривается вопрос о канонических моделях в музыкальной составляющей богослужения. Автор анализирует виды музыкального элемента и их отличия, значение градации музыкального элемента на примере структуры богослужения, которая устанавливает различные виды исполнения текстов, в зависимости от литургического значения.

Ключевые слова: богослужение; церковное пение; богослужебное пение; канон; структура богослужения.

В православной церкви нет богослужения – ни общественного, ни частного, в котором не было бы пения, даже в самом малейшем проявлении музыкальной сферы, – чтения богослужебного текста на одном тоне, нараспев, или же пения, совершаемого одним безголосым певцом или профессиональными хорами. Безусловно, не все части служб поются, но они псалмодируются, в этом и есть простейшее отображение музыкального элемента. Основание все то же: слово появляется в различном звуковом оформлении. Таким образом, богослужебное пение православной церкви есть одна из форм самого богослужения, и оно зависимо от общих литургических правил. Важными единицами, образующими церковное пение считаются богослужебный текст (само слово), богослужебный чин и музыкальный элемент [3, с. 68].

Иван Алексеевич Гарднер разделяет понятия «церковное пение» и «богослужебное пение», хотя местами употребляет одно вместо другого. Церковным пением является то, что поется только в церкви и определено только для нее, сюда не будут относиться христианские песни, духовные стихи, колядки. Богослужебное пение – включается в то пение, которое образует фактически само богослужение, т.е. оформляет богослужение и присуще богослужению [2, с. 60–61, с. 66–67].

Будучи управляемым содержанием текста и его расположением в богослужении, один вид музыкального оформления «вытекает» из другого, и они образуют единое музыкальное целое, в котором музыкальный элемент привлекает внимание на идеи, передаваемые текстом, и вызывает эмоциональную реакцию на их сущность. Все типы исполнения точно определены в богослужении и не могут заменяться или переме-

щаться по какой-либо причине – глас другим, или один вид исполнения другим. Предусмотрены градации музыкального элемента, в различных комбинациях: чтение на одном тоне (*recto tono*), псалмодирование, возглас, пение – это делает богослужение идеологическим и музыкальным целым. По этой причине так важна *структура* богослужения: нельзя богослужебное пение отделить от самого богослужения и рассматривать только с музыкальной стороны, она устанавливает употребление разных способов исполнения и контролирует музыкальное обрамление богослужения. Структура и литургическая функция обуславливают разность типов исполнения текстов, они с большего одинаковы во всех национальных частях православной церкви, но все же могут различаться, могут быть местные изменения, но принцип остается тот же [2, с. 73–80].

Высшей градацией музыкального элемента является пение. От чтения церковное *пение* отличает точность интервалов, большая выразительность и мелодическая законченность, в то же время имеет с ним много общего в содержании песнопений и в значении при богослужении. В нем та же суть богослужебной молитвы, только изложенной поэтически. Вместе с чтением, пение имеет общую цель – содействовать с одной стороны ясности и наставлению богослужебного текста, с другой служит для благоговейной выразительности религиозной стороны молящихся, отсюда оно получает особые свойства, но одновременно и ограничения как в своем музыкальном построении, так и в способах выражения, и в исполнении [1, с. 3–12].

Все виды музыкального элемента в богослужении зависят от содержания текста и его расположения в богослужении. Составляя целостную систему богослужения, воздействуют на эмоциональную сферу, обращая особое внимание на идейное содержание и внутренний духовный ритм богослужения. Таким образом, структура богослужения устанавливает различные виды исполнения текстов, в зависимости от литургического значения. На неизменности функций церковного пения в богослужении базируется каноничность.

Говоря о каноничности церковного пения, необходимо понимать, что собой представляет «канон». Термин применяется к весьма различным, но одновременно взаимосвязанным сферам духовной жизни. «*Κανών* (может быть, родственно с *κάννα*, трость) – с греч., прямая палка, иносказательно – правило, предписание, которое может применяться во многих областях и широко толковаться. У церковных писателей понимается, как и правило вообще (Климент Римский), так и правило веры (Климент Александрийский), правило Церкви (Анкийский Собор), соборание боговдохновенных книг (Афанасий Великий)» [6, с. 665].

Лесовиченко А. М. в своем труде приводит большее количество значений слова канон, разделенных на пять смысловых уровней – искусства, церковной литературы, богослужебной практики, музыки, печати. В церковной среде также несет множество вариантов, от упомянутого в первую очередь, собрания священных книг, до всей отеческой религиозной литературы. Всеми перечисленными вариантами в полной мере нельзя целиком обозначить границы этого термина.

В основе художественного творчества, музыкального в том числе, по мнению Андрея Михайловича Лесовиченко, лежат три типа творчества: традиционный, канонический и авторский. Авторский тип содержит в себе индивидуальное отношение композитора, именно он задает основное направление и аспекты создаваемого им произведения. Традиционный – заключается в корне понятия – *trado* – передаю, говорящий о наличии предыстории любого явления в художественном процессе. Канонический же отличается от традиции четко обозначенным теоретическим компонентом, который позволяет руководить процессом создания художественного материала. «Таким образом, канон – наиболее сложное теоретизированное проявление ценностных представлений в рамках художественной системы... Канон создает “устойчивость и постоянную регенерацию традиции”» [5, с. 23].

Критерии уставности богослужебного пения представлены Андреем Борисовичем Ковалевым на уровне трех канонических моделей: *церковно-богослужебного, смешанного, небогослужебного происхождения*. Канонические модели церковно-богослужебного происхождения представляют собой древние богослужебные формы, не подвергшиеся значительной трансформации и окончательно оформившиеся в период Средневековья. Этот тип модели характерен для таких богослужебных форм, как антифоны, респонсии. В период XVII – начала XX веков появляются канонические модели смешанного происхождения, в которых церковное пение Русской Православной Церкви берет за основу музыкальную культуру Западной Европы, а с середины XVIII века обращается к народно-песенной традиции. В канонических моделях небогослужебного происхождения все больше применяются элементы светской музыкальной культуры XIX–XX веков. В духовных сочинениях прибегают к масштабности хоровых форм, применению средств музыкальной выразительности с целью усиления драматургии, что несвойственно для церковного пения [4, с. 19–20].

Таким образом, канон в церковно-певческом искусстве регулирует процесс создания художественного текста, благодаря точности теоретического компонента. Структура богослужения определяет различные виды исполнения текстов, в зависимости от литургического значения.

Библиографические ссылки

1. *Вознесенский И.* О церковном пении православной Греко-Российской Церкви: Большой и малый знаменный распев. Рига, 1890.
2. *Гарднер И. А.* Богослужбное пение Русской Православной Церкви: в 2 т. Сергиев Посад : Моск. духов. акад., 1998. Т. 1: Сущность. Система. История.
3. *Гарднер И. А.* Церковное пение и церковная музыка // О церковном пении: сб-к статей / сост. О.В. Лада. М. : Талан, 1997.
4. *Ковалев, А. Б.* Литургия в творчестве русских композиторов конца XVIII – XX веков. Специфика жанра и организация цикла: автореф. дис. ... канд. искусств. : 17.00.02. М., 2004.
5. *Лесовиченко, А. М.* Европейские музыкально-культурные каноны: монография [Электронный ресурс] URL: <https://repo.nspu.ru/handle/nspu/623>
6. Толковый Типикон / сост., предисл. и прим. М. Скабаллановича. М. : Изд-во Сретенского монастыря, 2008.

ФИЛОСОФИЯ СРЕДИННОСТИ НАГАРДЖУНЫ

А. Е. Вертинская

viartsinskaya.anhelina@gmail.com;

Научный руководитель – С. И. Шатравский, кандидат богословия, проректор по научной работе Института теологии им. свв. Мефодия и Кирилла БГУ

Нагарджуна был одним из величайших мыслителей буддизма и разработал философскую идею, известную как «срединность» или «пустота». Целью исследования являлось выявить, каким образом представлена общепобуддийская концепция Срединности в учении Нагарджуны. Выявлена взаимосвязь между философией срединности и понятием пустоты Мадхьямаки.

Ключевые слова: срединность; мадхьямака; Нагарджуна; шунья; пустота.

Буддизм представлен множеством течений и направлений, которые больше похожи на отдельные религии, нежели на ответвления одной системы взглядов со своими особенностями мировоззрений. И хотя существуют основы буддийского учения, в каждом течении они развиты по-разному, и все они претендуют на звание истинного учения Будды.

Будда, основатель буддизма, проповедовал отречение как от жесткого аскетизма, так и от легкой мирской жизни, наставлял следованию баланса между этими формами существования. Хотя многими последователями Тхеравады, одной из основных буддийских направлений, под Срединным путем понимается Восьмеричный путь. Он изложен Буддой в четырёх Благородных истинах, которые являются базовой идеей для всех течений и направлений буддизма. Восьмеричный путь представляет собой способ совершенствования сознания и медитативные практики на пути к Освобождению, и включает 8 ступеней.

Почти сразу после паринирваны Будды, то есть его физической смерти, буддизм стал делиться на разные течения и направления, самые первые из которых не имели больших различий в учениях и отличались друг от друга только пониманием и изложением некоторых вопросов. Позже стали возникать школы с принципиально иным трактованием идей раннего буддизма [1, с. 64–65]. Так, к 80 г. до н. э. сформировалась Тхеравада, а к 1 в. н. э. свое распространение получило другое направление буддизма – Махаяна, в пер. с санскр. «Великая колесница» [2, с. 285]. Ее первые тексты – Праджня парамиты, или сутры «Совершенствования мудрости», начали составляться еще в I в. до н. э. – I в. н. и включали в себя некоторые сутры и канонические тексты Махаяны [3, с. 505]. Приверженцы Великой колесницы и составители ее канонической литературы считали, что часть сутр, которые проповедовал Будда, могли по-

нять только бодхисаттвы, боги и наги – мифические существа буддизма и индуизма, которые изображались с человеческим торсом и змеиным хвостом [3, с. 506]. Поэтому они не вошли в Трипитаку, буддийский канон, а сохранились в подводном царстве нагов.

Понятие «махаяна» изначально не употреблялось как название религиозного течения, а обозначало высший принцип, знание, посредством которого достигается окончательное освобождение. В этом значении данное понятие применялась первым проповедником махаяны Ашвагхошей. Распри между течениями раннего буддизма, Тхеравадой и Махаяной прослеживались в истории буддизма с самого начала их возникновения. А после смерти Ашвагхоши ссоры между Тхеравадой и Махаяной стали еще более ожесточенными. Так среди последователей Великой колесницы появилось новое обозначение Тхеравады – Хинаяна, себя же они стали звать Махаяной [4, с. 29]. Хинаяна в переводе с санскрита обозначает «Малая колесница». В сутрах «Совершенствования мудрости» хинаяной называются все немахаянские течения [3, с. 505].

Будда называл свое учение Срединным Путем. Это проявлялось не только в проповедовании баланса между аскетизмом и мирской жизнью, но и касательно метафизических понятий: он избегал таких утверждений, как например «все существует» и «ничто не существует» [5, с. 299]. Это вобрала в себя и Мадхьямака, что переводится с санскрита «средний» [2, с. 271]. Такое метафизическое учение о Срединности в своих трудах изложил ее основатель Нагарджуна.

Доподлинно не известно, когда жил мыслитель. Авторитетный российский ученый-востоковед Е. А. Торчинов говорит о I–II веках, другой известный российский буддолог, специалист по Нагарджуне, определяет время его жизни II – началом III века. Сами буддисты утверждают, что жил Нагарджуна около 600 лет, примерно с III в. до н. э. по II в. н. э., так как владел методами аюрведы, древней науки о врачевании [6]. В биографии Нагарджуны много мистических моментов: он умел становиться невидимым, а сутры «Совершенствования мудрости» обрел, спустившись в царство нагов [1, с. 120–121]. Поэтому выделить реальные факты из его жизни сложно. Мы почти ничего не знаем о его жизненном опыте, его симпатиях и неприязнях, но он оставил большое количество религиозных текстов. И хотя авторство некоторых трактатов подвергается сомнению, столь большое наследие после себя не оставил ни один Индийский мыслитель, что показывает непоколебимую авторитетность Нагарджуны в течении многих веков [7, с. 252].

Главный труд Нагарджуны – «Мула-мадхьямака-карика» (далее ММК), в переводе В. П. Андросова «Коренные строфы о Срединности» [3, с. 209], иногда его называют «Мула-мадхьямака-карика Прадж-

ня-нама», в переводе «Коренные строфы о Срединности, называемые Мудрость» [3, с. 209]. Каждая глава ММК представлена опровержением общепризнанных философских (самосущее, время, условие и т. д.) и буддийских категорий (страдание, 12 звеньев взаимозависимого происхождения и т. д.) путем деструкции тезисов оппонента. Нагарджуна стремился к тому, чтобы очищенные умы могли оценить критически хаотичность мыслей, сознания, обусловленного причинами.

Важнейшим понятием Мадхьямаки и средством деструкции концепций оппонентов Нагарджуны и его последователей является понятие «шунья», что буквально в переводе с санскрита – пустота. Все тезисы противников сводились к их несамостоятельности, обусловленности. Однако мадхьямаки не стремились установить идею шуньяты вместо других категорий, ведь пустота – это свойство всего, включая саму пустоту [3, с. 200].

Понятие пустоты встречалось еще в домахаянских учениях, но обозначало «анатман» – отсутствие вечной души [3, с. 199]. В махаяне же оно приобретает иное значение, интерпретируется как отсутствие самосущего во всем, включая дхармо-частицы, которые в Тхераваде обозначали невзаимообусловленную реальность [3, с. 199–200]. «В мадхьямаке пустотностью характеризуются все познания индивидов сансары, в том числе и представления о нирване» [3, с. 198].

В сутрах Совершенствования мудрости разработана концепция кальпаны – деятельности сознания, направленной на построение дхаммо-частиц, которые способствуют продолжению круговорота перерождений. Мышление поддерживает такую созидательную деятельность, поэтому рекомендуется относиться к возникающим чувствам и мыслям как к пустым, не действующим положительно на духовный рост [3, с. 507]. Нагарджуна «называл пустотностью срединный путь, а целью пути устранение пустотностью последствий кармы, созданных мышлением» [3, с. 199].

Таким образом, философия Срединности Нагарджуны состоит в том, чтобы путем практики шуньяты, то есть понимания пустотности самого мыслительного процесса и его продуктов, освободиться от страдания и достичь Просветления.

Библиографические ссылки

1. *Торчинов Е.* Введение в буддизм: лекции. СПб. : Азбука, Азбука-Аттикус, 2021. 352 с.
2. *Андросов В. П.* Индо-тибетский буддизм. Энциклопедический словарь: монография. М.: Ориенталия, 2011. 448 с.

3. *Андросов, В. П.* Учение Нагарджуны о Срединности. М. : Вост. Лит., 2006. 846 с.
4. *Судзуки Д. Т.* Основные принципы буддизма махаяны. СПб.: Наука, 2002. 382 с.
5. *Радхакришнан С.* Индийская философия. Т. 1 / Пер. с англ. М.: МИФ, 1993. 328 с.
6. *Самдонг Ринпоче* О Нагарджуне / Самдонг Ринпоче // Видеохостинг "YouTube" [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/rmRdXRv5GfI> (дата доступа: 03.06.2014)
7. *Бонгард-Левин Г. М.* Древнеиндийская цивилизация. Философия, наука, религия. М.: «Наука», 1980. 33 с.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

П. И. Агейчик

ageichik.pol@gmail.com;

*Научный руководитель – А. В. Вериго, кандидат экономических наук,
доцент*

В данной работе представлены основные показатели оценки эффективности деятельности банков. Рассмотрено экономическое содержание данных показателей в контексте обеспечения экономической безопасности страны.

Ключевые слова: эффективность банковской деятельности; экономическая безопасность.

Оценка эффективности деятельности банков в контексте обеспечения экономической безопасности страны является важной задачей для государства. Банки играют ключевую роль в финансовой системе и экономике страны, и уровень их эффективности может существенно влиять на общую экономическую безопасность.

Оценка эффективности деятельности банков – это процесс измерения и анализа результатов работы банка с целью определения его эффективности и оптимизации финансовых показателей. Она осуществляется с использованием различных методов, которые позволяют оценить финансовую стабильность, рентабельность, риски, качество управления и другие аспекты банковской деятельности.

Оценка эффективности деятельности банков включает в себя анализ финансовой отчетности, показателей рентабельности активов и капитала, уровня рисков и управления ими, эффективности использования ресурсов, уровня качества обслуживания клиентов и т. д. Она позволяет выявить сильные и слабые стороны банка, определить области для улучшения и разработать стратегию развития, а также помогает принимать решения о дальнейшем инвестировании, развитии банка и оценке его конкурентоспособности на рынке. Подобный анализ позволяет определить финансовую устойчивость банковской системы в целом и ее способность справиться с возможными экономическими потрясениями.

Кроме того, оценка эффективности банковской деятельности может включать анализ качества предоставляемых услуг и уровня клиентского обслуживания. Важно обеспечить доступность и надежность банковских

услуг для граждан и компаний, что способствует развитию экономики страны.

Для оценки эффективности деятельности банков в контексте обеспечения экономической безопасности страны могут использоваться различные методы и инструменты, такие как аудит, рейтинговые системы, международные стандарты и др. Также важно учитывать законодательные и регуляторные меры, направленные на обеспечение стабильности и надежности банковской системы.

Следует отметить, что оценка эффективности банковской деятельности должна учитывать не только экономические показатели, но и социальные, и этические аспекты. Банки должны соблюдать принципы прозрачности, ответственности и устойчивого развития, чтобы укреплять доверие общества и поддерживать экономическую безопасность страны.

Для оценки эффективности деятельности банков в контексте обеспечения экономической безопасности могут использоваться различные показатели, которые отражают разные аспекты и результаты их работы. Они могут включать:

1. Прибыльность: Один из основных показателей эффективности деятельности банка – это его способность генерировать прибыль. Это может быть выражено через различные показатели, такие как рентабельность активов (ROA) и рентабельность собственного капитала (ROE). Высокая прибыльность указывает на успешность операций банка и его способность генерировать доходы.

2. Ликвидность: Ликвидность банка отражает его способность в любой момент времени расплатиться по своим обязательствам. Показатели, такие как соотношение текущих активов и текущих обязательств, отражают степень ликвидности банка. Высокая ликвидность говорит о том, что банк способен быстро реагировать на потребности клиентов и справиться с возможными финансовыми потрясениями.

3. Качество активов: Качество активов отражает риски, связанные с портфелем кредитов и инвестиций банка. Показатели, такие как доля проблемных кредитов, уровень дефолтов и процент просрочек платежей, могут указывать на качество активов банка. Более высокое качество активов говорит о более надежном портфеле и меньшем риске деятельности банка.

4. Капиталовложения: Уровень капиталовложений банка, выраженный, например, через соотношение собственного капитала к активам, отражает его финансовую устойчивость и способность покрыть возможные убытки. Высокий уровень капиталовложений говорит о более устойчивом финансовом положении и способности банка выдержать финансовые стрессы.

5. Доля рынка: Оценка доли рынка банка в определенной сфере или сегменте финансового рынка может быть важным показателем эффективности. Высокая доля рынка указывает на то, что банк успешно конкурирует и привлекает клиентов.

6. Расходы и эффективность затрат: Оценка эффективности банка также может включать анализ его расходов и способности оптимизировать затраты. Показатели, такие как соотношение операционных расходов к доходам, отражают эффективность использования ресурсов и управление затратами.

7. Инновации и развитие: Способность банка развивать новые продукты и услуги, внедрять новые технологии и модели бизнеса, также может быть показателем его эффективности. Банки, которые активно инвестируют в исследования и разработки, могут быть более конкурентоспособными и успешными в долгосрочной перспективе.

8. Соответствие нормативным требованиям: Банки должны соблюдать законодательство и нормативные требования, установленные регуляторными органами. Оценка соответствия банковской деятельности таким требованиям может быть важным показателем эффективности и надежности банка.

9. Риск менеджмент: Оценка эффективности банковской деятельности должна включать анализ системы управления рисками. Такие показатели, как соотношение капитала к риску, показатели стресс-тестирования и анализ резерва по потерям по кредитам, помогают оценить, насколько успешно банк управляет различными видами рисков.

10. Отчетность и прозрачность: Банк должен предоставлять достоверную, своевременную и подробную отчетность обо всех своих операциях. Качество отчетности может служить показателем его эффективности и говорить о том, насколько открытым и прозрачным является банк.

Это лишь некоторые из основных показателей, которые могут быть использованы для оценки эффективности деятельности банков. Конечный набор показателей эффективности деятельности банков будет зависеть от целей и требований конкретной страны или регуляторного органа. Однако, учет разнообразных аспектов поможет осуществить более полную оценку деятельности банка и его вклада в обеспечение экономической безопасности страны.

В целом, оценка эффективности деятельности банков в контексте обеспечения экономической безопасности страны является сложным и многогранным процессом, который требует учета различных факторов и использования разнообразных методов анализа. Обязательной составляющей такой оценки является выявление, ранжирование и группировка влияющих факторов на две группы: внешние и внутренние. Это важный

инструмент для контроля и регулирования банковской системы с целью поддержания стабильности и обеспечения экономической безопасности страны.

Библиографические ссылки

1. Банки и банковское дело в 2 ч. Часть 1: учебник / В. А. Боровкова [и др.]; под ред. В. А. Боровковой. М.: Юрайт, 2020. 422 с.
2. *Жарковская Е. П.* Финансовый анализ деятельности коммерческого банка: учебник. М.: Кнорус, 2019. 123 с.
3. *Юзвович Л. И., Трофимова Е. А.* Совершенствование оценки эффективности деятельности коммерческого банка в условиях межбанковской конкуренции: моногр. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. 120 с.
4. *Хлебоказов А. П., Гралько В. В.* Экономическая безопасность Республики Беларусь: актуальные аспекты и пути совершенствования ее оценки // *Банкаўскі веснік*. 2021. № 8 (697). С. 17–23.
5. *Солодовников С. Ю.* Экономика рисков // *Экономическая наука сегодня: сб. науч. ст.* / БНТУ. Минск, 2018. Вып. 8. С.16–55.

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ

П. И. Агейчик

ageichik.pol@gmail.com;

Научный руководитель – А. В. Вериго, кандидат экономических наук, доцент

В данной работе представлено исследование теоретических аспекты оценки эффективности деятельности банков. Рассмотрена экономическая характеристика и методика расчета основных показателей оценки эффективности деятельности банков.

Ключевые слова: рентабельность; собственный капитал; активы; уставный фонд; расходы.

Теоретические аспекты оценки эффективности деятельности банков являются недостаточно исследованными в современной экономической литературе в части их места и роли в системе управления деятельностью банков. По результатам исследования современной экономической литературы содержания понятия «эффективность деятельности банка», было выявлено, что отсутствует единая терминология данного определения. Ряд экономистов отождествляют его с прибыльностью, доходностью и рентабельностью. Показатели эффективности деятельности банка рассчитывают исходя из соотношения прибыли либо доходов и составляющих активов, и ресурсов кредитной организации.

По результатам сравнения различных трактовок понятия «эффективность банковской деятельности» были выявлены общие черты во мнениях различных ученых. 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 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.

В целом эффективность банковской деятельности или банковской системы определяется исходя из соответствия значений показателей оценки деятельности каждого банка (например, издержек, прибыли и т.д.) к некому заранее определенному параметру эффективности.

Основным коэффициентным показателем, характеризующим эффективность деятельности банка, являются рентабельность (прибыльность). Показатели рентабельности отражают отдачу финансовых ресурсов банка.

Общий экономический смысл показателей рентабельности – показатели показывают прибыль, получаемую с каждого затраченного банком (собственного и заемного) рубля. Рентабельность представляет собой относительное измерение прибыли банка. Выделяют следующие показатели рентабельности, используемые в банковской практике [1–4]:

Общий уровень рентабельности банка.

Общий уровень рентабельности банка позволяет оценить общую прибыльность банка, а также прибыль, приходящуюся на 1 руб. дохода (доля прибыли в доходах),

Снижение показателя является крайне нежелательным для банка, поскольку означает увеличение доли доходов кредитной организации, используемых на покрытие расходов, и одновременное снижение доли прибыли в доходах.

Рентабельность собственного капитала банка (*ROE* – return on equity).

Данное соотношение позволяет определить величину прибыли (чистой прибыли после налогообложения) на рубль собственных средств банка.

Показатель характеризует способность банка получать прибыль от использования собственного капитала и позволяет оценить возможность обеспечения реального роста собственного капитала в размерах, адекватных росту деловой активности.

Величина *ROE* находится в прямой зависимости от соотношения собственного капитала и привлеченных средств в общей валюте баланса банка. Чем больше удельный вес собственного капитала и, как принято считать, выше надежность банка, тем сложнее обеспечить высокую прибыльность своего капитала.

Рентабельность уставного фонда.

Показатель характеризует степень отдачи уставного фонда, а также эффективность и целесообразность вложения средств в тот или иной банк. Этот коэффициент выражает в основном интересы собственников банка и может служить информацией для потенциальных инвесторов с целью выявления путей наиболее доходного размещения своих средств.

Показатель характеризует, насколько эффективно использовались средства собственников в течение года, т.е. это измеритель доходности для акционеров банка. Он устанавливает приблизительный размер чис-

той прибыли, получаемой акционерами от инвестирования своего капитала.

Рентабельность активов (ROA – return on assets).

(Минимальное значение: 0,5 %. Максимальное значение: 5 %)

ROA показывает объем прибыли, приходящийся на рубль банковских активов.

Прибыльность активов характеризует способность активов банка приносить прибыль (степень прибыльности активных операций банка) и косвенно отражает их качество, а также эффективность управления банка своими активами и пассивами (собственными и привлеченными средствами).

Низкое значение коэффициента может быть результатом консервативной кредитной и инвестиционной политики или чрезмерных операционных расходов; высокое значение показателя свидетельствует об удачном распоряжении активами.

Положительная динамика этого показателя рентабельности характеризует увеличение эффективности использования активов банка. Одновременно быстрое повышение этого показателя указывает на увеличение степени рисков, связанных с размещением активов.

Данный показатель используется для сравнения рентабельности одного банка с рентабельностью другого.

Рентабельность доходных активов.

Поскольку не все активы приносят доход, для выявления реального уровня рентабельности при расчете данного показателя корректируется знаменатель: общая сумма активов уменьшается на сумму активов, не приносящих доход. Тем самым определяется величина прибыли на рубль прибыльных (доходных) активов.

Рентабельность расходов.

Характеризует эффективность затрат банка: размер прибыли на единицу затрат

Помимо общих коэффициентов рентабельности в ходе анализа используются и другие оценочные показатели:

прибыль банка на одну акцию;

прибыль на одного банковского работника (чистая прибыль / общая численность персонала), характеризует рентабельность всего персонала банка, среднюю прибыль, генерируемую каждым сотрудником банка;

прибыль к расходам на заработную плату (определяет доходность инвестиций на оплату труда);

количество клиентов на рубль уставного фонда;

количество клиентов, обслуживаемых одним банковским работником, и др.

Таким образом, в современной экономической литературе и банковской практике применяются различных показатели оценки эффективности их деятельности. В зависимости от поставленных целей и задач, при оценке деятельности банка, за основу могут быть приняты те или иные показатели оценки эффективности деятельности банка.

Библиографические ссылки

1. *Боровкова В. А.* Банки и банковское дело в 2 ч. Часть 1: учебник; под ред. В. А. Боровковой [и др.]. М.: Юрайт, 2020. 422 с.
2. *Жарковская Е. П.* Финансовый анализ деятельности коммерческого банка: учебник. М.: Кнорус, 2019. 123 с.
3. *Юзвович Л. И., Трофимова Е. А.* Совершенствование оценки эффективности деятельности коммерческого банка в условиях межбанковской конкуренции: моногр. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. 120 с.
4. *Ковалев М. М., Госпадарик Е. Г.* Банковская аналитика: учеб. пособие. Минск: Изд. Центр БГУ, 2020. 458 с.

УПРАВЛЕНИЕ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ И ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Т. С. Астрейко

tatianaastreyko@gmail.com;

Научный руководитель – А.В. Веруго, кандидат экономических наук, доцент

В статье рассмотрены ключевые факторы, влияющие на повышение экономической безопасности страны, такие как повышение производительности труда, улучшение качества продукции и услуг, привлечение и сохранение квалифицированных кадров. Также проанализированы методики управления трудовыми ресурсами, которые способствуют реализации вышеуказанных факторов и повышению эффективности работы компаний.

Ключевые слова: управление; трудовые ресурсы; безопасность; производительность, методики.

Управление трудовыми ресурсами и повышение экономической безопасности страны тесно связаны между собой. Как правильно управлять трудовыми ресурсами, чтобы повысить экономическую безопасность страны? Это вопрос, на который необходимо найти ответ, учитывая современные вызовы и требования. Цель данного исследования - проанализировать взаимосвязь между управлением трудовыми ресурсами и повышением экономической безопасности страны. В рамках исследования будут рассмотрены различные аспекты управления трудовыми ресурсами, в том числе оптимальные методы и роль государства. Это исследование актуально в современных условиях усиления конкуренции на мировых рынках и становится все важнее для обеспечения стабильности экономики страны и улучшения качества жизни населения.

Управление трудовыми ресурсами представляет собой процесс управления людьми в организации с целью достижения максимальной производительности труда и улучшения условий труда. Оно включает в себя такие аспекты, как рекрутинг, отбор, обучение и развитие персонала, управление производительностью и мотивация сотрудников [1].

Повышение экономической безопасности страны, в свою очередь, означает создание условий для устойчивого развития экономики страны и обеспечения ее защиты от внешних и внутренних угроз. К этим угрозам могут относиться такие факторы, как экономические кризисы, глобализация, терроризм и другие.

Управление трудовыми ресурсами и повышение экономической безопасности страны тесно связаны между собой, поскольку качественно управляемый персонал является ключевым фактором для достижения

экономической стабильности и безопасности страны. Например, эффективное управление персоналом в организациях способствует увеличению производительности труда, что в свою очередь способствует росту экономики страны и укреплению ее экономической безопасности.

Существуют различные методики, которые помогают управлять трудовыми ресурсами и повышать экономическую безопасность страны (табл.). Эти методики могут включать в себя разработку и внедрение стратегий управления персоналом, разработку и применение систем мотивации и стимулирования сотрудников, создание программ обучения и развития персонала, а также меры по обеспечению безопасности и защите экономических интересов страны.

Методики управления трудовыми ресурсами и повышение экономической безопасности страны

Методика	Описание
Развитие человеческого капитала	Это методика, которая предполагает инвестирование в образование и развитие трудовых ресурсов, чтобы улучшить качество трудовой силы и повысить производительность.
Мониторинг и анализ рынка труда	Эта методика включает в себя сбор и анализ данных о текущей ситуации на рынке труда, а также прогнозирование будущих тенденций, чтобы определить наиболее эффективные стратегии управления трудовыми ресурсами.
Оценка и управление рисками	Эта методика предназначена для определения и управления рисками, связанными с управлением трудовыми ресурсами, такими как увольнения, нехватка квалифицированных кадров и т.д.
Управление изменениями и обучение персонала	Эта методика включает в себя управление изменениями в организации, связанными с трудовыми ресурсами, а также обучение персонала новым навыкам и компетенциям.
Создание эффективной системы управления персоналом	Эта методика включает в себя создание и внедрение системы управления персоналом, которая позволяет эффективно управлять трудовыми ресурсами и повышать производительность.
Использование современных информационных технологий	Эта методика включает в себя использование современных информационных технологий для управления трудовыми ресурсами, таких как программное обеспечение для учета рабочего времени и системы управления кадрами.

Составлено по: [2]

Исходя из таблицы, можно сделать вывод о том, что важными аспектами управления трудовыми ресурсами являются: разработка эффективной системы найма и отбора персонала, развитие и обучение сотрудников, оценка и мотивация персонала, создание условий для развития и поддержки талантливых сотрудников, и разработка системы компенсации и льгот для сотрудников.

Управление трудовыми ресурсами напрямую влияет на экономическую безопасность страны, поскольку опытные, высококвалифицированные и мотивированные сотрудники являются одним из главных факторов успеха любой компании. Рассмотрим несколько примеров связи управления трудовыми ресурсами с повышением экономической безопасности страны [3]:

Повышение производительности труда: обучение сотрудников новым технологиям и процессам может повысить их производительность и качество работы, что в конечном итоге может увеличить доходы компании и повысить экономическую безопасность страны.

Улучшение качества продукции и услуг: создание более квалифицированной и мотивированной рабочей силы может повысить качество продукции и услуг, что увеличит конкурентоспособность компаний и, в итоге, увеличит экономическую безопасность страны.

Привлечение и сохранение квалифицированных кадров: удержание талантливых сотрудников в стране может привлечь внешние инвестиции и создать благоприятную репутацию, что в свою очередь может способствовать экономическому развитию страны и повышению ее экономической безопасности.

Социальная ответственность и устойчивость бизнеса: более эффективное управление трудовыми ресурсами может снизить уровень конфликтов между работодателем и работником, улучшить условия работы и повысить уровень социальной ответственности компаний. Это в свою очередь может способствовать устойчивому развитию бизнеса и улучшению экономической безопасности страны.

Инновации и развитие: создание стимулов для сотрудников может способствовать появлению новых идей, инноваций и развитию новых продуктов и услуг. Это в свою очередь может способствовать росту компаний и повышению экономической безопасности страны.

В заключении можно отметить, что управление трудовыми ресурсами напрямую влияет на экономическую безопасность страны. Качественно управляемые трудовые ресурсы обеспечивают повышение производительности труда, улучшение качества продукции и услуг, привлечение и сохранение квалифицированных кадров. Эти факторы повышают конкурентоспособность компаний и страны в целом, что способствует укреплению ее экономической безопасности.

Библиографические ссылки

1. *Фоминова Е. А., Долгих Р. В.* Управление трудовыми ресурсами как фактор обеспечения экономической безопасности // *European Scientific Conference* :

сборник статей XIV Международной научно-практической конференции, Пенза, 07 марта 2019 года. Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019. С. 211–213

2. *Башлыкова Ю. Л., Ершова Н. А.* Система и методы управления трудовыми ресурсами // Тенденции и перспективы государственного управления социально-экономическим развитием регионов и территорий : Материалы 2-й Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 17 ноября 2017 года. – Москва: Российский государственный университет правосудия, 2018. С. 31–35
3. *Хилобок В.* Управление трудовыми ресурсами в системе экономической безопасности предприятия // EUROPEAN RESEARCH : сборник статей XIII Международной научно-практической конференции: в 2 частях, Пенза, 07 декабря 2017 года. Том Часть 2. Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2017. С. 138–140

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ

Т. С. Астрейко

tatianaastreyko@gmail.com;

Научный руководитель – А. В. Веруго, кандидат экономических наук, доцент

Данная статья посвящена проблемам эффективного управления трудовыми ресурсами в современных организациях. В статье рассмотрены основные проблемы, с которыми сталкиваются организации при управлении персоналом, а также приведены возможные решения этих проблем.

Ключевые слова: управление; эффективность; трудовые ресурсы; производительность.

Эффективное управление трудовыми ресурсами – это процесс, направленный на достижение максимальной производительности труда и удовлетворенности персонала, с целью повышения эффективности работы компании в целом. Ключевыми аспектами эффективного управления трудовыми ресурсами являются оптимизация затрат на персонал, повышение квалификации и мотивации сотрудников, а также улучшение условий труда и создание благоприятной рабочей атмосферы.

Одной из главных проблем, которую встречают организации при управлении трудовыми ресурсами, является нехватка квалифицированных кадров. Для решения этой проблемы необходимо разработать эффективную систему привлечения и удержания перспективных сотрудников, а также инвестировать в обучение и развитие персонала [1].

Еще одной проблемой, которую необходимо решать, является устранение неэффективных методов управления персоналом. Неэффективные методы могут приводить к низкой мотивации сотрудников, неудовлетворительному качеству продукции и услуг, а также негативному влиянию на конкурентоспособность компании.

Важным аспектом эффективного управления трудовыми ресурсами является также создание благоприятной рабочей атмосферы и обеспечение условий труда, которые способствуют повышению мотивации сотрудников и их производительности. Это может включать в себя организацию корпоративных мероприятий, создание комфортных рабочих мест, предоставление персоналу необходимых ресурсов и технического обеспечения, а также поддержку здоровья и благополучия сотрудников.

Таким образом, эффективное управление трудовыми ресурсами является ключевым фактором для достижения успеха организации

в современном бизнес-мире. Оно позволяет повысить производительность труда, улучшить качество продукции и услуг, повысить конкурентоспособность компании.

Что касается, проблемы эффективного управления трудовыми ресурсами, то оно включает в себя множество факторов, которые могут оказать негативное влияние на производительность, эффективность и результативность работы организации. К ним относятся [2]:

1. Недостаток квалифицированных кадров: недостаток квалифицированных специалистов может оказать негативное влияние на производительность и качество работы, а также привести к задержкам в выполнении проектов.

2. Недостаток мотивации: низкая мотивация сотрудников может привести к низкой производительности, отсутствию лояльности и высокой текучести кадров.

3. Отсутствие оптимальной системы управления персоналом: отсутствие системы управления персоналом, которая бы учитывала потребности каждого сотрудника, может привести к конфликтам, недовольству и снижению эффективности работы.

4. Нарушение трудового законодательства: нарушение трудового законодательства может привести к судебным искам, штрафам и потере репутации компании.

5. Недостаток инвестиций в персонал: недостаток инвестиций в персонал может привести к устареванию навыков сотрудников и низкой конкурентоспособности организации.

6. Недостаточное вовлечение сотрудников в процесс управления: отсутствие вовлеченности сотрудников в процесс управления может привести к недоверию, отсутствию лояльности и снижению производительности.

7. Недостаточное внимание к здоровью и безопасности сотрудников: недостаток внимания к здоровью и безопасности сотрудников может привести к увольнениям, потере репутации и судебным искам.

Решение этих проблем включает в себя оптимизацию системы управления персоналом, создание мотивационных программ, разработку обучающих программ, соблюдение трудового законодательства и инвестирование в персонал.

Для решения проблемы эффективного управления трудовыми ресурсами необходимо принять ряд мер. Во-первых, оптимизация системы управления персоналом. Это включает в себя разработку четких стандартов оценки сотрудников и процедур найма, обучения и повышения квалификации. Во-вторых, создание мотивационных программ, которые будут способствовать повышению производительности и удовлетворенно-

сти персонала. В-третьих, разработка обучающих программ, чтобы сотрудники могли получить новые знания и навыки, которые позволят им выполнять свои задачи более эффективно. В-четвертых, необходимо соблюдать трудовое законодательство, чтобы избежать возможных проблем и штрафов. В-пятых, важно инвестировать в персонал, чтобы создать условия для роста и развития сотрудников и обеспечить долгосрочную эффективность управления трудовыми ресурсами.

Таким образом, эффективное управление трудовыми ресурсами имеет ключевое значение для успеха любой организации. Однако, для достижения эффективности в управлении персоналом необходимо решение ряда проблем, включающих оптимизацию системы управления, создание мотивационных программ, разработку обучающих программ и соблюдение трудового законодательства. Также важным аспектом является инвестирование в персонал и его развитие. Все эти меры могут помочь организации улучшить эффективность работы и повысить конкурентоспособность на рынке.

Библиографические ссылки

1. *Трясцина Н. Ю.* Эффективное управление и использование трудовых ресурсов // Эпоха науки. 2019. № 20. С. 448–452.
2. *Жумалиева А. К.* Проблемы эффективного управления трудовыми ресурсами в современных рыночных условиях // Молодой ученый. 2020. № 2(292). С. 261–263.

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ ОТ ИНТЕГРАЦИОННОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ ЕАЭС

Е. А. Бирук

ekaterina_b04@bk.ru;

*Научный руководитель – Е. Г. Господарик, кандидат экономических наук, доцент,
заведующая кафедрой аналитической экономики и эконометрики*

Рассмотрен экономическая интеграция ЕАЭС, была проанализирована экономическая выгода стран от вступления в ЕАЭС. Проанализирован экспорт, импорт и национальное производство. Выявлены пути дальнейшего развития интеграции стран ЕАЭС в современных условиях.

Ключевые слова: ЕАЭС; экспорт; импорт; национальное производство.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования в курсовой работе заключается в том, что с самого начала интеграционных процессов на евразийском пространстве Республика Беларусь входила в число их инициаторов и активных участников. Она строит вместе с Россией Союзное государство, внесла весомый вклад в деятельность ряда многосторонних интеграционных объединений: Евразийского экономического сообщества (ЕврАзЭС), Таможенного союза (ТС), Единого экономического пространства (ЕЭП). С 2015 г. Беларусь является членом Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Руководство Республики Беларусь придает большое значение участию в евразийской интеграции, рассматривая его в качестве важного фактора успешного развития экономики страны и укрепления ее позиций в мировом хозяйстве.

МАТЕРИАЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Оборот внешней торговли товарами государств – членов Евразийского экономического союза со странами вне ЕАЭС за 2021 год составил 846,4 млрд. долларов США, в том числе экспорт товаров – 527,9 млрд. долларов США (табл. 1).

Таблица 1

Объем экспорта государств-членов ЕАЭС со странами вне ЕАЭС за 2021 год

	Оборот, млн.долларов	Экспорт, млн.долларов	В % к 2020 году	
ЕАЭС, в том числе:	846358,2	527852,3	135,5	144,7

Окончание таблицы

	Оборот, млн.долларов	Экспорт, млн.долларов	В % к 2020 году	
Армения	5418,6	2133,4	115,6	116,8
Беларусь	40459,4	22550,7	129,2	148,6
Казахстан	75148,8	52506,9	113,7	125,4
Кыргызстан	4906	1960,7	150,9	138,2
Россия	720424,4	448700,6	138,7	147,3

Источник: [1].

Рост стоимостного объема экспорта государств – членов ЕАЭС в страны вне ЕАЭС по сравнению с 2020 годом (на 44,7 %) обусловлен ростом средних цен на экспортируемые товары (на 46,4 %). Физический объем поставок товаров сократился на 1,2% по сравнению с 2020 годом.

Ценовые условия торговли со странами вне ЕАЭС характеризуются благоприятным соотношением цен на экспортируемые товары и товары, закупаемые по импорту (индекс ценовых условий – 135,8 %). Внешний спрос на товары из стран вне ЕАЭС превышает валовой спрос государств-членов на товары, произведенные в ЕАЭС (индекс валовых условий – 86,9 %).

Основная доля экспорта государств – членов ЕАЭС приходится на промежуточные товары (84 %), доля потребительских и инвестиционных товаров незначительна и составляет – 4 % и 2,4 % соответственно.

За 2021 год импорт составил 318,5 млрд. долларов США. По сравнению с 2020 годом объем внешнеторгового оборота увеличился на 35,5 %, или на 221,8 млрд. долларов США, импорт – на 22,6 % (на 58,7 млрд. долларов) (табл. 2).

Таблица 2

Объем импорта государств-членов ЕАЭС со странами вне ЕАЭС за 2021 год

	Оборот, млн. долларов	Импорт, млн. дол- ларов	В % к 2020 году	
ЕАЭС, в том числе:	846358,2	318505,9	135,5	122,6
Армения	5418,6	3285,2	115,6	114,8
Беларусь	40459,4	17908,7	129,2	111,0
Казахстан	75148,8	22642,9	113,7	93,5
Кыргызстан	4906	2945,3	150,9	160,6
Россия	720424,4	271723,8	138,7	126,5

Источник: [1].

Стоимостной объем импортных закупок увеличился на 22,6 %, их физический объем – на 13,7 %, средние цены выросли на 7,8 %. Увеличение товарной массы определило 65 % роста стоимостного показателя, рост средних цен – 35 %.

Увеличение импорта произошло за счет роста ввоза товаров в Кыргызстан – на 60,6 %, Россию – на 26,5 %, Армению – на 14,8 % и Беларусь – на 11%.

Создание общего рынка товаров привело к значительному росту товарооборота Беларуси с участниками ЕАЭС. Так, белорусский экспорт в страны ЕАЭС с 2015 г. вырос на \$2,9 млрд (или на 26,4 %). Объемы импорта Беларуси из стран ЕАЭС выросли на \$5,5 млрд (или на 32,2 %) (табл. 3).

Таблица 3

Динамика объемов торговли товарами Беларуси со странами ЕАЭС и странами вне союза

	2015 год	2021 год
Экспорт в страны ЕАЭС (млрд. долларов), из них:	11,0	13,9
в Россию	10,4	13,0
Доля белорусского экспорта в ЕАЭС, %	24,1	23,3
Экспорт в другие страны (млрд. долларов)	15,7	19,8
Импорт из стран ЕАЭС (млрд. долларов), из них:	17,2	22,8
из России	17,1	22,6
Доля белорусского импорта в ЕАЭС, %	37,7	38,7
Импорт из других стран (млрд. долларов)	13,1	15,7

Источник: [2].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, анализ экономических последствий участия Беларуси в ЕАЭС показал, что развитие в рамках ЕАЭС создает ряд экономических преимуществ для белорусской экономики.

Участие Беларуси в интеграционном объединении ЕАЭС привело к заметному улучшению многих экономических показателей.

Библиографические ссылки

1. Официальный сайт Евразийской экономической комиссии. URL: <https://eec.eaeunion.org/> (дата обращения: 23.04.2023).
2. Евразия-эксперт. URL: <https://eurasia.expert/> (дата обращения: 23.04.2023).

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. А. Бирюков, Е. Я. Ланин

birukou.a@gmail.com, Elaninwork@gmail.com;

*Научный руководитель – Т. И. Глеба, кандидат экономических наук,
доцент*

В статье рассмотрены международные индексы оценки цифрового развития стран, проведен анализ исследуемых показателей в приведенных индексах. Разработан, а также рассчитан авторский Индекс развития цифровой экономики (ИРЦЭ), сравнивающий отдельные страны ЕС и ЕАЭС. Дана оценка текущего положения Республики Беларусь по результатам расчета индекса, определены направления для развития цифровой отрасли.

Ключевые слова: цифровая экономика; международные индексы; цифровая трансформация; информационное общество; информационно-коммуникационные технологии.

По мере интеграции цифровых технологий в экономическую составляющую различных стран и трансформации тренда глобализации в цифровую глобализацию стала актуальна проблема оценки уровня цифрового развития стран и регионов. Для этого могут использоваться различные методы статистического анализа. Одним из методов является сводка и группировка данных, объединяя их в различные индексы, характеризующие уровень цифровизации экономики. К таким индексам относятся: Индекс цифровой экономики и общества (Digital Economy and Society Index – DESI); Индекс мировой цифровой конкурентоспособности (IMD World Digital Competiveness Index – WDCI); Индекс цифрового интеллекта (Digital Intelligence Index – DII); Индекс электронного участия (E-Participation Index – EPART); Индекс сетевой готовности (Networked Readiness Index – NRI) и др.

Различия индексов заключаются в подборе исходных показателей (характеристик уровня использования в стране достижений цифровой экономики) и их группировке в субиндексы [1]. Однако такие различия в критериях оценивания не позволяют всесторонне оценить степень развития цифровой экономики в стране. Указанные методики оценивают в основном техническую сторону, отождествляя, таким образом, развитие цифровой экономики и уровень ИКТ-инфраструктуры и подготовленности населения. Но цифровая эконо-

мика – это сложное комплексное явление, связанное с процессом трансформации социально-экономических институтов общества на микро- и макроуровне. В этой связи необходимо проводить оценку цифровой экономики на основе целого ряда показателей, которые позволяют проанализировать степень развития цифровой экономики на различных уровнях. Кроме того, Беларусь не является участником многих известных индексов, таких как WDCI, NRI, DII и др. Основная причина для этого – специфические данные (такие как Рынок развлечений и медиа продукции, на тыс. жителей в возрасте от 15 до 69 лет), учет которых не ведется в соответствии с национальным законодательством.

Для комплексной оценки уровня цифровизации экономик стран был разработан Индекс развития цифровой экономики (далее – ИРЦЭ). ИРЦЭ является композитным индексом, состоящим из 32 показателей, сгруппированных в 7 субиндексов, которые дают оценку уровня цифровизации экономики по отдельным областям (представлены в Таблице 1). Это позволяет не только установить позицию страны по сводному ИРЦЭ, но и оценить ее положение в отдельном направлении развития цифровой экономики.

В качестве исследуемых стран были выбраны: «локомотив» европейской экономики – Германия; европейские лидеры цифрового развития – Великобритания, Дания, Финляндия, Швеция; наши соседи – страны Балтии – Латвия, Литва, Эстония; страны Центральной и Восточной Европы, с которыми при обретении независимости в 1991 г. мы находились в приблизительно равных стартовых условиях – Болгария, Венгрия, Румыния, Чехия; наши партнеры по ЕАЭС – Казахстан и Россия (Армения и Кыргызстан не включались из-за невысокого уровня цифровизации экономики и недостатка достоверной статистической информации).

По результатам расчета Индекса страны группируются на 4 категории: высокоразвитые ($\text{ИРЦЭ} \geq 0,6$), прогрессирующие ($0,4 \leq \text{ИРЦЭ} < 0,6$), умеренно развитые ($0,2 \leq \text{ИРЦЭ} < 0,4$), недостаточно развитые ($\text{ИРЦЭ} < 0,2$). Результаты расчета отображены в таблице.

Группировка отдельных стран ЕС и ЕАЭС по Индексу развития цифровой экономики за 2020 г.

Показатель	1. Субиндекс «Качество цифровой инфраструктуры и доступ к ИКТ»	2. Субиндекс «Интенсивность использования интернета»	3. Субиндекс «Человеческий потенциал»	4. Субиндекс «Цифровизация экономики»	5. Субиндекс «Результативность цифровой трансформации экономики»	6. Субиндекс «Цифровая глобализация страны»	7. Субиндекс «Инновационный потенциал»	ИРЦЭ
Швеция	0,690	0,862	0,690	0,864	0,514	0,379	0,674	0,649
Финляндия	0,633	0,868	0,687	0,983	0,627	0,225	0,598	0,647
Дания	0,753	0,982	0,730	0,853	0,377	0,215	0,605	0,611
Германия	0,604	0,681	0,758	0,617	0,341	0,599	0,811	0,607
Эстония	0,758	0,700	0,786	0,718	0,591	0,373	0,309	0,590
Великобритания	0,630	0,803	0,634	0,704	0,339	0,746	0,437	0,589
Чехия	0,351	0,582	0,511	0,591	0,737	0,318	0,348	0,498
Литва	0,529	0,512	0,746	0,472	0,270	0,221	0,243	0,399
Беларусь	0,423	0,612	0,582	0,445	0,466	0,226	0,087	0,390
Польша	0,591	0,362	0,496	0,311	0,319	0,380	0,291	0,385
Венгрия	0,388	0,605	0,424	0,260	0,508	0,204	0,318	0,380
Латвия	0,447	0,601	0,807	0,275	0,425	0,139	0,128	0,374
Россия	0,400	0,372	0,631	0,179	0,099	0,405	0,523	0,346
Румыния	0,640	0,102	0,104	0,060	0,416	0,111	0,080	0,238
Болгария	0,217	0,084	0,140	0,173	0,411	0,175	0,155	0,212
Казахстан	0,378	0,241	0,537	0,005	0,007	0,038	0,048	0,150

Составлено по: [2-5].

Республика Беларусь в ИРЦЭ оказалась в списке умеренно развитых стран, приближаясь к категории прогрессирующих стран и опережая Венгрию, Болгарию, Польшу, Россию, Румынию и Казахстан. Таким образом, положение Республики Беларусь по уровню развития цифровой экономики оказывается более положительным в сравнении со значениями международных индексов, где Беларусь опережала лишь Армению и Кыргызстан.

Таким образом, согласно расчету Индекса развития цифровой экономики, на данный момент Республика Беларусь находится в числе стран со средним уровнем развития цифровой отрасли, однако, по нашему предположению, при увеличении размеров инвестиций в сферу НИОКР страна сможет добиться эффекта положительной обратной связи и перейти в число прогрессирующих стран, составляя хорошую конкуренцию средним европейским странам, таким как Литва, Великобритания, Чехия и Эстония.

Библиографические ссылки

1. Головенчик Г. Г. Рейтинговый анализ уровня цифровой трансформации экономик стран ЕАЭС и ЕС // Цифровая трансформация. 2018. № 2 (3). С. 5–18.
2. Информационное общество в Республике Беларусь: Статистический сборник / предс. ред. коллегии И.С. Кангро. Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2021. 82 с.
3. Информационное общество в Российской Федерации: статистический сборник / К. Э. Лайкам, Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, О. Ю. Дудорова и др.; Росстат, Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2020. 328 с.
4. Individuals - internet activities [Электронный ресурс] // Eurostat : [сайт]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_CI_AC_I__custom_6088801/default/table?lang=en (дата обращения: 30.03.2023).
5. Развитие связи и информационно-коммуникационных технологий в Республике Казахстан 2017-2021 : статистический сборник / гл. ред. Шаймарданов Ж. Н. Астана: Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, 2022. 83 с.
6. Science & Technology [Электронный ресурс] : ICT goods exports (% of total goods exports) // The World Bank : [сайт]. URL: <https://data.worldbank.org/indicator> (дата обращения: 30.03.2023).

ПРИМЕНЕНИЕ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ

А. Д. Борисова

arishka.angel@gmail.com;

Научный руководитель – Н. И. Шандора, старший преподаватель

Возрастающие возможности в оцифровке и аналитике данных с помощью методов машинного обучения трансформируют традиционные маркетинговые технологии. В статье рассмотрены преимущества и недостатки внедрения машинного обучения в маркетинг, а также предложены возможности его использования.

Ключевые слова: машинное обучение; маркетинг; большие данные; таргетированная реклама; искусственный интеллект.

Машинное обучение в маркетинге – это способ на новом уровне проанализировать и осмыслить пользовательские данные с целью совершенствования деятельности компании, разработки новых продуктов, поиска новых способов удовлетворения потребительских предпочтений и решения пользовательских задач. Ежедневно пользователи сети Интернет оставляют информацию о себе в форме цифрового следа или цифровой тени, которая впоследствии используется сервисами. В 2022 году объем данных, накопленных человечеством, составили примерно 97 зеттабайт, а к 2025 году это число возрастет до 180 зеттабайт при среднегодовом росте около 18 % [1]. Технические возможности для обработки данных увеличиваются медленнее, чем объемы информации. В 2022 году только 20 % крупных компаний использовали все собранные данные, остальные указали на сложности с обработкой и структурированием данных, а также проблемой стала нехватка технологических знаний у работников [2].

Машинный интеллект, в свою очередь, помогает трансформировать накопленную информацию в знание, необходимое для совершенствования деятельности организации. Постоянно растущая вычислительная мощность и возрастающая сложность алгоритмов машинного обучения для маркетинга позволяют предоставлять гиперперсонализированные предложения.

Преимуществами машинного обучения являются:

1. Оптимизация контента

Машинное обучение позволяет определять тенденции и закономерности данных, улучшая точность и релевантность с течением времени. Благодаря достижениям в обработке и генерации естественного языка машинное обучение позволяет компаниям предоставлять контент, который находит отклик у клиентов и повышает их вовлеченность.

2. Улучшенная сегментация

Решение задач классификации и регрессии позволяют связывать обезличенные данные для более точного определения сегмента потенциальных покупателей, а также открывать новые, более эффективные группы клиентов.

3. Гиперперсонализация

Машинное обучение позволяет компаниям гораздо лучше понимать профили потребителей, создавать персонализированные предложения большей точности и повышать вовлеченность клиентов.

4. Снижение затрат

Благодаря автоматизации маркетинга с поддержкой машинного обучения компании могут сократить расходы и высвободить время маркетологов для решения дополнительных задач.

Наиболее перспективными направлениями применения машинного обучения в маркетинге можно назвать следующие:

Автоматизация маркетинга

С увеличением объема данных маркетологи столкнулись с проблемой невозможности быстрой обработки входящих данных. Машинное обучение может не только автоматически группировать клиентов, но и обнаруживать новые сегменты на основе комбинации характеристик, которые не очевидны для человека. Ярким примером служит сотрудничество компаний Ada и Zoom.

Один из маркетинговых отделов Zoom, отвечающий за обработку входящих взаимодействий по продажам, обрабатывал слишком много взаимодействий, не связанных с продажами, что приводило к увеличению времени ожидания и плохому обслуживанию клиентов. Интегрировав разговорную модель машинного обучения Ada в качестве первой точки контакта, компании удалось сократить время обработки живого чата на 33 %. Теперь, когда клиент начинает чат в Zoom, технология Ada автоматически определяет, является ли он существующим пользователем с запросом в службу поддержки или потенциальным лидом с вопросом, связанным с продажами, и переводит звонок в соответствующий отдел. В результате Ada и Zoom добились сокращения времени, затрачиваемого на квалификацию лидов, на 25 % и автоматизировали 70 % взаимодействий при продажах [3].

Маркетинговая аналитика

Распознавание человеческих эмоций уже широко используется компанией BMW для оценки внимания, а маркетинговые компании могут получить ценные данные, такие как реакция на рекламу, для соотнесения этих эмоций с покупательскими намерениями. Affectiva – компания-разработчик, использующая искусственный интеллект для распознавания

голоса и эмоций для последующего анализа человеческих реакций. Технология не получила широкого применения из-за ограничений в хранении и использовании биометрических данных, поэтому проходит тестирование на добровольцах. Пока зрители смотрят рекламу, Media Analytics фиксирует эмоции их лиц, анализирует их и представляет результаты на простой в использовании информационной панели.

Более того, инженерам Affectiva удалось сопоставить эмоции лица с важными маркетинговыми показателями, такими как покупательское намерение человека или запоминаемость бренда. Эти выводы можно использовать для тонкой настройки рекламы различными способами. Например, отсутствие взаимодействия, выявленное в конце видеорекламы, может побудить рекламодателей изменить кульминацию объявления. Обнаружение наиболее эмоционально привлекательных моментов может помочь маркетологам выбрать лучшие части для более коротких версий рекламы [4].

Погодозависимый маркетинг

Погода неподвластна человеческому контролю, однако с помощью машинного обучения можно не только прогнозировать погоду, но и предсказывать, как изменения погодных условий влияют на поведение потребителей. Компании уже давно знают о корреляции таких явлений, как дождливые дни и отсутствие машин на автомойках или жара и бум продаж мороженого. Однако машинное обучение позволяет использовать гораздо более реактивный подход к цифровому маркетингу и рекламе.

Например, IBM Watson Advertising Weather Targeting позволяет компаниям учитывать влияние местной погоды на предпочтения и действия потребителей. Модель машинного обучения IBM автоматически корректирует рекламные копии и креативные элементы в зависимости от погодных условий в режиме реального времени.

Еще одним примером использования погодозависимого маркетинга является Walgreens, вторая по величине сеть аптечных магазинов в США, которая объединила усилия с платформой персонализации рекламы на базе искусственного интеллекта Clinch, чтобы привлечь трафик в сезон аллергии. Учитывая, что погода и количество пыли являются одними из основных триггеров аллергии, Walgreens хотела рекламировать свою продукцию именно в то время, когда клиенты больше всего в ней нуждались. Основываясь на местоположении пользователей и данных о погоде от IBM, потребители в определенной области были нацелены на динамическую рекламу и предоставили купон на лекарство от аллергии [3].

Борьба с рекламным мошенничеством

Несмотря на то, что маркетинговое сообщество постоянно борется с рекламным мошенничеством, проблема все еще остается актуальной. Собственное исследование Adjust в 2020 году сказало, что наиболее распространенным типом мошенничества в мобильном маркетинге являются боты – они составили 54,6 % от всех мошеннических действий в глобальном масштабе. С августа 2019 по август 2020 уровень мошенничества в игровой сфере вырос на 172,5 %, а в США – на 310,29 %. ИИ и машинное обучение используют в борьбе с рекламным мошенничеством, изучая поведение реальных пользователей и помогая отделить их от ботов [5].

Машинное обучение – это мощный современный инструмент, который можно использовать для повышения эффективности маркетинга. Используя машинное обучение и данные, которые пользователи предоставляют сами, компании могут гиперперсонализировать свои предложения и предугадывать желания клиентов. Глубокое понимание нужд и точное сегментирование аудитории будут повышать вовлеченность клиентов, снижая объем нерелевантной информации в сети Интернет.

Библиографические ссылки

1. Пять впечатляющих цифр о больших данных за 2022 год [Электронный ресурс] // Vc.ru – бизнес, технологии, идеи, модели роста, стартапы : [сайт]. [2000]. URL: <https://vc.ru/future/562963-pyat-vpechatlyayushchih-cifr-o-bolshih-dannyh-za-2022-god> (дата обращения: 15.05.2023).
2. Big Data + Machine learning = Love [Электронный ресурс] // Главные новости технологий – Хабр : [сайт]. [2001]. URL: <https://habr.com/ru/companies/first/articles/692978/> (дата обращения: 14.05.2023).
3. Machine learning in Marketing [Электронный ресурс] // Itransition: Software Development Company : [сайт]. [2001]. URL: <https://www.itransition.com/machine-learning/marketing> (дата обращения 12.05.2023).
4. Affectiva – Humanizing Technology [Электронный ресурс] // Affectiva : [сайт]. [2001]. URL: <https://www.affectiva.com/> (дата обращения 15.05.2023).
5. Машинное обучение в маркетинге [Электронный ресурс] // BYYD: Programmatic platform: [сайт]. [2014]. URL: <https://www.byyd.me/ru/blog/2021/07/machine-learning/> (дата обращения: 15.05.2023).

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ РАСХОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Т. С. Борисовец, М. А. Тупиченко

t.borisovets@yandex.by, masha.tupichenko15@mail.ru;
Научный руководитель – Т. И. Глеба, кандидат экономических наук,
доцент

В статье проанализирована расходная часть государственного бюджета Республики Беларусь в текущем периоде и выявлены ее особенности на современном этапе. Для оценки эффективности расходов государственного бюджета Республики Беларусь проведен сравнительный анализ с государственным бюджетом Федеративной Республики Германия. Проведенное исследование показало, что при значительных социальных расходах, экономика Германии также является социально-ориентированной, расходы бюджета можно использовать в качестве инструмента развития.

Ключевые слова: государственный бюджет Республики Беларусь; государственный бюджет Федеративной Республики Германия; расходы государственного бюджета; структура расходов государственного бюджета; сравнительный анализ.

Государственный бюджет является инструментом экономического или косвенного воздействия государства на экономические процессы и представляет собой финансовый план формирования и использования денежных средств, принимаемый на бюджетный период.

Бюджетная система прошла длительный этап эволюции и на сегодняшний день за ней закреплены стандартные разделы, направления использования и показатели. Статистической комиссией ООН разработаны единые стандарты и классификаторы доходов и расходов государственного бюджета. В качестве основного международного стандарта отчетности для доходов и расходов госбюджета используется Руководство по статистике государственных финансов Международного валютного фонда 2014 года (далее – МВФ). В настоящее время Республика Беларусь полностью перешла на международные стандарты.

В работе мы опираемся на текущие данные Министерства финансов Республики Беларусь (далее – РБ), которое осуществляет разработку бюджета на один финансовый год, а также подготовку и предоставление данных статистики государственных финансов в МВФ. Базовым документом, на основании которого осуществляется формирование бюджета, является Бюджетный кодекс Республики Беларусь, разработанный в соответствии с рекомендациями МВФ. Согласно 2-й статье Бюджетного

кодекса Республики Беларусь, расходы определены как денежные средства, направляемые на финансовое обеспечение задач и функций государства [1].

Согласно международным стандартам, формирование расходов бюджета основывается на: макроэкономических показателях социально-экономического развития РБ и приоритетах бюджетной политики, государственных минимальных социальных стандартах, действующих в РБ финансовых нормах и нормативах [3].

Для проведения сравнительного анализа расходов бюджета РБ была Федеративная Республика Германия (далее – ФРГ), которая является локомотивом экономического развития Европейского Союза и имеет наиболее успешную и прогрессивную социально-ориентированную экономику, построенную на основе модели социального рыночного государства, теоретические основы которой были заложены Эрхардом и Ойкенем. На ее основе первоочередной и важной функцией государства стала выработка и проведение социальной политики, направленной на установление экономического и социального порядка, поскольку они тесно взаимосвязаны.

В таблице отражено состояние бюджета двух стран в текущем периоде, которое включает расходы на пандемию коронавируса и преодоление ее последствий, а также расходы в связи с геополитической напряженностью.

Сравнение структур расходов государственного бюджета Республики Беларусь и Федеративной Республики Германии за 2020–2023 гг., % от общих расходов

Вид расходов	РБ				ФРГ			
	2020	2021	2022	2023 ¹	2020	2021	2022	2023 ¹
Общегосударственная деятельность	27,5	26,9	27,6	26,3	11,3	10,8	11,7	11,9
Национальная оборона	3,2	3,4	3,6	4,6	10,3	10,1	10,5	10,9
Судебная власть, правоохранительная деятельность	6,4	6,6	6,7	7,0	4,3	4,1	4,8	4,9
Национальная экономика	12,4	12,8	12,3	12,7	9,2	8,9	7,0	11,6
Охрана окружающей среды	0,3	0,3	0,3	0,3	0,6	0,5	0,8	0,4

¹ Прогноз

Окончание таблицы

	РБ				ФРГ			
ЖКХ	5,8	5,3	4,6	4,4	0,4	0,5	0,7	0,8
Здравоохранение	16,6	16,3	15,9	17,0	3,8	3,7	3,5	5,5
Спорт, культура и СМИ	3,2	3,0	3,1	2,9	4,2	3,9	4,3	2,0
Образование	17,8	17,3	17,2	16,0	6,5	6,4	6,7	7,0
Социальная защита	8,1	8,0	8,1	7,9	49,4	49,8	50,1	45,0

Составлено по: [2; 4].

2020 год, ознаменованный COVID-19, оказал значительное влияние на структуру расходной части государственных бюджетов Беларуси и ФРГ, которые вынуждены были увеличить расходы на здравоохранение, экономическую поддержку населения, и уменьшить расходы на национальную оборону и безопасность, чтобы справиться с пандемией и ее последствиями. В обеих странах доля расходов на здравоохранение существенно возросла в 2020 году, но затем постепенно снижалась по мере улучшения постпандемийной ситуации.

Как видно из таблицы, основную часть расходов бюджета Республики Беларусь за 2020–2022 гг. составили расходы на общегосударственную деятельность, в состав которой входят расходы на деятельность государственных органов общего назначения, международная деятельность и т.д. В ФРГ расходы на государственные службы общего назначения также значительны, однако в 2,5 раза меньше, чем в Беларуси. В обеих странах расходы по данному пункту выросли в 2022 году, что связано с ежегодным ростом процентов по государственному долгу.

Как видим, основная часть расходов бюджета ФРГ приходится на социальную защиту и составляет около 50 % от общих расходов, в отличие от Беларуси, где на эти расходы приходится всего около 8 %. Однако показатели несопоставимы, так как большинство социальных выплат в РБ проходит через Фонд социальной защиты населения, который входит в бюджет страны. Основная часть социальных расходов ФРГ – пенсии госслужащим, военным, сотрудникам железных дорог и почты. Еще одна значительная часть социальных расходов – помощь безработным, мигрантам.

Особое внимание уделяется финансированию образования. В ФРГ на этот вид расходов направляется меньшая доля бюджета, чем в Беларуси. Однако заметим, что ВВП двух стран несоизмеримы между собой,

соответственно, в процентном соотношении доля образования в ВВП ФРГ может быть ниже, но в абсолютном выражении она значительно выше. Высокая доля расходов на образование в Беларуси обусловлена государственной политикой, направленной на развитие образовательной инфраструктуры, стимулирование научно-исследовательской деятельности, традиционное развитие человеческого капитала.

В запланированном бюджете РБ на 2023 год не прослеживается глобальных изменений в структуре расходов. Большая доля в РБ будет уходить на общегосударственную деятельность, в Германии – на социальную политику. Предполагается снижение затрат обеих стран на защиту окружающей среды, физическую культуру, спорт и СМИ, и увеличение расходов на национальную оборону, судебную власть, правоохранительную деятельность, обеспечение безопасности, а также национальную экономику, что объясняется новой экономической реальностью.

Таким образом, проанализировав и сравнив текущие расходы государственного бюджета РБ и ФРГ, можем выделить следующие основные особенности развития: поддержание социальной направленности системы финансирования и наличие ее недостаточно рациональной структуры расходов. На текущем этапе развития мировой экономики Индустрия 4.0 стала одним из приоритетных направлений экономической политики стран. Значительные средства из государственного бюджета должны выделяться не только на социальные нужды, но и на экономическое развитие страны («бюджет развития»).

Библиографические ссылки

1. Бюджетный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь: [сайт]. [2022]. URL: https://www.minfin.gov.by/ru/budgetary_policy/budgetary_legislation/b4573ae0f83809cd.html (дата обращения: 02.06.2023).
2. Бюджет Республики Беларусь для граждан 2020-2023 [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь: [сайт]. [2023]. URL: <https://www.minfin.gov.by> (дата обращения: 02.06.2023).
3. *Сорокина Т. В.* Государственный бюджет: учебник. Минск: БГЭУ, 2012. 618 с.
4. Overview of federal budgetary and financial data up 2020-2023 [Электронный ресурс] // Federal Ministry of Finance: [сайт]. [2023]. URL: <https://www.bundesfinanzministerium.de/Web/EN/Home/home.html> (дата обращения: 02.06.2023).

НЕЧЕТКО-МНОЖЕСТВЕННЫЙ ПОДХОД В ИНВЕСТИРОВАНИИ

Д. Ю. Буданчикова

budanchikova.04@mail.ru;

Научный руководитель – И. В. Большакова, старший преподаватель

В статье рассматривается подход для определения риска эффективности инвестиций, основанный на теории нечетких множеств. Описывается сущность данной теории, сам процесс инвестирования и на основе изученных данных формируется и решается задача, необходимая для принятия решений инвестором.

Ключевые слова: нечеткие множества в инвестировании; треугольные нечеткие числа; инвестиционный проект; риск эффективности инвестирования.

Инвестиции являются двигателем экономического роста, средством функционирования и существования предприятий в условиях конкуренции. По своей природе, инвестирование связано с неопределенностью и риском. Риск – это вероятность потери денег, а неопределенность означает неизвестность будущих событий и их последствий. Теория нечетких множеств помогает решить задачу инвестирования как с учетом неопределенности, так и риска.

Теория нечетких множеств – новый этап в становлении нечеткой логики. Нечеткое множество – совокупность упорядоченных пар, в записи которых присутствует какая-либо переменная (элемент множества) и число из интервала $[0; 1]$ (характеристическая функция, указывающая на степень принадлежности элемента заданному множеству) [1, с. 11].

Нечеткое число – это нечеткое подмножество универсального множества действительных чисел, имеющее нормальную и выпуклую функцию принадлежности. Среди всех нечетких чисел наиболее распространенными являются треугольные нечеткие числа. Они позволяют достаточно точно формализовать большое количество ситуаций, в которых прогнозируются значения определенных величин. Подробнее о нечетких числах и их применении смотри работы [2, 3].

Для анализа риска инвестирования выбрано кафе-кондитерская «Мо», являющееся на данный момент единственным в Республике Беларусь, но нуждающееся в инвестициях для популяризации данной сети заведения. Источником инвестиций могут выступать финансовые средства, принадлежащие непосредственно владельцам, а также различный заемный капитал.

Определить степень риска инвестиций изначально является достаточно трудной задачей, которая часто определяется уже постфактум.

Чтобы лучше понять сущность и область применения теории нечетких множеств, для установления уровня риска инвестиций воспользуемся методом нечетко-множественной оценки инвестиционного проекта.

В инвестиционном анализе чаще всего используется один из самых распространённых показателей оценки эффективности инвестиций – формула чистой современной ценности инвестиций [4, с. 69]:

$$NPV = -I + \sum_{i=1}^N \frac{\Delta V_i}{(1+r_i)^i} + \frac{C}{(1+r_{N+1})^{N+1}}, \quad (1)$$

где

I – начальный объем инвестиций;

N – количество плановых периодов инвестиционного процесса, соответствующих сроку существования проекта;

V_i – оборотное сальдо поступлений и платежей в i -ом периоде;

r_i – ставка дисконтирования, выбранная для i -го периода с учетом оценок ожидаемой стоимости используемого в проекте капитала (например, ожидаемая ставка по долгосрочным кредитам);

C – ликвидационная стоимость чистых активов, сложившаяся в ходе инвестиционного процесса.

Инвестиционный проект признается эффективным, когда NPV больше определенного проектного уровня G . Поскольку важным является факт признания проекта эффективным, то G чаще всего приравнивается к нулю.

Пусть начальный объем инвестиций I составляет 0,08 млн. рублей. Поскольку выбранное кафе-кондитерская является уже достаточно известным и излюбленным у посетителей, а его интерьер и представленные в меню позиции относятся к классу чуть выше среднего, то такая сумма в целом покрывает начальные расходы. Срок существования проекта N равен 3 годам, поскольку это время является достаточно оптимальным, чтобы выйти на рынок и стать прибыльным. Ставка дисконтирования r_i не является фиксированной и потому может колебаться в пределах от 10 % до 20 % годовых. Поскольку инвестор может только прогнозировать изменения денежных результатов реализации проекта с учетом возможных колебаний цен на реализуемую продукцию, стоимости потребляемых ресурсов, условий налогообложения и влияния других факторов, то чистый платежный поток V_i планируется в диапазоне от 0 до 1 млн. рублей. Ликвидационная стоимость чистых активов C нулевая, а критерием эффективности является неотрицательное значение NPV .

Таким образом, задается следующий набор нечетких чисел для анализа эффективности проекта: $I=(0,08; 0,08; 0,08)$; $r_i=(0,1; 0,15; 0,2)$; $N=3$; $V_i=(0; 0,5; 1)$; $C=(0; 0; 0)$ и $G=(0; 0; 0)$.

Чтобы преобразовать формулу (1) для работы с нечеткими исходными данными, воспользуемся сегментным способом [5, с.72]:

$$\begin{aligned}
 & [NPV_1, NPV_2] = \\
 & = (-)[I_1, I_2], (+) \sum_{i=1}^N \left[\frac{\Delta V_i}{(1+r_{i2})^i}, \frac{\Delta V_i}{(1+r_{i1})^i} \right] (+) \left[\frac{C}{(1+r_{N+1,2})^{N+1}}, \frac{C}{(1+r_{N+1,1})^{N+1}} \right] = \\
 & \left[-I_2 + \sum_{i=1}^N \frac{\Delta V_i}{(1+r_{i2})^i} + \frac{C}{(1+r_{N+1,2})^{N+1}} - I_1 \sum_{i=1}^N \frac{\Delta V_i}{(1+r_{i1})^i} + \frac{C}{(1+r_{N+1,1})^{N+1}} \right].
 \end{aligned}$$

Риски инвестирования могут считаться сложными понятиями, ввиду их разнообразия и неопределенности будущего. По этой же причине их довольно сложно классифицировать. Что касается кафе-кондитерской «Мо», то по классификации Недосекина [5, с. 11] инвестиции могут быть сразу и производственными, и дефолтными, и даже новостными. Для инвестора большую ценность представляет не сам вид риска, а его характеристики, которые нам и предстоит найти.

С помощью формулы чистой современной ценности инвестиций можем найти верхнюю границу зоны риска – уровень a_1 : если выбранный изначально уровень принадлежности $a > a_1$, то уверенность в том, что проект эффективен, стопроцентная.

В работе Недосекина [5, с.74] выделяется V&M-показатель оценки риска инвестиций, от названия которого и произошел V&M-метод, широко используемый в автоматизированном инвестиционном анализе.

$$V \& M = \frac{G - NPV_{min}}{NPV_{max} - NPV_{min}} \times \left(1 + \frac{1 - a_1}{a_1} \times \ln(1 - a_1) \right),$$

где

$$a_1 = \frac{G - NPV_{min}}{NPV - NPV_{min}}.$$

Зададим уровень принадлежности $a = [0; 0,5]$ с шагом 0,25. Подставим заданные по условию значения в формулу (1). В результате получены три числа, которые формируют интервал возможных конечных значений чистой современной ценности инвестиций, равный $[-0,082; 407]$:

$$NPV_{min} = -0,08 + \frac{0}{(1+0,2)^1} + \frac{0}{(1+0,2)^2} + \frac{0}{(1+0,2)^3} = -0,08;$$

$$\overline{NPV} = -0,08 + \frac{0,5}{(1+0,15)^1} + \frac{0,5}{(1+0,15)^2} + \frac{0,5}{(1+0,15)^3} = 1,062;$$

$$NPV_{max} = -0,08 + \frac{1}{(1+0,1)^1} + \frac{1}{(1+0,1)^2} + \frac{1}{(1+0,1)^3} = 2,407.$$

Три полученных числа формируют треугольное число для рассматриваемого проекта $NPV=(-0,08; 1,062; 2,407)$. Поскольку среднее значение положительно, то это позволяет сделать вывод, что проект финансово реализуем.

Учитывая и используя интервальные оценки и методы, теория нечетких множеств позволяет сочетать различные факторы неопределенности, что при расчетах отражается в различных уровнях принадлежности. Получив конечные данные, можно сделать выводы не только о возможности успешной реализации проекта, но и о степени риска

$$a_1 = \frac{0 + 0,08}{1,062 + 0,08} = 0,07;$$

$$V \& M = \frac{0 + 0,08}{2,407 + 0,08} \times \left(1 + \frac{1 - 0,07}{0,07} \times \ln(1 - 0,07) \right) = 0,0012.$$

Любой из заданных в интервале уровней принадлежности a больше рассчитанной границы риска a_1 , что позволяет сделать вывод о стопроцентной эффективности проекта.

В результате можно заключить, что риск данного инвестиционного проекта достаточно низкий, то есть выделенное количество инвестиций, заданный период времени, а также другие грамотно рассчитанные коэф-

фициенты являются достаточными для открытия второго кондитерской «Мо».

Неопределенность нечетко-множественного подхода и достаточно рискованный процесс инвестирования являются дополняющими друг друга экономико-математическими элементами, позволяя в одном случае более точно описать возникшие при расчетах нюансы, а в другом – вывести рекомендуемый инвестору результат.

Библиографические ссылки

1. *Кофман А., Алуха Х. Х.* Введение в теорию нечетких множеств: Пер. с франц. – М.: Радио и связь, 1982. 432 с.
2. *Большакова И. В.* Нечеткие доходности в портфельной теории (метод треугольных нечетких чисел) // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. 2021. № 2. С. 50–59.
3. *Буданчикова Д. Ю.* Нечетко-множественный подход в управлении предприятием на примере СООО «Коммунарка» // Сборник работ 79-й научной конференции студентов и аспирантов Белорусского государственного университета. В 3 ч. Ч. 3 / БГУ, редкол.: В. Г. Сафонов (гл. ред.) – Минск: БГУ, 2023. С. 591–595.
4. *Виленский П. Л., Лившиц В. Н., Смоляк С. А.* Оценка эффективности инвестиционных проектов: Теория и практика: Учеб.-практ. пособие. М.: Дело, 2001. 1300 с.
5. *Недосекин А. О.* Применение теории нечетких множеств к задачам управления финансами // Аудит и финансовый анализ. 2000. №2.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ ЮЖНОЙ КОРЕИ НА РЫНОК ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК

К. Е. Быкова, А. А. Шахнюк

krystinabykava@gmail.com, shakhniuk.anna@gmail.com;

Научный руководитель – Э. Г. Чурлей, кандидат экономических наук, доцент

В статье проводится исследование популярности и использования пищевых добавок в Южной Корее, а также влияния социальных трендов Кореи на мировой рынок. В ходе проведенного исследования были выделены такие основные тренды, как культура чекапов, высокая продолжительность жизни, рост спроса на растительные добавки, добавки для снижения веса и женского здоровья.

Ключевые слова: тренды; пищевые добавки; социальные тренды; Южная Корея.

Исследование трендов является важным инструментом для определения того, что будет востребовано в будущем. Это помогает бизнесам и маркетологам понимать, какие продукты и услуги будут популярными, как изменятся потребности и предпочтения потребителей, какие технологии и инновации будут влиять на рынок, а также сохранять конкурентоспособность.

Страной-драйвером развития технологий и трендов в сфере красоты и моды среди молодежи является Южная Корея. Это прогрессивная страна с высоким уровнем жизни, проникновением интернет-технологий и доступностью информации, а рынок пищевых добавок в Южной Корее на данный момент процветает и находится на пике популярности среди населения.

Методы и инструменты, используемые для исследования трендов Южной Кореи, включают в себя: анализ данных и статистики, исследование рынка, использование экспертных прогнозов.

По результатам опроса, проведенного в 2022 году, более 90 % респондентов – жителей Южной Кореи – знают о существовании пищевых добавок. Также в разных возрастных категориях доля людей, употребляющих пищевые добавки следующая: около 60 % респондентов в возрасте 16–24, около 80 % в возрасте 16–44, более 80 % в возрасте 45 и старше. По данной статистике также можно отметить, что с возрастом популярность потребления пищевых добавок растет. Около 35 % респондентов ответили, что покупают пищевые добавки примерно один раз в три месяца. Только 1 % респондентов ответили, что покупают пищевые добавки реже одного раза в год [1].

Затрагивая мировые тренды, можно наблюдать увеличение интереса к ней в западных странах. Это связано с ростом экономической и поли-

тической мощи Азии, а также с популярностью японской и корейской культуры в мире.

В западных странах все больше людей изучают языки и культуру Азии, путешествуют по ее странам и интересуются ее историей и традициями. Культурные явления, такие как японские аниме и манга, корейская косметика, кулинария и музыка, становятся все популярнее. Например, размер рынка корейской косметики в 2021 составил 8,3 млрд. долл., а уже в 2022 – 11,8 млрд. долл. Также ожидается рост рынка до 18,32 млрд. долл. к 2030 году.

Именно поэтому изучение социальных трендов Южной Кореи поможет выявить текущие и предсказать будущие тренды мирового рынка пищевых добавок и использовать их для удовлетворения актуальных запросов потребителей и удержания конкурентных позиций.

Рассматриваемая в работе S-группа трендов включает в себя социальные, демографические, культурные, покупательские и потребительские тренды, которые определяют популярность пищевых добавок в Южной Корее, его развитость и постоянные инновации.

Из-за влияния социальных сетей, установления равенства полов и высокой стоимости жизни в Южной Корее увеличивается процент Single-person households (в 2022 году составлял 30 % от всех семей), а женатые пары предпочитают завести домашних питомцев, чем детей. Поэтому темп роста населения снижается. Согласно прогнозам, к 2040 году численность населения сократится до 49,8 миллиона человек [2].

Последние несколько десятков лет рождаемость в Южной Корее снижается. Начиная с 2012 года рождаемость на 1000 человек в Южной Корее снижалась с 490 до 260 в 2021 году. Крайне низкий коэффициент фертильности в Южной Корее: с 2015 по 2020 снижался с 1,24 до 0,84 [2].

В Южной Корее существует культура чекапов. Ежегодные медосмотры не являются обязательными, однако, при отказе и впоследствии выявлении болезни на запущенной стадии, она страховкой покрываться не будет. В период с 2018 по 2026 год прогнозируется умеренный рост расходов на здравоохранение (темп роста приблизительно 6 %). Общие расходы в год на здравоохранение с 2018 по 2022 увеличились с 130,5 до 170,3 млн долл. [3].

Из-за развития технологий, медицины, культуры чекапов, популярности пищевых добавок, развитой инфраструктуры и благоприятного климата, в Южной Корее наблюдается высокая продолжительность жизни населения. Доля людей в возрасте 80+ в 2021 году составляла 3,8 % от численности населения.

Тренд на work-life balance. Корея давно известна как страна с самым длинным рабочим днем среди стран Организации экономического со-

трудничества и развития. Однако в последние годы одной из важнейших тенденций стало достижение более сбалансированного сочетания трудовой деятельности и семейной жизни, что привело к принятию правительством политики ограничения максимального рабочего времени.

Не только южнокорейский, но и мировой тренд – эстетика потребления. Сейчас важной составляющей любого продукта является привлекательная упаковка и эмоциональный процесс потребления.

Высокие ожидания от обслуживания. В Южной Корее сфера услуг находится на уровне мирового класса и корейское послепродажное обслуживание является основным преимуществом. Примером инновационных сервисов на рынке пищевых добавок является возможность создать свои собственные пищевые добавки, используя услугу «за упаковку», которую начала предоставлять компания Pulmuone Health & Living. Добавки упакованы в отдельные упаковки в достаточном количестве, чтобы потребители могли удобно потреблять их каждый день. Точно так же Amway Korea разработала персонализированную услугу пищевых добавок под названием «My Pack by Nutrilite».

Рассмотренная S-группа показывает предпосылки популярности пищевых добавок. Исходя из них формируются продуктовые тренды:

1. На рынке наблюдается рост предпочтения растительных добавок. По данным исследования рынка добавок в Южной Корее, проведенного компанией Euromonitor International в 2020 году, можно сказать, что в стране наблюдается рост популярности растительных добавок. Так, по сравнению с предыдущим годом, продажи растительных пищевых добавок выросли на 7,4%, в то время как продажи животных снизились на 2,1 %. Кроме того, растительные добавки занимают более чем половину (54,2 %) рынка пищевых добавок в Южной Корее [4]. Это связано с ростом интереса к здоровому образу жизни и экологической осознанности у потребителей.

2. Рост спроса на добавки, адаптированные для женского здоровья. Например, Yuhan Care выпустила пробиотическую добавку для женщин, которая предотвращает возникновение болезней, связанных с репродуктивными органами. Пробиотические добавки для здоровья становятся все более и более популярными в Южной Корее, продажи растут со скоростью 12,4 % в год [4]. По мере того, как все больше женщин осознают необходимость активно заботиться о своих репродуктивных органах, спрос будет только расти.

3. Рост популярности добавок для снижения веса и тренд на худощавое телосложение. Население Южной Кореи одержимо худощавым телосложением. Страх прибавки в весе и стыда за свое тело вынуждает людей сидеть на диетах. Следовательно, они выбирают добавки для здо-

ровья, чтобы удовлетворить свои потребности в питании. В настоящее время на рынке представлен широкий выбор пищевых добавок в модной упаковке и по очень конкурентоспособным ценам. Рынок продуктов для снижения веса постепенно процветает. Он достиг 144,9 млрд вон в 2019 году и 163 млрд вон в 2021 году [4].

Выделенные и рассмотренные в данной работе тренды помогают выявить потенциальные модели и направления развития для производителей. Также Южная Корея является одним из лучших примеров предпродажного и послепродажного обслуживания, что стоит брать в пример глобальным производителям как пищевых добавок, так и компаниям в целом. Также сбор данных и последующий анализ потенциальных потребителей является одним из ключевых условий для сохранения конкурентных преимуществ и приобретения новых возможностей.

Библиографические ссылки

1. Share of people who consumed dietary supplements South Korea 2022, by age // Статистический портал данных Statista. Гамбург, 2007. URL: <https://www.statista.com/statistics/1180639/south-korea-share-of-people-taking-dietary-supplements-by-age/> (дата обращения: 01.05.2023).
2. South Korea's Economy & Society // Статистический портал данных Statista. Гамбург, 2007. URL: <https://www.statista.com/study/48372/south-korea/> (дата обращения: 02.05.2023).
3. Демография Республики Корея [Электронный ресурс] // Открытая диаграмма знаний Data Commons : [сайт]. [2018]. URL: <https://datacommons.org/place/country/KOR?category=Demographics&hl=ru> (дата обращения: 29.04.2023).
4. South Korea Health Supplements Market Share, Size, Analysis, Growth, Forecast [Электронный ресурс] // Официальный портал компании по исследованию рынков Expert Market Research : [сайт]. [2009]. URL: <https://www.expertmarketresearch.com/reports/south-korea-health-supplements-market> (дата обращения: 29.04.2023).

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ГРУППЫ СОЦИАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ НА КОМПАНИИ

И. В. Воробей, Д. А. Черныш

ira.vorobey.03@mail.ru, darya.chernysh02@gmail.com;

Научный руководитель – Э. Г. Чурлей, кандидат экономических наук, доцент

В статье проводится анализ влияния группы социальных трендов на компании. Данное исследование может помочь выявить новые возможности для компаний, определить направления развития и продумать стратегии, которые позволят им выйти на лидирующие позиции в отрасли.

Ключевые слова: социальные тренды; модель TEMPLES+I; исследование трендов; конкурентоспособность.

Тренд – это направление изменений в развитии какой-либо сферы. Для компаний анализ трендов является необходимым инструментом для выявления возможностей и угроз, что позволяет в последующем определять направления развития бизнеса и учитывать их в разработке стратегии.

Тренды, несомненно, влияют как на самого человека и его поведение, так и на изменение в отраслях. И зачастую, данные изменения происходят под воздействием факторов макросреды. Для анализа макросреды существует достаточно много известных моделей, однако наиболее комплексной является модель TEMPLES+I (technology, economics, market, politics, legal, ecology, society + information), которая позволяет изучать важнейшие группы факторов, также рассматривая их на различных уровнях таких как глобальный, национальный и локальный.

Тренды в данной работе будут рассматриваться в рамках группы социальных трендов и на глобальном уровне, однако это означает что в данном случае они будут прослеживаться и на национальном, и на локальном уровнях.

Под социальной группой трендов следует понимать направления развития явлений демографических, культурных, а также поведенческих факторов. Данная группа трендов была выбрана для анализа не случайно, ведь она позволяет компаниям получать понимание о своих клиентах и их потребностях, а значит бизнесы будут иметь возможность формировать наиболее актуальные для них предложения. Это и делает анализ группы социальных трендов особенно важным.

Первым, среди выделенных нами трендов, являются покупки посредством электронной коммерции. E-commerce, или электронная ком-

мерция является сферой экономики, которая включает любые виды онлайн-платежей и электронных торговых операций. И данная сфера показывает стремительный рост, что подтверждает статистика.

Мировой объем розничных продаж электронной коммерции изменялся за последние годы следующим образом: в 2020 году – 4,2 трлн долл., в 2021 – 4,9, в 2022 – 5,5 [1].

Растет и число человек, совершающих покупки онлайн. В 2020, 2021 и 2022 годах их количество составляло 2,37, 2,48 и 2,56 миллиардов человек соответственно [2].

Покупки посредством e-commerce стали неотъемлемой частью жизни людей, т.к. это является удобным и доступным способом познакомиться с товаром, подробно изучить продукт и сравнить цены. И даже если покупка совершается оффлайн, люди чаще всего обращаются к онлайн-платформам за информацией.

Итак, для компаний это означает необходимость использования e-commerce, причем уже не только для расширения аудитории и получения прочих преимуществ, таких как, например, снижение затрат, а скорее даже для сохранения конкурентоспособности.

Следующим тренд из социальной группы является обращение к бизнес-экосистемам. Бизнес-экосистема – это группа собственных или партнерских сервисов, объединенных вокруг одной компании, целью которой является удовлетворение широкого круга повседневных потребностей клиента.

Для пользователей такая модель бизнеса несет два главных преимущества – удобство и выгоду. Пользуясь одним из сервисов экосистемы высока вероятность того, что человек обратится и сделает выбор также в пользу других частей экосистемы, чем сторонних компаний.

Преимущества такой модели бизнеса для компаний очевидны – внутри успешной экосистемы компания получает больше клиентов и генерирует большую выручку; компании-участники, пользуясь общей инфраструктурой и базой клиентов, растут быстрее.

Примером бизнес-экосистемы является компания «Яндекс», растущая быстрыми темпами. Так выручка компании в 2020 г. составляла 218,3 млрд рублей, в 2021 – 356,2 и в 2022 – 522 [3].

Данный тренд говорит о том, что люди все чаще склонны сделать выбор в пользу компаний готовых дать большее. Для бизнеса это говорит о необходимости строить собственные экосистемы, входить в состав уже имеющихся или искать такое преимущество, которое позволит оставаться конкурентным в данной среде.

Сегодня невозможно отрицать, что социальные сети стали частью повседневной жизни большинства людей, что и является третьим трен-

дом для рассмотрения в данной работе. Это подтверждает рост количества пользователей социальных сетей. В 2020 году их число составляло 3,9 миллиардов человек, в 2021 – 4,26 млрд и 4,59 млрд в 2022 соответственно [4]. Растет также и среднее время, проводимое людьми за использованием социальных сетей. Статистика фиксирует следующие значения: 142 минуты/день в 2018 году, 145 – в 2020 и 147 – в 2022 [5].

Бизнесы также устремились за своими клиентами в социальные сети, которые теперь являются для компаний и каналом коммуникации, и каналом продвижения. Однако и в рамках грамотного использования digital-маркетинга, нужно искать наиболее эффективные способы привлечь внимание пользователей, которым в связи с ростом числа контента все труднее завладеть. Поэтому компаниям следует следить за трендами внутри самих платформ. Например, избирательность в рекламе, привела к тренду на нативную рекламу; рост блогосферы – тренду «маркетинг влияния».

Еще одним трендом является рост экологической осознанности, которая означает понимание того, как наше поведение влияет на окружающую среду, и обязательство внести изменения в нашу деятельность для ее защиты. Так опрос, проведенный исследовательской компанией Ipsos показал, что 80 % респондентов выборки из более чем 48000 человек из 50 стран согласились, что «мы движемся к экологической катастрофе, если не изменим наш образ действий в ближайшем будущем» [6].

Данный тренд означает, что потребители, во-первых, чаще обращаются к покупке экологически чистых продуктов, во-вторых будут учитывать экологичность самих компаний, считая именно их ответственным за загрязнение окружающей среды в большей степени. Соответственно, компаниям необходимо вести свой бизнес в рамках концепции устойчивого развития.

Итак, рассмотренные в данной работе тренды, показывают острую необходимость усиления внимания компаний к ситуации, складывающейся на рынке. Сбор данных и их аналитика касаются потребителей и их моделей поведения сегодня является условием не только для открытия новых возможностей, но сохранения конкурентоспособности в целом.

Библиографические ссылки

1. Retail e-commerce sales worldwide // Статистический портал данных Statista. Гамбург, 2007. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (дата обращения: 29.04.2023).
2. How many people shop online [Электронный ресурс] // Информационная платформа об электронной коммерции Oberlo : [сайт]. [2011]. URL:

- <https://www.oberlo.com/statistics/how-many-people-shop-online> (дата обращения: 29.04.2023).
3. Годовая финансовая отчетность ООО «Яндекс» [Электронный ресурс] // Информационная страница компании «Яндекс» для инвесторов : [сайт]. [2011]. URL: <https://ir.yandex.ru/financial-releases>. (дата обращения: 30.04.2023).
 4. Number of social media users worldwide // Статистический портал данных Statista. Гамбург, 2007. URL: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users> (дата обращения: 02.05.2023).
 5. Daily time spent on social networking by internet users worldwide // Статистический портал данных Statista. Гамбург, 2007. URL: <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide> (дата обращения: 02.05.2023).
 6. Исследовательский отчет о глобальных трендах [Электронный ресурс] // Официальный портал международной исследовательской компании Ipsos : [сайт]. [2016]. URL: <https://www.ipsos.com/en/global-trends> (дата обращения: 03.05.2023).

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ КИТАЯ И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

И. В. Ганул, Я. И. Левонюк, Д. А. Кустиков

igor.hanul@yandex.ru;

Научный руководитель – А. А. Коган, кандидат экономических наук, доцент

Экономическое и торговое сотрудничество между Китаем и Беларусью достигло плодотворных результатов. Общий объем импортной и экспортной торговли между двумя странами существенно увеличился, инвестиции Китая в Беларусь значительно возросли, количество китайских предприятий, работающих в Беларуси, продолжает расти, а строительство Китайско-белорусского индустриального парка дало замечательные результаты. Для Китая углубление экономического и торгового сотрудничества с Беларусью поможет открыть европейский рынок, подтолкнет китайские предприятия к «выходу на мировой уровень», а также принесет пользу строительству «Экономического пояса Шелкового пути». В статье анализируются текущие вызовы и ограничения китайско-белорусского экономического и торгового сотрудничества на внутреннем и международном уровнях.

Ключевые слова: внешнеторговое сотрудничество; экспортно-импортные операции; перспективы развития.

Экономика Китайской Народной Республики – вторая после США экономика мира по номинальному ВВП, первая – по ВВП по паритету покупательной способности (с 2014 года). По итогам 2022 года ВВП Китая вырос на 3 % в годовом исчислении и достиг 121,02 трлн юаней (17,95 трлн долл. США).

В настоящее время Китайская Народная Республика лидирует на мировом рынке по производству большинства видов промышленной продукции, в том числе автомобилей. Не случайно Китай называют фабрикой мира.

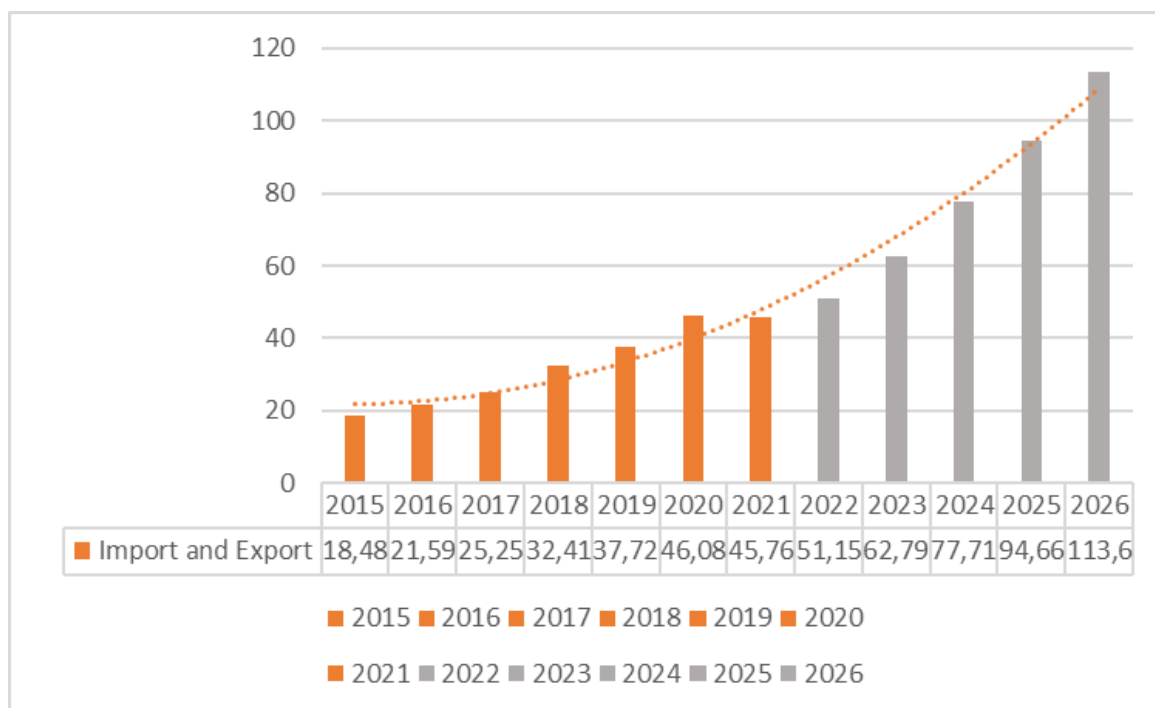
Китай занимает первое место по объему вывозимой из страны продукции. Это более чем сто категорий различных товаров. В Китае выпускается более 50 % продаваемых в мире фотоаппаратов, 30% кондиционеров, 25 % стиральных машин и примерно 20% холодильников.

В рамках сотрудничества между Китаем и Россией было заключено несколько крупных контрактов на поставку нефти и газа, торговый оборот составил 110млрд\$. Также Китай активно поддерживает экономические отношения с Беларусью.

Основными элементами товарооборота являются:

- со стороны Беларуси – калийные удобрения, капролактамы, карьерные самосвалы;
- со стороны Китая – технологии, а также автомобили.

Анализируя статистические данные по экспортно-импортным операциям за 1992–2022 годы, можно заметить, что экспорт Республики Беларусь преобладает над импортом в КНР, но только до 2006 года, далее наблюдается обратная ситуация, где импорт из КНР больше, чем экспорт. В начале белорусско-китайских отношений экспорт и импорт был крайне мал. Начиная с 2006 года, отношения начали иметь большой прогрессивный характер, и в 2006 году товарооборот составил 1 миллиард долларов. По результатам 1992 года импорт составлял 6 миллионов долларов США, а экспорт 27 миллионов долларов США. По результатам 2000 года импорт составил уже 49 миллионов долларов США, а экспорт – 148 миллионов долларов США. На данный момент если рассматривать результаты 2022 года, то импорт китайских товаров в Республику Беларусь достиг 4,9 миллиарда долларов США, а экспорт Беларуси в КНР – 1,6 миллиарда долларов США. На основе текущей динамики торгово-экономического сотрудничества, сделаем прогноз до 2026 года (рисунок).



Прогноз объема двусторонней торговли между Китаем и Беларусью

Представленная на рисунке динамика может быть описана уравнением:

$$Y=1,018x^2-4,4292x+20,2$$

Степень достоверности составляет 0,9599, что также показывает, что китайско-белорусское торгово-экономическое сотрудничество обладает большим потенциалом, влияние эпидемии новой коронавируса минимально, а будущая двусторонняя торговля между Китаем и Беларусью будет демонстрировать тенденцию устойчивого взрывного роста.

Проанализируем сегодняшние отношения Беларуси и Китая, уже созданные проекты, планы на развитие.

Интенсивно и плодотворно развиваются межпарламентские контакты, в том числе в рамках Межпарламентского Союза. Активно развивается сотрудничество в сфере безопасности, военного и военно-технического сотрудничества. Развивается взаимодействие в сфере борьбы с международной преступностью, обеспечения правопорядка и общественной безопасности, организации обучающих программ. В военной сфере проводятся совместные учения, белорусские и китайские военнослужащие проходят обучение в высших военных учебных заведениях Республики Беларусь и КНР.

«ВЕЛИКИЙ КАМЕНЬ» Возле аэропорта должны появиться десятки высокотехнологичных фабрик и заводов, выпускающих продукцию для ЕС и стран Таможенного союза, жилые зоны, офисные и торгово-развлекательные комплексы, финансовые и научно-исследовательские центры.

ГОСТИНИЧНО-ДЕЛОВОЙ КОМПЛЕКС «ШАНТЕР ХИЛЛ» Строится рядом с Дворцом художественной гимнастики. Масштаб впечатляет, возводится сразу семь зданий, в основе – 25-этажная гостиница.

ЛИНИИ ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧИ НА БЕЛОРУССКОЙ АЭС Построена за китайский льготный кредит. Его согласовали еще в 2013 году. Цена вопроса – 324 миллиона долларов США.

ГОРНОДОБЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ ПОД ЛЮБАНЬЮ Общая стоимость проекта – 2 миллиарда долларов США: 1,4 миллиарда долларов взяли в кредит у Банка развития Китая, остальные 600 миллионов – деньги компании российского миллиардера Гуцериева.

К перспективным направлениям дальнейшего развития торгово-экономического сотрудничества наших стран можно отнести следующие:

1. Экспортные поставки в Китай планируется довести к 2025 году до уровня в сумме не менее 2 млрд долларов. В 2023 году – создать между Беларусью и КНР зону свободной торговли услугами и осуществления инвестиций, а также подписать договор об этой деятельности.

2. Инвестиции, займы и техническая помощь В 2022-2025 годах ставится задача привлекать ресурсы от китайских фондов и банков для финансирования инвестиционных проектов в Беларуси в размере, не менее

500 млн долларов США в эквиваленте ежегодно. В 2022–2024 годах намечено привлекать заемные ресурсы КНР для рефинансирования госдолга в объеме не менее 300 млн долларов США в эквиваленте ежегодно.

3. Логистика, сертификаты и «Великий камень». К 2025 году намечено создать международный логистический хаб на сухопутном маршруте Китай – Европа посредством функционирования международного логистического консорциума и проработать вопрос о присоединении «Великого камня» к европейской железнодорожной колее 1435 мм со стороны белорусско-польской границы с привлечением корпорации «Китайские железные дороги» и других заинтересованных.

4. Регионы, армия, кино, туризм и медицина. Ежегодно будут составляться и реализовываться «дорожные карты» межрегионального взаимодействия Беларуси и Китая. До 2026 года каждой области и Минску в рамках межрегионального сотрудничества ставится задача привлечь не менее 150 млн долларов прямых китайских инвестиций.

Заключение. Благоприятная инвестиционная среда в Беларуси и дружественные дипломатические отношения между двумя странами обеспечили благоприятные условия для китайско-белорусского экономического и торгового сотрудничества. К проблемам взаимодействия можно отнести колоссальный разрыв в размерах экономики двух стран; консервативную внешнюю политику, а также некоторые различия в культурных обменах.

Библиографические ссылки

1. Директива Президента Республики Беларусь от 3 декабря 2021 г. №9 «О развитии двусторонних отношений Республики Беларусь с Китайской Народной Республикой» // Консультант Плюс Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2023. (дата обращения: 29.12.2022).
2. Сайт Внешнеторгового портала Trendeconomy. [Электронный ресурс]. URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity (дата обращения 10.01.2023).
3. Сайт National Bureau of Statistics of China [Электронный ресурс]. URL: <http://stats.gov.cn/english/> (дата обращения: 29.12.2022).
4. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.by> (дата обращения: 18.12.2022).

РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ

М. А. Герсон

marinageron1@gmail.com;

Научный руководитель – А. Г. Ветёлкина, старший преподаватель

В статье рассматриваются теоретические основы кризисного состояния предприятий и антикризисной стратегии, а также предлагается способ борьбы с кризисной ситуацией, подходящий для рассматриваемой организации.

Ключевые слова: кризис; антикризисная стратегия; банкротство; инновации; технология информационного бизнес-моделирования.

Кризис компании обычно называется кризисной ситуацией. Кризисная ситуация – это финансовое состояние компании, когда она не может отвечать по своим обязательствам. Нужно понимать, что само неблагополучное финансовое состояние компании может быть и не связано с тем, что в компании было неграмотное управление именно финансами. Это может быть следствием каких-то других причин, само неудовлетворительное финансовое состояние компании является своего рода маркером. Дело в том, что, когда говорят о кризисной ситуации, рассматривают именно финансовое состояние компании, потому что именно неблагополучно финансовое состояние может привести к тому, что неудовлетворенные кредиторы подадут в суд на компанию в арбитраж, после чего компания может быть признана банкротом, будет назначено конкурсное производство и компания ликвидируется [1, с. 12].

Существуют различные модели прогнозирования банкротства компаний. Их достаточно много, поэтому очень важно понимать, что нет ни одной модели, которая бы давала стопроцентный результат. Для того, чтобы оценить, насколько компания находится близко к кризисной ситуации или к банкротству, необходимо провести исследование по нескольким моделям, и даже в этом случае никто не может гарантировать, что те результаты, которые благодаря этим моделям получатся, будут являться достоверными. Самые известными методами, требующими только наличие базовой финансовой отчетности – это расчеты коэффициентов ликвидности и(или) индексов кредитоспособности.

Результаты исследования относительно принятия антикризисных мер показывают два доминирующих типа стратегий. На большинстве предприятий акцент делается на одной из форм реактивной деятельности. Это приводит к созданию более прозрачных процедур и сокращению широко понимаемых затрат. Также можно сказать, что предприятия

применяют стратегию организации деятельности. Принимая во внимание разделение различных антикризисных стратегий на причины и адаптацию, компания предпринимает действия, которые возникают в основном на основе одного фактора: консолидации.

По сути, бизнес фокусируется на продукте, его переопределении, улучшении управления качеством, внедрения информационных систем, улучшающих производственный процесс. Принятые меры должны касаться не только преодоления кризиса, но и развитие.

Растущая необходимость функционирования в условиях кризиса заставляет предприятия принимать меры, связанные с предотвращением и прогнозированием кризисов и при их возникновении быстро реагировать. Эффективное преодоление кризиса требует антикризисного управления. Однако не всегда возможно предотвратить кризисы; более того, предприятия вынуждены предпринимать ряд антикризисных мер. Как правило, люди принимают две меры. Первая касается создания более прозрачных процедур и снижения широко понимаемых издержек. Вторая включает в себя концентрацию на основных направлениях деятельности предприятия и продукции, ее переопределении и совершенствовании управления качеством. Это решение указывает на реализацию двух типов ключевых антикризисных стратегий: организация деятельности и консолидация [2, с.149-150].

«Общество с ограниченной ответственностью «Архонт» – это строительное предприятие, которое оказывает весь комплекс услуг от предпроектного обследования, подготовки документации для согласования, строительства зданий административного, бытового и промышленного назначения любой сложности до проведения приемосдаточных испытаний, в том числе сдачи готовых объектов «под ключ». В 2021 году предприятие было признано неплатежеспособным [3].

Можно сказать, что в организации ООО «Архонт» существуют следующие проблемы: снижение эффективности использования ресурсов; ухудшение финансовых результатов, отсутствие прибыли. Снижение прибыли в 2021 году, обусловленное замедлением роста продаж, замедлением объемов производства и реализации продукции, повлекло ухудшение показателей отчетного года по сравнению с предшествующим 2020 годом; происходит рост текучести кадров, а также снижение коэффициента постоянства кадров, что является негативной тенденцией для предприятия в целом, также негативным моментом является отсутствие отдела маркетинга на предприятии. Однако в данный период, учитывая анализ коэффициентов платежеспособности компания должна сосредоточиться на своем финансовом состоянии и выходе из кризиса. У компании все еще есть шанс избежать ликвидации. Так как, оборотных средств

было минимум достаточно, чтобы погасить краткосрочные обязательства, вложения капитала инвесторами показывают растущую эффективность.

ООО «Архонт» не в первый раз сталкивается с негативной финансовой ситуацией, однако до этого, компания выбирала путь наименьшего сопротивления, предпринимались меры по продаже части оборотных средств, также руководство принимало решение по увеличению активов, за счет увеличения обязательств, однако, такой подход не сработал в долгосрочной перспективе и лишь оттянул неизбежное. Именно поэтому организации необходимо прибегнуть к инновационным изменениям, которые помогут не просто увеличить прибыль, но и стать более конкурентоспособными, и даже возможно занять лидирующие позиции на рынке.

Так в сфере строительства постепенно набирает популярность технология проектирования, которая открывает новую эру в строительстве, эта технология BIM. Данное название является аббревиатурой от английского словосочетания Building Information Modeling, по своей сути BIM - это компьютерная технология, позволяющая проектировать, моделировать, визуализировать любое здание, а также проводить конструкторские расчеты, создавать инженерные сети, получать снятый материал, управлять строительством, проводить комплексное обслуживание и эксплуатацию здания, с помощью цифровой BIM -модели, и даже управляет стоимостью здания, экономя до 30 процентов средств при строительстве. То есть, по сути, BIM – это метод проектирования, при котором учитываются все параметры здания, связанные с жизненным циклом, начиная от затрат на строительство и проектирования до последующих расходов на электроэнергию и сноса здания [4].

Плоские чертежи не отражают всю информацию о проекте, в проекте неизбежно возникают серьезные неточности, которые увеличивают сроки и стоимость строительства. Отсутствие коллизий в рабочей документации является одним из очень важных преимуществ использования информационного моделирования. под коллизиями в данном случае понимается несоответствие между разными разделами проекта. Условно у застройщика есть инженерная система, но под нее нет технологических отверстий в стенах, поэтому в наших реалиях решением организации будет выяснение уже непосредственно по месту проведения работ как провести инженерные сети. При помощи BIM в одном файле могут работать все смежники, и в нем же можно производить конструкторский расчет и модель нагрузок, а также настроить полную синхронизации, например, с другой программой и таким образом создавать фотореалистичную визуализацию будущего здания. Важно, что при помощи данной техноло-

гии в процесс моделирования включен параметр времени, это значит, что есть возможность просчитывать сроки строительства, симулируя его процесс. Также программа используется при работе с клиентами, они могут посмотреть виртуальный модель с помощью своих планшетов или смартфонов. Благодаря информационному моделированию заказчики, не являясь специалистами в проектировании могут говорить с архитекторами и инженерами на одном языке.

Информационное моделирование дает возможность оптимизировать работу с применением визуального программирования для решения задач проектирования таким образом, что организация может уменьшить количество человеко-часов работы проектировщиков, формализовать рутинные операции так, что они будут выполняться программой.

Для ООО «Архонт» — это идеальная возможность, так как это поможет не только уменьшить издержки, а следовательно себестоимости, но и увеличить скорость выполнения проектов, что важно ведь компания часто сталкивается с проблемой не сдачи проектов в срок, а также поможет избавиться от непредвиденных затрат, с которыми сталкивается предприятие в процессе строительства. BIM дает возможность заранее предусмотреть все неточности, убедиться, что заказчик будет доволен конечным результатом, а также избавиться от проблемы недостатка или избытка материалов. Сейчас многие компании начинают осознавать возможности использования информационного бизнес-моделирования, даже некоторые страны поняли преимущества данной инновации в сфере строительства. В Беларуси данная технология еще не обрела известности, однако, это является возможностью для «Архонт» стать первыми в этой нише.

Библиографические ссылки

1. *Бартон Р. М.* Антикризисное управление, Изд. Оксфорд Пресс, Оксфорд, 1993.
2. Корпоративный сайт компании «Архонт» / Stroy.by [Электронный ресурс]. [сайт] [2005]. URL: <https://www.stroy.by/o-kompaniy/o-kompanii> (дата обращения 19.04.2023).
3. *Krzakiewicz K.* Strategia i taktyka w zarządzaniu antykryzysowym, in: J. Skalik (red.), *Zachowania organizacji wobec zjawisk kryzysowych*, Cornetis, Wrocław, 2003
4. Технологии информационного моделирования - движение вперед [Электронный ресурс]. [сайт] [2014]. URL: <http://nopriz.ru/> (дата обращения: 20.04.2023).

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОСОБАЯ ФОРМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ

В. И. Горбач

woroldofwar2@gmail.com;

Научный руководитель – С. Н. Данченко, старший преподаватель

В статье проведен анализ предпринимательства как особой формы экономической активности, рассмотрены подходы зарубежных компаний для стимулирования бизнеса. Затрагивается вопрос о теоретико-методологическом подходе понятия предпринимательства. Автором акцентируется внимание на новые и современные виды активности предпринимательской деятельности для успешного развития бизнеса на современном этапе.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность; форма экономической активности; стратегический менеджмент, корпоративное предпринимательство; материнская компания.

Интерес к предпринимательству в рамках бизнеса усилился в связи с целым рядом событий, происходящих на социальном, культурном и деловом уровнях. На социальном уровне растет интерес к развитию собственного дела и на собственных условиях. Люди, которые твердо верят в свои таланты, часто хотят создать что-то свое. Они хотят ответственности и испытывают сильную потребность в индивидуальном самовыражении и свободе в рабочей среде. Когда такой свободы нет, разочарование может привести к тому, что человек станет менее продуктивным или даже покинет организацию, чтобы достичь самореализации в другом месте. Этот новый поиск смысла и связанное с ним нетерпение в последнее время вызывают больше недовольства в структурированных организациях, чем когда-либо прежде [1, с.33–37].

Предпринимательство как особая форма экономической активности является одним из методов стимулирования, а затем извлечения выгоды из людей в организации, которые считают, что что-то можно сделать по-другому и лучше. Например, большинство людей представляют себе Херох как крупную, бюрократическую компанию из списка Fortune 100. Хотя отчасти это может быть справедливо по отношению к этой гигантской компании с капиталом в 23 миллиарда долларов, Херох сделала нечто уникальное, пытаясь добиться того, чтобы ее творческие сотрудники не уходили, как это сделал Стив Джобс, создав Apple Computer, Inc. В 1989 году компания Херох создала Херох Technology Ventures (ХТВ) с целью получения прибыли путем инвестирования в перспективные

технологии компании, многие из которых в противном случае остались бы незамеченными [1, с. 47].

До сих пор фонд поддерживал многочисленные начинания, подобные Quad Mark, детищу Денниса Стеммле, 25-летнего сотрудника Хегох. Идея Стеммле заключалась в том, чтобы сделать копировальный аппарат для простой бумаги, работающий на батарейках, который помещался бы в портфель вместе с портативным компьютером. Хотя операционный комитет Хегох не одобрял эту идею в течение 10 лет, но в итоге она была профинансирована XTV и тайваньской Advanced Scientific Corporation. Как и в случае со всеми компаниями, финансируемыми XTV, основатель и ключевые сотрудники компании владеют 20 процентами ее акций. Это дает стимул таким сотрудникам, как Деннис Стеммле пойти на риск, уйти из Хегох и создать технологическое предприятие [2, с. 53–55].

XTV обеспечивает как финансовые, так и нефинансовые выгоды для своей материнской компании Хегох. Финансируемые компании приносят прибыль материнской компании, а также основателям и сотрудникам, и теперь менеджеры Хегох уделяют больше внимания идеям сотрудников, а также внутренним технологиям. Концепция XTV содержит элемент риска в том, что сотрудникам Хегох, создающим новые предприятия, не гарантируется руководящая должность, если новое предприятие потерпит неудачу. Это отличает XTV от большинства предпринимательских начинаний в компаниях. Этот аспект риска и отсутствие гарантированной занятости лег в основу AT&T Ventures, фонда, созданного по образцу XTV [2, с. 68–69].

Важно сохранить или привить дух предпринимательства в организации для внедрения инноваций и роста. Это осознание произвело революцию в управленческом мышлении. В большой организации часто возникают проблемы, препятствующие творчеству и инновациям, особенно в деятельности, не связанной напрямую с основной миссией организации. Рост и диверсификация, которые могут быть результатом гибкости и творчества, особенно важны, поскольку крупные, вертикально интегрированные, диверсифицированные корпорации часто более эффективны на конкурентном рынке, чем небольшие фирмы.

Сопротивление гибкости, росту и диверсификации может быть частично преодолено путем развития духа предпринимательства в рамках существующей организации, что называется корпоративным предпринимательством. Рост корпоративного предпринимательства отражает усиление социального, культурного и делового давления в сторону предпринимательской деятельности. Гиперконкуренция заставила компании проявлять повышенный интерес к таким областям, как разработка новых продуктов, диверсифи-

кация, повышение производительности и снижение затрат за счет таких методов, как сокращение рабочей силы компании [3].

Корпоративное предпринимательство наиболее ярко проявляется в предпринимательской деятельности, а также в ориентации высшего руководства организаций. Эти предпринимательские начинания состоят из следующих четырех ключевых элементов:

- новое предпринимательство,
- инновационность,
- самообновление,
- инициативность [3].

Новое предпринимательство относится к созданию нового бизнеса в рамках существующей организации. Эта предпринимательская деятельность заключается в создании чего-то нового, представляющего ценность, либо путем переопределения текущих продуктов или услуг компании, либо путем разработки новых рынков, либо путем формирования более формально автономных или полуавтономных подразделений или фирм. Формирование новых корпоративных предприятий является наиболее ярким проявлением корпоративного предпринимательства. Организационная инновационность относится к инновациям в области продукции и услуг, с акцентом на развитие и инновации в области технологий. Она включает разработку новой продукции, усовершенствование продукции, а также новые методы и процедуры производства [4].

Самообновление - это трансформация организации через обновление ключевых идей, на которых она построена. Оно связано со стратегическими и организационными изменениями и включает в себя переопределение концепции бизнеса, реорганизацию и внедрение общесистемных изменений для повышения инновационности. Проактивность включает в себя инициативу и принятие риска, а также конкурентную агрессивность и смелость, что особенно отражается в ориентации и деятельности высшего руководства. Проактивная организация склонна идти на риск, проводя эксперименты; она также проявляет инициативу, смело и агрессивно использует возможности. Организации с таким проактивным духом пытаются лидировать, а не следовать за конкурентами в таких ключевых областях бизнеса, как внедрение новых продуктов или услуг, операционных технологий и административных методов [4].

Таким образом, предпринимательские установки и способности полезны, даже если бизнес временно приостановлен или находится на начальном этапе открытия. Современные подходы предпринимательской активности могут помочь более разносторонне взглянуть на проблемы работы и жизни, а также решить проблемы, которые было бы трудно или даже невозможно решить традиционными способами.

Библиографические ссылки

1. *McMullen J. S., Shepherd D. A.* Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur // *The Academy of Management Review* 31, 2006, №. 1, p. 32–52.
2. *Grégoire Denis, Shepherd Dean A.* Technology Market Combinations and the Identification of Entrepreneurial Opportunities // *Academy of Management Journal* 55, 2012, № 4, p. 53–85.
3. *Комарова О. В., Кежун Л. А.* Развитие инновационного малого и среднего предпринимательства: подходы к исследованию // *Научный журнал КубГАУ*. 2019. №123. [Электронный ресурс]. [сайт] [2011]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-innovatsionnogo-malogo-i-srednego> (дата обращения 11.05.2023).
4. *Суходоев Н. Д.* Управление инновационным потенциалом региона // *Символ науки*. 2020. №7-1. [Электронный ресурс]. [сайт] [2011]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-innovatsionnym-potentsialom-regiona-1> (дата обращения 11.05.2023).

БИЗНЕС-МОДЕЛИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А. В. Гречуха, П. С. Янковская

nastasv@icloud.com, eco.yankovskPS@bsu.by;

Научный руководитель – Н. И. Шандора, старший преподаватель

В статье проводится исследование концепции и определения понятия бизнес-модель, определение видов бизнес-моделей, а также их использование в различных компаниях как в Республике Беларусь, так и на мировом рынке. В ходе проведенного исследования были выделены такие популярные бизнес-модели, как фриум, краудсорсинг и брокерство.

Ключевые слова: бизнес-модель; фриум; краудсорсинг; брокерство; коробочные решения.

Понятие «бизнес-модели» является очень размытым и различные ученые используют концепцию «бизнес-модели» по-разному. Впрочем, многие считают, что впервые этот термин определил Питер Друкер в статье 1994 года как предположение о том, что это то, что платят компании, однако необходимо отметить, что в этой статье не упоминается сам термин «бизнес-модель». Вместо этого, теория бизнеса Друкера представляет собой набор предположений о том, что бизнес будет делать в определенной ситуации. Друкер больше сосредоточен на предположениях, указывая на то, что термин «бизнес-модель» впервые широко использовался с появлением персонального компьютера и электронных таблиц, которые позволили тестировать и моделировать различные компоненты. До этого успешные бизнес-модели «создались скорее случайно, чем по замыслу или дальновидности, и стали очевидны только после запуска этой модели. Когда компании смогли тесно связать свои идеи на рынке с результатом их деятельности с помощью электронных таблиц, они смогли смоделировать бизнес до его запуска» [1].

Ближе к стратегии бизнес-модели является определение Майкла Портера. Оно гласит, что предприятия делают предположения о том, кто их клиенты и конкуренты, а также о технологиях и своих сильных и слабых сторонах. Алекс Остельвальдер опирался на концепцию предположений Друкера в своей работе «холст бизнес-модели». Он считал, что бизнес-модель – это способ организации предположений, чтобы иметь возможность сравнивать разные бизнес-модели. Алекс Остервальдер разработал десятисерийный «холст бизнес-модели», который является наиболее полным шаблоном для построения этих гипотез. Его работа – это, по сути, организованный способ изложить предположения не только о ресурсах и ключевых видах деятельности, но и о предложении товаров

или услуг, отношениях с клиентами, каналах, сегментах клиентов, структурах затрат и потоках доходов – для того, чтобы находить какие-либо ошибки или сравнивать свою модель с другими. Марк Джонсон в своей книге «Изобретение своей бизнес-модели» предложил список из 19 типов бизнес-моделей, которые представляют собой аналогии на примере известных компаний. Самые популярные из них: фриимиум, краудсортинг и брокерство [3].

Фриимиум – это бизнес-модель, суть которой заключается в том, что компания предлагает базовые услуги бесплатно, а дополнительные сервисы за отдельную плату. Например, примером использования такой модели в мире является американская социальная сеть для поиска и установления деловых контактов LINKEDIN. Бесплатная версия приложения или платформы позволяет привлечь большое количество новых пользователей. Привыкнув к использованию базового набора функций, пользователи переходят на ежемесячную абонентскую плату. Данная бизнес-модель позволяет компаниям быстро нарастить аудиторию, а также получать надежный доход.

Суть краудсортинга состоит в том, что компания, имея большое количество пользователей, предоставляет контент бесплатно в обмен на доступ к контенту других людей. Это бизнес-модель YouTube и Википедии. Ежедневно на просмотр видео на YouTube тратится более миллиарда часов, каждую минуту загружается более 400 часов контента, и естественно, в этот контент вставляется различная реклама, которую, опять же, воспользовавшись платной подпиской, можно отключить. Рекламные объявления могут размещаться и на страницах поиска, и на каналах пользователей.

Брокерство представляет собой посредничество между покупателем и продавцом, в ходе которого с той или иной стороны взимается комиссия за транзакцию. Брокерство разделяется на три отдельных направления: мерчант, агентская схема и рекламная модель.

Мерчант (от англ. merchant – «торговец») – это специальный счет, позволяющий компании принимать платежи с помощью банковских карт. Например, после того, как покупатель расплачивается за товар в магазине, информация с его платежной карты считывается с помощью терминала, а после деньги поступают на мерчант-счет. Если же покупка происходит в интернет-магазине, то после того как покупатель вводит свои данные банковской карты в специальную форму деньги перенаправляются на мерчант-счет.

Отличие такого счета от обычного состоит в том, что при платеже через мерчант-счет можно зачислять деньги без полной идентификации пользователя, зная только информацию о его платежной карте.

После поступления денег на мерчант-счет в течение двух-трех дней банк переведет деньги на счет продавца. Такая процедура нужна для того, чтобы покупатель мог оформить возврат.

Суть агентской модели состоит в том, что при взаимодействии с покупателем часть или все полномочия передаются посреднику. Агентский договор позволяет посреднику получать прибыль за счет продавца, совершая различные действия (отношения между агентом и покупателем обязательно должны быть продолжительными). Это могут быть юридические или любые другие действия. Часто таких агентов нанимают для увеличения клиентской базы.

Рекламная модель является по сути расширением традиционной концепции средств массовой информации – представляет контент клиентам, транслируя на своей платформе рекламу заказчиков. Такая модель очень эффективна при больших объемах трафика.

Эта модель эффективна для сервисов с регистрацией клиентов. Такие сервисы предполагают, что клиент, пользуясь бесплатным контентом, предоставит сервису определенные данные о себе. Это позволит компании отслеживать поведение пользователей на платформе, а также составлять портрет потребителя для рекламных кампаний.

На сайте Министерства экономики Республики Беларусь есть «коробочные решения» для бизнеса, каждое из которых содержит определенную бизнес-модель. Каждое «коробочное решение» состоит из четырех тематических блоков:

1. Бизнес-модель

Этот блок содержит информацию о том, что нужно сделать предпринимателю для своего бизнеса, как правильно выбрать бизнес-модель, и какую именно, а также направления, в которых можно развивать свое дело.

2. Юриспруденция

В данном блоке идет речь о требованиях законодательства. Там также содержится список необходимых документов и законодательных актов, в которых изложены административные процедуры необходимые для развития выбранного бизнеса.

3. Финансовая модель

Блок содержит информацию об эффективных способах организации системы управления денежными потоками. В каждом «коробочном решении» есть финансовый калькулятор, разработанный специально для определенной бизнес-модели, с помощью которого можно смоделировать и заранее просчитать будущие доходы и расходы предпринимателя.

4. Маркетинг

В этом блоке изложена информация об инструментах продвижения бизнеса и способы оценки эффективности бизнеса.

Изучив такие коробочные решения, можно внедрить различные бизнес-модели в уже существующий бизнес или начать свое дело с готовой идеи, составить план работы, грамотно провести анализ рынка. Это поможет повысить эффективность выбранной деятельности в различных нишах [4].

Цифровая экономика представляет собой новую реальность, в которой бизнесу необходимо адаптироваться и использовать цифровые технологии для обеспечения конкурентоспособности и роста. Бизнес-модели становятся основой стратегического развития компаний в цифровой эпохе.

Библиографические ссылки

1. *Остервальдер А.* Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора: практическое пособие. Москва: Альпина Паблишер. 2016. 288 с.
2. How Companies Make Money [Электронный ресурс] // Investopedia : [сайт]. [2000]. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asp> (дата обращения: 20.05.2023).
3. HBR's 10 Must Reads on Business Model Innovation (with featured article "Reinventing Your Business Model" by Mark W. Johnson, Clayton M. Christensen, and Henning Kagermann) [Электронный ресурс] // Perlego : [сайт]. [2001]. URL: <https://www.perlego.com/book/836781/hbrs-10-must-reads-on-business-model-innovation-with-featured-article-reinventing-your-business-model-by-mark-w-johnson-clayton-m-christensen-and-henning-kagermann-pdf> (дата обращения: 20.05.2023).
4. Предлагаемое коробочное решение поможет открыть собственный интернет-магазин [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь : [сайт]. [2004]. URL: <https://economy.gov.by/ru/news-ru/view/predlagae-moe-korobochnoe-reshenie-pomozhet-otkryt-sobstvennyj-internet-magazin-47408-2023/> (дата обращения: 20.05.2023).

СОВРЕМЕННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

М. И. Гриб

margarita.grib.02@gmail.com;

Научный руководитель – О. Г. Черненко, старший преподаватель

В статье проводится исследование основных трендов современного предпринимательства в пищевой промышленности и то, как некоторые белорусские компании внедряют их уже сейчас. В ходе проведенного исследования для отрасли были выделены такие основные тренды, как рост конкуренции в отрасли, цифровизация индустрии питания, забота об окружающей среде, осознанное потребление, близость к потребителю.

Ключевые слова: тренды; пищевая промышленность; современное предпринимательство.

ВВЕДЕНИЕ

В мировой экономике развитие пищевой промышленности с каждым годом становится интенсивнее. Сегодня появление новых технологий, роботизация и автоматизация многих технологических процессов, циклическое изменение рыночной конъюнктуры вносят существенные корректировки в дальнейшее ведение бизнеса. Залогом процветания и стабильной деятельности для предприятий в пищевой отрасли является умение приспосабливаться к быстроизменяющимся внешним условиям, а отслеживание мировых тенденций и следование трендам – позволит производить конкурентноспособную новую продукцию и развивать действующий ассортимент с учётом требований рынка.

С помощью тренд-аналитики предприятие способно понять, как изменения в обществе и культуре повлияют на индустрию питания, какие изменения ожидаются в перспективе ближайших 5–10 лет. Тема подчеркивает важность инноваций, приверженности к целям устойчивого развития, дает представление о потенциале пищевой промышленности в стране, с целью стимулирования экономического роста и развития.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы и инструменты, используемые для исследования трендов пищевой промышленности, включают в себя: анализ данных и статистики, исследование рынка, использование экспертных прогнозов.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

1. На рынке Беларуси наблюдается тенденция к увеличению компаний в отрасли. Подтверждается наличием стабильного спроса, устойчивой динамикой роста объемов производства, а также возможностью получения государственной поддержки в виде льготного финансирования и налоговых преференций. На сегодняшний день отрасль занимает ведущее место в структуре промышленного производства. Создаются новые рабочие места, производятся продукты и оказываются услуги, усиливается конкуренция на разных рынках [1]. Это подтверждается национальной статистикой (табл.).

Состояние отрасли пищевой промышленности

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021	Анализ
Кол-во компаний в отрасли	1057	1097	1131	1181	1182	Наблюдается тенденция к увеличению компаний в отрасли
Объем промышленного производства, млн. руб.	23180	25133,10	27288,50	30723,80	35824,10	Объем промышленного производства увеличивается
Удельный вес вида экономической деятельности в общем объеме промышленного производства, процентов	24,6	22,8	23,6	25,9	23	Удельный вес в общем объеме промышленного производства снижается
Среднесписочная численность работников, тыс. человек	140,4	139,5	138,2	137,2	136,8	Численность работников, занятых в сфере производства продуктов питания, стабильно снижается. Причины этого могут быть в автоматизации производства, нежелании людей работать, низких ЗП
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников, руб.	850,5	935,5	1053,9	1190,6	1359,7	Номинальная ЗП увеличивается

В 2017 г. было зарегистрировано 1057 компаний в отрасли, а в 2021 г. – 1182 компаний. Крупнейшими предприятиями по производству пищевых продуктов являются ОАО «Савушкин продукт», СП «Санта-Бремор» ООО, ОАО «Бабушкина крынка», ОАО «БЕЛЛАКТ», РПТУП «Молочный гостинец», СП ОАО «Спартак», СОАО «Коммунарка», ОАО «Брестский мясокомбинат», ОАО «Волковысский мясокомбинат».

2. Осуществляется переход к четвертой промышленной революции (Индустрия 4.0). Новый подход к производству предполагает массовое внедрение информационных технологий в промышленность, масштабную автоматизацию бизнес-процессов, использование альтернативных источников сырья и биотехнологий.

Сейчас в Республике Беларусь приоритетной задачей по снижению вредных воздействий на окружающую среду и восстановлению природных комплексов является достижение устойчивого снижения вредных воздействий промышленных предприятий на окружающую среду при осуществлении хозяйственной деятельности.

Уникальным кейсом служит предприятие СП «Санта Бремор» ООО в декабре 2021 года они запустили в эксплуатацию инновационный холодильный комплекс с самой большой холодильной системой каскадного типа в стране. Охлаждение осуществляется путём применения природных хладагентов, которые не вызывают парникового эффекта и не разрушают оберегающий планету озоновый слой. Также это одна из первых компаний, которая внедрила систему энергетического менеджмента (ISO 50001). Использование этого стандарта позволило качественно решить задачу по холодоснабжению с учетом повышения энергетической эффективности и результативности. Поскольку отрасль пищевой промышленности находится в состоянии активного развития, некоторые промышленные предприятия Беларуси уже активно применяют современные технологии и инновации в производстве с учетом социальных и экологических аспектов:

автоматизация производственных процессов: внедрение автоматизированных линии для управления производственными процессами, которые позволяют снизить риск человеческих ошибок и повысить эффективность работ;

использование гомогенизаторов высокого давления для создания и хранения продуктов;

контроль качества с применением современных методов анализа: ЯМР-спектроскопия, хроматография, биохимические анализы продукта;

использование системы управления качеством и соблюдение норм безопасности, основанную на принципах НАССР (анализ опасностей и контроль критических точек);

применение систем управления производственными заказами и автоматизации складского учета.

3. Тренд на осознанность, этичность и разумное потребление. Потребители активно обращают внимание на более здоровые и экологичные продукты питания и проблемы, связанные с их производством. Среди принципов осознанного потребления – отказ от использования одноразовых товаров, вторичное использование сырья, сокращение объемов потребления, сортировка отходов и переработка.

4. Проявленность в интернете и взаимодействие с потребителями используя многоканальные средства. С развитием социальных сетей и электронной коммерции многие продовольственные компании имеют возможность охватить более широкую аудиторию, повысить узнаваемость бренда, отстраниться от конкурентов, приобрести лояльность и поддержку потребителей с использованием различных маркетинговых каналов. Демонстрируя свои продукты, создавая пользовательский контент и взаимодействуя с клиентами в режиме реального времени. Также построение прочных отношений с клиентами важно для снижения риска неудачи при внедрении новых продуктов или при «инновациях» в производстве, ребрендинге существующего продукта.

Социальный медиамаркетинг успешно используют в своих бизнес-стратегиях кондитерская фабрика «Коммунарка», «Спартак», производитель молочных продуктов «Савушкин продукт» и «Бабушкина крынка», производитель продуктов питания «Брестский мясокомбинат».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, располагая высоким производственным, инновационным потенциалом современные белорусские предприятия должны укреплять ведущие позиции на международном уровне как производитель конкурентоспособной продукции, полностью удовлетворяющей требованиям потребителя к качеству и безопасности продуктов питания. Принимать активное участие в международных программах гуманитарного продовольственного реагирования, поддерживать развитие местного сельского хозяйства. Продумывать стратегию развития своего ассортимента опираясь на мировые тенденции и адаптировать их под специфику своего производства с целью улучшения жизни людей и заботе об окружающей среде.

Библиографические ссылки

1. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/promyshlennost/publikatsii_13/index_39762/ (дата обращения: 10.06.2023).
2. Trend Reports [Электронный ресурс]. URL: <https://www.trendhunter.com/food> (дата обращения: 10.06.2023).

ПОЛИТЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОЛОГИЯ КАРЛА МАРКСА

Ф. Грицев

fgritsev@gmail.com;

Научный руководитель – Ю. Л. Астраух, старший преподаватель

Наука уже давно отделена от религии, однако в ней остались секуляризованные теологические понятия. В этой статье сначала было сравнено понимание политики у Аристотеля и К. Шмитта, после чего была интерпретирована марксистская концепция истории, как переход от человека, описанного Шмиттом, к человеку, описанному Аристотелем.

Ключевые слова: политика; политическая экономия; политическая теология; иудейская эсхатология; марксизм.

Способ, как исследователь в области социальных или гуманитарных дисциплин описывает отношения людей в обществе, упирается в его представление о человеке в целом, а они, в свою очередь упираются в антропологию той или иной культуры, к которой принадлежит или чьему влиянию он подвержен. Человек как личность формируется в социуме, поэтому его представление о мире и о роли человека в мире будет во многом зависеть от той культуры, где его личность сформировалась. Далее будет попытка сравнения марксистской антропологии с антропологией разных религиозных систем, которые косвенно могли оказать на неё влияние, либо даже стать её основой. Однако, предварительно нужно рассмотреть антропологию и нескольких других авторов.

Согласно Аристотелю, человека от животных отличает речь, способность общаться при помощи языка. Высшей формой общения является политика, человек по своей природе «существо политическое». «Высшей» она является потому, что она суть предварительное условие, для существования всех остальных видов общения [1, с. 3–9].

Однако у политики существует ряд других определений, которые ей давались авторами разных эпох. Вебер, к примеру, определяет политику как «стремление к участию во власти или к оказанию влияния на распределение власти, будь то между государствами, будь то внутри государства между группами людей, которые оно в себе включает» [2, с. 12].

Из-за сложности определения и вариативности существующих формулировок, пытающихся раскрыть содержание понятия «политика», немецкий правовед и политический философ Карл Шмитт, утверждал, что нельзя дать дефиницию этому понятию вообще. Можно лишь определить критерий, который определяет, что относится к «политическому», а что нет. Этот критерий автор сформулировал как: «различение друга и врага»

[3, с. 301]. Так, согласно Карлу Шмитту, политика имеет конфликтную сущность.

Поэтому Шмитт критиковал определение Аристотеля, так как то, было слишком широким и не учитывало конфликтную природу политики [3, с. 353]. Такие разные понимания политики вытекают из разных представлений авторов о человеке.

Карл Шмитт в другой своей работе «Политическая теология» отстаивает точку зрения, что «все точные понятия, современного учения о государстве представляют собой секуляризированные теологические понятия» [3, с. 34]. Поэтому он сам, не скрывая, говорит о том, что его пессимистическая антропология берется из католического представления о человеке как о существе, поврежденном первородным грехом [4, с. 57–79].

Если продолжить логику Шмитта, то можно сказать, что аристотелевское понимание человека берётся из эллинского, в котором не существовало идеи о том, что человек по своей природе порочен.

Маркс, как и Шмитт, говорил о конфликтной сущности политики. Маркс определял политику как инструмент классового подавления и борьбы. Содержание политики, согласно Марксу, всегда определяется интересами класса или союза классов. Любая общественная проблема приобретает политический характер, если её решение, прямо или опосредованно, связано с классовыми интересами, проблемой власти [5, с. 360]. Однако при этом Маркс разделяет аристотелевский взгляд на человека как на существо политическое. В целом идеи Маркса сильно перекликались с Аристотелем и по другим вопросам, в основе близости их идей нацеленность на «возврат человека к самому себе и в силу этого к другому человеку» [6, с. 16]. Поэтому Маркс считает, что этот конфликт, лежащий в основе политики, может быть разрешен посредством разрешения классового конфликта. История движется в сторону разрешения этого конфликта.

Возвращаясь к «Политической теологии», можно сказать, что не только политические теории, но и политэкономия, в частности Маркса, не избежала секуляризованных теологических категорий в своих рассуждениях.

Антропология Маркса и его оптимистические взгляды на разрешение конфликтов в обществе во многом схожи с иудейской эсхатологией. В иудаизме, уже в Ветхом Завете, в книге Исаяи (появившееся во времена Вавилонского пленения) начинают проглядываться первые эсхатологические идеи:

«И возвратятся избавленные Господом и придут на Сион с пением, и радость вечная над головою их; они найдут радость и веселье: печаль и вздохи удалятся» (51:11 Исаяи) [7].

«Так говорит Господь, Искупитель ваш, Святой Израилев: ради вас Я послал в Вавилон и сокрушил все запоры и Халдеев, величавшихся кораблями» (43:14 Исайи) [8].

Согласно румынскому религиоведу Мирча Элиаде, иудейская эсхатология времён Второго Храма, была подвержена воздействию зороастризма. Также, как и в зороастризме, в иудаизме эсхатологические ожидания оптимистичны: последние времена связаны с утверждением царства Бога (Яхве) на земле [9, с. 196–199]. Хилиазм, направленный в будущее, страстное требование и ожидания тысячелетнего Царства Божия на земле – главные черты иудейского мессианства, его оптимистических эсхатологических ожиданий.

Эрик Фёгелин, изучая марксизм, пришёл к выводу, что марксизм является формой гностицизма. Под гностицизмом он понимал тип мышления, претендующий на абсолютное когнитивное овладение реальностью. Опираясь на претензию на гнозис, гностицизм считает свое знание не подлежащим критике. Гностицизм может принимать трансценденталистские (как в случае гностического движения поздней античности) или имманенталистские формы (как в случае марксизма) [10].

Марксизм, таким образом, квалифицируется как «гностический», поскольку он утверждает, что совершенное общество на земле может быть установлено после того, как капитализм будет свергнут пролетариатом. Однако, в отличие от иудаизма, гностицизм предполагает освобождение от этого мира, а не его преобразование. С гностицизмом можно было бы сравнить философию де Бовуар, так как она считала, что патриархат сковывает женщину имманентным [11].

Кроме того, если, к примеру, индоевропейское мировоззрение направлено на утверждение индивида, иудаизм же по своей духовной природе коллективистичен. Индивидуализм мог возникнуть только на Западе.

В иудаизме же, индивидуальная судьба человека, полностью зависит от судьбы народа, судьбы Израиля. В иудаизме не прослеживаются идеи индивидуальной свободы и индивидуальной вины, которая есть в христианстве или даже в языческих религиях дохристианской Европы.

Маркс также рассматривал человека как существо, которое полностью детерминировано социальной средой, экономические отношения для него – не отношения между индивидами, а отношения между классами, то есть группами людей. Индивидуализм Маркс отвергал, словом «робинзонада» он критиковал «вульгарную» политэкономия.

В основе истории, согласно иудаизму, лежит эксплуатация человека человеком, эксплуатация в более широком смысле, чем в современном понимании. Разрешение истории – упразднение эксплуатации и страданий, утверждение Царства Бога на земле. Ожидание правды и справедли-

вости на земле в коллективной судьбе народа – одна из главных черт религии Авраама и Моисея.

Таким образом, при помощи компаративного анализа, была попытка не просто показать, что Маркс был подвержен иудейским представлениями об истории и человеке, но и то, что любая другая экономическая школа неосознанно может быть подвержена религиозным архетипам, которые хоть и утратили свой сакральный статус, но были вытеснены на профанные сферы.

Библиографические ссылки

1. *Аристотель*. Политика / Аристотель; [пер. с древнегреч. С. А. Жебелева]. Москва: Издательство АСТ, 2019. 384 с.
2. *Вебер М.* Политика как призвание и профессия. Харьков : Гумани-тарный центр, 2018. 226 с.
3. *Шмитт К.* Понятие политического / [пер. с нем. А. Ф. Филиппов. Санкт-Петербург : «Наука», 2016. 556 с.
4. *Шмитт К.* Политическая теология / [пер. с нем. А. Филиппова]. Москва : Канон-пресс-ц, 2000. 336 с.
5. Маркс, К. Сочинения том 1. Москва : Институт Маркса-Энгельса-Ленина-Сталина при ЦК КПСС, 1955. 723 с.
6. *Зубец О.П.* Концептуальная близость с Аристотелем как ключ к этическому замыслу Маркса // Технологос. 2018. № 3. С. 16–27.
7. Книга пророка Исаии, 51:11 // Азбука веры, Библия URL:<https://azbyka.ru/biblia/?Is.51:11>. (дата обращения: 17.05.2023).
8. Книга пророка Исаии, 43:14 // Азбука веры, Библия URL: <https://azbyka.ru/biblia/?Is.43:14>. (дата обращения: 18.05.2023).
9. Элиаде М. История веры и религиозных идей том. 2 / [пер. с фр. Н.Б. Абалакова, С.Г. Балашова, Н.Н. Кулакова, А.А. Старостина]. Москва : Критерий, 2002. 279 с.
10. Gnosis // Dictionary of Voegelinian Terminology [Электронный ресурс]. URL: <http://watershade.net/ev/ev-dictionary.html#gnosis> (дата обращения: 18.05.2023).
11. *Михайловна К.В.* Личность и творчество Симоны де Бовуар (видимое и сущее) // Ярославский педагогический вестник. 2017. № 3. С. 240–245.

ТРЕНДЫ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Д. Д. Данилова, Д. Н. Собалевская

ddanilova2107@gmail.com, westikd@yandex.by;

Научный руководитель – Е. В. Сошникова, старший преподаватель

В статье проводится анализ функционирования маркетплейсов в Республике Беларусь: рынок электронной коммерции, доля онлайн-продаж. Рассматривается электронная коммерция как новый сегмент мировой торговли, ее текущее состояние и место в мировой экономике. На основании проведенного анализа предложены рекомендации по улучшению уровня развития маркетплейсов в Республике Беларусь.

Ключевые слова: маркетплейсы; электронные платежные системы; селлеры; электронная коммерция; площадка; электронный бизнес.

Электронная коммерция, способствующая ускорению обмена информацией и росту мировой торговли, является одним из основных глобальных трендов экономического развития.

Пандемия коронавируса в 2020 году дала мощный толчок развитию маркетплейсов, ввиду чего маркетплейсы оказались в новых реалиях, и приоритеты сменились в стороны отечественных изготовителей.

Электронная коммерция позволяет компаниям проводить трансграничные транзакции более эффективно и гибко, более тесно взаимодействовать с глобальными поставщиками и быстрее реагировать на запросы и ожидания клиентов. Компании могут выбирать своих поставщиков независимо от географических и политических границ и предлагать свои товары и услуги на мировом рынке [1].

Этап развития маркетплейсов в Республике Беларусь

Беларусь сейчас находится на ступени развития маркетплейсов, которую Китай прошел 7–8 лет назад, где на каждую, даже специфическую отрасль, есть свой маркетплейс: стоматология, строительная сфера, зоотовары и прочее, мы же, в свою очередь, только движемся в этом направлении. Основную долю рынка на данный момент делят несколько крупных игроков, крупнейшие из которых Wildberries и Ozon.

Главным образом, развитию маркетплейсов поспособствовала пандемия коронавируса. Маркетплейсы существовали задолго до сложной эпидемиологической ситуации, но именно в период пандемии покупателем все чаще стали использовать данный вид торговых

площадок: онлайн-шопинг доступен круглосуточно, покупки не отнимают много времени (с помощью фильтров процесс выбора становится удобным и понятным), для того, чтобы получить свою покупку не обязательно выходить из дома, к тому же, на маркетплейсе можно найти все: от продуктов питания до крупной техники. Таким образом, пандемия сформировала некий тренд на маркетплейсы [2].

В 2020 году белорусский рынок электронной коммерции показал рост на 40 % и составил 2,3 млрд рублей. Доля онлайн-продаж в розничном обороте страны составила 4,5 %. Спрос на медицинские товары и продукты питания больше всего вырос в сфере онлайн-торговли, при этом 60 % онлайн-заказов совершается через смартфон. Большинство граждан предпочитают совершать покупки в белорусских интернет-магазинах (85,4 %). Почти треть интернет-покупателей (31,8 %) приобретали товары в зарубежных интернет-магазинах.

Электронные платежные системы в Беларуси являются наиболее перспективным способом оплаты услуг с использованием Интернета. Наиболее широко представлены следующие электронные платежные системы в Беларуси – EasyPay, WebMoney, WEBPAY и другие. Среди них лидером по платежам является Visa (51,41 %), чуть меньше – Mastercard (47,84 %), а на третьем месте находится Maestro (бренд Mastercard) – 0,75 %.

Если говорить о сегментах бизнеса, в которых платежные карты использовались чаще всего, то можно выделить следующие:

- Азартные игры и игра на фондовой бирже – 33,07 % от общего оборота;
- Доставка еды из ресторанов и магазинов – 11,55 %;
- Покупка товаров на рынках с доставкой на дом – 8,15 %;
- Онлайн-покупка и оплата товаров из сферы электроники и бытовой техники магазины бытовой техники – 6,74%;
- Оплата услуг сотовой связи через Интернет – 6,26 %.

Самые популярные ниши товаров на маркетплейсах в 2023 году

Безусловно, самыми популярными категориями товаров являются бытовые: одежда, обувь, аксессуары, детские товары, парфюмерия и бытовая химия. Но важно также отметить, что в последнее время появился тренд на крупную технику. Товары данной категории стремительно набирают популярность [2].

Wildberries и Озон — две топовых торговых площадки. По итогам первого полугодия прошлого года на них пришлось свыше 68 % онлайн-заказов.

Согласно исследованию Data Insight, ТОП-5 самых представленных продавцами ниш на белорусских онлайн-платформах в середине прошлого года выглядел следующим образом:

- Товары для дачи и дома;
- Детская категория;
- Одежда и обувь для взрослых;
- Электроника и бытовая техника;
- Автоаксессуары.

Селлеры обычно начинают продажи на Wildberries и Ozon, так как это самые крупные игроки на рынке, у них отработанная схема работы с селлерами и понятная, простая политика для выхода на торговую площадку. Статистика показывает, что подавляющее большинство селлеров сначала заходят на Wildberries (там самая понятная и прозрачная политика при работе с селлерами), там они захватывают часть аудитории, а потом уже масштабируют свою торговлю на Ozon и затем постепенно на другие площадки в зависимости от товарных групп. Есть ниши товаров, которые не так хорошо заходят на Wildberries, а лучше на Ozon, поэтому селлеры видят смысл присутствия на обеих площадках [3].

Развитие маркетплейсов в будущем

Развитие маркетплейсов будет происходить по двум направлениям: стандартному и узкоспециализированному. Стандартное направление подразумевает собой рост селлеров на крупных площадках до 85 %. Также будут наращивать обороты узкоспециализированные маркетплейсы, как это происходит Китае.

Стоит также отметить, что сегодняшней день на старте находятся маркетплейсы для сферы B2B. Есть вероятность, что к 2025 году начнется активное использование маркетплейсов в качестве эффективного инструмента для ведения бизнеса в оптовом сегменте.

Несмотря на свой стремительный рост, рынок электронной коммерции в Беларуси все еще далек от насыщения. Доля рынка электронной коммерции в Республика Беларусь по-прежнему не превышает 2 % от общего розничного товарооборота, в то время как средние показатели в развитых странах достигают 10–15 % [4].

Библиографические ссылки

1. Белова Ю. А. American and Chinese practices in e-commerce development in the Republic of Belarus // Современный механизм функционирования торгового бизнеса и туристической индустрии: реальность и перспективы: материалы

- VI Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 2022. С. 437-439.
2. Что продавать на маркетплейсах в 2023 году. Тренды Озон и Вайлдберриз [Электронный ресурс] // Xway – Официальный операционный партнёр маркетплейсов и разработчик технологических решений: [сайт]. [2014]. URL: <https://xway.ru/blog/trendi-tovarov-dlya-prodazhi-na-marketpleisah-v-2023-godu/> (дата обращения: 14.05.2023).
 3. *Rutko D., Miliutina V.* International Experience in the Development of Electronic Commerce and Its Application in the Republic of Belarus. 2022. Issue 3. P. 473–484.
 4. Постановление Совета директоров Национального банка Республики Беларусь от 29 декабря 2007 г. № 414 [Электронный ресурс] // Эталон online : [сайт]. [2006]. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=b20817968> (дата обращения 12.05.2023).

ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНТЕГРАЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ПОЛИТИКУ ГОСУДАРСТВ

А. С. Данченко

sashayadanch4@gmail.com;

Научный руководитель – О. Е. Трясунова, старший преподаватель

Современная экономическая политика государств включает порядок ведения хозяйственной деятельности в мире со стирающимися экономическими границами. В статье рассмотрены два основных фактора, характеризующих современную национальную политику и влияющих на успешность интеграционных отношений: институциональное оформление интеграции на конкретных этапах и совместимость участвующих стран. Они подкреплены фактами международной интеграционной практики.

Ключевые слова: международная экономическая интеграция; национальная экономическая политика; критерии «интеграционной зрелости»; модель гравитации; Европейский союз; Евразийский экономический союз; интеграционная практика Беларуси.

Путем многочисленных проб и ошибок экономическое сообщество пришло к выводу о необходимости государственного вмешательства в экономику, которое осуществляется им посредством экономической политики. Ее природа в современном мире особенная. Из-за выхода экономических связей на международную арену под воздействием глобализации ни одну страну не обошла экономическая интеграция в той или иной степени. Другими словами, не существует «чистой» экономической политики – политики, не включающей факт интеграционных процессов.

Первый аспект, определяющий меру влияния международной интеграции на национальную экономическую политику, – глубина связи. Она создает условия, в которых разворачивается взаимодействие.

Наиболее часто используемой в теории является классификация Б. Балаши [1, с. 1202]. Каждая из существующих форм, определенная Балаши накладывается на предыдущую, то есть каждая последующая форма характеризуется более глубокой степенью взаимодействия участников. Так, зона свободной торговли призвана создать «точки соприкосновения». Таможенный союз задает первую Общую политику – внешнеэкономическую. Именно общие политики в интеграционных объединениях «цементируют» совместные интересы и цели. Общий рынок обеспечивает свободу движения факторов. Экономический союз накладывает новый слой «цемента», регламентируя Общую внутреннюю политику. Влияние интеграции в последней ее форме наиболее широкое (Общие монетарная, фискальная и социальная политики).

Каждой форме интеграции характерна своя институциональная структура. Следовательно, это и есть первый собирательный фактор влияния международной экономической интеграции на национальную экономическую политику.

Пример Европейского союза (ЕС), как самой глубокой связи из представленных в мире, характеризуется наличием как межгосударственных, так и наднациональных институтов, влияние которых растет. Однако их специфика в представительстве каждой страны, поэтому частичная добровольная утеря страной суверенитета при принятии ею решения об углублении международного экономического сотрудничества не пропорциональна влиянию международной интеграции на национальную экономическую политику. Более того, мера влияния закрепляется в Договоре между странами в виде компетенций. Наибольшее влияние регламентировано в сферах исключительных компетенций (для ЕС: конкурентная, финансово-кредитная и торговая политика).

Второй фактор влияния – совместимость государств или, другими словами, экономическая обоснованность интеграционного объединения. Чем более совместимы для тесного сотрудничества страны, тем больше вероятность совпадения их целей. Ведь практика показывает, что стартовые противоречия со временем только усугубляют отношения. Свидетельство тому – Брексит – выход Великобритании из ЕС из-за первоначального несовпадения целей преимущественно в аграрной политике.

Так, моделью оценки были определены критерии «интеграционной зрелости» Ю. В. Шишкова [2], дополненные моделью гравитации Я. Тинбергена.

Первое и, в большинстве случаев, самое значимое условие – схожий уровень развития стран. Оно хорошо сочетается с гравитационной моделью. Общее положение модели в упрощённой форме можно сформулировать следующим образом: чем больше и ближе экономики стран, тем больше они торгуют друг с другом. Второе условие для достижения «интеграционной зрелости» – децентрализация экономики, с характеристиками рыночной системы. Экономическая интеграция как объединение суверенных государств с необходимыми компромиссами в интересах несовместима с командно-административной системой хозяйствования. Последний критерий отвечает за обеспечение доверия со стороны партнёров. Ю. В. Шишков определяет его как соответствие страны политической демократии. Этот критерий выставляет требования в виде соответствия государственных интересов национальным.

Итак, в случае ЕС, хотя объединение обоснованно исходя из расположения и относительного культурного сходства, экономическое обоснование достаточно слабое для 27 стран. Союзу характерна большая раз-

бежка в ВВП на душу населения по паритету покупательной способности (ППС) некоторых стран (значение в 133 363, 67 долл. для Люксембурга; 31 493, 85 долл. – для Греции в 2021 году), что свидетельствует о наличии экономически устойчивого ядра и более слабых регионов [3]. Выделяется и влияние фактора первенства: шестерка создателей (Бельгия, Люксембург, Германия, Франция, Нидерланды и Италия) отличается достаточно благоприятным экономическим положением. Поэтому можно говорить о влиянии эффекта «домино» и демонстративного эффекта как причин столь масштабного расширения Союза. Второй и третий критерии «интеграционной зрелости» для стран ЕС согласуются.

В Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС), в котором состоит Беларусь, объединение более обоснованно с экономической точки зрения (табл. 1). Хотя также есть «ядро» в составе инициаторов – Беларуси, России и Казахстана. Но количество стран меньше. А значит, есть возможность более равномерного влияния каждой страны, и уступки национальных политик менее значительны.

Таблица 1

Оценка ЕАЭС по критериям «интеграционной зрелости» (2020) (собственная разработка на основе источников [3], [4], [5])

Страна	ЕАЭС	Союзное государство	ВВП на душу по ППС, долл. США	Индекс либерализма	Демократия
Беларусь	+	+	20 278	61,7	2,59
Россия	+	+	29 936	61,0	3,31
Казахстан	+		26 750	69,6	3,14
Армения	+		14 089	70,6	5,35
Кыргызстан	+		4 985	62,9	4,21

Экспорт и импорт Беларуси доказывает модель гравитации – большая часть торгового оборота Беларуси направлена на Европейские страны (около 73 % от общего экспорта в 2020 году). Вторая по величине доля приходится на Азию (около 10 % экспорта) [3]. И такой паттерн устойчив, так как сохранился через 10 лет. Торговые отношения с удаленными государствами напротив сворачиваются.

Россия – главный торговый партнер в как с экспортной стороны, так и с импортной, что нашло применение в таком интеграционном объединении, как Союзное государство.

Также выделяется Китай: белорусская торговля с ним растет. Современные тенденции ведут к выводу об укреплении позиций Китая на международной арене, и Беларусь может использовать себе на пользу стремление Китая построить современный Шелковый путь. В практике

существует масса примеров успешного белорусско-китайского сотрудничества несмотря на культурные различия, что теоретически обосновано критериями «интеграционной зрелости»: они схожи для Беларуси и Китая (табл. 2). Ярчайший пример их взаимодействия – индустриальный парк «Великий камень» на территории Беларуси.

Таблица 2

Совместимость Беларуси и Китая по критериям «интеграционной зрелости» (2020) (собственная разработка на основе источников [3],[4],[5]).

Страна	ВВП на душу по ППС, долл. США	Индекс либерализма	Демократия
Беларусь	20 278	61,7	2,59
Китай	17 189	59,5	1,94

Наиболее перспективное направление международного экономического сотрудничества для Республики Беларусь в сложившихся условиях – сохранение членства в ЕАЭС с его возможным расширением.

В заключение, следует обозначить: взаимосвязь международной экономической интеграции и экономической политики является двусторонней и зависит от конкретного случая. Основные факторы влияния – совместимость стран (или экономическая обоснованность объединения) и институциональное оформление (условия взаимодействия). Первый определяет эффект влияния: положительный или отрицательный – ведь при схожих интересах у государств не возникает необходимости оспаривания Общих политик. Второй обуславливает меру влияния исходя из компетенций и глубины действующей формы.

Библиографические ссылки

1. Sapir A. European Integration at the Crossroads: A Review Essay on the 50th Anniversary of Bela Balassa's Theory of Economic Integration // Journal of Economic Literature. 2011. Vol. 49. №4. P. 1200–1229.
2. Шишков О. В. Интеграционная зрелость – неперемное условие сращивания национальных экономик // Россия и СНГ в новейших европейских интеграционных процессах. 2003. №6. С. 5–94.
3. The World DataBank / The World Bank Group. – World Development Indicators database [сайт]. URL: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> (дата обращения: 24.04.2023).
4. EIU Democracy Index 2022. – World Democracy Report [сайт]. URL: <https://www.eiu.com/n/campaigns/democracy-index-2020/> (дата обращения: 24.04.2023).
5. Heritage Foundation: Index of Economic Freedom 2020 [сайт]. URL: <https://www.heritage.org/index/explore?view=by-region-country-year&countryids=®ionids=&yearids=26> (дата обращения: 24.04.2023).

НОВЫЕ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ. БИОЭКОНОМИКА

Я. А. Дявго

yana.dyavgo2003@gmail.com;

Научный руководитель – Е. С. Зарожная. старший преподаватель

В настоящее время все больше внимания уделяется развитию биоэкономики, в связи с ростом интереса к устойчивому развитию и охране окружающей среды. В этом контексте институциональный анализ приобретает особую значимость. В статье представлен анализ взаимосвязи биоэкономики и институционального анализа, а также перспективы использования данной концепции.

Ключевые слова: биоэкономика; устойчивое развитие; институциональная экономика; зеленая экономика.

Институты определяют поведение людей в экономике и влияют на результаты экономической деятельности, а также определяют права собственности, контрактные отношения и обязанности участников рынка.

Ключевым фактором в институциональном анализе является то, что биоресурсы и биотехнологии являются общественными благами, доступными всем членам общества. При этом использование этих ресурсов может вызывать отрицательные внешние эффекты. В таком случае, институты играют важную роль в организации процесса использования биологических ресурсов, сокращении транзакционных издержек и снижении проблем координации.

Существует несколько институтов, которые способствуют эффективному использованию биоресурсов. Рассмотрим развитие концепции биоэкономики в разных странах, основываясь на анализе разных институтов.

Один из институтов, институт норм, устанавливает правовые нормы, которые регулируют использование биоресурсов и биотехнологий. Однако, в различных странах правовые нормы и институты, ответственные за регулирование биоэкономической деятельности, могут значительно отличаться. Проанализируем биоэкономическую политику нескольких стран с точки зрения программных документов.

На основе данных таблицы, можно отметить, что каждая страна имеет различные обоснования для принятия подобных документов. Например, страны-члены Европейского Союза активно используют альтернативные, возобновляемые источники энергии, в то время как Республика Беларусь только начинает развивать направление «зеленой» экономики. По статистике, в Республики Беларусь, доля объема производства

первичной энергии из возобновляемых источников энергии к валовому потреблению топливно-энергетических ресурсов должна составлять в 2030 году — 8 %. А в странах Евросоюза к 2030 году до 80% электроэнергии ЕС может быть произведено без использования ископаемого топлива.

Еще одним важным институтом является государство, которое занимается охраной окружающей среды, обеспечивает рациональное использование природных ресурсов, а также занимается вопросами экологической безопасности. Важным аспектом, связанным с использованием биологических ресурсов, является сохранение биоразнообразия. Это может быть достигнуто путем создания заповедников, национальных парков и других защищенных территорий, где биологические ресурсы будут под контролем и не подвергнуты исчерпанию.

Институт фирмы может поспособствовать инвестированию в экологичные проекты, а также при использовании возобновляемой энергетики, экологического менеджмента и минимизации отходов.

В контексте использования биологических ресурсов в биоэкономике, следует упомянуть институт технологических инноваций. Экоинновации широко используются с целью снижения воздействия деятельности предприятий на окружающую среду. К таким инновациям относятся: разработка и применение ресурсосберегающих технологий, создание экологически чистых продуктов, внедрение новых способов организации производства.

Институциональный анализ позволяет оценить взаимодействие между институтами и биоэкономикой, определить ограничения и возможности, а также предложить рекомендации для создания более эффективной и устойчивой биоэкономики. Для более четкого понимания характера связи между биоэкономикой и институтами, определим факторы, характеризующие эффективность использования этой концепции и адаптированность стран к переходу на «зеленую» экономику. К таким факторам можно отнести: правовое регулирование; выбросы углекислых газов; вторичное использование ресурсов; экологический налог и мощность альтернативной энергетики.

Каждая страна имеет свою уникальную долгосрочную стратегию. Государство и общество по-разному относятся к проблемам биоэкономики. В более развитых странах, таких как США, Европейский союз и Китай, общество понимает последствие экологического кризиса. В этих странах люди имеют ограничения на использование воды, лимит на загрязнение воздуха, высокое налогообложение. В развитых странах экологические проблемы нарастают постепенно и в них сформировалась социально правовая технологическая и культурная основа для их реше-

ния. Опыт биоэкономической политики развитых стран может служить примером для России и Беларуси. Пока эти страны не дошли до критической точки, общество не понимает последствия и государство принимает не такие жесткие меры. Например, в Китае и странах Европейского союза за нарушение экологии предусмотрена не только административная, но и уголовная ответственность. В то время как в России сумма экологического налога определяется налогоплательщиком самостоятельно. Неизбежно ухудшение состояния окружающей среды, поэтому нельзя добиваться только экономического роста. Достигнутые результаты экономического роста обесцениваются деградацией природы. Расходы, необходимые на восстановление разрушенной природной среды, превышают возможности развивающихся стран, поэтому нельзя ждать подъема экономики для решения экологических проблем.

Стоит отметить, что в сфере биоэкономики возникают значительные транзакционные издержки и проблемы координации, связанные с неоднородностью информации, высокими издержками на исследования и разработку новых продуктов, сложностью оценки качества и безопасности продуктов, а также с необходимостью соблюдения законодательства и стандартов.

Помимо транзакционных издержек и неоднородностью информации, возникают информационные асимметрии, когда одна сторона сделки обладает большим объемом информации, чем другая. Это может привести к тому, что участники сделки принимают неоптимальные решения. Из-за этого возникают проблемы выбора наилучшего решения из доступных вариантов. Это связано с неопределенностью, возможностью появления нежелательных результатов или высокими издержками, связанными с реализацией определенных вариантов.

Рекомендации для улучшения биоэкономической концепции при помощи институциональных решений.

1. Создание кооперативов и сетей.

Помогает производителям объединяться в совместные организации для решения общих проблем, таких как использование биологических ресурсов, продажа продукции, управление рисками. Такие кооперативы и сети могут быть созданы как на добровольной основе, так и при помощи государственной поддержки. Например, правительство может предоставлять субсидии на создание и развитие кооперативов. Кооперативы могут помочь улучшить качество и стандарты продукции, что может привести к увеличению конкурентоспособности на рынке.

2. Использование патентов и лицензий в биотехнологической отрасли.

Использование патентов и лицензий позволяет защитить интеллектуальную собственность, а также регулировать их использование. Ком-

пании инвестируют значительные средства в исследования и разработки новых продуктов. Патенты и лицензии дают право эксклюзивного использования своих изобретений и продуктов, что обеспечивает им конкурентное преимущество и позволяет получать прибыль от продажи своих продуктов. Лицензирование может быть использовано для регулирования производства и использования этих продуктов в различных странах и регионах.

Однако, использование патентов и лицензий также может вызывать некоторые проблемы. Например, высокие расходы на приобретение патентов и лицензий могут существенно увеличить затраты на исследования и разработки, а также привести к снижению доступности и ценности биотехнологических продуктов для потребителей. Кроме того, некоторые формы использования патентов и лицензий могут вызывать этические вопросы, например, когда они применяются для получения монопольной позиции на рынке и затрудняют доступ к важным медицинским технологиям и лекарствам для большинства населения.

3. Необходимость учета особенностей биологических ресурсов.

Биологические ресурсы являются непрерывно изменяющимися и сложными системами, которые не всегда могут быть полностью описаны с помощью экономических моделей и теорий. Они могут иметь ограниченную доступность, сезонность, местность и биологические циклы, которые могут быть сложными для управления. Таким образом, при анализе необходимо учитывать эти особенности и разработать инструменты, которые позволят управлять ресурсами эффективно, с учетом их специфики.

4. Развитие цифровых технологий.

Одним из примеров может быть использование блокчейн-технологий в цепочке поставок биопродуктов. Это поможет не только повысить эффективность производства, но и улучшить контроль за использованием биоресурсов и экологическую устойчивость.

Институциональный анализ является важным инструментом для понимания функционирования биоэкономики и ее дальнейшего развития. Институциональные решения в биоэкономике, такие как создание кооперативов, использование патентов и лицензий и разработка новых институциональных решений, могут помочь улучшить управление биологическими ресурсами и создать условия для устойчивого развития биоэкономики. Биоэкономика – относительно новая концепция, которая меняет мышление людей и устррой жизни, поэтому необходима помощь со стороны государства, чтобы как можно быстрее перейти на новый уровень развития. Кроме того, развитие цифровых технологий создают новые

возможности для улучшения управления биологическими ресурсами и устойчивому развитию экономики.

Библиографические ссылки

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 10 декабря 2021 г. № 710 «О Национальном плане действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021–2025 годы» [Электронный ресурс]. URL: <https://minpriroda.gov.by/uploads/files/2021/nats.plan-po-razvitiju-zelenoj-ekonomiki.pdf> (дата обращения: 16.05.2023).
2. Bioeconomy Policy (Part II) – Synopsis of National Strategies around the World [Электронный ресурс]. – URL: [https://www. Bioeconomy%20in%20China.pdf](https://www.Bioeconomy%20in%20China.pdf) (дата обращения: 16.05.2023).
3. OECD INTERNATIONAL FUTURES PROGRAMME THE BIOECONOMY TO 2030: DESIGNING A POLICY AGENDA [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oecd.org/sti/emerging-tech/34823102.pdf> (дата обращения: 30.05.2023).
4. На пути к европейской стратегии по созданию биоэкономики замкнутого цикла [Электронный ресурс]. URL: https://efi.int/sites/default/files/files/publication-bank/2019/efi_fstp5_2017_RU.pdf. (дата обращения: 30.05.2023).

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА С УЧЕТОМ УРОВНЕЙ ОБРАЗОВАНИЯ И ЦИФРОВИЗАЦИИ

В. Д. Ермак

vladislav.yermak1@gmail.com;

*Научный руководитель – Е. Г. Господарик, кандидат экономических наук,
доцент*

В статье рассматривается влияние интеграции стран в систему мировых экономических отношений, развития цифровой экономики и образования на экономический рост на панели из 21 стран ШОС за 2000-2021 года. Проведен кластерный анализ стран ШОС, на основе каждой группы были построены эконометрические модели. Благодаря построенным моделям была оценена степень влияния показателей образования, экспорта ИКТ услуг и товаров на рост ВВП.

Ключевые слова: экономический рост; цифровизация; ИКТ; уровень образования; ШОС; панельные данные; кластерный анализ.

На современном этапе развития Шанхайская организация сотрудничества (ШОС) обладает большими возможностями для совершенствования кооперации между странами-членами. Совсем недавно ее можно было охарактеризовать как международную организацию, которая занимается приграничными вопросами и проблемами разоружения стран-членов. Однако в последние годы осуществляется активное сотрудничество между странами по многим стратегически важным направлениям: экономика и торговля, финансы и инвестиции, образование и наука, технологии и инновации и другие. Республика Беларусь является участником-наблюдателем, но спустя 7 лет нахождения в этом статусе Беларусь может вскоре стать полноправным членом ШОС.

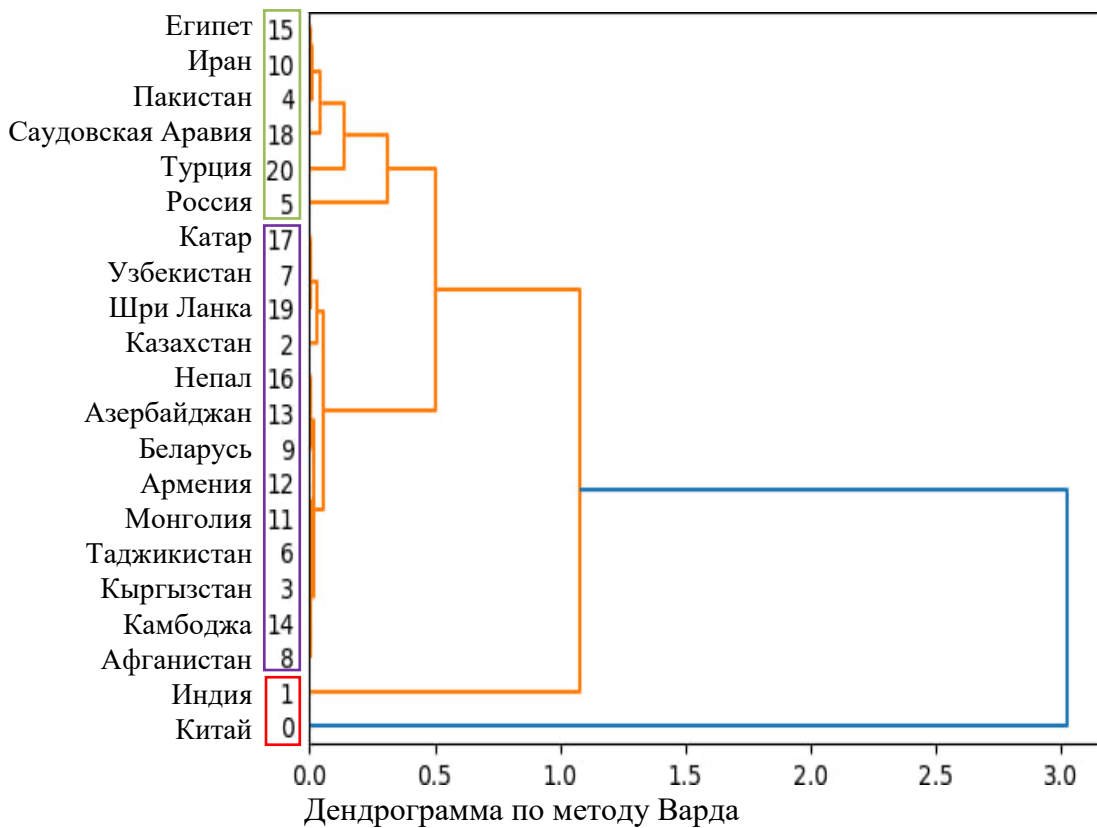
С помощью экономико-математического моделирования предоставляется возможность спрогнозировать значимость влияния выбранных факторов на экономический рост в странах ШОС. Выводы данного исследования позволят понять, какие показатели имеют наибольший положительный эффект на ВВП в странах ШОС, а какие показатели на данный момент и вовсе не влияют на его рост.

Исходя из количества представленных стран, заметим, что выборка по странам является очень разнородной. Таким образом, для более точных оценок влияния показателей на ВВП необходимо провести кластерный анализ, т.е. разбить генеральную выборку на несколько с общими характеристиками. Кластерный анализ является мощным инструментом для выявления скрытых структур и группировки данных. В рамках кла-

стерного анализа существует несколько методов, и одним из наиболее широко используемых является метод Варда.

Метод Варда является иерархическим методом кластеризации, который стремится минимизировать сумму квадратов отклонений внутри каждого кластера при объединении двух кластеров. Метод Варда представляет собой мощный метод кластерного анализа, который позволяет выявить скрытые структуры в данных и группировать их в компактные и однородные кластеры. С помощью метода Варда мы можем провести кластерный анализ и построить дендрограмму, которая покажет иерархическую структуру кластеров.

Для имеющихся панельных данных [1, 2] с помощью среды разработки *Jupyter Notebook* были выполнены все необходимые преобразования и получены следующие результаты (рисунки).



На рисунке вертикальная ось представляет собой меру расстояния или сходства между кластерами, а горизонтальная ось показывает количество объединений или уровни иерархии. Длина ветвей на дендрограмме отражает меру расстояния или сходства между кластерами: короткие ветви указывают на более схожие кластеры, а длинные ветви — на менее схожие.

Построив эконометрические модели для каждого кластера, были получены модели о значимости факторов на ВВП для стран каждого кластера. Результаты построения отражены в таблице, в которой первый показатель – коэффициент регрессии, значение в скобках – вероятность.

Итоги построения эконометрических моделей для каждого кластера

Модели	(1)	(2)	(3)	(4)
Экзогенные переменные моделей	Взвешенные модели со специфичными эффекты по времени (period)			
	Обобщенная модель	1 кластер	2 кластер	3 кластер
$d(\ln(GDP(-1)))$	–	–	48,0463 (0,0000)	111,6981 (0,0001)
$d(\ln(GDP(-2)))$	20,252 (0,0000)	–	–	–
<i>const</i>	0,4976 (0,3434)	-6,4583 (0,0269)	0,7877 (0,1261)	0,4859 (0,6847)
<i>ICT_export_good</i>	0,0920 (0,0006)	–	–	0,06426 (0,0087)
$d(ICT_export_service)$	-0,1692 (0,0677)	–	–	–
<i>ICT_rank</i>	0,0242 (0,0000)	0,0394 (0,0000)	0,0120 (0,0100)	–
$d(internet_user)$	–	–	0,0326 (0,0869)	-0,7318 (0,0001)
<i>school_enrollment</i>	–	0,0577 (0,0344)	–	–
$d(tertiary_female)$	0,1465 (0,0077)	0,2282 (0,0011)	–	–
$d(tertiary_male)$	–	–	–	-0,4184 (0,0125)
R^2	0,4823	0,6586	0,6313	0,9665
<i>F-stat.</i>	9,8847	6,9937	16,4795	17,0501
<i>Prob. (F-stat.)</i>	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
<i>DW</i>	1,7619	1,9028	2,3361	2,7738

В таблице:

- *gdp* – ВВП по ППС в постоянных ценах 2017;
- *ict_export_good* – доля экспорта товаров ИКТ от общего объема экспорта товаров;
- *ict_export_service* – доля экспорта услуг ИКТ от общего объема экспорта услуг;

- *ict_rank* – позиция страны в рейтинге ИКТ, составляемого Международным союзом электросвязи;
- *internet_users* – пользователи интернета в % от всего населения;
- *mobile_users* – пользователи мобильной сотовой связи на 100 человек;
- *school_enrollment* – % зачисления учащихся в среднюю школу;
- *tertiary_female* – % зачисления женщин в высшие учебные заведения;
- *tertiary_male* – % зачисления мужчин в высшие учебные заведения.

Проведение кластерного анализа оказалось целесообразным, так как объясненность эндогенной переменной по каждому кластеру значительно выше по сравнению с обобщенной моделью. К тому же не все факторы из обобщенной модели оказывают значительное влияние на ВВП в разбивке по кластерам. Поэтому проанализировав результаты таблицы, можно сделать вывод о том, что позиция страны в рейтинге ИКТ, доля зачисленных учащихся в средние школы и доля зачисленных женщин в высшие учебные заведения оказывают значительный положительный эффект на рост ВВП в странах 1-го кластера. В странах 2-го кластера позиция в рейтинге ИКТ также оказывает положительное влияние, к тому же доля пользователей интернета от всего населения стран также положительно воздействует на ВВП. Говоря про 3-й кластер, переменная доли экспорта товаров ИКТ от общего объема экспорта товаров оказалась сильно статистически значима. Таким образом, для Китая и Индии очень важно наращивать объемы экспорта ИКТ товаров, чтобы обеспечивать устойчивый экономический рост.

Для всех групп необходимо принимать следующие меры для роста значимости образования и ИКТ на положительный рост ВВП: 1) инвестировать в ИКТ инфраструктуру страны, 2) поддерживать и развивать ИКТ отрасль, 3) развивать международные кооперации, 4) развивать человеческий капитал, 5) оказывать финансовую поддержку сфере образования, 6) модернизировать ИКТ. Комбинация этих мер поможет странам увеличить свою конкурентоспособность на мировом рынке ИКТ товаров и услуг и будет способствовать развитию и конкурентоспособности человеческого капитала.

Библиографические ссылки

1. The World Bank [Electronic resource]. URL: <https://data.worldbank.org> (дата обращения: 15.02.2023).
2. United Nations Development Programme [Electronic resource]. URL: <https://hdr.undp.org/en/data> (дата обращения: 04.02.2023).

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В СОЮЗНОМ ГОСУДАРСТВЕ

В. А. Ермачёк, А. Д. Омелянович

ermacekveronika@gmail.com, alesya_omelyanovich@mail.ru;
Научный руководитель – Т. И. Глеба, кандидат экономических наук,
доцент

В статье исследуется потенциал развития электронной торговли на примере Союзного государства между Республикой Беларусь и Российской Федерацией. Проведен анализ статистических данных, отражающих развитие электронной торговли в рассматриваемых государствах. Авторами был выявлен потенциал и перспективы сотрудничества Республики Беларусь и Российской Федерации в развитии электронной торговли.

Ключевые слова: электронная торговля; электронная коммерция; Союзное государство; стратегическое партнерство; торгово-экономическое сотрудничество.

Электронная торговля, основанная на знаниях об интернет-технологиях и их внедрении в бизнес, играет важную роль в формировании концепции объединения технологий и коммерческой деятельности. Это – ключевой фактор для анализа и прогнозирования экономического состояния страны, а также эффективного планирования и управления данной формой торговли.

Мировые компании, осознавая новые технологические реалии, приняли во внимание возможности онлайн-рынка и начали адаптироваться к быстроменяющимся условиям среды, что привело к практической трансформации всего процесса купли-продажи, который до этого момента оставался относительно стабильным и не подвергался значительным изменениям.

Электронная коммерция бурно развивается как в сегменте бизнес-потребитель (B2C), так и в сегменте бизнес-бизнес (B2B). В сегменте B2C компания продает товары непосредственно конечному потребителю. В сегменте B2B одна компания продает товары другой. В обоих случаях главная цель – дать заказчикам возможность покупать то, что они хотят, в любое время из любого места с помощью любого цифрового устройства.

В соответствии с данными Forbes, прогнозируется, что в 2023 году уже около 20,8 % всех мировых розничных покупок будут осуществляться онлайн. Рынок электронной коммерции развивается с высокой скоростью и характеризуется ожесточенной конкуренцией. Владельцам бизнеса рекомендуется активно отслеживать и учитывать в своей деятельности текущие тенденции и изменения, происходящие на рынке.

Для Республики Беларусь цифровизация сферы торговли представляет собой возможность выйти за рамки традиционных методов обмена товарами и услугами. На текущий момент рынок интернет-коммерции в стране демонстрирует достаточно хорошие темпы роста. К началу 2023 года в Беларуси было зарегистрировано 28 927 интернет-магазинов. Это число увеличилось на 4 % (то есть на 1036 площадок) по сравнению с началом 2022 года. Из них 14 254 интернет-магазина принадлежат юридическим лицам, а 14 673 принадлежат индивидуальным предпринимателям [1].

Особенностью белорусских интернет-магазинов является их сосредоточение в основном в Минске – 64,3 % всех зарегистрированных интернет-магазинов находятся в столице. Однако и регионы страны не остаются в стороне, их доля составляет 35,7 %, включая 14,9 % в Минской области, 4,9 % в Гомельской и 5,5 % в Брестской областях. Для обеспечения качественного обслуживания необходимо не только продать товар, но и оперативно доставить его покупателю. Именно поэтому важно развивать транспортный рынок с высоким уровнем сервиса и доступными ценами, чтобы жители Беларуси могли активнее покупать и продавать товары по всей стране [2, с. 93].

Среди наиболее популярных интернет-магазинов в Республике Беларусь выделяются Deal.by, 21vek.by и Shop.by. В последние годы крупные российские маркетплейсы также проявили значительную активность на белорусском рынке. Ozon официально стал частью электронной коммерции в Беларуси, а Wildberries запустил программы для открытия и функционирования собственных пунктов выдачи заказов.

Для увеличения доли электронной коммерции в общем товарообороте Республики Беларусь необходимо принять ряд мер. Одна из них – развитие логистики, чтобы обеспечить эффективную доставку товаров. Также важно укрепить доверие покупателей к интернет-магазинам, продолжать расширять ассортимент товаров, не отставая от других стран, и применять разнообразные методы ценообразования для стимулирования покупателей. Одним из возможных путей выхода из ситуации может быть принятие отдельного закона, регулирующего электронную торговлю и связанные с ней процессы.

Так, гармонизация цифровых рынков в Беларуси приведет к усилению конкуренции, привлечению инвестиций и улучшению доступа к онлайн-услугам по более выгодным ценам. Это, в свою очередь, будет способствовать росту торговли, созданию новых рабочих мест и общему социально-экономическому развитию страны.

Отдельно рассмотрим главного торгового партнера Беларуси – Российскую Федерацию.

В марте 2023 года аналитики Data Insight опубликовали данные о рынке розничной интернет-торговли в России. Согласно этим данным, в 2022 году объем рынка составил 5,7 трлн рублей, а количество заказов достигло 2,8 млрд рублей. Темп роста количества заказов составил 64 % по сравнению с 2021 годом, и 2022 год вошел в тройку лучших годов российского рынка электронной торговли по динамике числа заказов. Общий объем рынка в российских рублях увеличился на 38 % [3].

В 2022 году средний чек в российской интернет-торговле составил 2010 российских рублей, что на 16% ниже прошлогодних показателей. Это снижение объясняется ростом доли маркетплейсов, которые характеризуются небольшими чеками и частыми заказами. Так, в 2022 году маркетплейсы стали основным фактором роста рынка электронной торговли, и во второй половине года их доля составила 73 % от общего числа заказов, впервые превысив половину всего объема продаж. Прогнозируется, что в 2023 году они продолжат играть ведущую роль в росте рынка – доля Wildberries и Ozon в среднем за год составит 53 % от общего объема онлайн-продаж и 77 % от числа заказов [3].

Благодаря поддержке со стороны государства, усилиям логистов в создании современных логистических решений, активной деятельности посреднических компаний, оказывающих помощь в начале продаж за рубежом, а также информационным и образовательным мероприятиям, проводимым электронными площадками, все больше российских экспортеров начинают осуществлять онлайн-продажи за пределами страны. Экспорт через электронные торговые платформы позволяет предпринимателям снизить затраты, увеличить оборот и получить доступ к широкому спектру рынков сбыта.

Таким образом, у двух стран есть общие интересы в развитии электронной коммерции и цифровизации торговли, которые способствуют разработке и реализации совместных проектов и позволяют выйти на новый уровень сотрудничества. Отметим, что развитие союзных отношений основано на географической близости между двумя странами, а также взаимодополняющих экономиках и тесных кооперационных связях между белорусскими и российскими компаниями. Правовая основа белорусско-российской интеграции заключена в *Договоре о создании Союзного государства*, подписанном главами Беларуси и России 8 декабря 1999 года.

Уход иностранных компаний с российского рынка открыл дополнительные возможности для импортозамещения на сумму 11 млрд долларов США, которые могут быть освоены в том числе и белорусскими производителями. В настоящее время две страны уже сотрудничают по вопросу увеличения поставок 104 товарных позиций Беларуси на российский рынок для компенсации потерянных объемов экспорта в недружественные стра-

ны. Так, экспорт белорусских товаров и услуг в Россию в первом квартале 2023 года вырос почти на 60 % и достиг рекордного показателя за последние 10 лет.

На сегодняшний день в рамках Союзного государства важной задачей по развитию электронной торговли является разработка комплекса мер, направленных на поддержку экспортеров в секторах B2C и B2B. Эти меры включают в себя специальные технические и организационные подходы, создание единых нормативов для деятельности электронных торговых площадок, разработку механизмов защиты и регулирования в области налогообложения, электронных расчетов и электронного документооборота. Кроме того, осуществляется развитие международного диалога с целью обеспечения равных условий торгово-экономического сотрудничества.

Первым важным шагом на пути совместного развития электронной торговли было подписание 5 ноября 2019 года *Соглашения о развитии электронной коммерции* между Ассоциацией компаний интернет-торговли (АКИТ, Россия) и Ассоциацией предприятий онлайн-торговли (АПОТ, Беларусь).

В мае 2023 года президент Беларуси А. Г. Лукашенко на встрече с главой Центробанка России Э.С. Набиуллиной обсудил взаимодействие Беларуси и России в банковском секторе, а также перспективы цифрового рубля и целесообразность введения единой валюты в условиях санкций. Это еще раз подтверждает важность поддержки экономического взаимодействия между странами и необходимость развития в Союзном государстве такого направления, как электронная торговля, позволяющего компаниям преодолевать связанные с санкциями ограничения и находить новые возможности для торговли и экспорта.

Библиографические ссылки

1. Аналитические данные по развитию интернет-торговли в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Ассоциация предприятий онлайн-торговли : [сайт]. URL: <http://apot.by/analiticheskie-dannye-porazvitiyu-internet-torgovli-v-respublike-belarus> (дата обращения: 10.05.2023).
2. *Погосова А. А.* Проблемы и перспективы развития электронной торговли в Республике Беларусь / А. А. Погосова, М. В. Денисов // НИРС БГЭУ : сб. науч. ст. / Белорус. гос. экон. уни-т. ; редкол.: А. А. Быков (гл. ред.) [и др.]. Минск, 2019.– С. 93-95.
3. Маркетинговое исследование. Интернет-торговля в России 2022 [Электронный ресурс] // Data Insight : [сайт]. URL: <https://datainsight.ru/eCommerce.2022> (дата обращения: 10.05.2023).

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ

А. П. Ефимова

aleksandraefimova03@gmail.com;

Научный руководитель – М. В. Минько, старший преподаватель

В статье рассматриваются наиболее эффективные инновационные подходы к управлению персоналом. Предложены несколько наиболее эффективных зарубежных инструментов мотивации труда. Объясняется суть и особенность каждого зарубежного инструмента. Более подробно рассматривается такой зарубежный инструмент, как «план Кафетерия». Представлены виды компенсаций «Плана Кафетерия», а также используемая в данном лане рейтинговая оценочная шкала системы «5+».

Ключевые слова: управление персоналом, инновационные подходы, современная организация, сотрудники, зарубежные инструменты мотивации, план Кафетерия.

Эффективность функционирования современной организации определяется не столько новейшей техникой и современными технологиями, сколько личными и деловыми качествами работников, умением их быстро обучаться новому, а также их стремлением к достижению наивысших результатов.

Ни одна организация в мире не сможет существовать, а уж тем более и развиваться, без управления людьми. Только грамотное управление персоналом способно в разы увеличить эффективность работы всей организации.

Данная тема считается актуальной, ибо в современных условиях управление организацией неразрывно связано с управлением персоналом, как главной производительной силой общества. Если не будет четко налаженной системы управления персоналом, то будет трудно повысить эффективность организации, реагировать на постоянно меняющиеся запросы клиентов, технологий и рынка в ближайшей перспективе, создавать подходящие условия труда, гарантировать вероятность продвижения по карьерной лестнице и требуемую степень уверенности в завтрашнем дне.

Внедрение инноваций в управлении персоналом является необходимым условием успеха любого бизнеса. Современная деловая среда постоянно меняется, и организации должны адаптироваться к новым тенденциям и технологиям, чтобы оставаться конкурентоспособными.

В данной статье рассмотрим инновационные, нетрадиционные, подходы к управлению персоналом. Для этого были рассмотрены зарубежные инструменты мотивации персонала, из которых можно выделить наиболее эффективные такие как: введение платы за любую разумную новаторскую

идею, доплата для некурящих сотрудников, введение ежегодной аттестации работников, проведение постоянных конкурсов профессионального мастерства и «план Кафетерия».

Введение платы за любую разумную новаторскую идею, которая на самом деле сможет улучшить работу организации, сплотить коллектив и принесет организации ещё больший доход. Суть данного инструмента заключается в том, что любой сотрудник организации, вне зависимости от того, какую должность он занимает, может прийти к своему начальнику и рассказать о своей идее, и если начальник одобрит данную рекомендацию, то сотруднику выплачивается сразу на руки небольшое вознаграждение [1].

Доплата для некурящих сотрудников. Вводится либо систематическая доплата некурящим, в таком случае ежемесячно выплачивается некоторая сумма денег к окладу сотрудника в размере определённого процента, либо же вводится систематическое премирование для некурящих. Данный инструмент используется во многих компаниях Запада и считается одним из успешных методов мотивации сотрудников организации.

Введение ежегодной аттестации работников. Согласно специальной программе и методике за год оценивается, насколько качественно и количественно сотрудник выполнял свою работу. Далее подводятся итоги аттестации, от которых зависит новогодний бонус и присвоение очередного разряда и тому подобное. Данный инструмент используется во всех компаниях Японии, а также в большинстве фирм Западной Европы. В Японии такое проводится два раза, а в Европе – один раз в раз [2].

Проведение постоянных конкурсов профессионального мастерства. Мероприятия проводятся по отдельным профессиям. Победитель конкурса получает награду, вешается на специальную доску почёта и становится известным всему коллективу. Данный инструмент используется в США.

«План Кафетерия» или план гибких льгот. Особенность его в том, что работники лично для себя могут сами выбирать составляющие своего социального пакета. В таком случае можно предположить, что удовлетворенность персонала от нематериальной мотивации будет выше, чем при стандартных бонусах, многие из которых чаще всего оказываются не востребованными, именно поэтому ими и не пользуются. Поэтому предложив работникам организации самим выбирать льготы, организация сможет дать хороший толчок работникам для более эффективной работы. В результате работодатель получит повышение лояльности работников и рациональное исполнение бюджета.

Также ещё одно достоинство такого плана – то, что он нейтрализует недочет классической системы дополнительных выплат, при которой затраты распространяются на всех, а выплаты получают лишь отдельные лица.

Внедрение данного плана в организацию поможет решить такие задачи как привлечение большего числа сотрудников в организацию; удержание сотрудников, которые уже работают в организации; мотивирование производственного поведения персонала; увеличение лояльности сотрудников; мотивирование сотрудников к развитию своих компетенций и увеличению результатов трудовой деятельности.

Основные виды компенсаций «Плана Кафетерия» [3]:

предоставление материальной помощи. Что увеличит лояльность сотрудников к организации, ибо работники это воспримут как заботу о себе. Также это увеличит доход сотрудника;

оплата отдых для детей работников в лагеря и санатория. Что также увеличит лояльность сотрудника к организации, и тем самым увеличится доход сотрудника за счет уменьшения затрат на покупку путевок;

накопительная пенсионная программа. Это вид материального стимулирования труда работников, при этом происходит закрепление более опытных сотрудников в компании, а также, когда работник уйдет на пенсию, у него будет хорошее материальное положение;

обучение за счет организации при получении дополнительного образования (долгосрочное обучение). Это увеличит лояльность сотрудника за счет приобретения новых знаний, а также повысит доход сотрудника за счет снижения затрат на дополнительное обучение, при этом увеличит эффективность работы сотрудника;

компенсация на питание, предоставление комплексного обеда. Это увеличит удовлетворенность трудом за счет комфорта, к тому же увеличится доход работника за счет снижения затрат на питание.

После внедрения такой системы у работников должно выработаться четкое понимание того, что качество их труда и уровень показываемых ими результатов труда напрямую отражается в уровне дополнительных льгот и компенсаций, которые они получают в конце отчетного периода. Это будет способствовать увеличению мотивации персонала на улучшение качества своей трудовой деятельности, и, как следствие, приведет к повышению эффективности функционирования банка в целом.

Для оценки качества трудовой деятельности используются результаты системы всесторонней оценки личной эффективности персонала «5+», которая разработана организацией «Price Waterhouse Coopers». Согласно данной системе эффективность труда сотрудника оценивается по пяти критериям: личная результативность; инициатива и инновации; самосовершенствование; клиентоориентированность; работа в команде.

Рейтинговая оценочная шкала системы «5+» содержит 5 градаций, обозначаемых буквами [3]:

А – значительно превосходит ожидания;

- В – превосходит ожидания;
- С – соответствует ожиданиям;
- Д – требует улучшения;
- Е – неудовлетворительно.

Оценки по каждому критерию анализируются, а затем выводится обобщая, которая и будет индикатором уровня эффективности труда.

Больше внимания следует уделять дополнительным выплатам на организацию питания работников, ибо именно этот критерий стимулирования сотрудников коснется непосредственно всех, кто работает в организации. Дополнительные выплаты на питание смогут увеличить уровень удовлетворенности лояльности всех сотрудников организации.

В целом, данные инновационные подходы к управлению персоналом включают создание рабочей среды, которая поощряет участие сотрудников, предложение гибких форм работы, предоставление непрерывных возможностей для обучения и развития, пропаганду разнообразия и инклюзивности и использование технологий для автоматизации процессов управления персоналом. Внедрение данных подходов в современной организации может поднять моральный дух сотрудников, снизить уровень текучести кадров, увеличить производительность и улучшить конкурентоспособность организации на рынке.

В заключение также хотелось бы отметить, что самое важное условие к организации мотивации – это совокупность двух мотивов: поощрение исполнителей за успешную работу и обеспечение их ответственности за применение возможностей с целью достижения задач организации.

Библиографические ссылки

1. *Ильченко С. В.* Исследование зарубежного опыта мотивации трудовой деятельности персонала [Электронный ресурс] // Бизнес и дизайн ревю. 2021. №1 (21). С. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-motivatsii-personala-i-vozmozhnost-ego-primeneniya-v-otechestvennoy-praktike/viewer> (дата обращения: 15.05.2023).
2. *Никитина В. В.* Зарубежный опыт мотивации персонала и возможность его применения в отечественной практике [Электронный ресурс] // Вестн. Иркут. гос. техн. ун-та. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-motivatsii-personala-i-vozmozhnost-ego-primeneniya-v-otechestvennoy-praktike/viewer> (дата обращения: 15.05.2023).
3. *Afonso A., Gonzalez J. Alegre* Personnel development. Cafeteria Plan System // Working Paper Series. Frankfurt a. Main: ECB. № 848. 54 p.

ЭФФЕКТИВНЫЕ ЦИФРОВЫЕ СТРАТЕГИИ ТРАНСФОРМАЦИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ: МИРОВОЙ ОПЫТ

О. В. Жданович

olga9920@gmail.com;

*Научный руководитель – Л. И. Тарарышкина, кандидат экономических наук,
доцент*

В статье рассматриваются эффективные цифровые стратегии трансформации в сфере образования, применимые в мировой практике, как огромный потенциал системы образования в цифровизации. По сравнению с традиционными методами обучения цифровые образовательные ресурсы демонстрируют очевидный обмен и открытость, что в определенной степени устраняет разрыв в образовательных услугах, вызванный неравномерным временным и пространственным распределением.

Ключевые слова: цифровые стратегии; трансформация; образование; тенденции; стратегии; технологии.

В современных реалиях социально-экономического развития и возрастанием роли цифровых технологий правительства многих стран уделяют большое значение цифровизации образования, разрабатывая национальные стратегии в области цифровой трансформации. В свою очередь потребность в построении образовательной устойчивости тесно связано с инновациями, а также с внешними вызовами.

Цифровые технологии ускоряют новый виток глобальной научно-технической и промышленной революции, которые создают условия для социально-экономического развития и изменяют сравнительные и конкурентные преимущества любого государства.

Цифровая трансформация образования – это комплексный процесс непрерывного развития, который отличается своей динамичностью и многосложностью.

При изучении концепции цифровой трансформации образования важным и направляющим инструментом является зрелость цифрового образования, по средствам чего можно оценить эффективность и проанализировать стратегии и векторы развития.

Цифровизация образования стала фокусом развития образовательной сферы, а также драйвером назревшей трансформации традиционного образования.

В Республике Беларусь до 2025 года утверждена Концепция цифровой трансформации процессов в системе образования, в которой прописаны основные цели, задачи, направления, а также прослеживается четкое определение границ процессов [1].

Главные цели Концепции: совершенствование процессов в системе национального образования, формирование информационного общества, а также конкурентоспособного человеческого потенциала на основе развивающихся цифровых технологий.

В Российской Федерации к концу 2023 г. планируется актуализировать и утвердить стратегию цифровой трансформации сферы науки и высшего образования до 2030 г. Основная цель стратегии – обеспечение технологического суверенитета сферы науки и высшего образования. Уже сформированы основные разделы документа: сценарии реализации стратегии, приоритеты, оценка состояния отрасли, проекты и порядок реализации, а также их мониторинг. Цифровые изменения в вузах – общегосударственная задача [2].

Образование в цифровом мире является вызовом для общества в целом, что требует согласованных и скоординированных действий всех субъектов. Для того чтобы миссия образования была успешной в цифровом мире важным условием является в определении соответствующего курса: педагогического, дидактического, технического и инфраструктурного.

Основываясь на мировом опыте в последние годы китайское правительство издало ряд программных документов, таких как «План модернизации образования Китая до 2035 года», «План развития искусственного интеллекта нового поколения», «План инновационных действий для искусственного интеллекта в колледжах и университетах» и «Образование. План действий по информатизации 2.0», в котором подчеркивается важность трансформации образовательной сферы. Перечисленные национальные концепции и стратегии играют ведущую роль в продвижении цифровой трансформации образования. Посредством создания образовательной цифровой экосистемы, включая свободный доступ к Интернету, цифровые платформы, цифровую грамотность, цифровое лидерство она прямо или косвенно влияет на готовность к цифровой трансформации образования. Процесс цифровой трансформации образования имеет неоднозначность, сложность и отсутствие структурных характеристик, но проводимая национальная политика отражает национальные стратегические потребности в области развития образовательной деятельности на всех уровнях.

Цифровая трансформация образования является результатом совместного действия множества принципов, которые представляют собой органичное сочетание «проблемное + концептуальное», «системное развитие + инновационный прорыв» и «оценка стоимости + итеративная оптимизация».

В предложениях ЦК Коммунистической партии Китая по формулированию 14-ого пятилетнего плана национального экономического и социального развития и долгосрочных целей на период до 2035 года, уточнена

политика «построения качественной системы образования». Новая образовательная инфраструктура руководствуется новыми концепциями развития вместе с информатизацией, отвечая на потребности качественного развития образования, уделяя особое внимание информационным сетям, платформенным системам, цифровым ресурсам, умным кампусам, инновационным приложениям, надежной безопасностью работы в сети, защитой персональных данных и другим аспектам новой инфраструктурной системы образования.

В 2022 году Китай запустил национальную стратегическую программу по оцифровке образования, а также создана «Национальная платформа умного образования». Национальная платформа умного образования объединяет 529 000 школ, ориентируясь на 18,44 миллиона педагогических работников, 291 миллион обучающихся.

В Германии реализуется стратегия «Образование и цифровая трансформация» основана на Стратегии университетов на 2015–2025 годы. С одной стороны, стратегия позволяет активно и устойчиво формировать цифровую трансформацию в обществе, бизнесе, а с другой стороны, более эффективно достигать целей в области образовательной деятельности.

Благодаря этой стратегии университеты повышают свою привлекательность для студентов, сотрудников и партнеров, что способствует цифровой трансформации общества и экономики. Учебное заведение, которое использует преимущества аудиторных курсов, также сочетает и интегрирует аналоговые и цифровые форматы, целенаправленно использует их соответствующие преимущества и поддерживает необходимые для этого личные и организационные процессы обучения.

Анализируя мировой опыт можно отметить, что цифровая трансформация образования расширяет возможности развития образования с помощью инноваций и уделяет большее внимания роли цифровых технологий в трансформации традиционного образования.

Библиографические ссылки

1. Концепция цифровой трансформации процессов в системе образования Республики Беларусь на 2019–2025 годы [Электронный ресурс] // Центр информационных технологий Минского городского института развития образования : [сайт]. [2006]. URL: <http://iso.minsk.edu.by/main.aspx?guid=34963> (дата обращения: 01.06.2023).
2. Стратегия цифровой трансформации отрасли науки и высшего образования [Электронный ресурс // Министерство науки и высшего образования РФ : [сайт]. [2018]. URL: https://www.minobrnauki.gov.ru/documents/?ELEMENT_ID=36749 (дата обращения: 01.06.2023).

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОСИСТЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УНИВЕРСИТЕТЕ

С. Н. Залесская

sofia@gmail.com;

Научный руководитель – А. Г. Ветёлкина, старший преподаватель

Данная статья исследует процесс формирования экосистемы предпринимательства в университетской среде. Анализируются преимущества и вызовы, связанные с формированием экосистемы предпринимательства в университете, и предлагаются рекомендации для успешной реализации подобных инициатив. Рассматривается международный опыт молодежных предпринимательских организаций. Результаты исследования позволяют сделать вывод о важности интеграции предпринимательства в образовательную программу университета и его вкладе в развитие студентов и региональной экономики.

Ключевые слова: экосистема предпринимательства; университет; предпринимательская среда университета; вузовское предпринимательство; предпринимательская деятельность.

На сегодняшний день положение высшего учебного заведения во многом определяется его способностью приспосабливаться к меняющимся условиям внешней среды, а также возможностью реализовывать активную предпринимательскую деятельность. Чтобы находиться в процессе развития и делать успехи в усилении уровня конкурентоспособности, университету обязательно требуется учитывать непрерывно изменяющиеся условия и требования внешней среды, факторы которой находятся в диалектическом противоречии, противоположных и взаимоисключающих тенденциях. Решением данной проблемы может выступать формирование экосистемы предпринимательства в университете.

В общем понимании предпринимательская деятельность – это деятельность, осуществляемая на свой риск, направленная на систематическое получение прибыли от продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Предпринимательская экосистема выступает основной формой поддержки и организации предпринимательской деятельности, которая способна обеспечить координацию взаимодействия хозяйствующих субъектов на пути от всеобщей конкуренции к объединению.

Б. Коэн определил экосистему предпринимательства как «разнообразный набор взаимозависимых субъектов в пределах географического региона, которые влияют на формирование и возможную траекторию развития всей группы субъектов и, возможно, экономики в целом».

Проблемы регионального развития также раскрываются в рамках теории предпринимательских сетей. Под предпринимательскими сетями понимаются планомерно организованные на основе долгосрочных контрактов сети предприятий и организаций, участвующих в проектировании, производстве и реализации продукции на определенной территории. С предпринимательскими экосистемами данную концепцию роднит вторичность рыночных механизмов во взаимоотношениях сторон, горизонтальная структура связей, формальная, взаимозависимость сторон, совместное использование специфических активов и компетенций, взаимодополняющих друг друга.

Понятие «вузовского предпринимательства» объединяет две составляющие: инновационность и высокотехнологичность, возникающие за счет соединения научной и технической деятельности вуза.

Во многих вузах активно развиваются предпринимательские идеи среди студентов, у некоторых студентов, преподавателей и ученых имеется предпринимательский опыт, но в настоящее время отсутствует экосистема. Все ее потенциальные элементы функционируют фрагментарно и не согласованно.

Сегодня университеты по всему миру расширяют свои функции: в дополнение к научным исследованиям и профессиональной подготовке студентов к требованиям рынка труда, университеты работают над коммерциализацией инноваций, поддерживают создание студенческих стартапов и подготавливают предпринимателей.

Данные функции стали неотъемлемой составляющей деятельности передовых зарубежных ВУЗов. Все больше из них создают предпринимательские экосистемы, направленные на развитие деловых навыков студентов, предоставляя им доступ к бизнес-инкубаторам и акселераторам, специальным тренингам, курсам и мероприятиям, а также менторскую поддержку.

Управление предпринимательской экосистемой университета должно основываться на понимании ее свойств, к которым следует отнести:

- целостность,
- стратегическую направленность,
- сложность,
- самоорганизованность.

Университеты исторически всегда были центрами развития человеческой мысли, а с переходом в эпоху индустриального и технологического развития именно вокруг университетов формировались зоны развития новых технологий, не только определяющих текущий технологический ландшафт, но и влияющих на экономические и социальные аспекты всей нашей жизни.

Влияние университетов на технологическое развитие невозможно без возникновения и создания вокруг университета того, что принято называть индустриальным окружением.

К развитию предпринимательства необходимо подходить более системно, рассматривая это явление как через призму соответствующего изменения корпоративной культуры университета, развитие предпринимательского мышления и компетенций студентов и преподавателей, так и через последовательное развитие внешнего окружения, создавая, таким образом, устойчивую экосистему университета.

Вузовское предпринимательство не существует автономно. Оно функционирует в рамках конкретной предпринимательской среды, которая оказывает существенное влияние на возможности его развития. Как отмечал в свое время Ф. Хайек, институциональная среда и предпринимательская инфраструктура накладывают определенные ограничения на развитие предпринимательской деятельности в том или ином государстве.

Инфраструктура предпринимательской деятельности – это подсистема хозяйственных экономических отношений в рыночной экономике, которая ориентирована на обслуживание предпринимательских субъектов, реализует свое воздействие, выражающееся в комплексном деловом обслуживании предприятий, посредством особого внутреннего строения, и создает необходимые условия для их устойчивого и эффективного функционирования.

Комплексный анализ проблемы создания предпринимательского университета, а также предпосылки реализации такой модели вуза выполнил А. О. Грудзинский. Он подробно рассмотрел современные проблемы, с которыми сталкиваются не только отечественные, но и европейские университеты, связанные как с сокращением государственного финансирования, демографическими переменами (старение населения), так и с усилением конкуренции между вузами, возложением на университеты социальной ответственности за развитие региона и т. п.

Можно также выделить направления реализации предпринимательской функции университета:

Формирование предпринимательских компетенций у выпускников вуза, повышение их способности к организации и ведению собственного бизнеса на инновационной основе;

Организация новаторской деятельности менеджмента и профессорско-преподавательского состава самого университета, проявляющейся в увеличении доходов и социального эффекта от управленческих инноваций, научно-исследовательской, образовательной и иной не противоречащей уставу вуза деятельности;

Формирование инновационных предпринимательских структур (стартапов, технопарков, бизнес-инкубаторов и др.) с вовлечением научно-преподавательского состава, аспирантов, студентов и выпускников в предпринимательскую деятельность.

Развитие предпринимательства для подавляющего большинства вузов в нашей стране пока, к сожалению, не стало приоритетной задачей. И для объяснения этого есть целый ряд объективных причин, среди которых чрезмерная загруженность студентов, обязательность посещения занятий, а порой и излишняя опека родителей.

Для подтверждения актуальности создания вузовской предпринимательской экосистемы, готовности самого вуза к ней и в целом управления вузовским предпринимательством проводятся следующие анализы:

- Оценка предпринимательского потенциала вуза;
- Оценка уровня предпринимательских намерений студентов;
- Оценка предпринимательской среды университета;
- Оценка предпринимательской компетентности.

Международный опыт молодежных предпринимательских организаций свидетельствует о том, что они выполняют важные функции, прежде всего, в плане налаживания взаимодействия между молодыми предпринимателями, обучения, организации консультаций с состоявшимися бизнесменами, продвижения деловой культуры среди молодежи, создания новых рабочих мест.

В США предпринимательство – третья по популярности специальность в бакалавриате. На едином европейском пространстве высшего образования предпринимательство входит в пятерку наиболее востребованных направлений обучения бакалавров.

Рассмотрим классический пример этого процесса – создание Кремниевой долины в США. Кремниевая долина – эпицентр с большой плотностью высокотехнологичных компаний, связанных с разработкой и производством компьютеров и их составляющих.

Возникновение и развитие этого эпицентра связано со сосредоточением следующих факторов:

1. Ведущие университеты страны;
2. Крупные города на расстоянии менее часа езды;
3. Источники финансирования новых компаний.

Крупнейшим объединением молодых предпринимателей Германии федерального уровня является *Wirtschaftsjunioren Deutschland (WJD)*. Эта организация объединяет молодых предпринимателей и руководящих работников возрасте до 40 лет. Перед WJD поставлена задача поддержания высокого статуса предпринимателя в обществе, содействия развитию

социально ответственной рыночной экономики, повышению конкурентоспособности германского предпринимательства в мире.

Таким образом, развитие экосистем предпринимательства в сфере высшего образования можно рассматривать как объективную необходимость и реальность современного этапа развития общества, которое позволяет, с одной стороны, улучшить материальное положение ее участников, с другой – способствовать формированию механизма взаимосвязи рынка труда и рынка образовательных услуг, а также обеспечивает мощную социальную поддержку студенчеству на будущее. Поэтому развитие студенческого предпринимательства должно занять особое положение в системе молодежной политики.

Библиографические ссылки

1. *Дорошенко С., Шеломенцев А.* Предпринимательская экосистема в современных социэкономических исследованиях // Журнал экономической теории, 2017. № 4. С. 212–221.
2. *Иванова А. В.* Формирование предпринимательской экосистемы университета: новые вызовы // Сб. трудов междунар.научно-практ. конф. Екатеринбург: ФГАОУ ВПО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», 2012. С. 63–69.
3. *Киреева Н. С., Слепенкова Е. В., Шипунова Т. С., Искандарян Р. А.* Повышение конкурентоспособности вузов: международный опыт академического предпринимательства // Российское предпринимательство, 2017. № 20. С. 2909–2922
4. *Морозевич О. А., Голомазова Е. С.* Кооперация учреждений высшего образования и бизнеса: оценка и развитие. Минск: Белорусский государственный аграрный технический университет, 2019. 273 с.

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ

А. Д. Иванова, В. С. Евдоченко

ii4287508@gmail.com, evdovi04@gmail.com;

*Научный руководитель – Т. И. Глеба, кандидат экономических наук,
доцент*

Актуальность данной темы объясняется массовым воздействием современных вызовов мировой экономики на функционирование топливно-энергетического комплекса: глобальное потепление, внешние шоки, особенности геополитического положения разных государств находятся в непосредственной взаимосвязи с функционированием всей технологической цепочки генерации и потребления энергии. Влияние внешних факторов способно наносить значительный урон на отдельные отрасли топливно-энергетического комплекса и распространяться на функционирование мировой экономики в целом. Объектом исследования работы является энергетический сектор мировой экономики, предметом – выявление проблем функционирования энергетического сектора в современных условиях мировой экономики. При написании данной статьи применялись следующие методы: статистический, обобщающе-описательный, аналитический.

Ключевые слова: энергетический рынок; энергопотребление; нефть; газ; ВИЭ; COVID-19.

Энергетические ресурсы являются неотъемлемой составляющей стабильно и эффективно функционирующего мирового хозяйства. Возрастающие потребности в энергии оказывают прямое воздействие на состояние мировых рынков, определяют возможности национальных производственных потенциалов, поэтому изучение тенденций развития топливно-энергетического комплекса представляет собой особый практический интерес.

Несколько последних десятилетий были отмечены стремительным ростом количества потребляемой энергии. Наибольшие темпы прироста пришлись на рубеж двадцатого и двадцать первых веков. Так, по сравнению с 1995-ым годом потребление энергии в 2000-ом году увеличилось на 8,78%, а через пять лет – ещё на 13%. Данный этап ознаменовал начало глубокой трансформации мировой энергетики [7]. Ключевая роль в энергопотреблении отведена таким ископаемым ресурсам, как газ, нефть и уголь. Их решающая роль в энергетике многих стран способствовала внедрению в сущность происходящих в мировом хозяйстве процессов.

Одной из основных тенденций развития современной энергетической системы можно назвать кризис 2020–2022 гг. Рecessия, начавшаяся

одновременно с пандемией COVID-19, в большей степени обострилась во время геополитической нестабильности в 2022 году.

Рассмотрим влияние внешних шоков последних лет на состояние топливных рынков. В 2020 году на рынке нефти отмечилось наибольшее снижение спроса в 11 %, что было связано с введением массовых карантинных мероприятий. По мере восстановления деловой активности в мире, спрос на нефть вернулся к уровню до пандемии. Вопреки глобальной неустойчивости, мировые потребности в данном энергоносителе были отмечены ростом и в 2022 году (рисунок).



Динамика взаимодействия спроса и предложения на мировом рынке нефти (по оценкам ОПЕК)
Источник: [8]

Прекращение поставок российских энергоносителей в 2022 году спровоцировали серьёзный ажиотаж в отрасли. Нефтяной рынок очень чувствителен к региональным потрясениям, поэтому в апреле 2022 года цена за баррель марки Brent превысила значение в 120 долларов, что стало самым высоким значением за период, начиная с 2008 года [3].

Наравне с нефтью важнейшим энергоресурсом в мире является природный газ. На состояние газового рынка сильно повлияла геополитическая нестабильность в 2022 году. Под воздействием ограничительных мер на российские поставки цены на газ увеличились почти в два раза [4]. Прогнозы Международного энергетического агентства показали, что к 2030 году потребления газа сократится незначительно – на 2,3 %, что говорит о высоком уровне значимости данной отрасли в европейских энергетических системах [5].

Как показывает данный анализ, мировое хозяйство находится в большой зависимости от топливных источников энергии. В частности, конъюнктура нефтегазового рынка способна приводить к экономической

рецессии не только в энергетическом секторе. Тем не менее, современные требования устойчивого развития означают необходимость полного изменения концепции энергопотребления. Фокус внимания постепенно смещается к продвижению концепции возобновляемой энергетики.

Наиболее ярко выраженная тенденция увеличения потребления возобновляемых источников энергии (далее – ВИЭ) наблюдается в странах Европейского союза. Например, в Германии в конечном потреблении энергии ВИЭ составляют 18,46% (газ – 25,78 %), во Франции – 12,34 % (газ – 16,47 %), в Нидерландах – 39,54 % (газ – 38,89 %) [7]. В целом по региону европейские власти стремятся снизить спрос на природный газ и перейти к газообразным ВИЭ – синтез-газу, биометану, «зеленому» водороду. Помимо ЕС, возобновляемую энергетику активно внедряют такие страны, как США, Китай, Индия и Бразилия [5].

В мировом масштабе темпы развития возобновляемой энергетики (далее – ВЭ) являются недостаточными для более стремительного перехода к экологически чистой энергии. Для полноценного внедрения ВИЭ в мировую энергетику в отрасли должны закрепиться развивающиеся экономики, чтобы энергетический переход был равномерным. По причине сложности финансирования ВИЭ развивающиеся страны делают акцент на совершенствовании традиционного энергетического сектора, который позволяет диверсифицировать расходы и финансировать трансформацию национальных экономик [5].

Энергетический переход неизбежен, но его темпы будут достаточно медленными. Традиционный энергетический сектор может внести колоссальный вклад в решение энергетических проблем современности благодаря таким мерам как:

- Более эффективная добыча ресурсов. Использование цифровых технологий «smart fields» (умных месторождений); внедрение современных технологий блокчейна, автоматизированного интеллекта и облачных приложений для глубокой аналитики и прогнозирования позволят добиться повышения эффективности добычи ресурсов и снизить их негативное воздействие на окружающую среду.

- Крупнейшие энергетические компании как драйверы энергетического перехода. Благодаря финансовым возможностям, компании могут способствовать снижению своего углеродного следа и инвестировать в развитие ВИЭ. Например, ожидается, что к 2030-ому году нефтегазовые компании будут инвестировать порядка 17,5 миллиардов долларов США, что более чем в 4 раза выше их нынешних капитальных затрат в этом направлении [5].

Таким образом, решение глобальных энергетических проблем – процесс трудоемкий и дорогостоящий. Потребуется еще несколько деся-

тилетий для того, чтобы энергоэффективность вышла на новый уровень. Использование передовых технологических возможностей позволят мировому хозяйству в значительной мере изменить энергетическую политику и обеспечить устойчивое развитие на многие столетия.

Библиографические ссылки

1. Digital transformation in oil and gas industry [Electronic resource] // Boosty. URL: <https://boostylabs.com/blog/digital-transformation-in-oil-gas> (date of access: 29.03.2023).
2. Digitalization in the oil and gas industry [Electronic resource] // GET. URL: <https://getglobalgroup.com/digitalization-in-the-oil-and-gas-industry/> (date of access: 29.03.2023).
3. Global oil industry – statistics & facts [Electronic resource] // Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/1783/global-oil-industry-and-market/#topicOverview> (date of access: 11.03.2023).
4. Industrial gases worldwide - statistics & facts [Electronic resource] // Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/9233/global-industrial-gas-industry/> (date of access: 11.03.2023).
5. Investment in energy in 2022 [Electronic resource] // International Energy Agency. URL: <https://www.iea.org/reports/world-energy-investment-2022/overview-and-key-findings> (date of access: 12.03.2023).
6. Renewables outlook: energy transformation 2050 [Electronic resource] // International Renewable Energy Agency. URL: <https://www.irena.org/publications/2020/Apr/Global-Renewables-Outlook-2020> (date of access: 29.03.2023).
7. Statistic for every country in the world [Electronic resource] // Our World in Data. URL: <https://ourworldindata.org/energy> (date of access: 29.03.2023).
8. What drives crude oil prices [Electronic resource] // U.S. Energy Information Administration (EIA). URL: <https://www.eia.gov/finance/markets/crudeoil/> (date of access: 27.03.2023).

ВЛИЯНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ НА ЭКОЛОГИЮ

П. С. Карпеш

karpesh2005@gmail.com;

Научный руководитель – О. Е. Трясунова, старший преподаватель

В данной статье рассматривается проблема влияния криптовалюты, а именно ее майнинга на экологию. На основе изучения условий добычи криптовалюты установлено ее непосредственное влияние на всю экологию в целом.

Ключевые слова: криптовалюта; майнинг; экология; энергоёмкость; биткоин.

Добыча криптовалюты потребляет огромное количество энергии. Это приводит к потреблению большого количества энергии и выбросам парниковых газов. Чтобы сгенерировать целевой хэш, требуется произвести метод проб и ошибок в поиске правильного уникального числа, что занимает множество попыток, аналогично тому, как вор взламывает случайный пароль.

Предполагается, что майнинг биткоина который является самой дорогой и самой добываемой криптовалютой, потребляет 707 кВт/ч на одну транзакцию с участием сотен тысяч компьютеров, которые также потребляют дополнительную энергию на охлаждение. Точное количество потребляемой энергии невозможно определить из-за различной энергоэффективности компьютеров и систем охлаждения, но анализ Кембриджского университета показывает, что майнинг Биткоина потребляет 121,36 тераватт-часов в год, что превышает потребление энергии всей Аргентины или Google, Apple, Facebook и Microsoft вместе взятых.

Проблемы с водой и электронные отходы

Электростанции, участвующие в майнинге биткоинов, также потребляют значительное количество воды. Так, например, электростанция Greenidge ежедневно использует до 139 миллионов галлонов пресной воды из озера Сенека для охлаждения и сбрасывает ее, приводя температуру озера к отметке выше средней, что может нанести вред дикой природе и экологии озера. Более того, даже если в будущем майнинг биткоина будет полностью обеспечен возобновляемыми источниками энергии, проблема электронных отходов останется. По оценкам, сеть Bitcoin ежегодно генерирует 11,5 килотонн электронных отходов.

Землепользование

Для майнинга криптовалют может потребоваться большое количество земли под инфраструктуру и оборудование, что может привести к обезлесению и потере среды обитания многих видов флоры и фауны.

В некоторых случаях майнинговые операции приводили к перемещению даже коренных общин, поскольку майнинговые компании стремились получить доступ к земле и ресурсам. Так, например, добыча криптовалюты в районе тропических лесов Амазонки потребовала расчистки земель под инфраструктуру и использование тяжелой техники, что наносило ущерб хрупкой экосистеме тропических лесов и угрожало средствам к существованию коренных общин, которые зависят от леса в плане продовольствия и ресурсов [1].

Существенный экологический урон наносится также и другой специфической формой криптовалюты -NFT (non-fungible token) – это нерегистрируемый токен, который является уникальным цифровым активом, представляющим собой право собственности на определенный фрагмент цифрового контента, например, произведения искусства, музыку, видео или твиты

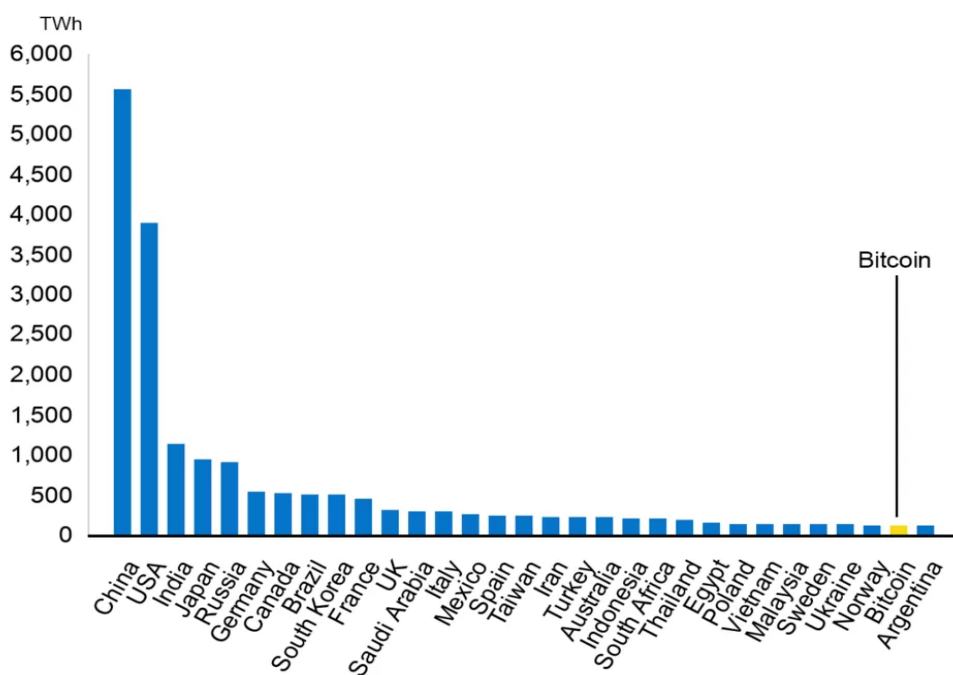
Создание NFT может быть чрезвычайно энергоемким, особенно при использовании технологии блокчейн, которая опирается на энергоемкие процессы, связанные с криптовалютой. Это может привести к избыточным выбросам углекислого газа, если энергия, используемая для питания блокчейна, не является возобновляемой. Воздействие NFT на окружающую среду вызывает все большую озабоченность, учитывая, что блокчейн Ethereum, который обычно используется для цифрового искусства, является особенно энергоемким. Ожидается, что к 2025 году выбросы углекислого газа от цифровых технологий составят 9 % выбросов парниковых газов. Эта проблема связана с энергопотреблением, которое требует технология блокчейн, лежащая в основе NFT, включая блоки двоичной информации, используемые для записи транзакций и сигналов.

Среди подходов на пути решения экологической проблемы криптовалюты можно выделить следующие.

Переход на возобновляемые источники энергии. Возобновляемые источники энергии, такие как солнце, ветер и гидроэнергия, могут вырабатывать электричество без выбросов парниковых газов и других вредных загрязняющих веществ.

Повышение энергоэффективности. Еще одним решением для снижения энергопотребления при добыче криптовалюты является повышение энергоэффективности (рис). Для этого можно использовать более эффективное оборудование для майнинга или оптимизировать процесс майнинга, чтобы сократить потери энергии. Производители оборудования для майнинга постоянно разрабатывают более энергоэффективное оборудование для майнинга, например, прикладные интегральные схемы (ASIC), специально предназначенные для добычи криптовалют. Эти ASIC потребляют меньше энергии на хэш, чем предыдущие поколения оборудования для

майнинга, что означает, что они могут выполнять тот же объем работы с меньшими затратами электроэнергии [5].



Энергопотребление отдельных стран и биткоина (2021 г.)
Источник: [2]

Внедрение новых алгоритмы консенсуса. Альтернативные алгоритмы консенсуса, такие как Proof of Stake (PoS) и Delegated Proof of Stake (DPoS), требуют гораздо меньше энергии, чем PoW (Proof-of-Work), поскольку они не полагаются на майнеров для решения сложных вычислений. Вместо этого они полагаются на валидаторы, которые уже владеют определенным количеством криптовалюты и выбираются для подтверждения транзакций на основе их доли в сети. Валидатор – это компьютерный узел, отвечающий за подтверждение транзакций. Участник сети, узел которого выбирают валидатором, вознаграждается криптовалютой за поддержку работоспособности и безопасности всей экосистемы.

Внедрение этих альтернативных алгоритмов консенсуса позволяет снизить энергопотребление при добыче криптовалюты, обеспечивая при этом безопасность и эффективность сети.

Повышение прозрачности. Повышение прозрачности майнинга криптовалют также может помочь в решении проблемы энергопотребления. Предоставляя более подробную информацию об источниках энергии, используемых в майнинге, а также о воздействии майнинга на окружающую среду, потребители и инвесторы могут принимать более обоснованные решения о том, какие криптовалюты следует поддерживать. Это также может

стимулировать майнинговые компании отдавать предпочтение экологичным источникам энергии и снижать общее воздействие на окружающую среду [6].

Рассмотрение позиции Республики Беларусь на рынке криптовалюты говорит о том, что данный рынок только набирает обороты. Так, 21 декабря 2017 г. был подписан указ «О развитии цифровой экономики». Документ легализовал биткойн, майнинг, блокчейн и криптовалюты. Беларусь фактически первая страна в СНГ, где стали официально использоваться криптовалюты. Блокчейн и криптовалюты имеют большое значение для правительства Беларуси. Государственные агентства готовы оказать государственную поддержку индустрии информационных технологий в целом и, в частности, индустрии криптовалюты [3].

Поскольку спрос на криптовалюты продолжает расти, крайне важно уделять приоритетное внимание устойчивым практикам и искать способы смягчения воздействия отрасли на окружающую среду. Образование и информированность также имеют решающее значение для обеспечения того, чтобы частные лица и организации принимали обоснованные решения при использовании криптовалют, включая выбор более экологичных вариантов. В конечном счете, будущее криптовалют и окружающей среды будет зависеть от согласованных усилий по достижению баланса между технологическими инновациями и устойчивостью.

Библиографические ссылки

1. Великобритания, 2022. Информационное агентство «Earth org»: [сайт]. URL: <https://earth.org/environmental-problems-caused-by-mining> (дата обращения: 05.05.2023).
2. Россия, 2022. Информационное агентство «Gagarin news»: [сайт]. URL: <https://gagarin.news/ru/news/does-mining-negatively-impact-the-environment> (дата обращения: 27.04.2023).
3. Министерство иностранных дел Республики Беларусь: [сайт]. URL: <https://mfa.gov.by/press/smi/acb40839202b2cff.html> (дата обращения: 02.05.2023).
4. Индия, 2023. Информационное агентство «Entrepreneur» [сайт]. URL: <https://www.entrepreneur.com/en-in/technology/nft-allowing-mining-of-cryptocurrency-is-it-possible/436890> (дата обращения: 02.05.2023).
5. Калифорния, 2022. Организация экологического права “Earthjustice” [сайт]. URL: <https://earthjustice.org/feature/cryptocurrency-mining-environmental-impacts> (дата обращения: 29.04.2023).
6. Россия, 2023. Информационное агентство «Escripto» [сайт]. URL: <https://www.escripto.com/ru/blog/proof-of-stake-vs-proof-of-work-whats-the-difference> (дата обращения: 01.05.2023).

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ И РЕЙТИНГОВЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

А. А. Королёва

arina.koroleva.657@gmail.com;

*Научный руководитель – Е. И. Васенкова,
кандидат физико-математических наук, доцент*

В статье обсуждаются проблемы измерения уровня экологической безопасности стран мира; выполнен обзор актуальных исследований в данной области; рассчитан обобщенный индекс уровня экологической безопасности, основанный на рейтинговом подходе; проведена классификация стран по уровню экологической безопасности; построена эконометрическая модель оценки индекса экологической эффективности EPI. Результаты исследования расширяют инструментальные и информационные возможности разработки стратегий управления экологической безопасностью.

Ключевые слова: экологическая безопасность; индекс экологической безопасности; EPI рейтинг; эконометрическая модель.

В современном мире проблемы экологии приобрели глобальный характер. Поскольку человек является частью природы, он оказывает очень большое влияние на окружающий мир, что приводит к экологическому кризису. Сохранение здоровой окружающей среды является абсолютной жизненной необходимостью, в первую очередь для человека, но и для государства. Экологическая безопасность, наряду с военной, политической, информационной, экономической и другими видами безопасности, рассматривается как одна из важных составляющих национальной безопасности.

В настоящее время существует широкий круг индикаторов или показателей экологической устойчивости (например, индекс экологической эффективности EPI, экологический след, скорректированные чистые накопления, индекс живой планеты и другие). Общим для практически всех современных методик является их индивидуальный характер, направленный на решение частной задачи, использование экспертных оценок, трудоемкость получения необходимой информации. Результаты различных оценок, как правило, несопоставимы. Анализ исследований по данной тематике свидетельствует об отсутствии сложившегося единого подхода к оценке экологической безопасности страны или региона. Поэтому построение обобщающего показателя, позволяющего количественно оценить экологическую безопасность страны, представляет инте-

рес с практической точки зрения и определяет актуальность темы исследования.

Целью работы является комплексная анализ и оценка ситуации с экологической безопасностью в странах мира с использованием количественных качественных показателей.

Гипотеза исследования заключается в том, чтобы оценить экологическую безопасность социально-экономических систем стран мира с помощью разработки обобщающего показателя (Индекса экологической безопасности), основанной на комплексном учете трех равнозначных индикаторов: состояния окружающей среды, экономического развития и социальных тенденций, от которых прямо и косвенно зависит экологическое будущее государства [1]. Во-первых, это даст возможность сопоставлять страны мира между собой; во-вторых, разрабатывать стратегию их развития на основе сравнения выделенных индикаторов; в-третьих, прогнозировать экологическую устойчивость конкретной территории.

В качестве факторов, определяющих индикатор состояния окружающей среды, были выбраны потребление возобновляемой энергии в % от общего потребления энергии; лесные массивы в % от территории государства; возобновляемые внутренние ресурсы пресной воды на душу населения; количество патентов; выбросы CO₂ на душу населения. В качестве факторов, определяющих индикатор экономического развития, были выбраны инвестиции в ИКТ с частным участием; уровень энергоёмкости первичной энергии; темп роста ВВП; доля сферы услуг в % от ВВП; инвестиции в качество воды с частным участием. В качестве факторов, определяющих индикатор социальных тенденций, были выбраны городское население в % от общей численности населения; валовой национальный доход на душу населения; расходы государства на образование в % от ВВП; коэффициент Джини; рейтинг гендерного неравенства СРГА.

Индикаторы и обобщенный индекс рассчитываются по методике скорректированной многомерной средней [2]. Особенностью исходного массива данных являются несопоставимость по единицам измерения и разнонаправленность их влияния на уровень экологической безопасности. Данные недостатки можно элиминировать различными способами. Чтобы уйти от разных единиц измерения, проводится процедура стандартизации либо нормирования показателей:

$$x_{ij}^{норм} = \frac{x_{ij} - \min x_{ij}}{\max x_{ij} - \min x_{ij}} \quad (1)$$

или

$$x_{ij}^{норм} = \frac{\max x_{ij} - x_{ij}}{\max x_{ij} - \min x_{ij}}, \quad (2)$$

где $x_{ij}^{норм}$ – нормированное значение j -го признака, которым обладает i -й объект. При положительном влиянии параметра, формирующего интегрированную оценку, нормирование осуществляют по формуле (1), в противном случае – по формуле (2).

Расчет многомерной средней позволяет совершить переход от многомерного пространства признаков к одномерному:

$$\bar{P} = \frac{1}{k} \sum_{j=1}^k x_{ij}^{норм}, \quad (3)$$

где $x_{ij}^{норм}$ – нормированное значение j -го признака, \bar{P} – обобщенный показатель по каждому из трех выбранных критериев, k – число признаков.

Многомерная средняя выступает в качестве интегрального индикатора конкретного фактора экологической безопасности. Использование нормированных показателей позволяет ограничить размах изменения обобщенного индекса в пределах единицы.

Обобщенный индекс экологической безопасности $I^{эб}$ рассчитывается как геометрическое значение интегральных индикаторов:

$$I^{эб} = \sqrt[m]{\bar{P}_{mi}}, \quad (4)$$

где m – число блоков показателей.

Согласно разработанному методическому подходу, оценка уровня экологической безопасности территории базируется на методах классификации. Методика предусматривает отнесение стран мира к одному из классов уровня экологической безопасности – низкому (значение Индекса экологической безопасности до 0,35), среднему (значение Индекса экологической безопасности от 0,35 до 0,5) и высокому (значение Индекса экологической безопасности более 0,51) – в зависимости от влияния внешних и внутренних факторов развития территории, а также состояния и развития экологической безопасности.

По результатам произведенной классификации 80 стран из 100 анализируемых были отнесены к группе со средним уровнем экологической

безопасности. Ниже представлены страны с самыми высокими и низкими Индексами экологической безопасности (таблица).

Классификация стран по уровню экологической безопасности

Страны с самым высоким уровнем экологической безопасности	Значения	Страны с самым низким уровнем экологической безопасности	Значения
Исландия	0,61	Бахрейн	0,1
Швеция	0,6	ОАЭ	0,23
Норвегия	0,56	Оман	0,23
Финляндия	0,56	Иран	0,27
Китай	0,55	Саудовская Аравия	0,27
Коста-Рика	0,53	Лесото	0,29
Швейцария	0,52	Тринидад и Тобаго	0,32
Япония	0,52	Руанда	0,32
Перу	0,51	Узбекистан	0,33
Латвия	0,51	Шри Ланка	0,34

Составлено по: [3].

Данный анализ практически полностью совпадает со значениями индекса экологической устойчивости ЕРІ. По данным за 2020 год, странами с наиболее развитой экологической безопасностью являются Швейцария, Швеция, Норвегия, Франция и Дания [4]. Согласно рассчитанному индексу, экологическую безопасность Республики Беларусь можно оценить как среднюю, при этом близкую к высокой. Значение в 0,45 балла позволяет отметить удовлетворительный уровень экологической безопасности и определить точки роста и развития данного показателя в государстве.

Для оценки влияния описанных ранее факторов на экологическую безопасность была построена эконометрическая модель. В качестве зависимой переменной Y использовался индекс ЕРІ. Независимыми переменными выступили экологические, экономические и социальные показатели. В итоговой модели независимые переменные: лесные массивы в % от территории государства; темп роста ВВП; индекс Джини; ВНД на душу населения; количество патентов; доля сферы услуг в % от ВВП соответственно:

$$\hat{Y} = 114 + 0,120 \cdot x_1 - 0,766 \cdot x_2 - 0,289 \cdot x_3 + 0,0003 \cdot x_4 - 0,930 \cdot x_5 + 0,283 \cdot x_6.$$

Итоговая модель может быть использована для количественной оценки индекса ЕРІ на основании простых и доступных показателей.

В целом, важность экологической безопасности невозможно переоценить. Она необходима для выживания всех живых организмов на Земле и для благополучия будущих поколений. Поэтому чрезвычайно важно принимать меры по снижению загрязнения окружающей среды, сохранению природных ресурсов и развитию экологической безопасности.

Библиографические ссылки

1. *Музалевский А. А.* Экологическая безопасность и методы ее обеспечения: учебное пособие. СПб.: РГГМУ, 2020. 230 с.
2. Глинский В. В., Серга Л. К., Хван М. С. Об оценке уровня экологической безопасности территорий// Экономика, Статистика и Информатика , 2014, №6, С. 159–165
3. Всемирный банк. Статистика [Электронный ресурс]. URL: <https://data.worldbank.org/> (дата обращения: 20.04.2023).
4. Индекс экологической эффективности EPI [Электронный ресурс]. URL: <https://epi.yale.edu/epi-results/2022/component/epi> (дата обращения: 20.04.2023)

ИНСТРУМЕНТЫ DATA MINING И DEEP LEARNING В ОЦЕНКЕ ТЕНДЕНЦИЙ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

И. А. Криволап

ilyakrivolap88@gmail.com;

Научный руководитель – Ю. Л. Астраух, старший преподаватель

Статья обращает внимание на то, как новые технологии позволяют обрабатывать и извлекать знания из огромных объемов данных. Статья также предоставляет описание data mining и deep learning, включая их пользу экономике. Наконец, статья обсуждает примеры успешного применения этих методов в реальных условиях и рассматривает их потенциальное значение для будущих исследований в экономике.

Ключевые слова: data mining; deep learning; нейронная сеть; ценные бумаги.

В современном мире, где данные играют все более значимую роль, а финансовые рынки становятся все более сложными и динамичными, оценка тенденций рынка ценных бумаг является ключевой задачей для инвесторов, трейдеров и финансовых аналитиков. Исследование и предсказание динамики рынка могут помочь принимать обоснованные инвестиционные решения, снижать риски и повышать прибыльность портфеля. Однако, традиционные методы анализа рынка и оценки его тенденций сталкиваются с ограничениями в адаптации к быстро меняющейся природе финансовых рынков.

В последние годы стало ясно, что применение инструментов Data Mining и Deep Learning может значительно улучшить способность анализировать и предсказывать динамику рынка ценных бумаг. Data Mining – это процесс извлечения информации из больших объемов данных с использованием различных статистических и алгоритмических методов [1]. Deep Learning – это подраздел машинного обучения, основанный на искусственных нейронных сетях с большим числом слоев и сверхбольшим объемом данных [2].

Одним из примеров успешного применения этих методов в анализе рынка ценных бумаг является исследование, проведенное в Стэнфордском университете [3]. В исследовании авторы поставили перед собой цель предсказать динамику цен на акции, используя данные из социальных сетей, таких как Twitter, и анализировать эмоциональный фон, связанный с обсуждением определенных компаний.

В данной статье мы рассмотрим методы, примененные в Стэнфордском исследовании, и оценим их эффективность для экономического исследования. Мы также проанализируем возможности и недостатки применения методов машинного обучения в процессе форми-

рования теории, их применимость в реальных условиях и перспективы развития данной области.

Для оценки тенденций рынка ценных бумаг исследователи из Стэнфордского университета провели уникальное исследование, используя инструменты Data Mining и Deep Learning. В их работе «Stock Market Prediction Using Twitter Sentiment Analysis» авторы ставили цель предсказать изменение цен акций компаний, основываясь на анализе эмоционального фона обсуждений в социальных сетях, в частности на Twitter [3].

Одним из ключевых методов, примененных в исследовании, был анализ сентимента текстовых сообщений, связанных с определенными компаниями. Для этого использовались алгоритмы машинного обучения, которые обучались на размеченных данных с указанием положительного, отрицательного или нейтрального отношения к компаниям. Анализ сентимента позволил выявить общие настроения и эмоциональную окраску обсуждений, которые могут влиять на решения инвесторов и, следовательно, на цены акций [3].

В исследовании использовались методы обработки естественного языка, которые позволили извлекать ключевые слова, выражения и темы из текстовых сообщений [3]. Это дало возможность более глубокого анализа смысла и содержания сообщений, связанных с ценными бумагами, и использования полученных данных для предсказания тенденций рынка.

Применение инструментов Data Mining и Deep Learning в оценке тенденций рынка ценных бумаг имеет свои преимущества и ограничения. Во-первых, использование алгоритмов машинного обучения позволяет автоматизировать процесс анализа больших объемов данных, что может быть трудоемким для человека. Это позволяет исследователям получить более полную картину о факторах, влияющих на цены акций, и выявить скрытые паттерны и зависимости [1].

Во-вторых, применение методов Deep Learning, позволяет учесть сложные взаимосвязи и зависимости между данными [2]. Это особенно важно при анализе текстовых данных социальных сетей, где контекст и смысл играют важную роль.

Однако, несмотря на преимущества, следует отметить, что предсказание тенденций рынка ценных бумаг остается сложной задачей, и ни один метод не может дать 100 % точных результатов. Рынок ценных бумаг подвержен множеству факторов, включая макроэкономические события, политическую обстановку и другие неопределенности, которые не всегда могут быть учтены в моделях.

В заключение, исследование использования инструментов Data Mining и Deep Learning в оценке тенденций рынка ценных бумаг пред-

ставляет собой важное направление, которое может принести значительные преимущества в экономическом исследовании. В ходе данной статьи была рассмотрена проблема поиска критериев оценки потребительского поведения и выявления моделей, описывающих факторы принятия решений.

Пример применения данных технологий был представлен на основе Стэнфордского исследования «Stock Market Prediction Using Twitter Sentiment Analysis». В этом исследовании были использованы методы анализа сентимента, рекуррентных нейронных сетей и обработки естественного языка для предсказания изменений цен акций на основе анализа эмоционального фона обсуждений в социальных сетях [3].

Оценка этих методов для экономического исследования показала, что они могут быть полезными инструментами в анализе рынка ценных бумаг. Использование алгоритмов машинного обучения позволяет автоматизировать процесс анализа больших объемов данных и выявлять скрытые паттерны и зависимости, которые могут влиять на цены акций. Применение рекуррентных нейронных сетей и методов обработки естественного языка позволяет учесть контекст и смысл сообщений, связанных с обсуждением ценных бумаг.

Тем не менее, инструменты Data Mining и Deep Learning предоставляют новые возможности для исследования и предсказания тенденций рынка ценных бумаг. Продолжение дальнейших исследований в этой области могут помочь улучшить точность и надежность прогнозов и разработать новые модели, учитывающие широкий спектр факторов, влияющих на рынок.

Библиографические ссылки

1. Data Mining. Concepts and Techniques // Morgan Kaufmann Publishers URL: <http://myweb.sabanciuniv.edu/rdehkharghani/files/2016/02/The-Morgan-Kaufmann-Series-in-Data-Management-Systems-Jiawei-Han-Micheline-Kamber-Jian-Pei-Data-Mining.-Concepts-and-Techniques-3rd-Edition-Morgan-Kaufmann-2011.pdf> (дата обращения: 08.05.2023).
2. Deep learning in neural networks: An overview // ScienceDirect URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0893608014002135> (дата обращения: 08.05.2023).
3. Stock Prediction Using Twitter Sentiment Analysis // Stanfordedu URL: <https://cs229.stanford.edu/proj2011/GoelMittalStockMarketPredictionUsingTwitterSentimentAnalysis.pdf> (дата обращения: 08.05.2023).

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

Е. А. Кривошеева, В. И. Петровский

kryvasheeva@gmail.com, v.petrovskiyy@gmail.com;

Научный руководитель – Н. И. Шандора, старший преподаватель

В статье анализируется сфера услуг на примере ресторанного бизнеса, его тренды и технологии развития. Выделяются четыре ключевых тренда: онлайн-заказы и доставка еды, технологии самообслуживания, QR-коды и интерактивное меню, аналитика данных. По итогам обследования формируется список характеристик, присущих данной сфере.

Ключевые слова: сфера услуг; QR-код; Big Data; искусственный интеллект.

Сфера услуг - область экономики, занимающаяся предоставлением различного рода услуг физическим и юридическим лицам. Говоря о сфере услуг, обычно подразумевают культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание. В наше время она играет огромную роль в экономике и жизни людей. К примеру, по данным сайта Президента Республики Беларусь сфера услуг формирует почти половину внутреннего валового продукта Беларуси (48,3% по состоянию на 2021 год) [1].

Быстрое развитие технологий, изменение в предпочтениях потребителей и динамичность рынка предоставляют новые возможности для сферы услуг. В связи с современными изменениями и требованиями система предоставления услуг должна адаптироваться и внедрять инновационные подходы, для успешной конкуренции и удовлетворения потребности своих клиентов. Благодаря этому на рынке услуг появляется все больше новых цифровых тенденций. Рассмотрим некоторые из них на примере ресторанного бизнеса.

В ресторанном бизнесе существуют ряд цифровых трендов, которые оказывают влияние на данную отрасль. Далее представлены главные цифровые тренды, которые можно наблюдать в ресторанном бизнесе:

1. Онлайн-заказы и доставка еды. Использование систем онлайн-заказов и доставки еды набирает популярность. Рестораны внедряют их на своих веб-сайтах и в приложениях, что облегчает выбор и заказы блюд клиентами. А как одним из примеров внедрения инноваций в систему доставки может послужить калифорнийская доставка пиццы. Чтобы повысить эффективность своего предприятия, она на первом этапе привлекает роботов для приготовления заготовки блюда. А на втором этапе пицца попадает в фургон со специальными печами. Пока фургон едет по адресу заказа, блюдо готовится, и на выходе клиент получает его не холодным, а только что вынутым из печи.

2. Технологии самообслуживания. Использование технологий самообслуживания, таких как киоски самообслуживания и мобильные приложения для заказов, помогает самостоятельному выбору блюда, настройке предпочтений клиентов и быстрой оплате заказов. Еще одним примером самостоятельного обслуживания являются автоматы с едой, которые перешли на новый этап развития. С их помощью сегодня можно приобрести не только кофе и газировку, но и готовые блюда. Большая часть американских ресторанов и закусочных уже активно распространяет через такие автоматы свежие кексы, пакетированные продукты, смузи, мороженое и т. д. Инновационное оборудование достаточно быстро обрабатывает заказы, не заставляя клиента ждать. При установке такой машины в выгодном месте, можно достаточно заработать, существенно сэкономив на аренде, персонале, электричестве и т. д.

3. QR-коды и интерактивное меню: Интерактивное меню и использование QR-кодов обрели особую популярность. У клиентов появилась возможность сканирования QR-кодов на столах или на мобильных устройствах, чтобы получить доступ к цифровому меню, узнать информацию о блюдах, их составе и ценах.

Узнаваемость и популярность заведения общественного питания также может повысить размещенный на клиентском чеке QR-код, который может быть считан с любого устройства. За максимально короткое время благодаря таким меткам можно получить доступ к истории ресторана, его интерьеру, а также меню и списку сотрудников. Аналогичным способом владелец бизнеса может оповестить клиентов о текущих акциях и специальных предложениях, а шеф-повар – поделиться подробностями приготовления блюд. Таким образом, клиент всегда будет посвящен в события, которые происходят в его любимом месте.

Еще одной полезной инновацией является интерактивное меню. Официант предоставляет клиенту iPad, с помощью которого можно увидеть фотографии блюд, ознакомиться с их описанием, узнать калорийность, самостоятельно сформировать заказ и сразу увидеть его окончательную стоимость. Более того, клиент может выбрать из винной карты напитков по году, региону и цене, а затем получить рекомендации в отношении наиболее подходящего к напитку блюда.

Более масштабный пример внедрения интерактивных технологий – интерактивные столы. Благодаря таким конструкциям можно читать новостную ленту, заходить в свой клиентский кабинет и проверять бонусы на дисконтной карте, менять оформление столешницы и сформировать заказ, который сразу дойдет до поваров. Во время ожидания заказа можно поиграть в настольные игры или посмотреть видео. Интерактивный

стол – это интересное и удобное решение для привлечения новых клиентов и удивления старых [2].

Однако расходы на внедрение таких технологий достаточно высоки. Согласно известному маркетплейсу Deal.by цена интерактивного стола в Беларуси варьируется от 8000 до 16000 руб., а на iPad от 1000 до 10000 руб.

4. Аналитика данных для улучшения опыта клиентов. С каждым днем рестораны все больше используют анализ данных для сбора информации о предпочтениях клиентов, их заказах и общем поведении покупателей. Это значительно улучшает персонализацию предложений, оптимизацию меню и обслуживание. С анализом данных связаны такие понятия, как Big Data и искусственный интеллект (ИИ).

Один из вариантов применений Big Data и ИИ в ресторанном бизнесе — анализ потребительского спроса и предпочтений. При сборе данных о предпочтениях клиентов, их заказах, отзывах и общем поведении, рестораны могут понять, что именно привлекает и удовлетворяет их посетителей. Это дает возможность ресторанам адаптировать свое меню, предлагать индивидуальные рекомендации, акции и специальные предложения, которые точно отвечают потребностям своих клиентов.

Big Data и ИИ могут быть использованы также для того, чтобы улучшить операции в ресторанном бизнесе. Анализ данных об эффективности работы персонала, производительности, запасах и ингредиентах помогает выявить узкие места и оптимизировать процессы. К примеру, рестораны могут прогнозировать спрос на основе данных о погодных условиях для эффективного управления запасами и избежания случаев нехватки товаров или перепроизводства. ИИ может поспособствовать автоматизации процессов заказа, управлению столиками и доставкой, что повышает точность и оперативность обслуживания [3].

В целом, по прогнозам Gartner, к 2025 году 10 % предприятий, внедряющих передовые методы разработки ИИ, будут приносить как минимум в три раза больше прибыли от своих [4]. А согласно отчету McKinsey Global Institute, до 2030 года использование ИИ в бизнесе может добавить к мировому ВВП около 13 трлн долларов [5]. Эти данные говорят о растущем влиянии и значимости искусственного интеллекта в различных отраслях, в том числе и ресторанном бизнесе, а также его потенциале для улучшения бизнес-процессов, повышения производительности и создания новых возможностей.

Это лишь малая часть цифровых трендов, наблюдаемых в ресторанном бизнесе. У каждого ресторана есть возможность выбрать и адаптировать данные тренды согласно своим потребностям и стратегии развития.

Таким образом, современная сфера услуг требует активной адаптации к современным технологиям и постоянно меняющимся потребностям

клиентов. Цифровая трансформация дает возможность автоматизировать процессы, улучшить опыт клиентов, анализировать данные и эффективно внедрять новые бизнес-модели, и на выходе является ключевым фактором успешного развития предприятий в сфере услуг.

Библиографические ссылки

1. Сфера услуг [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал президента Республики Беларусь: [сайт]. [1998]. URL: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/osnovnye-otrasli/sfera-uslug> (дата обращения: 05.05.2023).
2. Как эффективно внедрить инновации в ресторане [Электронный ресурс] // Сервис бронирования Restoplace : [сайт]. [2020]. URL: <https://restoplace.cc/blog/innovacii-v-restorane> (дата обращения: 05.05.2023).
3. 5 инновационных трендов и влияние их на ресторанный рынок [Электронный ресурс] // Федеральный бизнес-портал Restoranoff : [сайт]. [2006]. URL: <https://restoranoff.ru/solutions/marketing/5-innovatsionnykh-trendov-i-vliyanie-ikh-na-restorannyy-rynok/>. (дата обращения: 05.05.2023).
4. Аналитики Gartner отобрали 12 самых перспективных технологий 2022 года [Электронный ресурс] // РБК Тренды : [сайт]. [2020]. URL: https://trends.rbc.ru/trends/innovation/617122b79a7947a8d7cc0ebf?page=tag&nick=big_data. (дата обращения: 05.05.2023).
5. Навстречу искусственному интеллекту [Электронный ресурс] // ИСО – Международная организация по стандартизации: [сайт]. [1999]. URL: <https://www.iso.org/ru/news/ref2530.html> (дата обращения: 05.05.2023).

ОТКРЫТАЯ МОДЕЛЬ ЛЕОНТЬЕВА-ФОРДА

У. А. Кришень

ukrishen@mail.ru;

Научный руководитель – С. В. Rogozin, кандидат физико-математических наук, доцент

В статье проводится исследование открытой модели Леонтьева-Форда. Рассматривается один из вариантов постановки задачи, а именно модель Леонтьева-Форда с экологической составляющей. Производится моделирование данной задачи к структуре и содержанию международной торговли между странами ЕЭАС. Проводится сравнительный анализ между закрытой модели Леонтьева и открытой моделью Леонтьева-Форда в нестабильный экономический период.

Ключевые слова: открытая модель Леонтьева-Форда; экологическая составляющая; стабильный период; нестабильный период; международная торговля стран ЕАЭС.

Открытая модель Леонтьева-Форда – обобщение закрытой модели Леонтьева, соответственно ее целью является прогнозирование оптимального выпуска производства, однако дополнением является то, что модифицированная модель позволяет оценить в денежном эквиваленте наносимый экологический ущерб и его уничтожение.

Основные уравнение модели образуют следующую систему уравнений:

$$\begin{cases} A_{11}x + A_{12}y + c = x, \\ A_{21}x + A_{22}y - d = y. \end{cases}$$

где $x \in R^m$ – объемы производимых благ,

$y \in R^n$ – объемы ущербов, возникающих в процессе производства,

вектор c – объемы потребляемых благ,

вектор d – объемы ущербов, остающихся в окружающей среде после производства потребляемых после благ [1].

Если в данную систему ввести векторы $Z = (x, y)$ и $W = (c, -d)$, то система примет вид линейного уравнения

$$Z = AZ + W$$

Вектор w не предполагается неотрицательным, ведь часть координат, а именно вектор c – объемы потребляемых благ, является неотрицательным, в то время как вторая часть координат, вектор d , – неположительна [2–3].

Также ключевой разницей между закрытой моделью Леонтьева и открытой моделью Леонтьева-Форда является период использования данных моделей. Предполагается, что использование закрытых моделей оправдано в случаях стабильных экономических периодов, ведь тогда качество прогнозирования намного выше. Это обуславливается тем, что в закрытых моделях не учитываются внешние факторы, например, как экологические ущербы.

Примером использования закрытой и открытой модели является моделирование взаимной торговли между странами ЕЭАС. Для проведения сравнения был использован нестабильный экономический период – 2018–2019 года, считая, что 2018 год будет прогнозным значением 2019 года.

При проведении расчетов по закрытой модели Леонтьева методом преобразования ступенчатой матрицы структуры торговли стран через соотношения бюджетов были получены следующие данные, представленные в Таблице 1.

Таблица 1

Сводная таблица соотношений бюджетов стран для бездефицитной торговли, усл. ед

	Год	
	2018	2019
Республика Армения	20	29
Республика Казахстан	242	245
Кыргызская Республика	7	11
Республика Беларусь	223	266
Российская Федерация	10000	10000

Примечание – Разработано автором на основе данные ЕЭК [4]

Можно заметить, что есть существенные различия в соотношениях бюджетов стран.

Рассмотрим взаимную торговлю стран за период 2018–2019 годов с учетом экологического фактора (т.е. проанализируем взаимную торговлю стран с использованием открытой модели Леонтьева-Форда). За отходы будут взяты выбросы углекислого газа в атмосферу (метрических тонн на душу населения); за затраты на ликвидацию выбросов:

$$C_{ecology} = T_E * \sum CO_2,$$

где T_E – налоговая ставка за выброс 1 тонны загрязняющего вещества,

$\sum CO_2$ – выбросы углекислого газа по выбранной стране [5–9].

Используя тот же метод преобразования матрицы, были получены данные, представленные в Таблице 2.

Таблица 2

**Сводная таблица соотношений бюджетов стран
для бездефицитной торговли в условиях 2-х моделей, усл. ед**

	Закрытая модель Леонтьева		Модель Леонтьева-Форда	
	2018	2019	2018	2019
Республика Армения	20	29	19,4	29,4
Республика Казахстан	242	245	243,1	245,7
Кыргызская Республика	7	11	6,8	11
Республика Беларусь	223	266	223,4	265,7
Российская Федерация	10000	10000	10000	10000

Примечание – Разработано автором на основе данные ЕЭК

Из результатов, представленных в Таблице 2, вытекает, что открытая модель Леонтьева-Форда является более точной в математическом плане при прогнозировании экономической ситуации в кризисные периоды, что является немаловажным фактом при расчетах бюджетов стран и последующей взаимной торговли между ними.

Конечно, колебания в полученных результатах не так велики, однако даже такая тенденция подтверждает гипотезу о том, что на торговлю между странами влияет совокупность различных внешних факторов.

Библиографические ссылки

1. *Забрейко П. П.* Открытая модель Леонтьева-Форда / П.П. Забрейко // Труды Института математики, 2007. Т. 15, № 2. С. 15–26.
2. *Забрейко П. П., Шевелевич К. В.* Теоремы Хикса и Ле-Шателье-Самуэльсона для разложимых неотрицательных матриц // Докл. НАН Беларуси, 2022. Т.46, №3. С. 30-34.
3. *Забрейко П. П., Таныгина А. Н.* Описание решений открытой модели Леонтьева-Форда в идеальных пространствах, Тр. Ин-та матем., 16:2 (2008), С. 37–48.
4. Официальный сайт Евразийской экономической комиссии. Показатели взаимной торговли. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/tables/intra/Pages/default.aspx (дата обращения: 13.04.2023).
5. О налогообложении: Указ Президента Республики Беларусь от 25 января 2018 г. № 29 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: <http://krasнопolie.gov.by/downloads/ykaz29.pdf?ysclid=lg98nnr5lh156508029> (дата обращения: 13.04.2023).
6. Официальный сайт Налоговой Службы Республики Армении. URL: <https://www.petekamutner.am/Content.aspx?itn=tsTINatureProtectionPayments> (дата обращения: 13.04.2023).

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

У. А. Кришень

ukrishen@mail.ru;

Научный руководитель – Е. С. Зарожная, старший преподаватель

В статье проводится исследование новейших тенденций в развитии современной экономической науки, на примере поведенческой экономика и ее частных случаев нейроэкономики и нейромаркетинга. Проводится анализ актуальности данных течений на базе практических примеров.

Ключевые слова: теория рационального поведения; интеграция наук; бихевиоризм; поведенческая экономика; нейроэкономика; нейромаркетинг.

Гетеродоксальные идеи в экономике – это нестандартные подходы и концепции, которые отличаются от традиционных экономических теорий. Они могут включать в себя различные направления, такие как посткейнсианство, институциональная экономика, феминистская экономика, экологическая экономика и другие.

Например, если исследовать неоклассическую теорию рационального поведения, можно заметить, экономический субъект будет максимизировать свою полезность в условиях:

1. Ограниченности имеющихся ресурсов, включая временной ресурс и ресурс знаний, которые укрепили свои позиции в современном мире наравне с классическими ресурсами — землей, трудом и капиталом;

2. Собственных ожиданий в отношении действий других экономических субъектов, т.к. предполагается полнота информации на рынке.

Однако на практике действия человека не подчиняются постулатам неоклассической экономической теории. Учитывая данную проблему, с конца 1940-х годов начинается развитие такого экономического направления как поведенческая экономика.

Поведенческая экономика – междисциплинарное направление, соединяющее идеи неоклассической теории и психологии. По сути, поведенческая экономика занимается определением желаний человека, его поведения в той или иной ситуации.

Выдающийся ученый Гербет Саймон положил начало для столь занимательного направления в экономике. Именно он ввел и раскрыл следующие понятия:

1. Ограниченная рациональность

Данный концепт показывает, что человек не является всеобъемлющим калькулятором, постоянно подсчитывающим собственные выгоды и издержки. Человек ограничен не только в плане ресурсов. Во время принятия решения, мозг человека не способен воспринимать весь поток информации, поступающий извне. Зачастую будут теряться некоторые моменты, искажаться, исходя из ограниченности когнитивных функций человека [1].

2. Уровень притязаний

Суть данного понятия связана с идеей удовлетворенности от полученного результата. Однако, человек, во время принятия решения, не стремится получить максимальный уровень удовлетворенности. Ему хватает «достаточного», на его взгляд, уровня. Человек постоянно меняет и корректирует свои потребности, но не стремится достигнуть максимальной планки [2].

Официальным началом развития всего направления можно считать работу Джорджа Катона «Поведенческая экономика и новый патернализм», в которой был впервые употреблен такой термин как поведенческая экономика. Автор отмечал: «В отличие от чистых теоретиков, мы не допускаем изначального существования рационального поведения... Мы изучаем экономическое поведение таким, каким видим» [3]. Можно заметить, что уже на данном этапе психология привнесла огромный вклад в экономическую мысль.

Однако идеи психологии подключались в уже ранее рассмотренные неоклассические теории поведения потребителя. Ключевой проблемой в такой интеграции являлось то, что математический аппарат не справлялся с анализом нетипичных ситуаций в действиях потребителей в процессе принятия решения.

Развитие чисто бихевиористского направления связано с фамилиями Даниэля Канемана и Амоса Тверски. Стоит отметить, что бихевиоризм (от англ. Behavior – поведение) – это социально-психологический подход к изучению поведения человека, определяемого не внутренними психическими процессами, а реакцией на механизмы внешней среды («стимул-реакция»).

Идеи, которые развивали данные психологи, все еще были приближены к ограниченной рациональности человека и как он принимает решение. Нововведением являлось то, что человек по своей сути может воспринимать окружающую его действительность через призму собственного опыта. На эту тему можно привести следующий пример:

Покупка куртки в зимний период. Мама, как более взрослый и практичный человек, может посоветовать длинную и теплую вещь, что дочери категорически не нравится. Она же в свою очередь настаивает на покупке легкой куртки, желая следовать тенденциям в сфере моды. Покупка совер-

шена и дочь получила свою вожделенную вещь. Но спустя некоторый промежуток времени дочь заболевает. Таким образом, она получила свой опыт и пересмотрела свой взгляд на покупку вещей.

Если рассматривать частные случаи поведенческой экономики, то можно выделить нейроэкономику, в которой происходит соединение сразу 3-х наук – экономики и связанных между собой психологии и нейробиологии.

В 1990 году ученые Антонио Димасио и Антуан Бишара начали исследовать воздействие процессов коры головного мозга на поведение человека. Они доказали, что использование методов нейроэкономики позволит расширить горизонты ранее изученной поведенческой экономики [4].

Примером исследования является проведение МРТ коры головного мозга субъекта во время принятия того или иного решения. В зависимости от ситуации, человек принимает решение, активизируя тем самым различные части мозга, отвечающие за ту или иную эмоцию. То есть, в коре головного мозга происходит конкурентная борьба нейронов, вызывающих соответственно всплески нейронной активности.

Нейробиологами было доказано, что любой принимаемый человеком выбор – это интегральный результат конкурентной борьбы нейронов, которые пытаются активизировать сами себя и подавить своих конкурентов. Большая часть принимаемых решений и совершаемых действий являются автоматизмами [5].

К примеру, у мужчины есть любимое место – кафе, где играет живая музыка. Каждую пятницу он приходит в данное кафе, но в какой-то момент уровень обслуживания падает, также меняется репертуар музыки. Он осознает, что наверняка стоит подыскать новое место, но сила привычки мешает рационально мыслить и принимать решения. Эмоциональная привязка к месту – все это автоматизм, который контролируется стриатумом (иначе полосатое тело) головного мозга. Между стриатумом и префронтальной корой мозга происходит «конфронтация», в то время как в поведении мужчины идут колебания между альтернативными вариантами выбора: поискать что-то новое или оставить все как есть.

Изучение такого принятия решения у покупателей является важным вопросом для крупных компаний. Ведь зная, как воздействовать на процесс принятия решения, можно поспособствовать увеличению продаж продукции. Такие идеи стали базисом для развития нейромаркетинга, по своей сути структурной части нейроэкономики.

Нейромаркетинг, в отличие от традиционного маркетинга, позволяет определить отношение потребителя к продукции еще до того, как он сам его осознал, и даже больше – влиять на него. Он не требует сбора и анализа большого количества информации о субъективных предпочтениях покупа-

теля. В нейромаркетинге, как и в любой науке, существует множество способов выявить предпочтения потребителя. Наблюдение за сердечно-сосудистой системой человека, сокращения лицевых мышц, направления взгляда на определенную часть предмета – одни из примеров данных методов [6]. Глубокое и детальное изучение процессов, происходящих в коре головного мозга человека, при грамотном воздействии на органы чувств позволяют подтолкнуть клиента к принятию нужного для фирмы решения.

Одним из примеров является ароматерапия. Ее спектр применения в разных сферах торговли очень велик. Один из вариантов применения является ароматерапия в риелтерских услугах. Учеными было выявлено, что запахи свежей выпечки и кофе создают ощущение уюта и защищенности. Именно поэтому квартиры, где присутствуют такие запахи, продаются быстрее и дороже. Это часто влияет на людей, которые по своей сути являются кинестетиками.

В принципе, данные направления довольно перспективны. Однако из-за высокой стоимости исследований, которые могут позволить себе только крупные компании, нет широкого распространения данных идей в экономической сфере.

Библиографические ссылки

1. Саймон Г. А. Рациональность как процесс и продукт мышления // Лекция в память Ричарда Т. Эли, прочитанная на ежегодной конференции Американской экономической ассоциации в 1977 г. THESIS, 1993. Вып. 3
2. Саймон Г. А. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении // Теория фирмы / под ред. В. Л. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1995. С. 54.
3. Katona G. Psychological Analysis of Economic Behavior. NY: McGraw-Hill. 1951. Цит по.: Ростислав Капелюшников. Поведенческая экономика и новый патернализм. URL: <http://polit.ru/article/2013/11/12/paternalism/> (дата обращения: 28.04.2023).
4. Интеграция нейроэкономики в экономическую науку [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/integratsiya-neyroekonomiki-v-ekonomicheskuyu-nauku?ysclid=lgzowq4w5n450703039> (дата обращения: 28.04.2023).
5. Мартынов И. А. Мозг. Как он устроен и что с ним делать [Электронный ресурс]. URL: <https://libcat.ru/knigi/nauka-i-obrazovanie/biologiya/405254-ilya-martynov-mozg-kak-on-ustroen-i-chto-s-nim-delat-litres.html#text> (дата обращения: 28.04.2023).
6. Нейромаркетинг: современный подход в классическом маркетинге [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyromarketing-sovremennyy-podhod-v-klassicheskom-marketinge?ysclid=lh0slfvoub265223973> (дата обращения: 28.04.2023).

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ПРИРОДЫ ВАЛЮТНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. В. Кузьмина

arlophel@mail.ru;

Научный руководитель – Ю. Л. Астраух, старший преподаватель

В статье исследуется природа валютной нестабильности в Республике Беларусь на основе теории П. Кругмана. Целью данной работы является определение особенностей экономики Республики Беларусь, оказывающих влияние на ситуацию на валютном рынке страны. Основой методологии исследования является каузальный и статистический метод. Актуальность исследования основывается на зависимости успешности развития экономики страны от динамики валютных курсов их национальных денежных единиц.

Ключевые слова: валютный курс; валютная нестабильность; валютный кризис; трансмиссионное заражение; платежный баланс; управляемое плавание.

Стабильность динамики валютного курса национальной денежной единицы определяет условия функционирования объектов экономической системы и их влияния на основные макроэкономические переменные. Валютная же нестабильность оказывает негативное влияние на экономику страны, вызывая скачкообразные изменения условий функционирования объектов ее системы и подрывая экономику на всех уровнях. Устойчивость валюты имеет прямую связь с устойчивостью и конкурентоспособностью экономики страны. Страны с сильной экономикой, обладающие высокой конкурентоспособностью на мировом рынке, зачастую характеризуются наличием устойчивой валюты.

В настоящее время одной наиболее популярных теорий, объясняющих причины возникновения валютных кризисов, является теория о трех поколениях валютного кризиса. В соответствии с данной теорией валютные кризисы первого поколения вызываются кризисом платежного баланса, сущностью же кризисов второго поколения является самореализующийся кризис. Кризисы третьего поколения могут иметь различную основу: двойной банковский и валютный кризис, кризис внешней государственной задолженности, асимметрия информации или трансмиссионное заражение [2, с. 89–91].

В данной статье основой исследования служит теория П. Кругмана. Принимая в расчет то, что, несмотря на досконально изученную природу валютных кризисов в рыночной экономике, при попытке использования ее в ситуации в экономике Республики Беларусь могут возникнуть затруднения, из-за таких особенностей национальной экономики, как прак-

тика сглаживания платежного баланса страны и иных мероприятий стабилизационной политики. По П. Кругману причиной кризиса платежного баланса является расхождение в двух направлениях финансовой политики: проходящее одновременно устранение дефицита бюджета за счет денежной эмиссии и использование фиксированного валютного курса или его аналогов – в Республике Беларусь придерживаются политики контролируемого плавания, что соответствует условиям модели.

Фундаментальным основанием валютного кризиса является проявление валютной нестабильности извне, насыщаемое трансмиссионным заражением. Процесс заражения проявляется на основании происходящей девальвации национальной денежной валюты в государстве-партнере, которая передается посредством внешней торговли. Примером такого кризиса является, произошедший в Республике Беларусь валютно-финансовый кризис 2014 года, когда произошло ослабление белорусской национальной валюты, вследствие снижения курса российского рубля, вызванного падением цен на нефть.

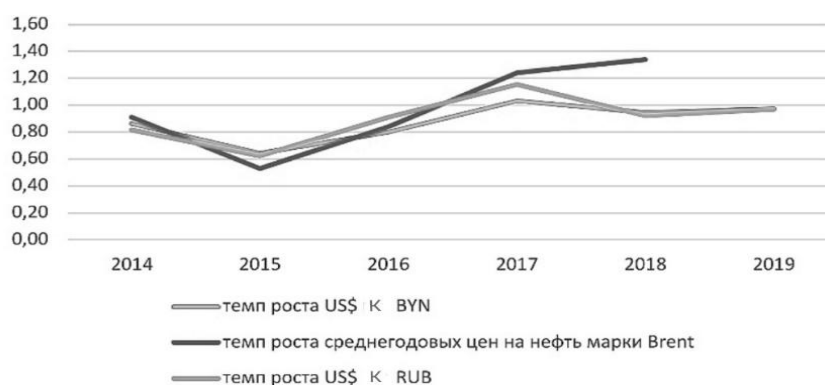


Рис 1. Сравнение темпов приростов курсов валют

В указанном случае основной причиной девальвации был внешний фактор, основой которого является структура белорусского экспорта, основная часть которого приходится на Российскую Федерацию. Таким образом, при ослаблении курса русского рубля, стоимость белорусского экспорта снижается, с учетом сохранения его объема [3, с. 313–314]. Привязка же цен экспортируемых товаров к твердым валютам, как решение данной проблемы, – довольно ограничено в применении, по причине того, что рост курса твердых валют вызовет рост цен на экспортируемые в Россию белорусские товары и подорвет их конкурентоспособность.

Кризис платежного баланса в соответствии с моделью П. Кругмана вызывается внутренними причинами, так политика эмиссионного финансирования, доставшаяся Республике Беларусь, как наследие Советского

Союза (господствующая форма собственности – государственная, административно-командные отношения во всех секторах экономики преобладают над рыночными) и невозможность привлечения достаточного количества иностранного капитала в экономике политикой управляемого плавления обменного курса создают иллюзию благополучия – ВВП и заработная плата искусственно завышаются, что ведет к постепенному накоплению макроэкономических диспропорций и последующей потере экономического баланса страны.

Примером такого кризиса, может служить кризис, длившийся с марта по сентябрь 2011 года, основными причинами которого были: дисбаланс, появившийся при увеличении инвестиционных расходов (чистое принятие обязательств составило 4002,4 млн. долларов США, что превышало почти в 3 раза аналогичные показатели в предыдущих годах, и происходило наряду с активными приобретением финансовых активов) [4]; политически мотивированный рост заработной платы (несвязанный с увеличением производительности труда в 2010 году), а именно увеличение средней заработной платы в национальной валюте почти в два раза, при падении ее в пересчете в доллары США почти на 50 % [4].

Причина кризисов платежного баланса в Республике Беларусь, вызывающая валютную нестабильность, скрыта на фундаментальном уровне. Основой экономики Республики Беларусь считается наличие большого числа организаций, находящихся в государственной собственности и являющихся наследием СССР. Большая часть указанных организация экономически неэффективна и даже убыточна, что, в свою очередь, и является корнем структурных проблем белорусской экономики [1, с. 170]. Фактором, ухудшающим ситуацию, выступает недоверие домашних хозяйств и предприятий к национальной валюте, что можно связать с зависимостью Центрального банка от правительства и невозможностью принятия им, даже при наличии должных компетенций, самостоятельных решений во время кризисных ситуаций [3, с. 321].

Если рассматривать данную ситуацию как классический случай, то дефицит счета текущих операций должен финансироваться через привлекаемые иностранные инвестиции. Однако указанная модель действий для Республики Беларусь не подходит по причине недостатка прямых иностранных инвестиций. Поэтому основным механизмом балансировки является использование долговых инструментов – внешних кредитных заимствований, суммарный размер которых составляет значительную часть ВВП, и в результате только на обслуживание государственного долга уходит ощутимая часть ВВП.

Исходя из указанных доводов, можно сделать следующие выводы, касающиеся инвестиционного потенциала экономики Республики Бела-

реть: без привлеченных внешних источников финансирования инвестиционный потенциал экономики Республики Беларусь крайне ограничен; прибыли, которую экономика Беларуси генерирует, едва хватает для обеспечения воспроизводства; искусственное накачивание инвестиционного спроса для увеличения темпов роста вызывает валютную нестабильность. [1, с. 170–173]

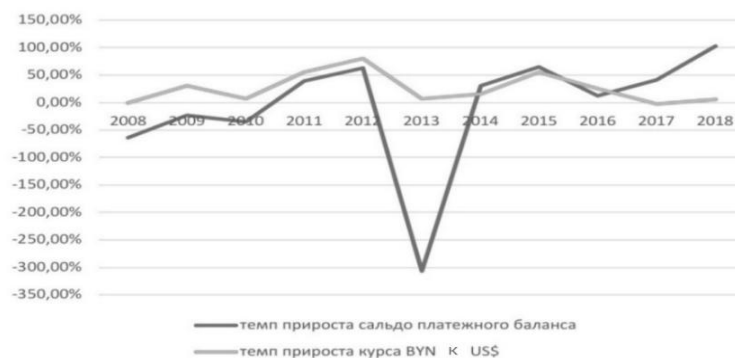


Рис. 2. Сравнение темпов изменения сальдо платежного баланса

Предшественником масштабной девальвации является возникновение дефицита счета текущих операций, имеющего тенденцию сначала к росту до своего максимального значения с последующим снижением до нормального равновесного уровня. Валютные же кризисы корректируют платежные балансы и, как итог, номинальный обменный курс приближается к реальному, достигая соответствия. Импорт в данной ситуации сокращается в результате подорожания, экспорт увеличивается за счет удешевления.

Библиографические ссылки

1. Егоров О. В. Природа валютной нестабильности в транзитивной экономике/ Экономический вестник. 2016. № 25. С. 168–174
2. Смаженный И. В. Эволюция теории валютных кризисов: три поколения/ Международные экономические отношения. 2005. №3. С. 89–93
3. Dabrowski M. Currency crises in post-Soviet economies – a never ending story? Russian Journal of Economics 2. 2016. С. 302–326
4. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь. URL: <http://nbrb.by/> (дата обращения: 15.05.2023).

УСТОЙЧИВЫЕ ОБЛИГАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ И СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

В. Э. Кузьмич, В. М. Бугор

kuzmichvika1234@gmail.com, valeria.bugor@yandex.ru;

Научный руководитель – Т. И. Глеба, кандидат экономических наук, доцент

В данной работе исследуются ключевые особенности нового финансового инструмента – устойчивых облигаций в контексте финансирования экологических и социальных проектов. Изучены механизмы и практика их выпуска и инвестирования. При этом, особое внимание было обращено на тренды и развитие рынка устойчивых облигаций на примере современных успешных проектов, финансируемых с помощью устойчивых облигаций.

Ключевые слова: устойчивое развитие; устойчивое финансирование; устойчивые облигации; «зеленые» облигации; финансирование экологических проектов; финансирование социальных проектов.

В современном мире существует все большая необходимость в поиске новых способов финансирования проектов, направленных на решение экологических и социальных проблем. В этом контексте устойчивые облигации выделяются как один из наиболее эффективных инструментов, позволяющих привлекать капитал для поддержки таких проектов. Устойчивые облигации сочетают в себе две ключевые составляющие: финансовую доходность и социально-экологическую ответственность. Данный вид облигаций получил широкое распространение в развитых странах. Актуальность устойчивых облигаций также растет и в странах с развивающейся экономикой, в том числе в Республике Беларусь.

Устойчивые облигации (от англ. Sustainable Bonds) являются финансовыми инструментами с фиксированным доходом, предназначенными для привлечения капитала для проектов, которые соответствуют определенным стандартам устойчивого развития, способствуют достижению экологических и/или социальных проектов [4]. Устойчивые облигации включают в себя зеленые и социальные облигации, а также облигации устойчивости, или устойчивого развития, и поэтому данные облигации часто называют GSS облигациями (Green, Social, Sustainability Bonds).

Рынок устойчивых облигаций начал свое развитие с 2007 г., когда были выпущены первые «зеленые» облигации «Climate Impact Awareness» Европейского инвестиционного банка и «Green Bond» Всемирного банка. Первая социальная облигация появилась в 2010 г. в рам-

ках реабилитации заключенных, вышедших на свободу из частной тюрьмы в Великобритании.

С 2007 до 2021 г. рынок устойчивых облигаций увеличивался. В 2022 г. наблюдался спад выпуска данных облигаций на 18,8 %, но выделить конкретные единые причины снижения затруднительно, поскольку на их выпуск влияет совокупность факторов, которые еще предстоит изучить. В целом, наибольшую долю в выпуске суверенных устойчивых облигаций составляют зеленые облигации (82 %), далее идут облигации устойчивости (12 %) и, наконец, социальные (5 %) [3].

Текущий рост рынка устойчивых облигаций отражает увеличение спроса на устойчивые инвестиции и признание того, что устойчивость имеет решающее значение для экономического роста и стабильности. Однако нередко выпуск устойчивых облигаций, а именно «зеленых» и облигаций устойчивости, связывают с риском «зеленого отмывания», которое подразумевает практику представления компании, продукта или инвестиций как экологически чистых или устойчивых, когда на самом деле они не соответствуют необходимым критериям или стандартам. В контексте устойчивых облигаций «зеленое отмывание» может иметь место, когда некоторые эмитенты пытаются использовать растущий спрос на устойчивые облигации и маркируют свои облигации как «зеленые» или «устойчивые», не обеспечивая значимых экологических или социальных выгод.

Корреляция между «зеленым отмыванием» и устойчивыми облигациями подчеркивает важность надежных стандартов, прозрачности и независимых механизмов проверки на рынке устойчивого финансирования. Связано это с тем, что при принятии инвестиционных решений инвесторы полагаются на точность и достоверность информации, которая предоставляется эмитентами. А механизм «зеленого отмывания» подрывает доверие к устойчивому рынку облигаций и, соответственно, может подорвать доверие инвесторов.

Для решения этой проблемы различные организации и инициативы, такие как Международная ассоциация рынков капитала (ICMA), Climate Bond Initiative (CBI) и т.д., разработали стандарты и принципы для обеспечения честности и прозрачности в устойчивом финансировании. Например, Принципы зеленых облигаций (GBP) и Принципы социальных облигаций (SBP) содержат добровольные рекомендации для эмитентов по обеспечению прозрачности и целостности зеленых и социальных облигаций. Эти принципы подчеркивают важность раскрытия информации, отчетности и использования доходов для обеспечения того, чтобы инвестиции действительно способствовали достижению экологических или социальных целей. Кроме того, страны или группы стран могут самостоя-

тельно разработать таксономию или стандарты устойчивых облигаций. Однако зачастую страны при разработке собственных программ используют рекомендации ряда международных организаций. Так, государства обычно учитывают 4 основных элемента устойчивых облигаций в соответствии с рекомендациями ISMA:

1. Определение целей расходования средств: установление категорий или списка проектов и активов, которые будут финансироваться с помощью выпуска облигаций для достижения экологических, социальных или устойчивых целей.

2. Отбор и оценка проектов: процесс выбора и оценки экологических, социальных или устойчивых проектов с использованием заранее определенных критериев, установленных эмитентом.

3. Управление средствами: установление процесса мониторинга, распределения и использования доходов, полученных от облигаций.

4. Отчетность: определение информации, которую эмитенты должны предоставлять инвесторам, а также определение частоты такой отчетности [4].

Устойчивые облигации работают так же, как традиционные облигации, но с некоторыми отличиями. Ключевое различие между этими облигациями заключается в том, что устойчивые облигации выпускаются с конкретной целью финансирования проектов, которые оказывают положительное воздействие на окружающую и/или социальную среду. Цели устойчивого развития обычно излагаются в документах о выпуске облигаций и должны быть достигнуты проектами, финансируемыми за счет данных облигаций.

Устойчивые облигации могут быть выпущены правительствами, муниципалитетами, корпорациями и другими организациями. Сегодня большую часть облигаций выпускает частный сектор [3]. Ярким примером является компания Apple, у которой объем выпущенных зеленых облигаций – один из самых крупных для частных компаний. Общая сумма всех выпущенных облигаций составляет 4,7 миллиарда долларов США. В 2020 г. компания Apple спонсировала 17 проектов по программе зеленых облигаций, и вместе они позволят уменьшить выбросы углерода на 921 000 метрических тонн в год – как если бы с дорог исчезло примерно 200 000 автомобилей. Только в прошлом году Apple открыла в Неваде, Иллинойсе, Виргинии и Дании несколько энергоцентров общей мощностью более 350 мегаватт [2].

Развитие рынка устойчивых облигаций в Республике Беларусь находится на начальном этапе. В конце 2022 г. Министерство финансов Республики Беларусь впервые разместило на Белорусской валютно-фондовой бирже «зеленые» облигации, которые были реализованы за один день.

Кроме того, по расчетам НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь общая потребность лишь в «зеленом» финансировании и только государственного сектора в 2021-2025 гг. составляет 17,2 миллиарда рублей [1], т.е. на данном этапе объемы предложения данного финансирования не могут удовлетворить весь спрос на него. Потому государству следует обратить внимание на развитие программ, связанных с устойчивым финансированием, в частности обратить внимание на социальные облигации. Облигации данного вида могут помочь эффективнее справиться с отдаленными последствиями пандемии COVID-19.

Кроме того, с 2020 г. из-за введенных санкций у Республики Беларусь появились проблемы, связанные с финансированием национальных проектов международными организациями, такими как МБРР, МВФ, ВОЗ и др. В условиях отсутствия внешнего финансирования облигации – инструмент, который может дать толчок к развитию внутреннего рынка ценных бумаг, в том числе устойчивых. В перспективе через эти инструменты Республика Беларусь может быть интегрирована в программы устойчивого финансирования ЕАБР: в 2021 г. была утверждена «Политика ЕАБР по выпуску «зеленых» и социальных долговых инструментов».

Таким образом, устойчивые облигации могут стать дополнительным финансовым инструментом государства для реализации экологических и социальных проектов, что в контексте социально-ориентированной модели Беларуси является актуальным и особо значимым.

Библиографические ссылки

1. *Шушкевич, А.* «Зеленое» и устойчивое финансирование как перспективный механизм привлечения иностранных инвестиций в Республику Беларусь // *Банковский вестник : сетевой журн.* 2022. URL: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10962.pdf> (дата обращения: 01.04.2023).
2. Apple's \$4.7B in Green Bonds support innovative green technology [Electronic resource] // Apple Inc : [site]. [2022]. URL: <https://www.apple.com/newsroom/2022/03/apple-s-four-point-seven-billion-in-green-bonds-support-innovative-green-technology/> (date of access: 05.04.2023).
3. Green, Social, Sustainability and Sustainability-linked (GSSS) Bonds [Electronic resource] // The World Bank : [site]. [2023]. URL: <https://inlnk.ru/agPA1V> (date of access: 02.04.2023).
4. Sustainability Bond Guidelines [Electronic resource] // ICMA : [site]. [2023]. URL: <https://www.icmagroup.org/assets/documents/Sustainable-finance/2021-updates/Sustainability-Bond-Guidelines-June-2021-140621.pdf> (date of access: 08.04.2023).

ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е. Р. Кургуз, Е. И. Шамрило

lizakurguz1@gmail.com, Katyashamri@gmail.com;

Научный руководитель — Глеба Т. И., кандидат экономических наук, доцент.

В статье проанализированы основные социально-экономические показатели Республики Беларусь за период 2000–2022 годов. Через внутренние и внешние факторы, влияющие на экономику Беларуси, авторы произвели оценку состояния экономики, а также особенности ее развития. В работе отмечены невысокие экономические показатели Беларуси на фоне значительного человеческого потенциала страны и ее отставание по уровню развития от развитых стран. Анализ проведенных мер поддержки занятости позволяет сделать вывод о необходимости создания благоприятных условий для функционирования системы образования, здравоохранения, политических, социальных и экономических институтов.

Ключевые слова: социально-экономические показатели; особенности развития; экономическое развитие; человеческий потенциал; доходы населения.

Республика Беларусь является малой открытой экономикой, на которую влияют внутренние и внешние факторы. Особенностью является то, что внешнее воздействие оказывает влияние не меньше, чем внутреннее, но адаптировать внешние факторы мы можем через внутренние. Сегодня среди четырех основных классических факторов производства на передний план выдвигается человеческий капитал, именно он определяет результативность современной экономики. И для эффективного развития такой важной части общества необходимо создавать благоприятные условия для функционирования системы образования, здравоохранения, политических, социальных, экономических институтов, и прочего. Поэтому в данный момент особенно актуально рассмотрение социально-экономических показателей Республики Беларусь в динамике за период с 2000–2022 г.

В контексте развития человеческого капитала за эти годы страна прошла много событий. Это видно из основного макроэкономического показателя – ВВП (таблица).

Экономика Республики пережила несколько этапов развития: спад после перестройки, который был преодолен в 2000 году, беспрецедентный рост до 2014 года (к 2014 году ВВП достиг значения в 78,8 млрд долларов, почти в 4 раза больше, чем в 1990 году) с небольшим падением в 2009 и последующим периодом экономической стагнации, также усугубляю-

щийся пандемией в 2020 [1]. Динамика показателя объясняется экстенсивным ростом белорусской экономики совместно с денежными вливаниями со стороны России.

Динамика ВВП и ВВП на душу населения с 2000 по 2022 гг.

Год	ВВП, млрд, долл.	ВВП на душу населения, долл.
	текущие цены	
2000	10,8	1091,0
2005	31,2	3266,0
2010	57,2	6075,0
2015	56,5	5981,0
2020	60,3	6377,0
2021	68,2	7302,3
2022	74,4	8038,4

Исчточник:[1].

Одним из основных условий обеспечения достойного уровня жизни населения являются доходы населения [2]. Наблюдается ряд негативных тенденций: с увеличением индекса потребительских цен заметно значительное 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 данного события 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 оказал валютный кризис в России, связанный с сильным падением цены нефти на рынке, а следом и сокращением курса рубля по отношению к доллару.

В предыдущем десятилетии можно заметить, что Республика Беларусь смогла достичь стабилизации уровня инфляции. Однако, на фоне экономических неопределенностей и воздействия мировых факторов, инфляционные риски для страны все еще остаются актуальными в последние годы.

Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата растет: в период с 2011 по 2023 гг. росла со средним темпом роста 128,46 %, начиная с 190 рублей в 2011 году и оканчивая 1 795,9 рублями в апреле 2023 года. Однако номинальная заработная плата не успевает расти за темпами инфляции в стране [3].

Также в Беларуси достаточно много людей живет со среднедушевыми располагаемыми ресурсами ниже минимального потребительского бюджета 30% от общего населения в 2022 году.

Данные по безработице в РБ с 2020 показывают ее специфичность. Согласно официальным данным Министерства труда и социальной защиты уровень безработицы с 2000-х годов составлял около 2–3 % населения страны, что является одним из самых низких показателей в мире, и с того периода он продолжал снижаться. На сегодняшний день он составляет 3,6%. С 2016 года учет уровня безработицы ведется по методике МОТ. От куда мы можем сделать вывод: Беларусь по всем методам оценки безработицы имеет низкие показатели. Однако, по закону Оукена, это может значить, что страна не имеет ресурсов для развития экономики [4].

Кроме того, стоит отметить, что в Беларуси используется множество различных программ и мер поддержки занятости, например, государственные программы стимулирования занятости молодежи, переподготовки и трудоустройства работников, занятых на объектах, которые находятся в процессе ликвидации, и другие программы.

В целом, можно сделать вывод, что несмотря на 30 лет проводимых реформ, Беларусь имеет невысокие экономические показатели: имея сопоставимый с развитыми странами показатель человеческого потенциала, страна отстает по уровню развития от развитых стран. В период независимости Беларусь пережила много кризисных явлений, которые выразились через стагнацию показателя ВВП на душу населения, колебания реальных доходов населения, повышенный уровень безработицы, повышенную инфляцию. Это все несомненно отразилось на жизни людей, на социально-экономической политике государства.

Библиографические ссылки

1. GDP per capita [Электронный ресурс] // The World Bank [сайт]. [2021]. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=BY.-BY> (дата обращения: 15.05.2023)
2. Интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации [Электронный ресурс] // Белстат: [сайт]. [2022]. URL: <http://dataportal.belstat.gov.by/> (дата обращения: 15.05.2023)
3. Инфляция в Беларуси [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь: [сайт]. [2023]. URL: <https://myfin.by/wiki/term/inflyaciya> (дата обращения: 15.05.2023)
4. Рынок труда Республики Беларусь: безработица и ее численность [Электронный ресурс] // Белстат: [сайт]. [2023]. URL: <https://www.belstat.gov.by/> (дата обращения: 15.05.2023)

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОАО «КОММУНАРКА» В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Т. А. Курига

tatanakuriga@gmail.com;

Научный руководитель – О. Е. Трясунова, старший преподаватель

Фабрика «Коммунарка» является одним из крупнейших производителей кондитерских изделий в Республике Беларусь. Входит в состав Белорусского государственного концерна пищевой промышленности «Белгоспищепром». Не смотря на богатейшую историю и твердо закрепившуюся репутацию национального бренда, как в рамках, так и за пределами республики, введение экономических санкций не могло не затронуть СОАО «Коммунарка». Предприятие столкнулось с рядом ограничений, в связи с чем претерпела изменения ее конкурентная политика. Таким образом, имеет место необходимость анализа деятельности СОАО «Коммунарка» на предмет оценки эффективности новой конкурентной политики.

Ключевые слова: санкционное давление; санкционные меры; импортозамещение; импортонезависимость; рентабельность; прибыль; выручка.

Основным поводом в вопросе оценки результативности политики предприятия является динамика ее финансового результата. Для определения характера динамики финансового результата СОАО «Коммунарка» в складывающихся конъюнктурных условиях был проведен анализ предприятия по данным годовой финансовой отчетности за 2018–2022 гг. (рис.1).

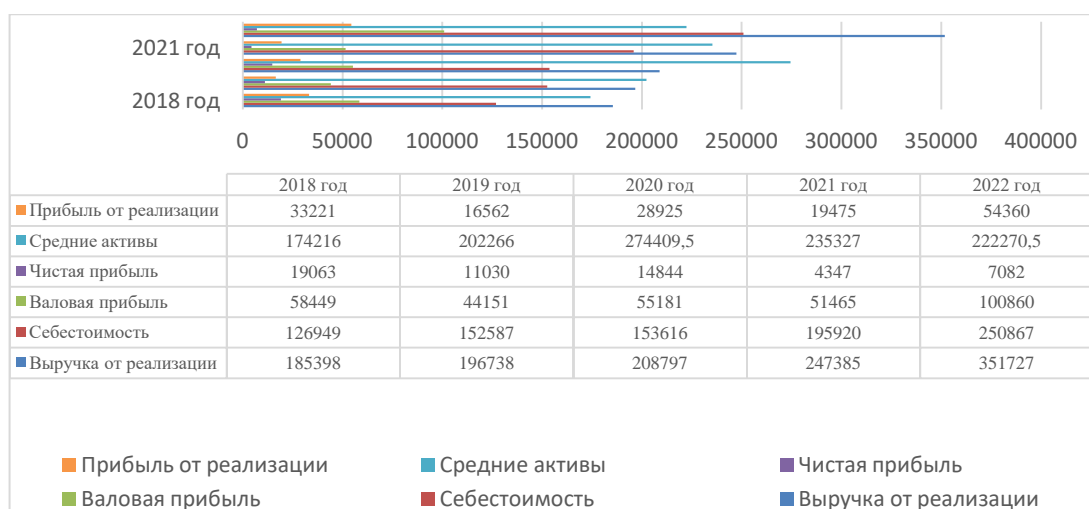


Рис. 1. Показатели производственной деятельности СОАО «Коммунарка» за 2018–2022 гг.

Источник: [5]

Анализ данных показал положительный рост в 2022 г. таких показателей, как выручка, валовая прибыль, прибыль от реализации, прибыль от текущей деятельности. Следует также отметить, что показатели превышают досанкционный период.

Однако, как было отмечено выше, абсолютные показатели эффективности не отражают реальное финансовое положение компании. Можно вкладывать много денежных средств и получать при этом невысокую прибыль. Поэтому очень важно при оценке фирмы опираться еще и на относительные показатели. Например, рентабельность, показывающую степень отдачи производственных факторов, применяемых в производстве. Для оценки СОАО «Коммунарка» были применены следующие виды рентабельности:

Рентабельность продаж (ROS) отражает характер динамики продаж, что говорит об эффективности применяемой политики.

$$ROS = \frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Выручка от реализации}} \cdot 100\% \quad (1)$$

Рентабельность активов (ROA) показывает, насколько эффективно предприятие использует свои активы для получения прибыли.

$$ROA = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средние активы}} \cdot 100\% \quad (2)$$

Рентабельность затрат (ROC) отражает, какую прибыль предприятие получает на каждый затраченный рубль [1].

$$ROC = \frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Себестоимость}} \cdot 100\% \quad (3)$$

Несмотря на то, что показатели рентабельности за 2022 не такие высокие как в 2018–2020 гг., а также сложный период реабилитации после COVID-19 2021 г. СОАО «Коммунарка» смогла не только удержать показатели, но и увеличить их: ROS увеличилась на 0,2 %; ROA – на 1,4 %; ROC – на 11,8 % (рис.2).

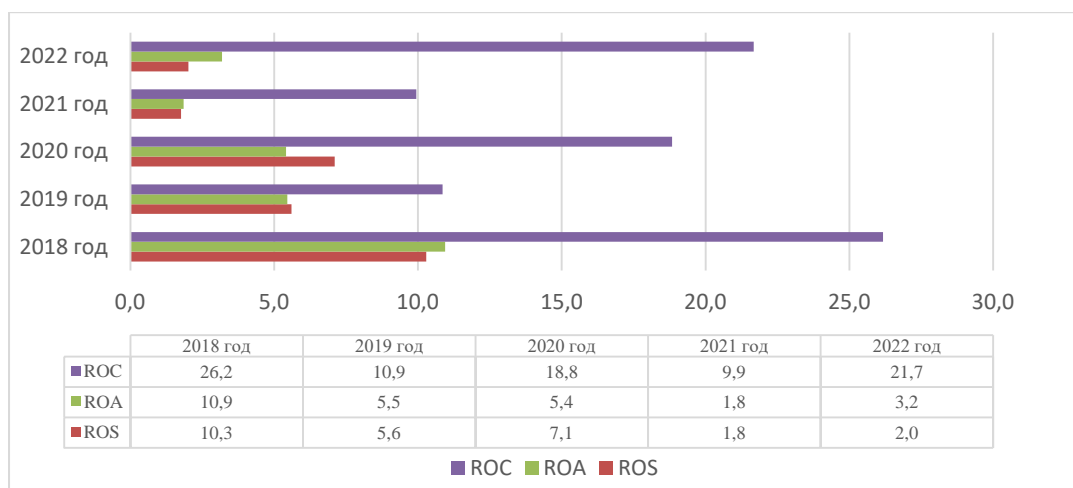


Рис. 2. Показатели рентабельности СОАО «Коммунарка» за 2018–2022 года
Источники показателей [5], вычисления на основе формул 1, 2, 3

Положительная динамика показателей эффективности обусловлена тем, что, основным торговым партнером является наиболее стабильный контрагент-Российская Федерация, на долю которой приходится около 90% экспортируемой продукции.

Также, прекращение сотрудничества с недружественными странами подтолкнуло к рассмотрению новых рынков сбыта в Средней Азии. На сегодняшний день хороший потенциал показывает рынок Китая: за десять месяцев 2022 года темп роста составил 160 %, растут поставки в Узбекистан, Армению, Казахстан, Турцию [3].

По информации «Белинтерэкспо» кондитерская фабрика «Коммунарка» на выставке Gulfood 2023 договорилась о поставках продукции в Саудовскую Аравию, Иран, ОАЭ, Палестину, Пакистан и Индию [4].

Более того, сегодня европейская граница – почти барьер, не только для импорта готовой продукции, но и для экспорта сырья. Именно это стало решающим толчком для реализации инвестиционного проекта по созданию инновационного импортозамещающего производства полного цикла по переработке какао-бобов с применением систем цифрового онлайн-контроля качества, соответствующего требованиям международных стандартов. Объем производства полуфабрикатов планируется более 30 тыс.т в год. Приобретать будут только какао-бобы. Все остальное на фабрике смогут производить сами. Первая стадия ввода производства полуфабрикатов – 2026 год, вторая – 2029 год. Таким образом, СОАО «Коммунарка» выйдет на рынок как производитель не только кондитерских изделий, но и полуфабрикатов (усовершенствование В2В-сектора).

Помимо традиционных каналов сбыта СОАО «Коммунарка» начала осваивать реализацию продукции с использованием e-commerce – веде-

ние коммерции на современных онлайн-площадках. Планируется более активно развивать данное направление на территории Российской Федерации с помощью таких платформ, как Ozon [5].

Итоги исследования подведены с помощью SWOT-анализа (табл.).

SWOT-анализа развития СОАО «Коммунарка»

Сильные стороны	Возможности
Большой ассортимент товара Высокая лояльность к бренду Импортозамещение	Ориентация на импортонезависимость Осваивание e-commerce Монополизация рынка сырья Новые сотрудничества
Слабые стороны	Угрозы
Логистические ограничения Финансовые ограничения	Появление конкурентов

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что под санкционным давлением СОАО «Коммунарка» не просто смогла удержать производство на плаву, но и адаптироваться к экстремальным условиям, сформировав новые каналы сбыта на внутренних и внешних рынках, а также построив маршрут к модернизации и импортонезависимости.

Библиографические ссылки

1. Дронов, С. А. Прибыль и рентабельность: практическое пособие: Изд. 2-е. М.: Лаборатория книги, 2010. 149 с.
2. Информационное агентство «Беларусь сегодня» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sb.by/svoye-slashe> (дата обращения: 27.04.2023).
3. Информационное агентство «Новости-Минск» [Электронный ресурс]. URL: <https://minsknews.by/v-usloviyah-sankcij-kommunarka-narashhivaet-prodazhi-na-vneshnih-i-vnutrennem-rynkah> (дата обращения: 02.05.2023).
4. Информационное агентство «Dairy News» [Электронный ресурс]. URL: <https://darynews.today/gulfood> (дата обращения: 02.05.2023).
5. Официальный сайт СОАО «Коммунарка» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommunarka.by> (дата обращения: 29.04.2023).

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВЕНЧУРНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

А. А. Курьянович

sunny.kuryanovich@mail.ru;

*Научный руководитель – Л. М. Лапицкая, кандидат экономических наук,
доцент*

Одним из приоритетных направлений государственной инновационной политики является развитие индустрии венчурного капитала и прямого инвестирования в Республике Беларусь, а также необходимым условием активизации инновационной деятельности и повышения конкурентоспособности отечественной промышленности. Активное всестороннее стимулирование становления и развития альтернативных источников финансирования инновационных проектов и структур способствует скорейшему и более эффективному развитию экономики страны.

Ключевые слова: инновации; венчурное финансирование; инвестиции; финансирование; венчурные организации.

Основной задачей, стоящей в настоящее время перед нашей страной, является активная модернизация экономики, переход на истинно инновационный путь развития. Как известно, одним из наиболее перспективных механизмов инновационного развития выступает венчурное финансирование.

Венчурную деятельность можно охарактеризовать, как систему организации экономических отношений хозяйствующих субъектов по поводу формирования, распределения и использования фондов денежных средств, а также для инвестирования новых быстрорастущих фирм, занимающихся инновационной деятельностью. Она влечет за собой высокий риск невозврата вложенных денежных средств, что характеризует данную деятельность как рисковую.

Финансирование осуществляется с помощью инвесторов: бизнес-ангелов, венчурных фондов, международных организаций, крупных IT-компаний, которые инвестируют в стартапы. Основное различие – объем финансирования.

Согласно законодательства, основными направлениями деятельности венчурной организации являются: – приобретение имущественных прав юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей, осуществляющих научную, научно-техническую и инновационную деятельность; – финансирование венчурных проектов; – оказание управленческих, консультационных и иных услуг лицам, выполняющим венчурные проекты.

Особенность распределения ролей в венчурной фирме заключается в том, что главные партнеры венчурной фирмы являются руководителями, они – профессионалы инвестиционного бизнеса. Эта группа инвесторов состоит из очень состоятельных лиц и институтов, обладающих крупными суммами наличного капитала, таких как государственные и частные пенсионные фонды, университетские финансовые фонды, страховые компании. Другие посты в венчурной фирме представлены венчурными партнерами и временно-участвующими предпринимателями. Венчурные партнеры предлагают сделки и получают прибыль только с тех сделок, над которыми они работают (в отличие от главных партнеров, которые получают прибыль со всех сделок).

Для функционирования механизма венчурного финансирования необходимы следующие основные субъекты: венчурные фирмы; инвесторы венчурного капитала, готовые предоставить свои финансовые ресурсы венчурным фондам и посредникам для рискованных вложений в компании; венчурные фонды (венчурные компании), в том числе корпоративные, и другие финансовые посредники, аккумулирующие средства инвесторов и предоставляющие их на долевой основе венчурным фирмам; государственные институты, занимающиеся деятельностью по регулированию экономических, финансовых, бюджетных отношений, разработкой и реализацией инвестиционной и инновационной политики.

Специфика венчурного финансирования заключается в том, что средства выделяются на безвозвратной, а также беспроцентной основе, не требуют обеспечения. Переданные в распоряжение венчурной фирме ресурсы не подлежат изъятию в течение всего срока действия договора между ней и финансовым учреждением. Возврат вложенных средств и реализация прибыли венчурных предприятий происходит в момент выхода ценных бумаг фирмы на открытый рынок. По существу, финансовые учреждения становятся совладельцами фирмы-новатора, а предоставленные средства – взносом в уставный фонд предприятия.

Условно процесс создания венчурных фондов можно разделить на шесть этапов.

1 этап: банки, промышленные корпорации, государственные организации передают инновационному фонду деньги, а также право владения, пользования и распоряжения ими для решения актуальных научных проблем.

2 этап: за счет этих средств инновационный фонд привлекает широкий круг специалистов, рассматривает предлагаемую тематику научных работ, проводит консультативно-экспертный отбор лучших из них, субсидирует эти работы.

3 этап: результаты научных работ публикуются в научной литературе, а работы, имеющие практическую значимость, могут быть реализованы учредителям, а также заинтересованным потребителям.

4 этап: заинтересованные потребители вкладывают в действующие проекты дополнительные средства на решение организационных, материально-технических, кадровых и других вопросов. Это повышает качество получаемых результатов и возможность их практического внедрения. Дополнительные денежные средства становятся источником создания так называемых дочерних филиалов инновационного фонда на базе конкретных проектов или программ.

5 этап: распоряжаясь чужими деньгами, но имея узаконенную возможность присваивать эти средства, а также часть прибыли от внедрения собственных проектов, исполнители проектов ученые, инженеры, техники становятся богатыми людьми.

6 этап: владельцы внучатых инновационных фондов свои личные избыточные денежные средства помещают не только в инновационные исследования, но и в государственные ценные бумаги, акции корпораций, делают вклады в банки.

Таким образом, венчурная деятельность обусловлена высоким риском невозврата вложенных денежных средств, что характеризует данную деятельность как рисковую. Цель – получение прибыли от долевого участия венчурного инвестора в уставном капитале венчурной фирмы. Высокая доходность проектов. Венчурная организация – коммерческая организация, являющаяся субъектом инновационной инфраструктуры, предмет деятельности которой состоит в финансировании инновационной деятельности. Условно процесс создания венчурных фондов можно разделить на шесть этапов. Для функционирования механизма венчурного финансирования необходимы следующие основные субъекты: венчурные фирмы, инвесторы венчурного капитала, венчурные фонды, государственные институты.

Библиографические ссылки

1. Бакиновская О. Венчурные реалии и перспективы Беларуси: экономико-правовой аспект // Наука и инновации. 2010. No 10. С. 65–67.
2. Стартапы Беларуси: отчет по итогам исследования в рамках проекта AID-VENTURE [Электронный ресурс]. [сайт] [2002]. URL: https://bel.biz/wp-content/uploads/2018/11/STARTUPS_OF_BELARUS_WEB.pdf (дата обращения 20.05.2023).

МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ЦЕНОВОЙ ДИСКРИМИНАЦИИ В E-COMMERCE

И. А. Лазовик

eco.lazovikIA@bsu.by;

Научный руководитель – Ю. Л. Астраух, старший преподаватель

В статье проводится рассмотрение ценовой дискриминации в e-commerce. Рассматриваются виды дискриминации. Приводятся примеры дискриминации в различных популярных компаниях. Рассматриваются преимущества и недостатки ценовой дискриминации.

Ключевые слова: ценовая дискриминация; продажи; e-commerce; потребитель.

Сегодня, в условиях быстро развивающихся технологий и рынков, продавцы сталкиваются с задачей установления оптимальной цены для своих товаров и услуг, которая была бы конкурентоспособной и привлекательной для потребителей, но при этом не убыточной для прибыли компании. В этом контексте ценовая дискриминация может стать эффективным инструментом управления ценообразованием в e-commerce.

Ценовая дискриминация – это практика установления различных цен на один и тот же товар или услугу для разных групп потребителей с целью максимизации прибыли. Другими словами, это различное ценообразование для разных групп потребителей, которое основывается на различных характеристиках, таких как местоположение, возраст, пол, покупательская история, устройство и т. д.

В e-commerce ценовая дискриминация может применяться для максимизации дохода от продаж. Например, интернет-магазин может устанавливать различные цены на один и тот же товар в зависимости от географического положения покупателя, его истории покупок или устройства, с которого он заходит на сайт. Это позволяет магазину увеличить свою прибыль, продавая товар по максимально возможной цене каждому клиенту.

Ценовая дискриминация в e-commerce может применяться с использованием различных методов и инструментов. Рассмотрим некоторые из них [1]:

Динамическое ценообразование – это метод, при котором цены на товары и услуги изменяются в зависимости от спроса и других факторов, таких как время дня, день недели, праздники, сезонность и другие. Для реализации этого метода используются специальные программные про-

дукты, которые автоматически анализируют данные о спросе и меняют цены на товары и услуги в режиме реального времени.

Цены, основанные на местоположении – это метод, при котором цены на товары и услуги меняются в зависимости от местоположения покупателя. Например, цена на отель в центре города может быть выше, чем на окраине, или цены на билеты на самолет могут отличаться в зависимости от страны, из которой покупатель совершает покупку.

Цены, основанные на профиле пользователя – это метод, при котором цены на товары и услуги меняются в зависимости от персональных данных покупателя, таких как возраст, пол, доход, история покупок и другие. Например, для одних покупателей цены на товары и услуги могут быть выше, чем для других.

Акции и скидки – это метод, при котором цены на товары и услуги временно снижаются, чтобы привлечь больше покупателей и увеличить продажи. Например, магазин может провести распродажу или предоставить скидку на товар или услугу в честь праздника или события.

А/Б тестирование – это метод, при котором две разные группы потребителей сравниваются в контролируемой среде, чтобы определить, какие изменения в продукте, цене или маркетинге наиболее эффективны. Например, магазин может провести А/Б тестирование двух разных цен на один и тот же товар, чтобы определить, какая цена привлечет больше покупателей.

Ценовая дискриминация по количеству – это метод, при котором цены на товары и услуги меняются в зависимости от количества покупаемых товаров. Например, если покупатель покупает большое количество товаров, ему может быть предложена скидка.

Все эти методы могут быть эффективными в различных ситуациях и зависят от особенностей рынка, товара, услуги, а также от поведения потребителей.

Преимущества ценовой дискриминации:

Увеличение объемов продаж: за счет возможности установки разных цен для разных сегментов покупателей, продавцы могут привлечь больше клиентов и увеличить объемы продаж.

Увеличение прибыли: за счет установки разных цен для разных сегментов покупателей, продавцы могут максимизировать свою прибыль, продавая продукты по максимально возможной цене.

Увеличение лояльности покупателей: ценовая дискриминация может создать у покупателей впечатление, что они получают более выгодные предложения, что может увеличить их лояльность к продавцу и повторные покупки.

Недостатки ценовой дискриминации:

Увеличение цен для отдельных групп покупателей: некоторые группы покупателей могут быть вынуждены платить более высокую цену за товары или услуги из-за их социального статуса, возраста, пола или других критериев, что может создать ощущение несправедливости.

Риск потери лояльности: ценовая дискриминация может создать у покупателей ощущение несправедливости и привести к потере лояльности к бренду или продукту.

Риск правовых последствий: если ценовая дискриминация не соответствует законодательству, это может привести к правовым последствиям и убыткам для продавца.

В целом, ценовая дискриминация может быть полезным инструментом для увеличения объемов продаж и максимизации прибыли продавцов, но также может создавать риск потери лояльности покупателей и правовых последствий. Поэтому, для успешного использования ценовой дискриминации в e-commerce, продавцам необходимо тщательно оценить ее преимущества и недостатки, а также соблюдать законодательство в области ценовой политики.

Конкурентные компании в e-commerce широко используют различные методы ценовой дискриминации в своих операциях.

Некоторые из них включают: Amazon использует динамическое ценообразование, а также персонализированные цены, основанные на профиле покупателя; Uber использует цены, основанные на местоположении, чтобы установить разные тарифы в зависимости от того, где находится пассажир и куда он едет; Steam предлагает скидки на игры для пользователей, которые ранее приобрели другие игры от того же издателя; Airlines используют различные методы ценовой дискриминации, включая динамическое ценообразование и цены, основанные на местоположении, чтобы установить разные цены на билеты в зависимости от даты, времени и места путешествия; Apple использует ценовую дискриминацию, предлагая разные цены на свои продукты в разных регионах мира [2].

Эти примеры показывают, как компании используют различные методы ценовой дискриминации в e-commerce, чтобы управлять спросом, максимизировать прибыль и повышать лояльности клиентов. Мотивы участников сделки можно описать используя модель Эджворта. Если рассматривать график ящика Эджворта, то можно сказать, что точка F – полезность сделки при равновесной цене, точки E, G иллюстрируют ситуацию ценовой дискриминации, на которую участники идут для того, чтобы либо продать продукт, не пользующийся спросом по цене F, либо увеличить доход по цене E.

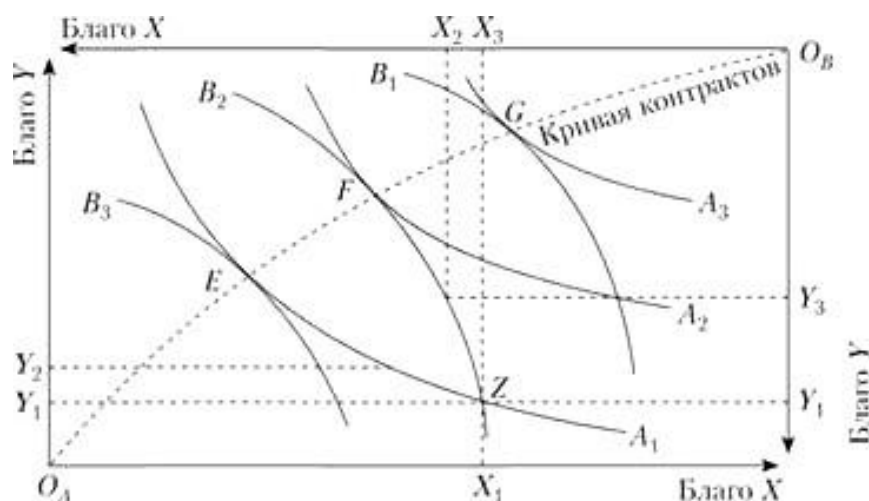


График ценовой дискриминации

В заключение, можно отметить, что ценовая дискриминация в e-commerce может быть эффективным инструментом для увеличения прибыли и удовлетворения потребностей разных сегментов покупателей. Однако, она также может вызвать недовольство у покупателей и привести к репутационным рискам для продавцов. При выборе методов и инструментов ценовой дискриминации, продавцам следует учитывать законодательство, этические принципы, а также управлять рисками, связанными с недовольством покупателей и потерей лояльности. Одним из способов уменьшения негативных последствий ценовой дискриминации является обеспечение прозрачности и объяснения причин различных цен. Это позволяет покупателям лучше понимать, почему они получают определенную цену, и уменьшает риск недовольства.

Библиографические ссылки

1. Шолбана О. Мотивы и методы ценовой дискриминации в различных отраслях. // Economy and Business: Theory and Practice, vol. 10-2 (92), 2022. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivy-i-metody-tsenovoy-diskriminatsii-v-razlichnyh-otraslyah> (дата обращения: 10.05.2023).
2. Дмитриев В. А. Ценовая дискриминация в интернет-торговле. // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд, 2016. № 1. С. 157-167 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsenovaya-diskriminatsiya-v-internet-torgovle> (дата обращения: 10.05.2023).

О МОДЕЛИРОВАНИИ ВЛИЯНИЯ ОБЪЕМОВ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ С УЧЕТОМ ЗАПАЗДЫВАНИЯ

А. А. Литвинович

litvinovich@bsu.by;

*Научный руководитель – Э. М. Аксень, доктор экономических наук,
кандидат физико-математических наук, профессор*

В работе представлена методика непрерывно-временного моделирования влияния объемов жилищного строительства и других факторов на социально-экономические показатели. При этом в модели учитывается также запаздывание влияния объясняющих факторов на результирующие показатели.

Ключевые слова: объемы строительства жилья; прогноз; запаздывание; непрерывно-временное моделирование; многофакторная модель.

Установление заданий по строительству жилья в Республике Беларусь, в том числе с господдержкой, должно рассматривать возможность влияния объемов строительства жилья на основные социально-экономические показатели.

Рассмотрим непрерывно-временную многофакторную модель с запаздыванием. Будем считать, что социально-экономический показатель y (например, «количество граждан, состоящих на учете нуждающихся в улучшении жилищных условий, чел.») зависит от факторов $x_j, j = \overline{1, m}$, (социально-экономические показатели, такие как количество безработных граждан, рождаемость, количество семей, получивших жилье, и др.), и при этом имеет место запаздывание. Непрерывно-временные ненаблюдаемые показатели в таком случае имеют вид [1, с. 260]:

$$\frac{d\tilde{x}_j}{dt}(t) = \gamma_j \cdot [x_j(t) - \tilde{x}_j(t)], j = \overline{1, m},$$
$$y(t) = \alpha + \sum_{j=1}^m \beta_j \tilde{x}_j(t) + \varepsilon(t),$$

где $\gamma_j > 0, j = \overline{1, m}$ – коэффициенты сглаживания, $\varepsilon(t)$ – случайный процесс с нулевым математическим ожиданием (например, винеровский процесс), t – момент времени.

Решения заданных дифференциальных уравнений имеют вид:

$$\tilde{x}_j(t) = \tilde{x}_j(t_0)e^{-\gamma_j(t-t_0)} + \gamma \int_{t_0}^t x_j(\tau)e^{-\gamma_j(t-\tau)} d\tau, t \geq t_0, j = \overline{1, m},$$

где t_0 – начальный момент времени.

В непрерывно-временном случае формула для нахождения прогнозных значений показателя y представлена как:

$$\hat{y}(t) = a + \sum_{j=1}^m b_j \tilde{x}_j(t),$$

а теоретическая оптимизационная задача для нахождения параметров $a, b_i, \gamma_i, \tilde{x}_j(t_0), i = \overline{1, m}$:

$$\int_{t_0}^T [y(t) - \hat{y}(t)]^2 dt \rightarrow \min,$$

$$\frac{d\tilde{x}_j}{dt}(t) = \gamma_j \cdot [x_j(t) - \tilde{x}_j(t)], t \in [t_0, T], i = \overline{1, m},$$

$$\hat{y}(t) = a + \sum_{j=1}^m b_j \tilde{x}_j(t), t \in [t_0, T].$$

Для численного нахождения значений параметров можно использовать дискретно-временную аппроксимацию данной оптимизационной задачи следующего вида:

$$\sum_{i=1}^n [y(t_i) - \hat{y}(t_i)]^2 \rightarrow \min,$$

$$\tilde{x}_j(t_i) = \tilde{x}_j(t_{i-1}) + \gamma_j \cdot [x_j(t_i) - \tilde{x}_j(t_{i-1})] \Delta t, i = \overline{1, n}, j = \overline{1, m},$$

$$\hat{y}(t_i) = a + \sum_{j=1}^m b_j \tilde{x}_j(t_i), i = \overline{1, n}.$$

где Δt – шаг изменения времени (т.е. $\Delta t = t_i - t_{i-1}$), а $t_i, i = \overline{1, n}$ – моменты времени, для которых известны реальные данные.

Итак, в настоящей статье представлена разработанная нами методика моделирования влияния объемов жилищного строительства и других факторов на социально-экономические показатели с учетом запаздывания в непрерывном времени.

Библиографические ссылки

1. *Магнус Я. Р., Катыйшев П. К., Пересецкий А. А.* 2000. Эконометрика. Начальный курс. Москва: Дело. 400 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. Ю. Лободенко

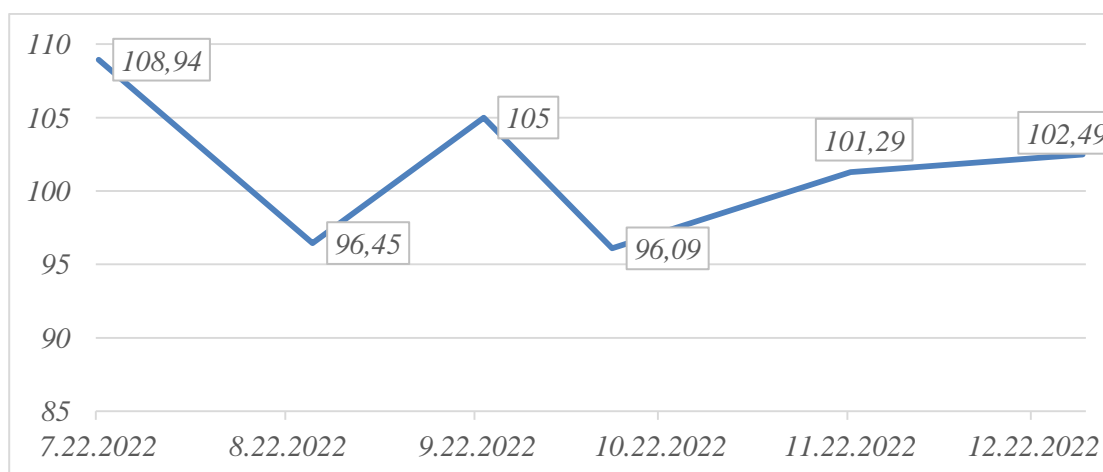
silvernamegg@gmail.com;

Научный руководитель – Т. Г. Струк, кандидат экономических наук, доцент

В статье рассмотрены примеры развития рынка ценных бумаг с помощью существующих или же потенциальных инструментов. Такими являются рыночные индексы, рэнкинги. Так же был рассмотрен существующие изменения на рынке ценных бумаг между участниками ЕАЭС.

Ключевые слова: финансовый рынок; брокер; акция; индекс; ЕАЭС.

Рынок ценных бумаг позволяет бирже аккумулировать денежные средства на платформе, компании получают деньги для улучшения или масштабирования производства, а инвесторы получают активы, которые приносят доходы или увеличивают свою стоимость. Данный рынок в Республике Беларусь имеет свои плюсы и минусы. К последним можно отнести, например, отсутствие биржевых фондовых индексов по корпоративным ценным бумагам. Отметим, что участники рынка выступают с собственными инициативами в данной сфере. Например, брокерская компания «AIGENIS» в 2022 г. разработала индекс по ценным бумагам, а именно по акциям (рисунок). Рисунок показывает тенденции изменения цен 7 самых ликвидных акционерных обществ на рынке, которыми, по мнению «AIGENIS» в 2022 году являлись ОАО «Приорбанк», ОАО «АСБ Беларусбанк», СП ОАО «Брестгазоаппарат», ОАО «БЕЛТРУБОПРОВОДСТРОЙ», ОАО «МАПИД», ОАО «Белинвестбанк» и ОАО «ГУМ».



Индекс Aigenis Top-7 цена компаний Беларуси

Источник: [1]

Доля каждой компании в индексе ограничена 20 %. Иначе доля самых ликвидных акций приходилась бы на финансовый рынок, а именно на акции Приорбанка, Беларусбанка и Белинвестбанка.

Данный список компаний, может корректироваться, как и S&P500. Если акции компании стали меньше торговаться, и их доля уменьшается по отношению к другим, то в таком случае она исключается из списка, и ее заменяют похожей по отраслевой структуре для балансировки рейтинга. Следует отметить, что пока рынок мало ликвиден, поэтому его изменение в короткие промежутки времени является не очень показательным из-за влияния ограниченного количества относительно крупных сделок, но более важно то, что само наличие такого индекса развивает инфраструктуру рынка.

Несмотря на то, что пока данный индекс недостаточно информативен на современном этапе развития рынка ценных бумаг, однако по своей структуре он похож на классические индексы акций развивающихся стран:

- значительная доля индекса – около 43 % по капитализации - банки (Приорбанк, Белинвестбанк, Беларусбанк);
- 21 % индекса – строительство (МАПИД и БЕЛТРУБОПРОВОДСТРОЙ);
- около 16 % – торговля (ГУМ).

Банки, строительство, торговля (в сумме это 80 % индекса) – именно эти индустрии, как правило, хорошо представлены и в большинстве индексов акций развивающихся стран. Остальные 20 % приходятся на долю «флагмана» белорусского фондового рынка – Брестгазоаппарата.

Кроме того, AIGENIS и VIK Ratings совместно создали рэнкинг акционерных обществ. Среди рэнкингов можно выделить следующие:

- топ 15 ОАО по группе «Динамика средней биржевой цены акции»;
- топ 15 ОАО по группе «Эффективность и доходность»;
- топ 15 ОАО по группе «Ликвидность акций».

Каждый из рэнкингов имеет ряд допущений, таких как неиспользование нерыночных сделок, не использовались агрегированные данные о дивидендах компании, иными словами, не учитывались виды акций [2].

Кроме индекса акций важным фактором развития рынка являются возможности инвесторов получить доступный способ приобретать ценные бумаги на бирже или вторичном рынке. Использование приложений может значительно ускорить развитие рынка ценных бумаг несколькими способами. Среди наиболее важных отметим следующие.

Расширенный доступ к информации: с помощью приложений инвесторы могут легко получить доступ к рыночной информации и данным в режиме реального времени, что позволяет им принимать обоснованные

инвестиционные решения. Такой расширенный доступ к информации может повысить эффективность и прозрачность рынка.

Улучшенный пользовательский интерфейс: приложения могут обеспечить более удобный и понятный интерфейс для инвесторов, позволяя им легко контролировать свои инвестиции, размещать сделки и получать доступ к рыночной информации из любого места в любое время.

Расширение участия: использование приложений может привлечь новых инвесторов на рынок ценных бумаг за счет предоставления более доступной и удобной платформы, что может привести к увеличению участия и ликвидности на рынке.

Разработка новых финансовых продуктов: приложения могут способствовать разработке новых финансовых продуктов и услуг, адаптированных к потребностям инвесторов. Например, приложения могут облегчить создание и торговлю специализированными ценными бумагами, такими как биржевые фонды (ETF), которые могут обеспечить доступ к определенным секторам или рынкам.

Таким образом, в эпоху цифровых решений приложение для инвестиций является важным фактором развития рынка ценных бумаг. В Республике Беларусь в 2023 г. такими продуктами владеют такие брокеры как: AIGENIS и Finup [3; 4].

Еще одним фактором развития фондового рынка Республики Беларусь является его интеграция с финансовым рынком ЕАЭС, что в свою очередь будет способствовать получению ряда дополнительных преимуществ:

1. Расширение финансового рынка ЕАЭС позволит углублять свою финансовую интеграцию, что может привести к созданию единого финансового рынка. Это потенциально может повысить ликвидность и эффективность финансового рынка ЕАЭС, сделав его более привлекательным для инвесторов.

2. Развитие финансовой инфраструктуры ЕАЭС, позволит инвестировать в развитие своей финансовой инфраструктуры, такой как платежные системы, клиринговые палаты и фондовые биржи. Это могло бы способствовать повышению эффективности и прозрачности финансового рынка ЕАЭС, сделав его более доступным для инвесторов.

3. ЕАЭС продолжит привлекать иностранные инвестиции, поскольку предлагает большой и растущий рынок со значительным потенциалом, что могло бы способствовать повышению ликвидности и емкости финансового рынка ЕАЭС, делая его более привлекательным для инвесторов.

4. Финансовый рынок ЕАЭС, вероятно, расширит спектр финансовых инструментов, таких как облигации, деривативы и паевые инвести-

ционные фонды, что способствует диверсификации инвестиционных возможностей для инвесторов и увеличению глубины финансового рынка ЕАЭС.

5. ЕАЭС продолжит работу по гармонизации своего финансового регулирования в государствах-членах. Это может помочь повысить доверие инвесторов и уменьшить регулятивный арбитраж.

Все сказанное выше позволит нашей стране повысить ликвидность и эффективность рынка ценных бумаг за счет использования новых инструментов, привлечения новых инвесторов и совершенствования законодательства в данной сфере.

Библиографические ссылки

1. Индекс рынка акций AIGENIS TOP 7 [Электронный ресурс]. URL: <https://aigenis.by/news/indeks-rynka-akcij-aigenis-top-7-30-12-2022/> (дата обращения: 02.05.2023).
2. Рэнкинг открытых акционерных обществ Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: https://aigenis.by/wp-content/uploads/2023/02/renking_oao_rb_2023.pdf (дата обращения: 03.05.2023).
3. Сайт компании Finup [Электронный ресурс]. URL: <https://finup.by/apps> (дата обращения: 03.05.2023).
4. Сайт компании AIGENIS [Электронный ресурс]. URL: <https://inv.aigenis.by> (дата обращения: 03.05.2023).
5. ЕЭК: единый финансовый рынок заработает не раньше 2025 года [Электронный ресурс]. URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/edinyy-finansovyuy-rynok-eajes-zarabotaet-ne-ranshe-2025-goda-eek/> (дата обращения: 04.05.2023).

РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

А. С. Ляхнович, А. С. Терехова

a.liahnovich@rambler.ru, angelina26082004@email.ru;

Научный руководитель – Н. И. Шандора, старший преподаватель

В статье рассматриваются способы использования искусственного интеллекта в различных организациях, оценивается эффект его внедрения на некоторых предприятиях. В статье анализируются возможные положительные и негативные моменты применения искусственного интеллекта.

Ключевые слова: искусственный интеллект; базы данных; алгоритмы; автоматизация; голосовые помощники.

В современном мире экономическая среда стремительно изменяется, конкуренция на рынке становится все более жесткой. В связи с этим становится актуальным использование искусственного интеллекта (ИИ) для повышения эффективности бизнес-процессов, принятия наиболее экономически выгодных и обоснованных решений.

Еще в середине XX века исследователи начали задаваться вопросом о том, как создать машину, которая могла бы думать и решать задачи, подобно человеку. Точкой отсчета можно считать конференцию в Дармутском колледже, которая проходила в 1956 году. На научном форуме собрались ученые, чтобы обсудить возможности создания искусственных интеллектуальных систем. Авторство термина «искусственный интеллект» приписывают Джону Маккарти. В 1956 году будущий лауреат престижной премии Тьюринга продемонстрировал в университете Карнеги-Меллон прототип программы на основе ИИ [1].

Первые исследования в данной области были направлены на создание систем, способных решать логические и математические задачи. Однако уже в 1960-х годах стало ясно, что эти системы имели ограничения и не могли решать задачи, требующие обработки больших объемов информации и умения анализировать неструктурированные данные. Это привело к развитию новых методов и подходов, таких как машинное обучение, нейронные сети, что позволило создавать более сложные искусственные интеллектуальные системы.

Таким образом, искусственный интеллект в современном понимании – это совокупность методов и инструментов решения различных сложных прикладных задач, использующих принципы и подходы, аналогичные размышляющему над их решением человеку или процессам, протекающим в живой или неживой природе.

На сегодняшний день исследования в области искусственного интеллекта ведутся по различным направлениям: представление и приобретение знаний, моделирование рассуждений, машинное обучение, интеллектуальный анализ данных и обработка образной информации, поддержка принятия решений, управление процессами и системами, динамические интеллектуальные системы, планирование.

Рассмотрим ключевые аспекты применения ИИ в современном бизнесе:

- Одной из основных областей применения ИИ в бизнесе является анализ больших объемов данных. Его применение позволяет ускорить обработку и анализ данных, точнее определить потребности клиентов и спрогнозировать спрос на товары и услуги. Это помогает принимать более рациональные решения в различных областях, от маркетинга и продаж до производства и логистики.

- Внедрение искусственного интеллекта позволяет автоматизировать повседневные задачи, такие как обработка заказов или учет товаров на складе. Использование искусственного интеллекта позволяет сократить затраты на персонал и повысить эффективность бизнес-процессов [2].

- Искусственный интеллект может быть использован для оптимизации производственных процессов, позволяя сократить затраты на производство, повысить качество продукции. ИИ может быть использован для автоматического контроля качества продукции, что повышает уровень доверия клиентов и улучшает репутацию компании.

- Использование искусственного интеллекта позволяет компаниям создавать персонализированные продукты и услуги.

- Искусственный интеллект помогает прогнозировать риски и принимать решения в различных областях, от финансов до маркетинга. Использование ИИ позволяет компаниям принять более точные и обоснованные решения на основе анализа данных и прогнозирования будущих тенденций [3].

Следует отметить, что внедрение ИИ в бизнес требует серьезной подготовки и инвестиций, включая обучение персонала и разработку соответствующих алгоритмов и программных решений.

Искусственный интеллект быстро внедрился в системы как отдельных пользователей, так и крупных компаний. Рассмотрим некоторые из них:

1. Google: Google была одной из первых компаний, которая активно начала использовать искусственный интеллект в своих продуктах, включая поисковую систему, голосовой помощник Google Assistant, фотоаппараты и другие сервисы.

2. Amazon: Amazon использует искусственный интеллект для оптимизации своей логистики, управления запасами, персонализации рекомендаций для покупателей и других задач.

3. Microsoft: Microsoft применяет искусственный интеллект в своих продуктах и сервисах, включая Windows, Office, Azure и другие.

4. Facebook: Facebook использует искусственный интеллект для анализа данных и контента, рекомендации контента и персонализации рекламных кампаний.

5. Tesla: Tesla применяет искусственный интеллект в своих автомобилях для управления автопилотом и других функций.

6. IBM: IBM была одной из первых компаний, которые начали исследования в области искусственного интеллекта, и использует его в своих продуктах и сервисах, включая Watson и другие.

7. Alibaba: Китайская компания Alibaba применяет искусственный интеллект в своих продуктах и сервисах, включая электронную коммерцию, облачные вычисления и другие.

8. Baidu: Китайская компания Baidu является одним из лидеров в области искусственного интеллекта, и использует его в различных продуктах и сервисах.

Использование автоматизации многих процессов принесло огромные плюсы для компаний:

- Рынок искусственного интеллекта оценивается в миллиарды долларов и продолжает расти. Согласно отчету PwC, к 2030 году рынок искусственного интеллекта достигнет 15,7 триллионов долларов.

- Использование искусственного интеллекта позволяет компаниям повысить эффективность и производительность. Согласно отчету McKinsey, компании, активно использующие искусственный интеллект, могут увеличить свою прибыль на 20–25 %.

- Искусственный интеллект может помочь компаниям снизить затраты на трудовые ресурсы. Согласно отчету Accenture, на автоматизацию бизнес-процессов с помощью искусственного интеллекта можно сэкономить до 30 % затрат на трудовые ресурсы.

- Искусственный интеллект может помочь компаниям улучшить качество продукции и услуг. Например, компании в области здравоохранения могут использовать искусственный интеллект для диагностики и лечения болезней, что может улучшить качество здравоохранения и снизить затраты.

- Использование искусственного интеллекта может привести к созданию новых продуктов и услуг. Так, многие компании используют искусственный интеллект для создания голосовых помощников, персонализированных рекомендаций и других новых продуктов.

Хотя использование искусственного интеллекта может привести к значительным экономическим выгодам для бизнеса, есть и некоторые возможные негативные последствия, которые стоит отметить.

Внедрение систем искусственного интеллекта может быть дорогим и требует больших инвестиций в оборудование, программное обеспечение, обучение персонала и другие ресурсы [4].

Использование искусственного интеллекта может привести к неправильному использованию и хранению персональных данных, что может нарушать законодательство и нормативные требования.

Использование искусственного интеллекта может повысить риски кибератак и утечки конфиденциальной информации.

Системы искусственного интеллекта могут быть сложными и не всегда гибкими для изменения требований бизнеса. Это может привести к трудностям в адаптации к новым задачам и изменениям на рынке.

Автоматизация задач с помощью искусственного интеллекта может привести к сокращению рабочих мест, особенно в тех областях, где ранее задач требовалось большое количество трудовых ресурсов.

Эти негативные последствия могут повлиять на бизнес, поэтому компании должны учитывать их при принятии решений о внедрении систем искусственного интеллекта. Необходимо балансировать потенциальную выгоду от использования искусственного интеллекта и соответствующие риски, и затраты.

Библиографические ссылки

1. *Петрунин Ю. Ю.* Искусственный интеллект: ключ к будущему? // *Философские науки.* 2018. № 4. С. 96–113.
2. *Гаджиева А. Г.* Цифровизация и занятость: роль отраслей сектора услуг // *Инновации.* 2018. № 2. С. 61–70.
3. *Исхакова А. Ф.* Применение искусственного интеллекта // *Вестник современных исследований.* 2018. № 9.3 (24). С. 261–262.
4. *Лосаберидзе Т. Л.* Внедрение искусственного интеллекта в ИТ-инфраструктуру предприятия [Электронный ресурс] // *Молодежный научный вестник* : [сайт]. [2016]. URL: <http://www.mnvnauka.ru/2018/01/Losaberidze.pdf> (дата обращения: 06.05.2023).

ИННОВАЦИИ В РОЗНИЧНОМ БАНКИНГЕ: ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ В ЗАО «АЛЬФА-БАНК»

В. Е. МАЛЮГИНА

vmalugina6@gmail.com;

Научный руководитель – О. В. Машевская, кандидат экономических наук, доцент

В статье рассматривается вопрос о необходимости развития розничного банковского бизнеса. Предложен поиск новых источников привлечения ресурсов для ЗАО «Альфа-Банк» с целью расширения его розничного бизнеса, поскольку инновации являются тем стимулом, который создает предпосылки для эффективной работы и является движущей силой экономических преобразований любой деятельности.

Ключевые слова: розничный бизнес; розничные банковские услуги; инновации; BaaS - модель.

Конкурентная борьба на рынке розничных финансовых продуктов приобретает новые черты с точки зрения инструментов конкуренции. Поэтому банкам сегодня необходимо не только создавать и внедрять новые продукты, но и стремиться к расширению списка предлагаемых розничных услуг, прибегая к инновациям. Под розничными банковскими услугами будем понимать услуги, наделенные высокой степенью персонализации, направленные на максимально-оптимальное удовлетворение потребностей физических лиц, и реализуемые на рынке банковских услуг с целью получения прибыли.

Розничный банковский бизнес – это самостоятельное направление банковской деятельности, связанное с предоставлением стандартизированных услуг населению. При реализации розничного бизнеса необходимо учитывать, что:

- во-первых, физические лица – это особая группа клиентов с индивидуальными потребностями и интересами, которые необходимо учитывать в момент обслуживания;

- во-вторых, все виды розничной банковской деятельности имеют ярко выраженный социальный характер, поскольку способствуют повышению жизненного уровня населения, утверждению принципов социальной справедливости;

- в-третьих, розничный банкинг является ключевым механизмом капитализации сбережений клиентов и далее трансформации этих средств в инвестиции;

- в-четвертых, розничное обслуживание является средством удовлетворения возрастающих потребительских нужд клиентов, а потому его развитие повышает платежеспособный спрос, ускоряет реализацию

имеющихся услуг и продуктов банка, заставляет создавать более качественные продукты с более привлекательными потребительскими свойствами, и в целом способствует получению прибыли и расширению сферы деятельности банка [1, с. 206].

Именно наличие «более совершенного качества продукта/услуги» и «более привлекательные потребительские свойства, созданные благодаря новым технологиям» и определяют банковский продукт в виде инновации.

Использование инновационных технологий ведения банковского бизнеса позволяют: -предложить более качественное и своевременное обслуживание клиентов; -уменьшить риск, связанный с предоставлением розничных услуг; -повысить результативность работы банка с каждым клиентом индивидуально; - обеспечить совершенствование каналов доставки банковских продуктов; - обеспечить расширение клиентской базы в данном сегменте, увеличивая для клиентов средний срок хранения денежных средств; - развить смежные услуги; -увеличить рентабельность розничного направления деятельности для банка в целом [3],[5].

В ходе исследования розничного банковского бизнеса наше внимание было обращено на деятельность ЗАО «Альфа-Банк». Анализ состава и структуры розничных банковских услуг ЗАО «Альфа-Банк» за 2019–2022 гг. показал рост. Доля доходов розничного сегмента в общей структуре доходов банка в 2022 г. увеличилась по сравнению с 2021 г. на 0,7 п.п, что в абсолютном выражении составило 40 686 тыс. руб. Объем выданных кредитов физическим лицам увеличился с 2022 г. по сравнению с 2021 г. на 111198 тыс. руб. или 35,96 % (таблица).

Кредиты клиентам ЗАО «Альфа-Банк» за 2021–2022 гг, тыс. руб.

n/p	кредиты	период		эффект от присоединения «Франсабанк» ОАО
		2022	2021	
1	Физическим лицам	420413	309215	19925
3	Начисленные проценты по кредитам физлиц	8583	6744	234
2	Юридическим лицам	2276550	2232142	-
4	Начисленные проценты по кредитам юрлиц	13701	13503	
5	Кредитный портфель до вычета резервов	2766652	2584983	20163
6	Кредиты клиентам	2525884	2412465	19654

Источник: [2]

Следующими по популярности в розничном сегменте являются кредитные карты (38,5 % в 2021 г.) и POS-кредиты (28,9 % в 2021 г.). Сумма

средств, полученных от физлиц в 2022 г. увеличилась по сравнению с 2021 г. на 272614 тыс. рублей, что в процентном выражении составило 21,71 %. Такой вид банковской услуги, как валютно-обменные операции, представлен в банке широким перечнем услуг.

На момент исследования ЗАО «Альфа-Банк» работал с четырьмя валютами в наличной форме (доллары, евро, российские рубли и белорусские рубли), что позволило сформировать прибыль розничного банковского сектора и увеличить ее по сравнению с предшествующим периодом на 10 520 тыс. руб. или 43,32 %. Прирост был обеспечен реализацией ряда клиентоориентированных маркетинговых мероприятий (сегментацией клиентов; внедрением нового направления – VIP-банкинга; реорганизацией функциональной организационной структуры в дивизионально-клиентскую; использование нового инструментария в управлении лояльностью клиентов, и др.) [3].

В ходе исследования был предложен ряд направлений для улучшения развития структуры розничных услуг ЗАО «Альфа-Банк»:

1. Разработать комплексную концепцию внедрения системы управления результативностью, заключающуюся в разработке и внедрении нормативов, развитии инфраструктуры для комплексного управления результатами банка и создании резерва персонала;

2. Развивать сотрудничество ЗАО «Альфа-Банк» с финтех-компаниями Беларуси с целью внедрения платформы «BaaS – модель», которая позволит нефинансовым компаниям добавлять банковские услуги в собственные приложения и цифровые продукты, а розничный продавец сможет выпустить фирменную дисконтную карту с ограниченной банковской функциональностью, но с достаточной доходностью для клиента;

3. Используя опыт других банков, расширить функциональные возможности аналитики в ИБ и МБ ЗАО «Альфа-Банк», где клиент, используя базовые настройки аналитики приложения, сможет настраивать необходимые для его нужд параметры приложения или добавлять из дополнительных опций, только те, которые считает необходимыми.

Библиографические ссылки

1. *Малюгина В. Е., Машевская О. В.* Теоретические аспекты розничного бизнеса банка // Банковский бизнес и финансовая экономика: глобальные тренды и перспективы развития : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, магистрантов и аспирантов, Минск, 20 мая 2022 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. А. Королёва (гл. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2022. С. 204–209.

2. Отчетность ЗАО «Альфа-Банк» по Национальным стандартам [Электронный ресурс]. URL: <https://www.alfabank.by/about/reporting/> (дата обращения: 05.05.2023).
3. *Машевская О. В., Малюгина В. Е.* Инновации в розничном банкинге: возможности применения в Беларуси // Банковский бизнес и финансовая экономика: глобальные тренды и перспективы развития : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, магистрантов и аспирантов, Минск, 20 мая 2022 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. А. Королёва (гл. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2022. С. 217–221.
4. *Машевская О. В.* Возможности цифровых технологий // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 90-летию Смоленского филиала Финансового университета (г. Смоленск, 15-16 ноября 2022 г.) / [ред. Коллегия: С. В. Земляк, О. Ю. Крамлих, Е. В. Ганичева] ; Смоленский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. М.: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К», 2022. С. 277–281.
5. *Машевская О. В., Малюгина В. Е.* Инновации и цифровые технологии как факторы роста национальной экономики // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики: материалы Международной научно-практической конференции 9–10 ноября 2022 г. [Электронный ресурс] / Отв. ред. О.А. Горбунова. – Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2022. С. 136–142.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. С. Мезина

angelm.htc@gmail.com;

Научный руководитель – И. А. Карачун, кандидат экономических наук, доцент

Статья рассматривает перспективы развития финансовых технологий в Республике Беларусь. Авторы анализируют текущее состояние финансового сектора и обозначают основные направления развития, такие как цифровизация банковской системы, развитие электронных платежей, использование блокчейн-технологий. В статье также рассмотрены проблемы, которые могут возникнуть в процессе внедрения новых технологий и предлагается ряд мер, направленных на поддержку инноваций в финансовой сфере.

Ключевые слова: финансовые технологии; цифровизация; финансовые платформы; цифровая экосистема; Big data; искусственный интеллект; блокчейн.

Сфера финансовых услуг является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей, касающихся оказания услуг как в Республике Беларусь, так и в мире в целом. В последние 5 лет в этой отрасли наблюдаются несколько тенденций: цифровизация основных процессов отрасли и переход услуг на цифровые платформы, активное использование и внедрение других современных информационных разработок, высокая доходность и относительно быстрый возврат инвестиций, высокая конкуренция на рынке, предоставление большей доли услуг через оффшорные финансовые центры, использование аутсорсинговых услуг, новые виды финансовых услуг, связанных с развитием информационных технологий (Интернет-банкинг, мобильный банкинг), изменение структуры мирового рынка финансовых услуг (специализация финансовых институтов), рост иностранных инвестиций вне зависимости от размера финансовой организации. Перевод предоставления финансовых услуг на экосистемные решения в виде цифровых платформ является одним из самых значимых по оценкам ИСИЭЗ НИУ ВШЭ [1]. Также наравне с этим планируется активное использование технологий блокчейн, биометрии, цифровых валют и др. Преимуществами использования подобных систем в первую очередь является снижение затрат на проведение транзакций. Реализация технологии блокчейн при разработке цифровой финансовой платформы позволяет обеспечить пользователям надежность и конфиденциальность при совершении финансовых операций в цифровой среде. Международная организация труда оценила рост количества цифровых платформ за последние 10 лет. К началу 2021 года насчитыва-

лось около 800 платформ (в 5 раз больше, чем 10 лет назад). McKinsey прогнозирует, что к 2025 году доля цифровых платформ в мировом ВВП составит около 30%. Также компания Gartner определяет цифровые экосистемы как стратегический ИТ-тренд на 2023 год.

Без использования цифровых технологий, а в частности, платформ, был бы невозможен активный экспорт и стремительное увеличение его объемов, так как информационные технологии позволяют оказывать услуги на огромных расстояниях без временных, материальных и других издержек и ограничений.

Стоит отметить, что в Республике Беларусь высокий уровень технологического развития. Беларусь является одной из самых технологически развитых стран в регионе, что обеспечивает возможности для создания и развития цифровых финансовых услуг. Согласно отчету Всемирного экономического форума 2020 года, Беларусь занимает 38 место в мире по индексу готовности к цифровой экономике и обществу. Также, согласно исследованию компании GSMA Intelligence, Беларусь имеет один из самых высоких показателей использования смартфонов в Европе, а также высокий уровень доступности широкополосного интернета. Динамика количества финтех-компаний также показывает положительную тенденцию в развитии финансовых услуг и использования технологий в них.

IVITTA и Visa провели исследование белорусского финтех-сектора и обнаружили, что к концу 2020 года в стране было почти 100 компаний и стартапов в этой области. В целом, в белорусском финтех-секторе занято около 7,5 тысяч человек. Беларусь по общему числу финтех компаний опередила Украину и почти дошла до уровня Польши, однако Литва, Латвия и Эстония пока существенно опережают страну. Что касается сфер, в которых заняты финтех компании, самое обширное направление – платежные сервисы и переводы (23 %) [2].

Большинство финтех-компаний в Беларуси уже прошли стадию активного роста и находятся на стадии зрелости. Только 8 % компаний все еще находятся в начальной стадии развития, где они разрабатывают прототипы, тестируют рынок и ищут первые инвестиции.

Большинство компаний занимаются разработкой платежных систем и сервисов в сегменте B2B и B2B2C. Однако, в последнее время наблюдается рост интереса к разработке финтех-решений для розничных клиентов (B2C). Это связано с ростом интернет-торговли и электронных платежей, а также с повышением уровня финансовой грамотности населения.

По типу монетизации финтех компании в основном ориентируются на продажу товаров и сервисов (36 %), транзакционные платежи (32 %), комиссии (32 %), техобслуживание (30 %), подписку (16 %), получение части дохода/прибыли (14 %).

Финтех-сектор в Беларуси продолжает развиваться и привлекать инвестиции: примерно половина финтех-компаний за 2020 год заработала менее 500 тысяч долларов, в то время как у 20 % из них выручка составила от 11 до 50 миллионов долларов и больше.

Только 23 из 98 финтех-компаний в Беларуси являются стартапами в сфере финтех. Большинство из них находятся на начальных этапах развития, таких как pre-seed и seed, и только начинают привлекать своих первых клиентов.

Структура инвестиций в финтех компании такова, что Workfusion получает около 85 % всех инвестиций в финтех-стартапы.

Некоторые из наиболее успешных финтех-компаний в Беларуси – это «Synder», «Workfusion», «ID Finance», «Spatium», «Cashew», «Open Business», «Synaptic», которые были отмечены как участники крупнейших инвестиционных сделок финтеха Беларуси в 2019–2020 гг.

Исходя из вышесказанного Беларусь является достаточно перспективной страной для развития рынка FinTech. Основными направлениями должны стать следующие:

- Развитие цифровой инфраструктуры.

- Улучшение законодательной базы.

- Развитие экосистемы стартапов.

- Развитие кадрового потенциала.

- Привлечение инвестиций.

Для успешного развития FinTech необходимо иметь доступ к высокоскоростным интернет-соединениям, облачным технологиям и другим современным IT-решениям. Согласно исследованию World Bank Group, в Беларуси более 70 % населения имеют доступ к интернету.

В Беларуси уже приняты законы, регулирующие деятельность FinTech-компаний. Однако, для того чтобы привлечь больше инвестиций и развить отрасль, необходимо продолжать улучшать законодательную базу в направлении использования криптовалют и технологии блокчейн.

В Беларуси уже существует ряд инкубаторов и акселераторов, которые помогают стартапам развиваться и привлекать инвестиции. Многие примеры успешных финтех-компаний начинали со стартапов. Дальнейшее развитие экосистемы стартапов позволит создавать новые проекты и привлекать инвестиции в отрасль.

В целом, перспективы развития FinTech в Беларуси очень хорошие. Страна имеет все необходимые ресурсы для успешного развития этой отрасли, и уже сегодня на рынке действуют несколько успешных FinTech-компаний. В будущем можно ожидать еще большего развития отрасли и появления новых инновационных решений.

Библиографические ссылки

1. Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты : сб науч. конф. / Нац. исслед. ун-т. ; науч. ред. Л. М. Гохберг (отв. ред.) и др. М. : Высшая школа экономики, 2021. 239 с.
2. Белорусская финтех-экосистема [Электронный ресурс] // Calaméo - Publishing Platform for Documents and Magazines : [сайт]. [2008]. URL: <https://www.calameo.com/books/005151365071c8e895680> (дата обращения: 15.02.2023).

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А. О. Мусловец, А. Д. Матяс, Д. О. Болбас

angelina.muslovets@gmail.com, alesyamatyas@gmail.com, dashaovie8@gmail.com
Научный руководитель – Т. И. Глеба, кандидат экономических наук, доцент

В статье представлен анализ развития сотрудничества между Республикой Беларусь и Российской Федерацией в сфере промышленной политики на современном этапе. Исследование основано на анализе документов Союзного государства и статистических данных о динамике внешнеторгового оборота между странами. Особое внимание уделяется новому межправительственному Соглашению о единой промышленной политике от 2023 г. и практическим шагам в рамках его реализации.

Ключевые слова: промышленность; единая промышленная политика; сотрудничество; внешнеэкономическая политика; промышленный сектор.

Республику Беларусь и Российскую Федерацию связывают давние связи, сотрудничество является историческим и многосторонним, в том числе в промышленной политике. Основы сотрудничества были заложены в СССР общей стратегией развития единого народнохозяйственного комплекса, что способствовало превращению Беларуси в индустриально-аграрную страну. После распада СССР страны сохранили уникальный механизм взаимодействия путем создания Таможенного союза, Сообщества Беларуси и России (1996 г.), Союза Беларуси и России (1997 г.), принятием Декларации о дальнейшем единении Республики Беларуси и Российской Федерации (1998 г.) и заканчивая подписанием Договора о создании Союзного государства (1999 г.).

От интеграции с Российской Федерацией Беларусь сегодня получает довольно много выгод: льготные цены на энергоресурсы, льготные кредиты со стороны России, доступ к российскому рынку, облегчённое трудоустройство для белорусов в России, российские инвестиции и союзные программы поддержки. Это подтверждается статистикой внешнеторгового оборота товаров между двумя странами. На Рисунке 1 и Рисунке 2 представлена динамика экспорта и импорта Республики Беларусь с Российской Федерацией за 2017–2021 гг. (рис. 1. и рис. 2.):



Рис. 1. Экспорт Беларуси в Россию и другие страны за 2017-2021 года, млн. \$
Составлено по: [4]



Рис 2. Импорт Беларуси из России и других стран за 2017–2021 года, млн. \$
Составлено по: [4]

Как видно из представленных диаграмм, РФ играет значительную роль как в экспорте, так и в импорте Беларуси. Таким образом, между двумя странами прослеживается тесные внешнеэкономические связи.

Очевидно: выгод много, но не весь потенциал раскрыт. В условиях санкций и различных ограничений многие предполагали крах интеграции, однако это стало причиной еще более тесного сотрудничества двух стран. Для его реализации с 2021 г. принимается целый пакет бе-

лорусско-российский интеграционных документов. Подписан Декрет Высшего Государственного Совета Союзного государства, определяющий Основные направления реализации положений Договора о создании Союзного государства на 2021–2023 гг. и 28 союзных программ по укреплению российско-белорусской интеграции. Между странами идет углубление экономических связей на уровне производства, ведущих отраслей экономики, формируется единая промышленная политика.

В текущем периоде логическим продолжением стало подписание между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Беларусь Соглашения о единой промышленной политике, которое определило области, направления и принципы новой формы сотрудничества, а именно в области промышленной политики [2]. Согласно ратифицированному документу, такое решение о соглашении между странами было принято ввиду необходимости развития промышленных производств и научно-технического сотрудничества, импортозамещения и ускорения процессов локализации производства на территориях обеих стран. Также во внимание принимается необходимость в формировании единых подходов к поддержке производства и реализации продукции, а также в освоении экспортоориентированных производств.

Статья 1 данного Соглашения раскрывает содержание единой промышленной политики: «Единая промышленная политика – участие обеих стран в формировании структуры и организации промышленности в целях стимулирования роста промышленного производства» [2].

В статье 2 раскрыты инструменты реализации единой промышленной политики: расширение механизмов поддержки проектов, снижение барьеров и формирование условий для развития производственной кооперации; обеспечение взаимного участия организаций, финансовых и нефинансовых институтов, банков обоих государств в реализации проектов путем проведения поиска и отбора проектов с интеграционным эффектом на основе наилучших мировых практик и иные [2].

Исходя из перечисленных инструментов, отметим, что планируемые изменения и инструменты затрагивают не только промышленный сектор обеих стран, но и финансовый, предполагают развитие и взаимодействие в научно-технологической и инновационной сферах. На наш взгляд, данное Соглашение позволит обеим странам добиться значительного успеха в усовершенствовании национального промышленного комплекса.

Таким образом, координация действий между странами выходит на новый уровень. В Союзной программе по формированию единой

промышленной политики Союзного государства прописаны основные этапы ее формирования: создание и обеспечение базовых условий для взаимодействия по формированию единой промышленной политики; согласование полномочий органов Союзного Государства и местных органов власти по формированию единой промышленной политики и иные [3].

В качестве успешного примера реализации можно привести появление в 2022 г. девяти совместных предприятий по сборочному производству на территории РФ (тракторный завод МТЗ в Краснодарском крае, сборочный цех по производству трамваем «МиНиН» в Нижегородской области). Совместные проекты по импортозамещению также являются важными элементами в активном сотрудничестве двух стран. Так, Россия и Беларусь смогли договориться о создании импортозамещающих интеграционных проектов, 16 из которых уже одобрены российской стороной для финансирования, что привело к тому, что в 2022 г. в рамках импортозамещения торговый оборот стран достиг отметки в \$50 млрд [1].

Соглашение между Республикой Беларусь и Российской Федерацией о формировании единой промышленной политики может принести положительный экономический эффект по следующим направлениям:

Усиление сотрудничества уменьшает импортозависимость экономики;

Улучшение научного и инновационного потенциала стран, влияющих не только на промышленный сектор, но и на другие сектора экономики;

Обязательства по исполнению положений Соглашения приведут к большей исполнительности, что позволит повысить качество производимой промышленной продукции.

Таким образом, действия РФ и Беларуси по созданию единой промышленной политики является положительным экономическим явлением в текущем периоде для обеих стран и будут способствовать развитию не только промышленного сектора страны, но и повлиять на другие сферы жизнедеятельности, в том числе правовую и научную среды.

Библиографические ссылки

1. Единая промышленная политика Беларуси и России – реальный шаг по пути интеграции // Интернет-портал СНГ. Минск 2023. URL: <https://e-cis.info/news/566/108454/> (дата обращения: 28.04.2023).
2. Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Правительством Российской Федерации о единой промышленной политике: // Нац. правовой Интер-

- нет-портал Респ. Беларусь. URL:
<https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=A02300001> (дата обращения: 25.04.2023)
3. Об Основных направлениях реализации положений Договора о создании Союзного государства на 2021-2023 годы: Декрет Высшего Гос. Совета Союзного государства от 4 ноября 2021 г. №6. // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь
URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=Ad2100022> (дата обращения: 25.04.2023).
 4. Экспорт и импорт товаров Республики Беларусь по странам СНГ, 2017-2021 // Национальный статистический комитет РБ. Минск 2023. URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/> (дата обращения: 25.04.2023).

РОЛЬ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В. И. Петровский, Е. А. Кривошеева

v.petrovskiy@gmail.com, kryvasheeva@gmail.com;

Научный руководитель – Н. И. Шандора, старший преподаватель

В статье проводится исследование геоинформационных систем, их особенностей, функционала, сфер применения, проводится анализ наиболее распространенных геоинформационных систем. В ходе проведения исследования были выявлены основные задачи, решаемые в различных отраслях экономической деятельности человека с помощью геоинформационных систем.

Ключевые слова: информационные системы; геоинформационные системы; ГИС; карты; геоданные.

Информационные технологии занимают важнейшее место в условиях цифровизации экономики: благодаря использованию ИТ-технологий компании автоматизируют и оптимизируют процессы, повышают скорость и точность исполнения, тем самым увеличивая производительность и экономя ресурсы. Таким образом, цифровую экономику невозможно представить и реализовать без использования информационных технологий. Повышение эффективности и конкурентоспособности предприятий напрямую зависит от правильной интеграции ИТ-технологий.

Одним из видов информационных технологий являются информационные системы (ИС). Под ИС принято понимать структуру для сбора, хранения и обработки данных о процессе или предмете и передачи информации сотрудникам на всех должностях для выполнения производственных функций. Иными словами, информационная система – это совокупность программных, аппаратных и организационных средств для обработки, хранения, передачи и использования информации. Сегодня информационные системы используются практически во всех областях человеческой деятельности, включая бизнес, государственную деятельность, науку, сельское хозяйство, образование, медицину, культуру, искусство и другие сферы [1].

В связи с разнообразием информационных систем существует и ряд различных их классификаций. Так, например, относительно функциональных задач различают управленческие информационные системы (УИС), оперативные информационные системы (ОИС) и технологические информационные системы (ТИС). По принципам организации данных информационные системы делятся на иерархические,

сетевые и реляционные. В зависимости от технологий обработки данных выделяют традиционные, распределенные и облачные информационные системы. Согласно сферам применения: банковские информационные системы, медицинские информационные системы, торговые информационные системы, геоинформационные системы (ГИС) и т.д. [2].

Одним из видов информационных систем являются геоинформационные системы (ГИС). Геоинформационная система – система сбора, хранения, анализа и графической визуализации пространственных (географических) данных и связанной с ними информации о необходимых объектах. К таким данным относятся карты, графики и таблицы различных форматов. Структура ГИС представляет собой совокупность различных элементов (модулей), благодаря которым пользователи систем получают возможность проводить поиск, обработку и изменения цифровых карт и анализировать связанные между собой картографические, цифровые и текстовые данные. Все это позволяет принимать верные управленческие решения.

Наиболее широкое применение геоинформационные системы нашли в следующих областях:

1. Геодезия и кадастр: ГИС существенно упрощает процесс регистрации и картографирования земель; геоинформационные системы используются как основное средство для хранения и обработки земельных данных, таких как карты, планы земельных участков и информация о правах собственности.

2. Градостроительство: с помощью ГИС принимаются решения при строительстве новых объектов городской инфраструктуры, планировании транспортной сети.

3. Управление окружающей средой: с помощью ГИС осуществляется мониторинг загрязнения окружающей среды, проводятся моделирования климатических условий.

4. Сельское хозяйство: использование ГИС в сельском хозяйстве позволяет фермерам увеличить эффективность производства и уменьшить издержки.

5. Геология и геофизика: ГИС являются полезными в процессе выявления месторождений полезных ископаемых, а также при изучении характеристик различных горных пород.

6. Транспорт и логистика: использование ГИС позволяет компаниям улучшить свои логистические маршруты, так как геоинформационные системы помогают в процессах планирования маршрутов и управления транспортными потоками. Помимо этого, географические информационные системы отлично подходят для управления складами, распределения запасов и товаров.

7. Туризм: главной функцией ГИС, используемой в сфере туризма, являются интерактивные карты, которые могут использоваться при поиске различных объектов, достопримечательностей или разнообразных тематических маршрутов. Все это становится возможным благодаря мобильным приложениям, в процессе разработки которых используются ГИС.

8. Энергетика: ГИС играют ключевую роль в процессе планирования размещения различных энергетических объектов, таких как ветряные, солнечные и гидроэлектростанции. С помощью также проходит управление энергетическими сетями и анализ их эффективности [3].

Географические информационные системы находят свое применение не только в перечисленных сферах хозяйственной деятельности человека. ГИС могут использоваться везде, где в процессе работы предприятия могут присутствовать карты или любая другая пространственная информация.

Из-за большого разнообразия задач, поставленных перед геоинформационными системами, соответственно, существует и большое количество самих ГИС, отличающихся по своему функционалу и сферам применения. Рассмотрим некоторые из наиболее популярных геоинформационных систем:

- ArcGIS – это геоинформационная система, спроектированная американской компанией Esri. ArcGIS представляет собой настольную ГИС, дающую пользователю возможность выбрать и просмотреть различные пространственные данные, а также обладающая средствами для анализа, редактирования и визуализации этих данных. Данная ГИС, в основном, применяется в сфере геодезии и геологии, а также в городском планировании управлении транспортной инфраструктурой [4].

- QGIS – является бесплатной географической информационной системой. Главной особенностью данной ГИС является открытый код, благодаря которому появляется возможность относительно простой адаптации этой системы под разнообразные задачи, начиная от создания и отрисовки карт, заканчивая сложным пространственным анализом [5].

- GRASS GIS – также представляет собой бесплатную и открытую систему с большим рядом различных инструментов для анализа геоданных. Особенностью этой системы является то, что она построена по принципу модульности, иными словами, она состоит из различных отдельных блоков, предназначенных для решения различных задач. Наиболее широко GRASS GIS используется в сфере управления окружающей среды.

•Google Earth – представляет собой базу спутниковых снимков Земли. С помощью Google Earth можно просматривать все объекты земной поверхности в двухмерном и трехмерном форматах. Google Earth не имеет возможностей для анализа геоинформации, однако отлично подходит для обучения работы с геоданными [5].

Мировой рынок ГИС постоянно растет, в данной работе представлена малая часть из наиболее популярных геоинформационных систем. Из-за разнообразности работ, связанных с геоинформацией, географические информационные системы существенно различаются по своему функционалу, а многие разработчики прибегают к модульному формату проектирования систем, позволяющему разбивать функции на отдельные блоки и подстраивать их под особенности конкретной сферы применения системы.

Таким образом, в современной экономике геоинформационные системы уже играют важнейшую роль. Уже сегодня ГИС используются в множестве разнообразных областей хозяйственной деятельности человека. ГИС позволяют существенно упростить работу персонала, оптимизировать бизнес-процессы компаний, повысить эффективность производства и сократить издержки. Геоинформационные системы предоставляют возможность уникального анализа пространственных данных, необходимого для повышения качества и скорости принятия важных управленческих решений в компаниях.

Библиографические ссылки

1. *Коноплева И. А.* Информационные системы в экономике: учеб. пособие. М.: Проспект, 2018. 112 с.
2. *Старовойтова Т. Ф.* Информационные системы в экономике. Минск : Амалфея, 2019. 123 с.
3. *Цветков В. Я.* Основы геоинформатики. 2022. 184 с.
4. *Грекиус Д.* Методы и практика пространственного анализа: с примерами решения ArcGIS, GeoDa и GeoDa Space. М. : ДМК Пресс, 2021. 539 с.
5. *Петрищев В. П.* Сравнительный анализ ГИС при подготовке картографических данных // Оренбургский государственный университет, Оренбург, 2018. № 5. С. 6.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ БАНКА С ЮРИДИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ

О. В. Пивоварова

opv050679@mail.ru;

*Научный руководитель – Д. В. Шпарун, кандидат экономических наук,
доцент*

В статье предложены направления повышения эффективности кредитных отношений банка с юридическими лицами, включающие: 1) внедрение нового льготного кредитного продукта «Свой электромобиль»; 2) внедрение нового кредитного продукта «Легкий кредит»; 3) совершенствование действующей в банке партнерской программы «Мост».

Ключевые слова: банк; кредит; кредитные отношения; юридические лица; эффективность; кредитный продукт.

В настоящее время банки играют значимую роль в экономике Республики Беларусь, так как содействуют развитию и расширению деятельности хозяйствующих субъектов, посредством выдачи кредитов, основным заемщикам – юридическим лицам. От эффективности кредитных отношений банка с юридическими лицами напрямую зависят финансовые результаты деятельности кредитной организации, ее финансовое состояние и конкурентоспособность на рынке корпоративных банковских услуг.

В условиях трансформации автомобильного рынка не только нашей страны, но и всего мира в целом, перспективным видом кредитования представляется финансирование приобретения электромобилей [1]. Изучение действующих кредитных продуктов в данном сегменте показало, что ни один банк нашей страны на текущий момент не предлагает выдачу кредитов для приобретения электромобилей. Соответственно, внедрение такого вида кредитного продукта в ОАО «АСБ Беларусбанк» способствовало бы привлечению новых клиентов, желающих воспользоваться такой услугой. Кроме того, внедрение кредитного продукта «Свой электромобиль» раньше, чем это сделают другие банки, позволит Банку занять свободную нишу в данном сегменте и иметь конкурентное преимущество перед другими банками.

Кредит предлагается предоставлять на приобретение новых электромобилей, а также электромобилей с пробегом у официальных дилеров. Процентные ставки будут зависеть от расчетного статуса субъектов малого и среднего бизнеса 11,85 %, 10,0 % и 11 % годовых (в зависимости от ставки рефинансирования) и срока кредитования. Максимальный

срок для предоставления автокредита в банках Республики Беларусь является 7 лет, исходя из этого для самого высокого расчетного статуса малого и среднего бизнеса срок кредита будет составлять также не более 7 лет. Для обеспечения безубыточной работы Банка при реализации нового кредитного продукта «Свой электромобиль», количество поданных заявок в сегменте «МАССОВЫЙ БИЗНЕС» должно составлять 162 заявки, в сегменте «БИЗНЕС-ПЛЮС» – 156 заявок, в сегменте «ПРЕМИУМ» – 160 заявок.

Общая сумма полученной чистой прибыли от кредитования всех категорий клиентов составит 1 492,3 тыс. руб. рублей, рентабельность 6,88 %.

Изучение и анализ кредитных продуктов ОАО «АСБ Беларусбанк» и других банков Республики Беларусь показали, что на сегодняшний момент в линейке кредитных продуктов банка отсутствует весьма востребованный среди клиентов кредит без залога. В данном случае разработка и внедрение кредитного продукта «Легкий кредит» позволит сохранить действующий кредитный портфель и не допустить отток клиентов в другие банки. Кроме того, ОАО «АСБ Беларусбанк» является одним из крупнейших банков страны, имеет значительную ресурсную базу, и в случае наличия проблем с ликвидностью в других банках, способен удовлетворить потребности в получении таких кредитов юридическими лицами – клиентами других банков.

Условия нового кредитного продукта «Легкий кредит»:

Кредитополучатели– юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие свою деятельность не менее трех месяцев.

Основные требования к заявителю – наличие текущего счета в банках Республики Беларусь в валюте запрашиваемого кредита и ежемесячных поступлений на него в течение последних 3 (полных) календарных месяцев.

Срок кредитования – до 3-х лет.

Валюта кредита – белорусские рубли.

Цель кредита – для финансирования текущей деятельности.

Размер процентной ставки– ставка рефинансирования Национального банка Республики Беларусь, увеличенная на количество (размер) процентных пунктов в абсолютном числовом выражении, рассчитанное как разница между установленной НБ РБ расчетной величиной стандартного риска по кредитам, предоставленным юридическим лицам, публикуемой на официальном сайте НБ РБ в глобальной компьютерной сети Интернет и действующей на момент предоставления кредита (части кредита (транша)) (либо на момент изменения условий кредитования) и ставкой

рефинансирования НБ РБ, действующей на момент предоставления кредита (части кредита (транша)) (либо на момент изменения условий кредитного договора).

Размер кредита – в пределах кредитоспособности заявителя, но не более 15 000 базовых величин.

Способ обеспечения – без залога.

На единицу активов, вложенных в кредитование по новому продукту «Легкий кредит», будет получено 1,25 рублей доходов [2]. При этом на 1 рубль кредитных вложений банк заработает 0,01 копеек чистой прибыли. При внедрении продукта «Легкий кредит» чистая прибыль от кредитования клиентов на сумму 2 178 227 тыс. руб. составит 26 945 тыс. рублей.

В ОАО «АСБ Беларусбанк» действует партнерская программа «Мост» в рамках которой возможно получение кредита для расчетов за товары и услуги с партнерами Банка. Суть партнерской программы «Мост» состоит в том, что Банк может выдать кредит или банковскую гарантию на покупку товаров, оплату услуг у партнеров Банка по сниженной ставке [3]. На сегодняшний день партнерская сеть Банка насчитывает более 3,3 тысяч партнеров.

Кредит предоставляется на следующие сроки: 30, 60, 90, 180 и 360 дней, срок отсрочки платежа: 30, 60, 90, 180 и 360 дней.

Срок действия банковской гарантии определяется как предоставленный Партнером срок отсрочки платежа, увеличенный на 20 календарных дней.

С целью расширения продуктового предложения для кредитополучателей считаем целесообразным расширить сроки предоставления кредита, и, соответственно сроки отсрочки платежа, дополнив выдачу кредитов на срок 120 и 270 дней.

Совершенствование действующей программы «Мост» позволит Банку привлечь большее количество партнеров и расширить продуктивное предложение за счет расширения количества дней предоставления рассрочки. При реализации мероприятий по программе «Мост» экономический эффект составит 645, 808 тыс. руб.

Разработка новых кредитных продуктов и совершенствование уже имеющихся, предложенных автором, будет способствовать привлечению на обслуживание новых клиентов, предложению действующим клиентам более широкого спектра услуг, что в конечном итоге, позволит получить дополнительный доход и нарастить прибыль.

Библиографические ссылки

1. Продажи электромобилей в Беларуси в 2022 году [Электронный ресурс] / Официальный сайт БЕЛТА. URL: <https://www.belta.by/economics/view/prodazhi-elektromobilej-v-belarusi-v-2022-godu-vyrosli-na-28-551515-2023/> (дата обращения: 20.03.2023).
2. *Аюпов А. А.* Оценка эффективности внедрения новых банковских продуктов. Вектор науки ТГУ 3 (17). 2011. С.145–147
3. Правила организации в ОАО «АСБ Беларусбанк» работы в рамках партнерской программы «Мост», утвержденные Правлением Банка 01.11.2021 (протокол № 145.2).

ОПТИМИЗАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

А. С. Подымако

podymakoalex@mail.ru;

Научный руководитель – А. А. Королёва, кандидат физико-математических наук, доцент

Произведено сравнение традиционного менеджмента с системой управления материальными запасами. Произведен анализ трех моделей оптимизации цепей поставок и сделан вывод по предпочтительному использованию рассмотренных моделей в конкретных случаях. Сделан вывод по наиболее рациональному использованию вышеупомянутых моделей.

Ключевые слова: управление материальными запасами; традиционный менеджмент; многоэшелонная модель; модель аналитического моделирования; имитационные модели.

Актуальность работы состоит в том, что правильное использование оптимизационных моделей в цепях поставок позволяет предприятиям снижать издержки на транспорт и хранение материальных запасов, что увеличивает общую прибыль предприятий.

На сегодняшний день управление материальными запасами является более продуманной и универсальной системой накопления и распоряжения материальными запасами, чем традиционная система менеджмента [1]. В таблице представлены преимущества новой системы по сравнению со традиционной системой.

Сравнение SCM с традиционной системой менеджмента материальных запасов

Критерий сравнения	Традиционный менеджмент	Управление материальными запасами
Подход к управлению запасами	“Каждый сам за себя”	Совместное сокращение запасов в канале
Объем координации нескольких уровней в канале	Единый контакт для заключения сделки между парами каналов	Множественные контакты между уровнями в фирмах и уровнями канала
Совместимость корпоративной этики	Не имеет значения	Совместимость для ключевых отношений
Руководство каналом	Не требуется	Нужен для координационного фокуса

Таким образом, можно утверждать, что современная система управления материальными запасами является более универсальной и практичной, чем традиционная система менеджмента.

Многоэшелонная модель используется на всех звеньях цепи поставок. Расчеты производятся с учетом ошибки прогнозирования, неопределенности поставок и ограничений производственных возможностей. Эта модель рассчитывает оптимальный запас на всех уровнях цепи, а также место хранения страхового запаса всей цепи. Многоэшелонная модель оптимизации учитывает возможность объединения запасов на определенном этапе производства для снижения издержек на хранение.

Основные преимущества многоэшелонных моделей:

- 1) повышение экономической эффективности;
- 2) улучшение качества взаимодействия с клиентами;
- 3) более оперативная реакция на изменения спроса на рынке;
- 4) большая вероятность соблюдения сроков выполнения заказов [3].

Аналитическое моделирование производительности представляет собой способ моделирования системы с помощью электронной таблицы. При помощи аналитического моделирования производительности можно оценить как размер, так и организацию всей системы. Данная модель значительно дешевле простого тестирования производительности системы. Однако стоит заметить, что она требует достаточно глубокого понимания аппаратных платформ [3].

Основные преимущества аналитического моделирования:

- 1) дешевизна и скорость работы модели;
- 2) способность оценить размер логистической системы;
- 3) приближенные к реальности прогнозы [4].

Информационное моделирование предполагает использования специального программного обеспечения для построения модели логистической цепи. В результате модель будет соответствовать действительной системе. При использовании подобных моделей появляется возможность экспериментов с различными показателями логистической системы.

Преимущества информационного моделирования:

- 1) системность в решении проблем, связанных с проектированием цепи поставок;
- 2) сравнение большого количества сценариев;
- 3) визуализация и комплексное понимание сложных процессов [5].

В итоге при необходимости решения вопросов оптимизации можно воспользоваться одной из вышеперечисленных моделей. Многоэшелонная модель представляет собой классическую модель управления материальными запасами, в основе которой лежит оптимизация всей сети. Однако на данный момент цепи поставок могут быть сильно перегруже-

ны, в связи с чем многоэтажные модели не могут адекватно провести анализ. В подобных случаях рекомендуется использовать аналитические модели. Их основной недостаток заключается в том, что не каждый сотрудник сможет провести подобный анализ в связи с его сложностью. Также подобные модели требуют больших знаний в области исследования операций, математики, а также работы с используемым программным обеспечением. Универсальным решением является использование более легких в понимании, но не сильно уступающих в качестве анализа информационных моделей.

Библиографические ссылки

1. Стратегический корпоративный реинжиниринг: процессно-стоимостной подход к управлению бизнесом: учебное пособие, М.: Финансы и статистика, 2005. 736 с.
2. Что такое SCM [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oracle.com/cis/scm/what-is-supply-chain-management> (дата обращения: 18.04.2023).
3. Обзор многоэтажного управления запасами в цепях поставок // Open Journal of Business and Management, Vol.8 No.2, 2020. URL: <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=99109> (дата обращения: 18.04.2023).
4. Аналитические модели: лекции по операционным системам [Электронный ресурс]. URL: <https://studfile.net/preview/1111582/page:20/> (дата обращения: 18.04.2023).
5. Имитационное моделирование логистических сетей [Электронный ресурс]. URL: <https://www.anylogic.com/upload/iblock/a1c/a1cd857a06b2e4c964d12405f8e93e07.pdf> (дата обращения: 18.04.2023).

НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОПЕРАЦИЙ С КРИПТОВАЛЮТОЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. Д. Радивановский

nileinsight@gmail.com;

*Научный руководитель – С. Н. Костюкова, кандидат экономических наук,
доцент*

Практика операций с криптовалютами имеет много преимуществ и открывает широкие возможности, но и связана с рядом рисков. С целью предотвращения теневого финансирования запрещенной деятельности правительства и финансовые учреждения должны работать над регулированием криптовалюты на законодательном уровне. В данной статье рассмотрены основные нормативные документы, регулирующие деятельность, связанную с операциями с криптовалютой в Республике Беларусь.

Ключевые слова: криптовалюта; цифровая валюта; токен; токенизированный актив; нормативное регулирование; криптоброкеры.

В современном мире цифровая валюта является популярной темой для обсуждения, и все больше и больше людей хотят инвестировать в нее. И это закономерно, ведь цифровые технологии присутствуют во всех сферах нашей жизни. С ростом популярности криптовалюты возрастает и количество рисков, связанных с ней: волатильность, спекуляция, отмывание денег, киберпреступность. Поэтому во всем мире актуальна проблема необходимости регулирования криптовалюты на законодательном уровне, чтобы защитить инвесторов и предотвратить незаконную деятельность. Целью данной статьи является анализ нормативных документов, которые регулируют операции с криптовалютами в Республике Беларусь.

Криптовалюта – это разновидность виртуальной валюты, которая использует криптографию для обеспечения безопасности транзакций и контроля эмиссии [1]. Как деньги, криптовалюта характеризуется мобильностью, делимостью, но в отличие от них, операции с цифровой валютой имеют ряд сложностей и требуют соблюдения определенных условий, утвержденных на законодательном уровне.

Следует отметить, что Республика Беларусь первой в Европе и странах СНГ признала криптовалюты и доходы, полученные с криптовалют и токенизированных активов.

21 декабря 2017 года был принят Декрет №8 «О развитии цифровой экономики», подписанный Президентом Республики Беларусь [2]. Важно, что этот документ о начале развития цифрового денежного сектора

дал старт многим известным белорусским проектам и платформам, работающим с криптовалютами. В декрете содержится информация о понятиях, связанных с добычей, продажей и получением криптовалют. Также в этом документе разобраны права и обязанности граждан при работе с криптовалютами. На основании этого документа доходы, полученные от работы с криптовалютами, освобождались от уплаты налогов. Понятия, которые входили в Декрет 2017 года: майнинг, токен, токенизированный актив, криптовалюта, блокчейн, распределительный реестр. Также Декретом №8 установлены права и обязанности физических и юридических лиц при работе с криптовалютами.

Важно, что в Республике Беларусь закреплено право получения криптовалюты и обналичивания, только за компаниями, состоящими в Парке Высоких Технологий (далее ПВТ). Резиденты ПВТ имеют ряд прав на хранение, создание и развитие криптовалют из-за их развитой базы и возможности обналичивания криптовалюты. Однако для этого надо соблюдать следующие условия. Требования, которые государство установило для компаний участниц: проверка паспортных данных потребителей, сотрудничество с органами, занимающимися проверкой финансовых потоков, пресечение преступлений, которые могут возникнуть при работе с криптовалютами (терроризм, коррупция, финансирование преступлений).

14 февраля 2022 года Президентом Республики был подписан Указ №48 «О реестре адресов (идентификаторов) виртуальных кошельков и особенностях оборота криптовалюты» [3]. Этот правовой акт вносит важные изменения, которые касаются вопросов финансирования запрещенной деятельности с использованием криптовалют. Основной целью данного документа является защита участников рынка цифровых активов от потери имущества и предупреждение случаев непреднамеренного вовлечения отдельных лиц в запрещенную законом деятельность. Указ №48 предусматривает создание отдельного реестра виртуальных кошельков, которые используются для осуществления противоправной деятельности. Оператор данного реестра – администрация ПВТ, которая обязана добавлять в реестр адреса виртуальных кошельков, использованных в противоправной деятельности. Информация, размещенная в реестре, носит закрытый характер.

5 мая 2023 года на заседании Наблюдательного совета ПВТ были утверждены «Правила осуществления деятельности, связанной с оказанием услуг по осуществлению сделок (операций) с цифровыми знаками (токенами) в интересах других лиц» [4]. В соответствии с этим документом в ПВТ появятся криптоброкеры, которые смогут от своего имени (но только по поручению и за счёт клиентов) совершать операции

по приобретению, отчуждению и обмену токенов, а также оказывать консультационные услуги по вопросам операций с токенами. Важно, что указанные операции могут осуществляться только через резидентов ПВТ. В данном документе предусмотрены основные требования для юридических лиц, осуществляющих деятельность криптоброкеров. Согласно эти Правилам криптоброкеры будут совершать операции на основании договора комиссии, заключаемого с клиентами.

Таким образом, можно сделать выводы, что Республика Беларусь развивает правовое поле регулирования операций, связанных с криптовалютой, достаточно последовательно. В нашей стране действует криптовалютное законодательство, согласно которому в Беларуси криптовалютный бизнес развивается на довольно высоком уровне.

Библиографические ссылки

1. Криптовалюта, токен, монета: в чем разница? Максимально понятно [Электронный ресурс]. URL: <https://myfin.by/stati/view/kriptovaluta-token-moneta-v-chem-raznica-maksimalno-ponatno> (дата обращения: 09.05.2023).
2. О развитии цифровой экономики. Декрет № 8 от 21 декабря 2017 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://president.gov.by/ru/documents/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716> (дата обращения: 09.05.2023).
3. О реестре адресов (идентификаторов) виртуальных кошельков и особенностях оборота криптовалюты. Указ Президента Республики Беларусь №48 [Электронный ресурс]. URL: <https://president.gov.by/bucket/assets/uploads/documents/2022/48uk.pdf> (дата обращения: 09.05.2023).
4. Правила осуществления деятельности, связанной с оказанием услуг по осуществлению сделок (операций) с цифровыми знаками (токенами) в интересах других лиц [Электронный ресурс]. URL: <https://www.park.by> (дата обращения: 10.05.2023).
5. *Беляцкая Т. Н.* Электронная экономика: теория методология, системный анализ. Минск: Право и экономика, 2017. 284 с.

ТОВАРЫ ГИФФЕНА НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ

В. В. Русак

vera.veronika.rusak@mail.ru;

Научный руководитель – А. А. Литвинович, преподаватель

В современной экономике многие продукты конкурируют друг с другом на рынке, и потребители выбирают товары на основе своих предпочтений и возможностей. Однако, некоторые продукты не подчиняются обычным правилам спроса и предложения, и могут иметь свои собственные особенности взаимодействия с рынком. Один из таких типов продуктов – товары Гиффена. Цель данной работы – дать читателю полное представление о товарах Гиффена, их особенностях и взаимодействии с рынком.

Ключевые слова: товары Гиффена; белорусский рынок; спрос и предложение; особенности рынка; конкуренция; потребительские предпочтения; анализ рынка.

В современной экономической среде конкуренция между компаниями становится все более жесткой, а покупатели становятся все более требовательными и осведомленными. В такой ситуации ключевым фактором успешного функционирования на рынке становится понимание потребительского спроса и разработка эффективных маркетинговых стратегий. Одной из концепций, которая влияет на спрос на рынке, являются товары Гиффена.

Белорусский рынок является одним из наиболее динамично развивающихся рынков в СНГ. Он характеризуется высокой конкуренцией, постоянным ростом спроса на различные товары и услуги, а также наличием разнообразных форм собственности. Одним из основных направлений экономического развития Беларуси является промышленность, в том числе производство товаров массового и повседневного спроса.

Важно отметить, что на белорусском рынке товаров Гиффена существует высокий уровень конкуренции, поскольку на нем присутствуют как местные производители, так и зарубежные компании. Однако, уровень концентрации рынка низкий, а барьеры для входа не слишком высоки, что создает условия для конкуренции и позволяет новым игрокам войти на рынок.

Рассмотрев конкуренцию на примере белорусских производителей косметики (табл. 1), можно отметить, что конкуренция существует и достаточно высокая.

Таблица 1

Анализ конкуренции белорусских производителей косметики

Показатель	“Белита-Витекс”	“Модум”	“Эксклюзив косметик”
Объем продаж	Высокий	Средний	Выше среднего
Эффективность	Высокая	Выше среднего	Средняя
Охват точек продажи	Высокий	Средний	Средний
Качество рекламы	Высокий	Невысокий уровень	Выше среднего
Имидж	Высокий	Невысокий уровень	Выше среднего
Уровень цены	Средний	Высокий	Высокий
Уровень качества	Высокое	Выше среднего	Выше среднего
Безопасность	Соблюдает	Соблюдает	Соблюдает

Эффект Гиффена описывает ситуацию, когда с увеличением цен на товары низкого уровня потребления потребители вынуждены сокращать расходы на товары более высокого уровня, что в итоге может привести к увеличению спроса на товары низкого уровня и снижению спроса на товары высокого уровня. В контексте белорусской экономики, можно наблюдать проявление эффекта Гиффена на рынке продовольственных товаров. Для примера рассмотрим данные в табл. 2 и табл. 3.

Таблица 2

Средняя цена на крупу гречневую, бел. руб.

Месяц	2021 год	2022 год
январь	3,47	5,09
февраль	3,47	5,08
март	3,45	5,19
апрель	3,29	5,35
май	3,56	5,61
июнь	3,61	5,59
июль	3,59	5,81
август	3,55	5,8
сентябрь	3,71	5,87
октябрь	3,82	5,21
ноябрь	4,3	5,78
декабрь	4,36	5,43

Источник: [5]

По данным, приведенным в таблице 2, видно, что цена на гречневую крупу, в период 2021–2022 года, росла, при одновременном росте спроса на те же товары.

Таблица 3

Средняя цена на свинину бескостную, бел. руб.

Месяц	2021 год	2022 год
январь	9,5	12,04
февраль	9,58	11,8
март	9,9	11,67
апрель	9,96	11,96
май	10,46	12,13
июнь	10,47	12,74
июль	10,39	12,99
август	10,88	13,37
сентябрь	11,33	13,47
октябрь	11,14	13,57
ноябрь	11,14	13,78
декабрь	11,39	13,79

Источник: [5]

По данным в таблице 3 аналогичную с таблицей 2 динамику роста цен.

Таким образом, эффект Гиффена – это парадоксальное увеличение спроса на товар при повышении цены на него.

Результаты исследования представляют собой следующие ключевые выводы:

Идентификация товаров Гиффена на белорусском рынке: в ходе анализа спроса и цен на различные товары выявлены товары, проявляющие эффект Гиффена. К ним относятся товары с высокой эластичностью спроса, при которой увеличение цены приводит к увеличению спроса, а снижение цены – к снижению спроса.

Влияние дохода на спрос на товары Гиффена: выявлено, что уровень дохода покупателей имеет значительное влияние на спрос на товары Гиффена. При увеличении дохода покупателей наблюдается увеличение спроса на эти товары, в то время как снижение дохода приводит к сокращению спроса.

Ограниченная заменяемость товаров Гиффена: товары Гиффена имеют ограниченную заменяемость на рынке. Это связано с их уникальными характеристиками, особенностями использования и специфическими потребительскими предпочтениями.

Ограниченная доступность товаров Гиффена: доступность товаров Гиффена на белорусском рынке ограничена. Это может быть связано с их спецификой производства, импортными ограничениями или высоким спросом на эти товары.

Библиографические ссылки

1. *Ананидзе М. Г.* Товары Гиффена (эффект Гиффена) и их роль в современной экономике // Молодой ученый, 2015. № 8 (88). С. 454-456.
2. *Ягафарова А. М.* Анализ влияния изменения цен на товары Гиффена на спрос // Экономическая наука современной России, 2017. № 1. С. 80-84.
3. *Халдеев В. Ю.* Экономическая теория. Микроэкономика. М.: Издательство Юрайт, 2019.
4. *Шилина Е. В.* Анализ рынка товаров Гиффена на примере молочных продуктов // Современные проблемы науки и образования, 2016. № 2. С. 216.
5. Средние цены на потребительские товары и услуги по Республике Беларусь. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/tseny/potrebitelskie-tseny/operativnyye-dannye/srednie-tseny-na-potrebitelskie-tovary-i-uslugi-po-respublike-belarus/> (дата обращения: 23.04.2023).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «АМКОДОР» – УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА))

М. С. Савко

mariya.savko.bsns@gmail.com;

*Научный руководитель – А. Ю. Андриющенко, кандидат экономических наук,
доцент*

В статье приведены результаты исследования по совершенствованию стратегии развития ОАО «АМКОДОР» – управляющая компания холдинга». По итогам проведенного анализа дана оценка действующей стратегии развития ОАО «АМКОДОР» – управляющая компания холдинга» и разработаны мероприятия по повышению ее эффективности.

Ключевые слова: стратегия; цифровизация; автоматизация; PLM-система; корпоративное управление; инвестиции.

ВВЕДЕНИЕ

В нынешнем глобализированном мире, для достижения конкурентоспособности на экономическом рынке, все предприятия и компании нуждаются в грамотно выстроенной стратегии развития. Поэтому изучение такого процесса, как стратегия развития и определение эффективности результатов ее проведения является особенно актуальной темой.

Объектом исследования является ОАО «АМКОДОР» – управляющая компания холдинга» – один из лидеров в сфере машиностроения в Республике Беларусь. Главная цель компании – развитие разнопрофильных промышленных производств и оказание широкого спектра услуг, в том числе агропромышленному комплексу [1].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

При изучении стратегии развития компании были использованы различные виды анализа, которые включают в себя анализ внешней (микро- и макросреды) и внутренней среды. Их исследование проводилось с помощью специальных инструментов: PESTEL-анализа, модели 5 сил Портера, модели Менделоу, SNW-анализа, модели McKinsey 7S, а также SWOT-анализа. По результатам их проведения оценивался процесс реализации действующей стратегии, сравнивались плановые составляющие, которые были поставлены при разработке стратегии, с фактическими, а также измерялась эффективность деятельности компании.

Также целенаправленно проводился анализ организационно-экономической составляющей ОАО «АМКОДОР» – управляющая ком-

пания холдинга» с помощью оценки отчета о результатах финансово-хозяйственной деятельности, расчета показателей рентабельности, коэффициентов платежеспособности и коэффициента капитализации.

Информационной базой для работы послужили труды многих отечественных и зарубежных авторов. Изучению стратегии развития организации посвящены книги и научные статьи А. А. Томпсона., А. Дж.Стрикленда, Т. Коупленда, Т. Коллера, Дж. Муррина, М. Портера, а также В. М. Архипова.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

По результатам анализа были сделаны следующие выводы:

- у компании не хватает собственных средств для ее эффективной деятельности, а также она имеет высокий уровень закредитованности. Это привело к ее неплатежеспособности;

- расходы на производство не окупались, т.к. на ресурсы было потрачено практически столько же, сколько получили прибыли от реализации данных товаров;

- по результатам стратегического анализа компании, был сделан вывод о том, что покупатели и поставщики имеют значительное влияние на деятельность компании. По результатам анализов внутренней среды, были подтверждены выводы касательно слабой финансовой составляющей;

- с помощью расчета коэффициента капитализации, было выяснено, что компания имеет большой предпринимательский риск, что вызывает недоверие со стороны инвесторов.

Исходя из этого, были представлены 3 основных направления совершенствования выбранной стратегии, которая будет ориентирована на будущее и иметь главной целью повышение стоимости компании.

1. Разработка и реализация программы цифровой трансформации.

Исходя из практики успешных компаний, на цифровую трансформацию целесообразно инвестировать порядка 10% от выручки компании. Что касается ОАО «АМКОДОР» – управляющая компания холдинга», если брать показатель выручки за 2022 г., то на цифровую трансформацию должно быть направлено порядка 35 млн. руб., в то время как за этот же период расходы на всю инвестиционную деятельность составили 0,96% от общей выручки, следовательно, на цифровую трансформацию еще меньше.

Эффективность реализации программы цифровой трансформации основывается на следующей статистике:

- 34 % компаний отмечают сокращение трудозатрат (на 24 %) как основной измеримый эффект цифровой трансформации;
- преимуществами ее внедрения являются повышение операционной эффективности (40 %), удовлетворение ожиданий клиентов (35 %) и ускорение выхода на рынок (36 %);
- компании со стратегиями, ориентированными на цифровые технологии, на 64 % чаще достигают своих бизнес-целей, чем конкуренты;
- цифровые зрелые компании на 23 % более прибыльны, чем их менее зрелые коллеги [2].

2. Внедрение системы управления жизненным циклом изделия в виде PLM-системы. PLM – это прикладное программное обеспечение, созданное специально для управления жизненным циклом выпускаемой продукции [3]. По оценке экспертов, внедрение такой системы поможет компании достичь значительных экономических и организационных результатов, а также увеличить эффективность производства на 40–50 %.

Исходя из тщательного анализа рынка предложений данной системы, был выбран продукт Siemens PLM Software, который предлагал провести полное поэтапное внедрение своей системы. На основании временных и финансовых инвестиций на это было выяснено, что:

1. На полное внедрение Siemens PLM Software потребуется 2 года,
2. Сумма всех затрат – около 10 млн. руб. (она является подъемной для такой крупной компании).

При прочих равных условиях, если бы внедрение PLM-системы началось в 2023 г., то ориентировочная прибыль за 2024 г. составила бы 46770 тыс. руб. Также, помимо явной экономической выгоды, это позволит компании улучшить отношения с поставщиками и покупателями.

3. Повышение инвестиционной привлекательности, в частности за счет создания системы корпоративного управления. Так как инвестирование в акционерное общество по большей части происходит путем процесса продажи акций, а это невозможно сделать без участия фондовой биржи, то за основу необходимо взять листинг – процедуру включения ценных бумаг в котировальный лист первого уровня. Чтобы им соответствовать, компании необходимо провести ряд мероприятий по созданию системы корпоративного управления.

С помощью модели, разработанной Севрюгиным Ю. В., было оценено изменение инвестиционной привлекательности компании по итогам внедрения рекомендованных мероприятий.

Именно благодаря повышению расчетного коэффициента по группе факторов корпоративного управления с 0,42 до 0,9, итоговый интегральный коэффициент инвестиционной привлекательности компании соста-

вит 0,64, что дает право трактовать уровень инвестиционной привлекательности компании как достаточный для потенциальных акционеров. Проведение данных мероприятий также отразится на бренде, организационно-экономической составляющей и деятельности компании в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, все вышеизложенные мероприятия предполагают принесение в компанию значительных положительных эффектов, и не только в экономической части, но также в структурной и организационной сферах. К наиболее видимым таковым положительным эффектам следует отнести три наиболее важных выявленных ранее момента:

1.С помощью реализации цифровой трансформации компания повысит капитализацию на 11%, что говорит о росте собственной стоимости;

2.Внедрение PLM-системы к 2024 г. принесет компании ориентировочную прибыль в размере 46770 тыс. руб., а также поможет улучшить взаимоотношения с потребителями и поставщиками;

3.Благодаря созданию системы корпоративного управления, инвестиционная привлекательность компании повысится на 30%, что также увеличит ее собственную стоимость.

Также, проведенные исследования смогут помочь тем компаниям, которые столкнулись с похожего рода проблемами. В данный период времени многие из них переживают сложный спад из-за нестабильной ситуации в мире, вызванной последствиями пандемии и политическими аспектами. Поэтому, на данном этапе необходимо не терять время зря и изучать свое предприятие, анализировать его сильные и слабые стороны, оценивать влияние на него окружения, чтобы в итоге вернуться на рынок с новыми знаниями и компетенциями, которые выведут компанию в ряды мировых лидеров своей сферы.

Библиографические ссылки

1. О компании [Электронный ресурс] // Официальный сайт холдинга АМКОДОР. URL: <https://amkodor.by/about/o-kompanii/> (дата обращения: 05.02.2023).
2. Incredible digital transformation statistics [2022]: need-to-know facts on the future of business [Электронный ресурс] // ZIPPA, the career expert. URL: https://www.zippia.com/advice/digital-transformation-statistics/#-Benefits_of_Digital_Transformation_Statistics (дата обращения: 10.03.2023).
3. Что такое PLM-система и какие выгоды она дает предприятию [Электронный ресурс].URL : <https://oxtron.ru/tpost/ttut2gpbgl-что-такое-plm-sistema-i-kakie-vigodi-on>. – Дата доступа: 07.04.2023.

СТРАТЕГИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Д. В. Сальников, М. И. Слабко

ferrumbird@gmail.com, mslabko77@gmail.com;

Научный руководитель – Н. И. Шандора, старший преподаватель

Статья рассматривает внешние коммуникации и их влияние на увеличение узнаваемости бренда и продажи. Она описывает современные маркетинговые инструменты, такие как контент-маркетинг и умный SMM, а также тактики увеличения продаж, включая дополнительную продажу и холодные звонки. Особое внимание уделяется значимости качества интернет-сайта для успешной демонстрации компании и достижения бизнес-целей.

Ключевые слова: внешние коммуникации; умный SMM; дистрибьютинг; интернет-маркетинг.

На протяжении многих лет система дистрибьютинга (распространения) не раз изменялась и приобретала все более знакомые для современного пользователя черты.

Наиболее распространенным вариантом в сфере распространения товаров и услуг является внешняя коммуникация. Данный способ дистрибьютинга начал использоваться с того момента, как начали появляться рыночные отношения между продавцами и покупателями. В то время единственным способом распространения своего товара как раз и были внешние коммуникации [1].

С течением времени данный способ увеличения продаж не пропал, но преобразовался в более удобный вариант, как для продавцов, так и для покупателей. Именно этот переход указывает на тот факт, что внешние коммуникации являются весьма эффективным инструментом для повышения узнаваемости бренда.

Внешние коммуникации включают в себя основные маркетинговые инструменты, которые помогают повысить узнаваемость бренда (продукта) среди целевой аудитории. Кроме того, данный вариант дистрибьютинга предоставляет возможность познакомить максимальное количество потенциальных покупателей на рынке с брендом.

В обширном блоке внешних коммуникаций можно выделить несколько современных стратегий, которые стали весьма популярными, начиная с 10-х годов 21-го века. Контент-маркетинг является разновидностью интернет-маркетинга. Ключевая особенность данного вида дистрибьютинга заключается в том, что увеличение продаж достигается путем общего рассказа о сфере, в которой продается товар. Например, ком-

пания «Тинькофф» повышает узнаваемость своего бренда путем ежемесячного выпуска журнала об инновациях в банковской сфере. Кроме того, в этом журнале можно найти полезные советы. Таким образом, данный способ помогает привлечь клиентов с помощью их любознательности и заинтересованности.

Контент-маркетинг снижает дополнительные расходы на маркетинговые активности, укрепляет авторитет компании в глазах пользователей, а также не навязывает клиентам свой продукт. По этой причине контент-маркетинг является широко используемым инструментом во многих компаниях.

Следующим маркетинговым инструментом является реклама. Данный способ привлечения клиентов далеко не новый. И данным способом пользуются многие компании. Позитивные свойства рекламы заключаются в повышении узнаваемости и даже популярности, если и реклама, и сам продукт удачные. Однако, если продукт неудачный или реклама достаточно назойливая, то этот момент может повлиять на продажи негативно. Стоит отметить, что данный способ не теряет свою популярность, так как появляется все большее количество платформ, на которых можно распространить услуги или товар. Более того, телевизионная реклама стала приносить меньшее количество дивидендов, так как потребители контента переходят от телевизионного вещания к интернет-сервисам.

Еще одной эффективной стратегией для увеличения продаж является умный SMM. SMM – это полноценный комплекс по использованию социальных сетей для продвижения компании. Данный вариант включает в себя такие способы, как формирование стратегии, изучение целевой аудитории, планирование и многое другое. Кроме того, умный SMM предоставляет возможность узнать о предпочтениях клиентов и, таким образом, привлечь клиентов [2].

Следующая стратегия заключается в активном участии бренда в мероприятиях, которые посещает целевая аудитория компании. Таким образом, можно привлечь новых клиентов. Этот вариант работает не для всех компаний, но если он подходящий для предприятия, то происходит эффективное увеличение продаж.

Одной из самых эффективных тактик увеличения продаж является тактика допродаж. Если клиент уже готов приобрести в компании товар или услугу, то он сможет приобрести и дополнительное предложенное наименование. Единственное условие в данной схеме заключается в релевантности дополнительного предложения. Оно должно быть подходящим потребителю, иначе тактика будет обречена на неудачу.

Холодные звонки – это маркетинговая стратегия, подразумевающая под собой способ раскручивания бренда с помощью звонков по телефону своей целевой аудитории. Чаще всего данная методика состоит из представления компании, затем происходит предложение.

Эффективной стратегией считается и ведение базы клиентов. А именно, их номера телефонов, полные имена и даты рождения. С помощью такой базы компания может приятно удивить потребителей неожиданными персональными акциями на продукцию. Таким образом, данные скидки помогут увеличить продажи.

Предоставление скидок за объем приобретенной продукции и услуг также является весьма эффективным способом увеличения продаж. Если у продукта высокая маржинальность и предельный доход достаточно высок, то компания может внедрить вышеуказанную стратегию. Данный вариант решает несколько задач: увеличивает продажи, уменьшает издержки на хранение продукции, привлекает новых клиентов такой акцией.

Уникальность продукции или услуг помогает компании выделяться среди конкурентов на рынке. Благодаря уникальности, клиент сможет выбрать конкретную продукцию, так как она обладает особыми характеристиками. Именно по этой причине компания сможет занять отдельную нишу на рынке.

Однако наиболее популярным способом демонстрации продукции и услуг компании в нынешнее время является использование сайтов, социальных сетей и мобильных приложений. Наиболее распространенным из вышеперечисленных инструментов является сайт. Многие организации, которые предлагают разнообразные товары и услуги, ведут свои платформы, на которых расположена вся необходимая информация о компании, ценах и перечне товаров и услуг [1].

У каждой компании свой сайт отличается. И это касается не только дизайна, но и наполнения, а также и вида сайта. Каждый вид сайта выполняет свою функцию, которая может подходить только к конкретным типам организации. По этой причине организациям следует внимательно относиться к выбору сайта для демонстрации своей деятельности.

Рассмотрим основные статистические показатели, которые отражают зависимость между качеством интернет-сайта и увеличением продаж.

- 57 % интернет-пользователей не будут рекомендовать бизнес с плохо разработанным веб-сайтом для мобильных устройств;
- 85 % взрослых считают, что веб-сайты компании на мобильном устройстве должны быть не хуже, чем веб-сайты на компьютере;
- 38 % людей перестанут взаимодействовать с веб-сайтом, если его содержание или макет непривлекательны;

- 88 % онлайн-потребителей с меньшей вероятностью вернутся на сайт после неудачного опыта;
- 39 % людей перестанут взаимодействовать с веб-сайтом, если изображение не загружается слишком долго;
- 47 % пользователей ожидают, что среднестатистический веб-сайт загружается не более 2 секунд;
- Медленно загружаемые веб-сайты обходятся ритейлерам в 2,6 миллиарда долларов США ежегодно;
- 75 % потребителей признают, что судят о надежности компании на основании дизайна сайта компании;
- 5,94 секунды пользователи тратят в среднем на просмотр основного изображения веб-сайта [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что плохой веб-сайт может значительно подорвать доверие к компании, но качественная интернет-платформа может помочь предприятию расширить сферу своего влияния и привлечь потенциальных клиентов. По этой причине компаниям в современном мире не стоит пренебрегать основными инструментами цифрового маркетинга. В ином случае, некогда популярным предприятиям могут грозить снижение продаж и уменьшение прибыли.

Библиографические ссылки

1. *Петров Н. И.* PR-деятельность и прямой маркетинг при рационализации внешних коммуникаций промышленного предприятия // *Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы.* 2021. № 2. С. 30–34.
2. *Долгополов Е. М.* Современные методы продвижения организации при помощи SMM // *Сборник 9 научно-практической конференции. Тенденции развития мировой торговли в 21 веке.* 2021. С. 374–382.
3. 27 Eye-Opening Website Statistics [Электронный ресурс] // *Webflow Support:* [сайт]. [2013]. URL: <https://www.sweor.com/firstimpressions> (дата обращения: 15.05.2023).

УПРАВЛЕНИЕ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗО- ПАСНОСТИ СТРАНЫ

К. Д. Сегодняк

k.segodnik@gmail.com;

Научный руководитель – А. В. Вериго, кандидат экономических наук, доцент

В данной статье проводится исследование взаимосвязи экономической безопасности страны и системой управления банковскими рисками. Раскрывается суть управления банковскими рисками, а также их роль в обеспечении финансовой устойчивости банковской системы страны и экономической безопасности государства.

Ключевые слова: система управления рисками; банковская сфера; финансовая устойчивость; экономическая безопасность страны.

Управление банковскими рисками является частью обеспечения устойчивости банка и избегания необязательных финансовых потерь. Как и у многих терминов, у «банковского риска» в экономической науке нет единственно верного определения, существуют подходы различных ученых к пониманию сущности банковских рисков.

Н. В. Гаретовский считает, что банковский риск – опасность потерь, вытекающих из специфики банковских операций, осуществляемых кредитными учреждениями. О. И. Лаврушин приводит иное определение, банковский риск – ситуативная характеристика деятельности банка, отражающая неопределенность ее исхода и возможные неблагоприятные последствия в случае неуспеха. Т. В. Калинина и Ю. В. Калинина характеризуют банковский риск как возможность потери ликвидности, а также финансовых потерь, связанных с неопределенностью прогноза внутренних и внешних факторов, негативно влияющих на деятельность банка. Стоит отметить, что можно выделить в данных подходах общий момент: банковский риск – возможность неблагоприятного последствия деятельности банка.

В Беларуси юридическим определением, которого придерживаются все банки, является определение из Инструкции Национального банка №550 Об организации системы управления рисками: банковский риск – объективно существующая в присущих банковской деятельности условиях неопределенности потенциальная возможность понесения банком потерь, неполучения запланированных доходов и (или) ухудшения ликвидности и (или) наступления иных неблагоприятных последствий вследствие возникновения различных событий, связанных с внутренними и (или) внешними факторами деятельности банка [1, с. 2].

Для того, чтобы стабильно функционировать и минимизировать возможности появления убытков, в банках используют систему управления рисками. Система управления банковскими рисками - совокупность приемов, способов и методов работы персонала банка, позволяющих обеспечить положительный финансовый результат, прогнозировать наступление рискованного события и принимать меры к исключению или снижению его отрицательных последствий [2, с. 15].

Существуют две группы методов управления банковскими рисками: метод идентификации и оценки риска и метод урегулирования (снижения) риска. К методу идентификации и оценки риска относятся такие методы, как:

- 1) проведение стресс-тестирования;
- 2) подход на основании внутренних рейтингов должника;
- 3) корреляционный анализ;
- 4) гэп-анализ;
- 5) анализ денежных потоков;
- 6) дюрация;
- 7) финансовый анализ;
- 8) модели оценки VaR и т.д.

К методу урегулирования риска относятся такие методы, как:

- метод принятия;
- метод снижения (минимизации);
- метод передачи риска;
- метод управления капиталом;
- метод отказа от проведения операций.

Данные методы используются для предупреждения о возможных убытках, расчете вероятности реализации риска. На основе данных методов разрабатывается вся стратегия управления банковскими рисками, которая является важной составляющей деятельности банка, т.к. напрямую влияет на финансовую стабильность банка.

В любой системе взаимосвязанных элементов каждый элемент является важной составляющей и при нестабильном функционировании одного из них страдает вся система. Банковская система не исключение. Банковская система должна препятствовать принятию банками чрезмерных рисков и иметь возможность отсекаать те свои элементы, деятельность которых может представлять угрозу для функционирования всей банковской системы, обеспечивая надежность, стабильность своего существования [3, с. 21].

Существует классификация факторов, влияющих на финансовую стабильность банка, где данные факторы делятся на внешние и внутренние. К внутренним относится потеря финансовой устойчивости, сниже-

ние конкурентоспособности банковских продуктов, потеря ликвидности и т.д. Стоит обратить внимание, что практически все внутренние факторы, те факторы на которые банк напрямую влияет, так или иначе, связаны с управлением рисками.

Банки являются, пожалуй, главным звеном в финансово-кредитной системе, т.к. банковская сфера помогает организовывать получение и отправку денежных потоков. Таким образом, стабильность банковской сферы прежде всего положительно влияет на стабильность всей финансово-кредитной системы страны.

Существуют 4 основных показателя экономической безопасности страны:

- 1) наличие экономического роста;
- 2) укрепление экономического суверенитета;
- 3) сохранение стабильного состояния при внешних и внутренних угрозах;
- 4) повышение условий и качества жизни населения.

Стоит отметить, что ни одна из данных составляющих не может быть реализована без устойчивой финансово-кредитной системы. А 3 показатель экономической безопасности страны напрямую зависит от качества разработанных систем управления рисками в банках, ведь факторами реализации банковских рисков являются внешние и внутренние угрозы. Именно на нейтрализацию неблагоприятных последствий или уменьшение потерь от этих угроз и направлена система управления рисками.

Кроме того, наличие экономического роста зависит от кредитной политики банков, а, соответственно, от системы управления кредитным риском. При эффективном управлении кредитным риском, банки будут вливать в реальный сектор экономики больше денег, стимулируя экономический рост.

Повышение условий и качества жизни населения выполняется в банковской сфере через проведение валютной, монетарной и других политик центральным банком страны, а также через эффективную систему привлечения и размещения ресурсов банками, которая невозможно без качественной системы управления рисками. Так, вкладчики получают небольшой доход от своих размещенных денежных средств, а заемщики, как правило, юридические лица, могут за счет дополнительных денег улучшать качество производимой продукции, усовершенствовать производство и т.п. Все это положительно сказывается на качестве жизни населения страны.

Таким образом, управление банковскими рисками направлено на ограничение убытков, ухудшения ликвидности и неполучения прибыли,

которые, в свою очередь, ведут к проявлению внутренних факторов, угроз финансовой стабильности банка. Данные угрозы финансовой стабильности банка рассматриваются как угрозы экономической стабильности всей финансово-кредитной системы, которая связана напрямую со всеми компонентами экономической безопасности государства.

Библиографические ссылки

1. Об организации системы управления рисками : Инструкция Нац. банка Респ. Беларусь : утверждена постановлением Правления Нац. банка Респ. Беларусь 29 окт. 2012 г., № 550. Минск, 2012. 24 с.
2. *Барташевич Н. И.* Управление рисками в банковской деятельности. Гомель : Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины, 2014. 67 с.
3. *Рождественская Т. Э., Гузнов А. Г., Шамраев А. В.* Банковское право : учебник и практикум для вузов. Москва : Юрайт, 2015. 357 с.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ БАНКОВСКИХ РИСКОВ

К. Д. Сегодняк

k.segodnik@gmail.com;

Научный руководитель – А. В. Вериго, кандидат экономических наук, доцент

В данной статье освещаются методические аспекты оценки банковских рисков, а также особенности существующих методик их оценки. На основе классификации методик выделяются наиболее используемые и эффективные методики оценки рисков, а также рассматриваются их преимущества и недостатки использования.

Ключевые слова: банковский риск; качественные методы оценки риска; метод экспертных оценок; VaR-методика; статистические методы оценки риска.

Любая экономическая деятельность, в том числе банковская, связана с разными видами рисков. Среди наиболее распространенных банковских рисков можно выделить: кредитный, валютный, рыночный и риск ликвидности. Каждый банк самостоятельно определяет какую из существующих методик использовать.

Предъявляемые к банкам требования в части стратегии, методики и процедур управления рисками в каждой стране определяет центральный банк через свои нормативно-правовые акты. Так, в Республике Беларусь таковыми можно считать Инструкцию № 550 «Об организации системы управления рисками» и Инструкцию № 257 «О нормативах безопасного функционирования».

Отметим, что методики управления рисками должны содержать детальное описание процедур по отдельным составляющим процесса управления рисками, принципы особенности управления отдельными видами рисков, методику анализа устойчивости банка к рискам, порядок интерпретации результатов, полученных в процессе управления рисками и анализа устойчивости банка [1, с. 14]. Процесс управления рисками включает следующие этапы: идентификацию, оценку, снижение уровня риска, мониторинг факторов риска.

Оценка риска является обязательной составляющей любой деятельности. Риск присущ каждой банковской операции и эффективное управление банковскими рисками обеспечивает не только выполнение нормативов безопасного функционирования, но и повышение эффективности банковской деятельности. В современной экономической литературе приставлены две основные группы методик оценки рисков: качественные (экспертные) и количественные.

Основным качественным методом оценки риска является метод экспертных оценок. Он в свою очередь делится на метод индивидуальных экс-

пертных оценок и метод коллективных экспертных оценок. Различия состоят в количестве человек, участвующих оценке рисков.

Метод индивидуальных экспертных оценок. Наиболее эффективными методиками при данном методе будут составление различного рода аналитических таблиц (SWOT, PEST и т.д.), которые позволяют определять внешние и внутренние факторы риска, а также степень их воздействия, что в свою очередь позволяет выставить приоритеты по более эффективному управлению банковскими рисками.

Метод коллективных экспертных оценок. Для данного метода характерны методики экспертных комиссий (открытая дискуссия), карточки Кроуфорда, метод Дельфи и т.д. Наиболее распространенной методом является метод Дельфи. Отличительной особенностью данного метода является то, что эксперты выражают свое мнение анонимно и индивидуально, но при этом имеют возможность узнать мнения других экспертов [2, с. 85]. При применении методов экспертных оценок, особое значение имеет подбор высококвалифицированных кадров.

Для более эффективного управления рисками необходимо сочетание качественных и количественных методов оценки рисков. В современной практике принято выделять две группы количественных методов оценки банковских рисков: аналитические методы и математико-статистические методы.

К математико-статистическим методам относятся методы статистического анализа и методы теории игр. Статистический анализ применяется прежде всего, когда у банка имеется вся необходимая аналитико-статистическая информация об операциях, клиентах, иных финансовых учреждениях и т.д. Для более точного анализа статистическая информация должна быть представлена минимум за семь аналитических периодов. Основу данного метода составляют самые используемые в статистике показатели: математическое ожидание, стандартное отклонение, дисперсия и т.п. Методы теории игр в первую очередь используются для оценки банковского риска при различных вариантах дальнейшей деятельности банка. Данная группа методов позволяет выбрать наилучший вариант использования или предоставления ресурсов среди всех возможных. Аналитические методы имеют самое большое разнообразие существующих методик.

Методика имитационного моделирования представляет собой эксперименты, за счет которых определяются эмпирические оценки степени влияния факторов риска на величину риска.

Методика анализа сценариев предусматривает несколько вариантов развития событий, обычно берется не менее 5 сценариев. При каждом из них оцениваются риски и определяются возможные стратегии действия для их минимизации. Данная методика используется для оценки величины риска, вероятности наступления неблагоприятного события, а также для составления процедур по снижению данного риска.

Анализ целесообразности затрат включает в себя положение о том, что на определенную банковскую операцию затраты имеют различную степень риска. Таким образом, определяются степени риска по каждому виду банковской деятельности и из них выбираются приоритетные направления. Главная цель данного анализа – эффективное использование ресурсов банка за счет выбора наименее рискованных операций.

Стресс-тестирование – процедура моделирования крайне неблагоприятных событий с целью оценки возможных убытков при их наступлении. В результате анализа получается некая интегральная оценка, позволяющая определить, при изменении каких факторов банк окажется в критическом состоянии [3, с. 199]. Данный метод позволяет определить факторы, к которым наиболее чувствительна доходная составляющая деятельности банка. Таким образом, ранжируются факторы по степени влияния на осуществление неблагоприятных событий.

Также, для оценки различных рисков применяется метод Value at Risk (VaR-методика) – выраженная в денежных единицах (базовой валюте) оценка величины, которую не превысят ожидаемые в течение данного периода времени потери с заданным значением вероятности [4, с. 32]. Данная методика позволяет учитывать влияние на стоимость банковского портфеля таких факторов, как процентные ставки по долговым финансовым инструментам, валютные курсы, волатильность, стоимость акций, а также корреляции между ними.

Итак, оценка банковского риска занимает важное место в процессе управления банковскими рисками. В современной банковской теории и практике существует множество методик оценки и управления рисками. Банки самостоятельно принимают решение какой методикой пользоваться. У каждого метода есть свои преимущества и ограничения, которые банки пытаются устранить посредством комплексного их применения. Немаловажное место при оценке банковских рисков занимает всесторонняя и качественная статистическая за длительный временной период.

Библиографические ссылки

1. Об организации системы управления рисками : Инструкция Нац. банка Респ. Беларусь : утверждена постановлением Правления Нац. банка Респ. Беларусь 29 окт. 2012 г., № 550. Минск. 2012. 24 с.
2. Юзвович Л. И., Слепухина Ю. Э. Финансовые и банковские риски. Екатеринбург : Уральский федеральный университет, 2020. 336 с.
3. Русанов Ю. Ю., Бородин А. И. Банковский менеджмент. М.: Проспект, 2016. 384 с.
4. Дмитриев Д. А. Оценка рыночного риска при управлении международными резервами // Банковский вестник. 2011. № 16(525). С. 32–39.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКОЙ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОТКРЫТОГО АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «СБЕР БАНК»)

У. Н. Селивончик

ulianas2001@gmail.com;

Научный руководитель – Л. И. Стефанович, доктор экономических наук, профессор

В статье проводится исследование кредитного портфеля ОАО «Сбер Банк», проводится оценка эффективности реализации кредитной политики банка и определяются основные проблемы её реализации. В ходе проведенного исследования были выявлены такие проблемы, как высокая доля кредитования юридических лиц, преобладание кредитования недвижимости в розничном кредитном портфеле, недостаточность обеспечения скоринга в банке и низкая доля банка на рынке потребительского кредитования. Было предложено направление для решения данных проблем.

Ключевые слова: кредитная политика; банковское кредитование; скоринг; психоскоринг.

Одной из черт рынка банковских операций Республики Беларусь является преобладание кредитных операций в активных операциях банков, где доля данной статьи бухгалтерского баланса находится на уровне более 50%. Таким образом кредитование является наиболее востребованной и прибыльной операцией. Но стоит отметить, что также данная операция является наиболее рискованной и требует предельного внимания.

В целях формирования качественного кредитного портфеля с низкой долей просроченных кредитов и рациональной диверсификацией, минимизации кредитного риска, а также определения основных направлений банки формируют кредитную политику. От качества сформированной кредитной политики зависит устойчивой и эффективное функционирование банка.

Однако среди ученых отсутствует единое понимание экономической сущности понятия «кредитная политика», что обуславливает дискуссионный характер этого явления.

Так, например, Карасева З.М. подчеркивает, что «сущность кредитной политики банка лежит в обеспечении безопасности, надежности и прибыльности кредитных операций, то есть в умении свести до минимума кредитный риск». Таким образом, по словам исследователя, кредитная политика – это определение того уровня риска, который может взять на себя банк [1, с. 38].

Захорошко С. С. считает, что «кредитная политика – это совокупность активных и пассивных банковских операций, рассматриваемых на

определенную перспективу, обеспечивающих банку достижение намеченных целей и позволяющих решить задачу оптимального распределения кредитного ресурса в условиях реально имеющихся ограничений (обязательные нормативы Национального банка и фактический объем средств к размещению)» [2, с. 17].

По мнению О. И. Лаврушина, «кредитная политика в широком смысле – это деятельность, регулирующая стратегические отношения между кредитором и заемщиком, направленная на реализацию свойств кредита и его роли в экономике. Применительно к каждому отдельному банку кредитная политика представляет собой деятельность, регулирующую отношения между банком и клиентом в определенном периоде и направленную на реализацию их интересов» [3, с. 410].

Таким образом, если рассматривать кредитную политику в общем смысле, то она представляет собой совокупность различных документов, действий и факторов, которые формируют направления кредитования, а также направления снижения соответствующих рисков, возникающих в ходе проведения данных операций.

Рассмотрим управление кредитной политики на примере ОАО «Сбер Банк». ОАО «Сбер Банк» является одним из старейших и крупнейших банков Республики Беларусь. За последние три года (2020–2022 гг.) банк входил в первую группу системной значимости, что свидетельствует об расширенных масштабах его деятельности и высокой значимости банка для экономики.

В целях оценки эффективности реализации кредитной политики ОАО «Сбер Банк», рассчитаем основные коэффициенты оценки кредитных вложений банка за 2021–2022 гг. (таблица).

Коэффициенты оценки кредитных вложений ОАО «Сбер Банк» за 2021–2022 гг.

Коэффициенты оценки кредитных вложений	2021 г.	2022 г.
1. Коэффициент проблемных кредитов, %	0,24	0,23
2. Коэффициент степени достаточности резерва, %	7,08	7,64
3. Соотношение кредитных вложений и привлеченных средств банка, %	62,78	60,31
4. Соотношение кредитных вложений и активов банка, %	53,33	50,50

Рассчитав и проанализировав данные коэффициенты, можно сделать следующие выводы:

- У банка сформирован качественный кредитный портфель с низкой долей просроченных кредитов, при этом данная доля находится на уровне менее 1 %;

- Банк имеет достаточное количество резервов в случае непогашения кредитов, значение коэффициента достаточности резерва находится на уровне, рекомендуемом международной практикой;

- Более 60 % привлечённых средств банк направляет в кредитование, что свидетельствует о его приоритетном развитии;

- Банк не имеет перегруженности кредитного портфеля, о чем свидетельствует значение показателя в пределах 50% (в международной практике значение соотношения кредитных вложений и активов банка выше 65 % свидетельствует о перегруженности кредитного портфеля).

Таким образом, значения и динамика данных коэффициентов свидетельствуют об успешно проводимой кредитной политике в банке, однако её реализация имеет некоторые недостатки:

1. Сохранение в структуре кредитного портфеля в разрезе кредитополучателей большего удельного веса основного долга юридических лиц (более 70 %);

2. В розничном кредитном портфеле наибольший удельный вес составляют кредиты на недвижимость (более 60 %), тем самым происходит снижение потребительского кредитования;

3. Недостаточность обеспечения скоринга в банке. Банк использует технологию «Кредитная фабрика», которая способствует более эффективному и быстрому рассмотрению заявок на кредит. Для оценки кредитоспособности физических лиц банк использует скоринговые модели. Однако совмещение данных моделей и технологий может привести к неполному анализу кредитоспособности клиента и снижению уровня кредитования;

4. Низкая доля банка на рынке потребительского кредитования. Проанализировав Аналитическое обозрение Национального банка Республики Беларусь «Портрет кредитополучателя - физического лица», было выявлено, что ОАО «Сбер банк» занимает 9-ое место в доле общем количестве кредитных договоров и 5-ое место в доле общей суммы кредитования [4].

В рамках решения данных проблем и достижения поставленных целей предлагается внедрение программного обеспечения LenddoEFL.

На практике большинство финансовых учреждений принимают кредитные решения на основе финансовых и демографических характеристик своих клиентов и не принимают во внимание личные факторы. Поведение людей объясняется не только ситуационными и экономическими факторами, но также потребностями и личностными качествами. Основываясь на этом подходе, можно увидеть, что личностные качества людей могут быть ключевым индикатором поведения клиента при погашении кредита. Оценка на основании данного метода может быть полезна

для клиентов, которые имеют низкий кредитный рейтинг либо не имеют его вовсе. Это может способствовать не только более качественной и реальной оценки заёмщика, но и также увеличить возможность роста кредитования.

Заемщикам будет предложено прохождение короткой интерактивной анкеты, позволяющий оценивать кредитоспособность в Интернете, мобильном приложении, обычном телефоне или планшете. Каждый вопрос в оценке направлен на выявление психологических атрибутов, связанных с кредитоспособностью. Программа количественно оценивает поведение и отношение, чтобы составить профиль риска кандидата.

LenddoEFL оценивает как традиционную информацию (Кредитное бюро (Кредитный отчет из Национального банка), информация из поданной заявки и другая информация из внешних источников), так и нетрадиционную (телекоммуникационные данные, поведенческая аналитика, мобильные данные, данные о финансовых транзакциях, психометрические данные) [5].

Также большим плюсом внедрения данной системы является борьба с мошенниками. У программы есть флаги мошенничества, чтобы гарантировать, что только одно устройство с уникальным идентификатором может быть использовано для подачи заявки на кредит, не позволяя мошенникам подавать заявки с одного и того же телефона снова и снова.

Библиографические ссылки

1. *Карасёва З. М., Михайленко О. М.* Управление проблемными кредитами банка // Наука и экономика. 2010. № 3. С. 36–39.
2. *Захорошко С. С., Витун С. Е.* Кредитный менеджмент : пособие. В 5 ч. Ч. 4. Гродно: ГрГУ, 2011. 43 с.
3. *Лаврушин О. И.* Банковское дело: учебник. М.: Финансы и статистика, 2012. 576 с.
4. Аналитическое обозрение на 1 января 2023 г. «Портрет кредитополучателя – физического лица» Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nbrb.by/publications/pk> (дата обращения: 20.04.2023).
5. Официальный сайт LenddoEFL [Электронный ресурс]. URL: <https://lenddoefl.com/> (дата обращения: 09.06.2023).

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА: ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТА

А. С. Скуратович

sskuratovich9@gmail.com;

Научный руководитель – Л. В. Хильман, старший преподаватель

В работе описывается новое научное направление – поведенческая экономика, которое считается одним из примечательных событий в развитии экономической теории последних десятилетий. Описаны факторы, оказывающие влияние на выбор человека с точки зрения поведенческой экономики. Определены направления использования результатов исследований и экспериментов в области поведенческой экономики в качестве инновационного инструмента в сфере менеджмента.

Ключевые слова: поведенческая экономика; иррациональные решения; выбор человека; подталкивание; инновационный инструмент.

Новое аналитическое направление, за которым закрепилось название поведенческой (бихевиористской) экономики (behavioral economics), считается одним из наиболее интересных и примечательных событий в развитии экономической науки последних десятилетий. Его утверждение в качестве самостоятельной субдисциплины, сформировавшейся на стыке экономических и психологических исследований, произошло относительно недавно – в 70-х годах прошлого века.

Поведенческая экономика сразу обозначила себя как прямой вызов стандартной (неоклассической) экономической теории. Многочисленные эксперименты, проводившиеся экономистами-бихевиористами, показали, что реальное поведение людей имеет не слишком много общего с тем, как представляет себе поведение человека неоклассическая экономическая теория, согласно которой человек действует исключительно рационально, обладает строго упорядоченным набором предпочтений, располагает исчерпывающе точной информацией, наделен безграничными счетными способностями. Он обладает значительной долей прозорливости, учитывает все возможные риски и, соответственно, делает логически безупречный выбор в любой ситуации. Однако реальная жизнь гораздо сложнее простой экономической модели. Во многих самых разнообразных ситуациях поведение людей оказывается в лучшем случае ограничено рациональным, а в худшем – очевидно иррациональным. Человек зачастую принимает решения основываясь не на логических заключениях, а скорее на интуиции, под действием эмоций, моральных принципов

и убеждений. Он живет не только в мире рыночных отношений, но и в мире социальных норм, а между теми и другими возможны несоответствия и даже конфликты. И достаточно часто человек принимает иррациональные решения, поддавшись порыву чувств или просто совершив ошибку.

Поведенческая экономика – это научное направление, изучающее, как люди принимают решения в условиях ограниченной информации и ресурсов, с учетом психологических факторов и социального окружения. Она основывается на предположении, что люди не всегда принимают рациональные решения и могут быть склонны к субъективным оценкам, ошибкам и искажениям восприятия.

Известными личностями в изучении поведенческой экономики являются лауреаты Нобелевской премии Герберт Саймон (ограниченная рациональность; 1978), Гэри Беккер (мотивы, ошибки потребителей; 1992), Джордж Акерлоф (прокрастинация; 2001), Даниэль Канеман (иллюзия достоверности, якорная предвзятость; 2002) и Ричард Х. Талер (подталкивание, 2017).

Ричарда Х. Талера и его позднейшего соавтора, профессора Чикагского университета Касса Санстейна, можно назвать основателями течения так называемого «либертарианского патернализма», предполагающего мягкую корректировку поведения адресатов регулирования (прежде всего граждан) со стороны государства в их же собственных интересах.

При этом уже в XXI веке концепция «нового патернализма» или «либертарианского патернализма» стала активно проникать в сферу управления, как на уровне частных фирм, так и на уровне государства. Применение поведенческих подходов в менеджменте получило название «подталкивание» («nudging» или «nudge»).

Поведенческие методы «подталкивания» находят практическое применение в самых разных областях регулирования. Наиболее часто поведенческое подталкивание используется в сфере принятия частных финансовых решений, исполнения обязательств перед государством, ресурсосбережения и обращения с отходами [1, с. 12].

Идеи и подходы, выработанные в рамках поведенческой теории, на сегодняшний день активно используются в финансовой теории, в теории потребительского выбора, в экономике права, в макроэкономике, в теории экономического развития, в теории игр, в теории государственных финансов и во многих других дисциплинах [2, с. 4].

Поведенческая экономика исходит из того, что на выбор человека оказывают влияние такие факторы, как ограниченная рациональ-

ность, когнитивная предвзятость, дискриминация и стадный менталитет.

Ограниченная рациональность – это концепция, предусматривающая, что люди принимают решения, основываясь на знаниях, которыми они обладают. При этом, к сожалению, эти знания часто ограничены, так как у человека может отсутствовать нужный опыт либо доступ к необходимой информации.

Независимо от того, осознают люди это или нет, на принятие ими решений влияют когнитивные искажения, приводящие к предвзятости выбора. Например, название компании, цвет ее логотипа, имя или внешность ее генерального директора, город, в котором находится штаб-квартира этой компании могут вызвать к ней неожиданную предвзятость.

Схожим образом действует фактор дискриминации. Люди воспринимают вещи, события или других людей через призму субъективной оценки, при этом потенциально дискриминируя других людей. Соответственно, иногда выбор делается не в пользу лучшего варианта.

Несколько иначе проявляется стадный менталитет. На многие решения человека влияет то, что делают другие люди. Это связано как со страхом человека упустить что-либо, так и с желанием быть членом большого коллектива. Стадный менталитет – это вера в то, что индивидуальные решения должны зависеть от того, что делают другие люди, а не обязательно от того, что является лучшим результатом.

Учитывая эти влияющие на индивидуальное поведение человека факторы, в поведенческой экономике обозначен ряд определяющих принципов: фрейминг, эвристику, неприятие потерь, неэффективность рынка, ментальный учет и заблуждение о невозвратных издержках.

Фрейминг – это принцип того, как что-то преподносится человеку. Эта концепция поведенческой экономики представляет собой когнитивное искажение в том смысле, что результат может быть определен на основе структуры того, как что-то было представлено.

Эвристика подразумевает, что люди склонны принимать решения, используя умственные ярлыки, а не длинные, рациональные, оптимальные рассуждения. В этой ситуации потребителю легче продолжить то, что он делал раньше, чем осознать, что существует более выгодная ситуация.

Поведенческая экономика основана на представлении о том, что люди не любят потери и по-разному реагируют на ситуацию, в зави-

симости от того, теряют они или выигрывают. Так, радость получить выигрыш в размере некой суммы для человека оказывается меньше, чем горечь от потери той же суммы.

Неэффективность рынка играет существенную роль в поведенческой экономике. Регулярно на рынке возникают ошибки принятия решений, которые приводят к различным рыночным аномалиям, в том числе неверной установке цен, неэффективному распределению ресурсов.

Ментальный учет связан с тем, что потребители и инвесторы могут принимать решения о расходах и инвестициях не согласно долгосрочной стратегии, а исходя из своих личных обстоятельств.

Заблуждение о невозвратных издержках – это эмоциональная привязанность к затратам, которые были понесены в прошлом. Потребителям и инвесторам, как правило, труднее «отпустить» неудачные инвестиции или вложенный капитал.

Основываясь на определяющих поведение человека принципах, на сегодняшний день поведенческая экономика активно развивается и продолжает формироваться как новая интеллектуальная платформа научного сообщества [3, с. 11].

При этом результаты исследований и экспериментов в области поведенческой экономики всё чаще находят применение в качестве инновационного инструмента в сфере управления.

Для менеджмента поведенческая экономика, может иметь, например, следующие направления использования:

- понимание потребностей и предпочтений потребителей. Это позволяет разрабатывать наиболее эффективные маркетинговые стратегии, создавать продукты и услуги, наиболее востребованные потребителями, и улучшать качество их обслуживания;

- оптимизация принятия менеджерами решений. Понимание, что собственное поведение и решения могут быть подвержены искажениям и ошибкам восприятия, может помочь менеджерам принимать более рациональные решения и избегать потенциальных ошибок;

- улучшения в сфере управления персоналом. Использование методов, основанных на психологических принципах и мотивации, для удержания и мотивации сотрудников. Например, применение подталкивания – техники, которая влияет на поведение людей, используя тонкие намеки и подсказки, может стать эффективным мотивационным инструментом для работников.

Таким образом, поведенческая экономика в качестве инновационного инструмента может помочь менеджерам лучше понимать

и управлять поведением людей в бизнесе, что может привести к улучшению результатов и повышению эффективности управления.

Библиографические ссылки

1. *Голодникова, А. Е., Цыганков Д. Б., Юнусова М. А.* Потенциал использования концепции «nudge» в государственном регулировании // Вопросы государственного и муниципального управления. 2018. № 3. С. 7–31.
2. *Капелюшников, Р. И.* Поведенческая экономика и новый патернализм : препринт WP3/2013/03. - Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. 76 с.
3. *Журавлёва Г. П., Манохина Н. В., Смагина В. В.* Поведенческая экономика: современная парадигма экономического развития. М.; Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016. 340 с.

UX/UI ДИЗАЙН: КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ УСПЕШНЫХ ПРОДУКТОВ

М. И. Слабко, Д. В. Сальников

mslabko77@gmail.com, ferrumbird@gmail.com;

Научный руководитель – Е. В. Сошникова, старший преподаватель

В данной статье проводится анализ UX/UI дизайна, который является важной частью процесса создания веб-продукта и помогает создавать веб-ресурсы, соответствующие потребностям пользователей. Были исследованы основные этапы разработки дизайна и выявлены основные навыки для успешного дизайна.

Ключевые слова: User Experience; User Interface; эффективность дизайна; ключевой фактор успеха продукта, функциональность, прототип.

В современном мире, где конкуренция на рынке постоянно растет, UX/UI дизайн становится ключевым фактором успеха цифрового продукта. UX (User Experience) и UI (User Interface) относятся к области дизайна, которая фокусируется на создании продуктов, учитывающих потребности и предпочтения пользователей.

Основная цель UX/UI дизайна заключается в том, чтобы создать интернет-ресурсы, которые максимально удобны для пользователей. UX/UI дизайн влияет на каждый аспект цифрового решения: от его внешнего вида и функциональности до структуры и интерактивности.

Один из основных аспектов UX/UI дизайна – это User Experience Design. User Experience Design ориентирован на создание веб-ресурсов, которые максимально удовлетворяют потребности пользователей. Хороший User Experience Design помогает упростить использование продукта, делая его более доступным и легким в использовании. Также он помогает усилить лояльность пользователей и увеличить вероятность их повторных покупок [1].

User Interface Design – это еще один важный аспект UX/UI дизайна. User Interface Design описывает то, как пользователь взаимодействует с интернет-ресурсом. Он включает в себя такие аспекты, как цветовая гамма, типографика, размещение элементов на странице, и многое другое. Хороший User Interface Design может значительно повысить качество веб-продукта и привлечь больше пользователей.

Важно понимать, что UX/UI дизайн должен быть ориентирован на пользователя, учитывая их потребности и предпочтения. Команда UX/UI дизайнеров должна тесно сотрудничать с другими отделами бизнеса, чтобы создать веб-ресурс, который будет отвечать нуждам пользователей и приносить выгоду компании [2].

Кроме того, UX/UI дизайн является критически важным элементом в создании успешных интернет-продуктов, которые будут использоваться пользователями. Бизнесы, которые инвестируют в UX/UI дизайн, могут получить преимущество на рынке и удерживать своих пользователей на долгие годы. Для этого существует научный метод, который помогает сделать надежные выводы, а не те, которые основаны на предположениях. Рассмотрим основные шаги:

Шаг 1 и 2 – «Определить проблему и провести исследование».

В UX/UI-дизайне эти 2 шага составляют фазу открытия.

Такие инструменты, как опросы и встречи один на один с экспертами в предметной области, позволяют проверить предположения и получить более глубокое понимание проблемы [3].

Исследование означает сбор данных и контекстуальной информации по проблемному пространству. Основываясь на данных и наблюдениях, выявились ли какие-либо общие закономерности? С какими болевыми точками сталкиваются пользователи? Какие у них есть предпочтения? Предпочтение чему именно? И самое главное, почему?

Шаг 3 – Постановка гипотезы.

Попытка создать пользовательский интерфейс с функциями и подходом, которые, согласно исследованиям, должны быть приоритетными.

При этом проверка гипотез не должна казаться случайной. Разрабатывая дизайн, необходимо сосредоточиться на нескольких аспектах опыта [3].

Шаг 4 – Экспериментирование.

Необходимо разместить прототип перед пользователями и получить обратную связь. В UX/UI-тестировании это означает определение показателей успеха. Они оценивают, насколько хорошо дизайн соответствует цели [3].

Например, стандартной метрикой является «Время выполнения задачи», мера того, сколько времени требуется пользователю для выполнения задачи. Возможно, в первый раз пользователям потребуется много времени для адаптации.

Так же, как просмотр результатов эксперимента, сбор данных дает команде дизайнеров объективный способ оценить дизайн.

Если, по итогам исследования, интернет-ресурс окажется неподлежащим релизу в сеть, то это является поводом разобрать недостатки и привести веб-продукт к состоянию выпуска. Сам процесс исправления недостатков является неотъемлемой частью разработки и не обходится без дополнительных испытаний, которые в конечном итоге приведут к положительным эмоциям пользователя, что будет являться успехом разработанного веб-ресурса.

Шаг 5 – Выводы.

На последнем шаге данного научного метода формулируется вывод о выполненной работе. После всех проделанных вышеперечисленных пунктов формируется окончательный вариант разработки UX/UI дизайна, который включает в себя сводку результатов [3].

В целом, UX/UI дизайн позволяет компаниям создавать более эффективные, удобные и привлекательные продукты. Пользователи оценивают не только функциональность веб-ресурса, но и то, как он выглядит и насколько удобно им пользоваться. Поэтому UX/UI дизайнеры должны быть готовы уделять большое внимание не только эстетическим аспектам, но и взаимодействию пользователей с ресурсом.

Существует множество примеров компаний, которые добились успеха благодаря инвестированию в UX/UI дизайн. Одним из ярких примеров является компания Apple, которая всегда была известна своим уникальным и инновационным дизайном. Следуя за Apple, многие компании начали понимать важность UX/UI дизайна и начали инвестировать в эту область.

Однако, не следует забывать, что UX/UI дизайн является динамичной областью, и требует постоянного обновления и улучшения. Компании, которые хотят идти в ногу с растущей конкуренцией, должны постоянно развивать свои веб-продукты и обновлять их UX/UI дизайн. Также, сам процесс UX/UI дизайна включает в себя множество факторов, которые могут негативно повлиять на его эффективность:

- Излишняя сложность дизайна

Одной из главных проблем UX/UI дизайна является излишняя сложность дизайна, которая может привести к непониманию и недовольству пользователей. Дизайнеры могут увлечься воплощением своих идей и забыть о том, что пользователь должен легко и быстро осуществлять свои задачи с помощью продукта. Слишком сложный дизайн может вызвать у пользователя чувство беспокойства и неудобства. Поэтому важно, чтобы дизайн интернет-ресурса был интуитивно понятен для пользователя.

- Недостаточная адаптивность и гибкость

Еще одной проблемой UX/UI дизайна является недостаточная адаптивность и гибкость в процессе разработки. Сегодня пользователи могут работать с продуктом на разных устройствах и платформах, и каждая из них требует своего подхода к дизайну.

- Отсутствие фокуса на целевом действии

Это одна из самых частых проблем, встречающихся среди веб-ресурсов. Она заключается в том, что, попадая на сайт, пользователь просто не понимает, что именно от него требуется. Поэтому уровень конверсии на ресурсе не сдвигается с места. Эта проблема зарождается

вместе с ресурсом, ведь главной целью разработки структуры и дизайна сайта – это привести пользователя на нужную страницу и добиться нужных действий. Для этого используется масса методов, начиная от обычного баннера и заканчивая кнопками, реагирующими на действия пользователя, но при этом не исчезающими до тех пор, пока пользователь не перейдет на нужную страницу [704].

Подводя итоги, можно сказать, что UX/UI дизайн является неотъемлемой частью успешного цифрового продукта, который должен быть ориентирован на потребности и предпочтения пользователей. UX/UI дизайнеры должны работать над тем, чтобы веб-ресурсы были удобны в использовании, привлекательными и эффективными. Компании, которые инвестируют в UX/UI дизайн, могут получить преимущество на рынке и удерживать своих пользователей на длительный срок. Однако, чтобы добиться успеха, UX/UI дизайн должен постоянно развиваться в соответствии с изменяющимися потребностями пользователей и рынка в целом.

Библиографические ссылки

1. UX/UI-дизайнер – профессия для нетипичных творческих [Электронный ресурс] // Адукар : [сайт]. [2018]. URL: <https://adukar.com/by/news/it/ux-ui-dizajner-professiya-dlya-netipichnyh-tvorcheskih> (дата обращения: 10.04.2023).
2. Как системно разложить свою идею в будущий цифровой продукт? [Электронный ресурс] // Vc.ru — бизнес, технологии, идеи, модели роста, стартапы.ru бизнес, технологии, идеи, модели роста, стартапы : [сайт]. [2000]. URL: <https://vc.ru/services/308564-kak-sistemno-razlozhit-svoyu-ideyu-v-budushchiy-cifrovoy-produkt>. (дата обращения: 11.04.2023).
3. Что такое UX/UI? Новый взгляд на научный метод [Электронный ресурс] // UX Collective : [сайт]. [2013]. URL: <https://uxdesign.cc/what-is-ux-a-new-look-for-the-scientific-method-2baa0b8ed166>. (дата обращения: 10.04.2023).
4. UX/UI-дизайнер: требования и специфика работы [Электронный ресурс] // GeekBrains - образовательный портал : [сайт]. [2000]. URL: <https://gb.ru/blog/ux-ui-dizajner/> (дата обращения: 12.04.2023).

ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Д. Н. Собалевская, Д. Д. Данилова

westikd@yandex.by, ddanilova2107@gmail.ru;

Научный руководитель – Н. И. Шандора, старший преподаватель

В статье рассматривается феномен диджитализации бизнеса и важность цифровой трансформации. Описывается, как использование цифровых технологий может улучшить эффективность бизнеса и помочь ему преодолеть современные вызовы рынка. Рассматривается такой пример диджитализации, как цифровая мода, причины ее возникновения и возможности, которые она даёт брендам.

Ключевые слова: диджитализация бизнеса; цифровая мода; цифровая трансформация; диджитализация fashion-индустрии.

Диджитализация бизнеса – это процесс переноса бизнес-процессов в цифровое пространство. Он имеет огромное значение для современного бизнеса, поскольку позволяет увеличить эффективность работы, оптимизировать бизнес-процессы, повысить качество продукции или услуг, улучшить опыт взаимодействия с клиентами. Диджитализация помогает бизнесу оставаться актуальным и конкурентоспособным. Помимо этого, существует ряд других преимуществ данного процесса:

- Высокая конкурентоспособность
- Экономия средств
- Упрощение работы с данными
- Построение положительного имиджа компании
- Повышение лояльности бренда

Диджитализация дает бизнесу конкурентное преимущество. Компании, которые не в состоянии внедрить цифровые инновации, могут потерять свой бизнес из-за более инновационных конкурентов. Например, у BlackBerry было преимущество первопроходца в индустрии смартфонов. Однако, сопротивление переменам, инновациям привели к отставанию от таких конкурентов, как Samsung и Apple [1].

Диджитализация увеличивает рентабельность инвестиций по всем бизнес-расходам. Цифровые инновации повышают производительность оборудования и перестраивают внутренние процессы. В результате, это стоящая инвестиция с долгосрочной финансовой выгодой, обеспечивающая высокую рентабельность всех бизнес-расходов. Хотя инновации в цифровом бизнесе могут показаться дорогостоящими в краткосрочной перспективе, компании, которые инвестируют в новые и новаторские идеи, со временем получают огромные выгоды.

Диджитализация повышает производительность сотрудников. Низкая производительность труда может увеличить эксплуатационные расходы и снижать общий доход. Однако предприятия, инвестирующие в инновации, могут повысить производительность в следующих областях:

- Автоматизация: такие технологии, как машинное обучение и искусственный интеллект, могут автоматизировать практически каждую задачу в организации. Это позволяет сотрудникам сосредоточиться на более стратегических задачах. Кроме того, автоматизация помогает снизить вероятность человеческой ошибки.

- Доступ к большим данным и аналитике: данные и аналитика являются жизненно важными компонентами успешных цифровых инноваций, которые помогут преобразовать эти данные в полезную информацию [2].

Конкурентоспособность современного бизнеса – сегодня это стратегии в области инвестиции в информационные технологии. Современные услуги требуют компьютерной грамотности у представителей бизнес-среды. Эта тенденция привела к тому, что личный успех и успех бизнеса во многом зависят от компьютерной грамотности, цифровых трендов, современных направлений в IT секторе, инновациях, задачах и возможностях использования IT технологий в управлении [3].

Диджитализация бизнеса дает возможность изучить элементы применения IT технологий в бизнесе, использовании программного обеспечения, онлайн сервисов, виртуальной реальности для более эффективного управления бизнесом. IT технологии позволяют создавать современный контент, использовать социальные сети для продвижения бизнеса, создавать блоги и сайты для привлечения аудитории, создавать чатботы, использовать мобильные приложения, использовать облачные сервисы для развития и продвижения бизнеса, проводить демонстрацию продуктов с помощью виртуальной реальности.

Одним из интересных и набирающих популярность направлений является диджитализация fashion-индустрии (индустрия моды) с использованием виртуальной и дополненной реальности. Результатом данного процесса является возникновение цифровой моды.

На производство модной одежды идут большие затраты ресурсов, которые существенно изменяют экологическую обстановку. Например, агентство McKinsey провело исследование, результаты которого показали, что сегодня модная индустрия вырабатывает 10 % парникового газа от общего показателя. Так, ненужные вещи брендов люкс класса уничтожают, сжигают. Поэтому отличным способом производить только нужные аудитории вещи, на которые есть спрос, стала цифровая мода. Цифровая одежда становится востребованной не только из-за экологии,

она нужна современному поколению. Цифровые технологии стирают все границы. Общество начало жить в соцсетях, в виртуальном пространстве и для этого пространства людям нужна новая одежда.

Цифровая мода – это предметы гардероба, представленные в трехмерном, объемном, а иногда еще и анимированном виде и созданные при помощи специальных цифровых программ, это виртуальные вещи, которые можно «надеть» для фото в соцсетях. Пользователь присылает свое фото в облегающей одежде, а специалист с помощью компьютерной графики «одевает» его в виртуальный наряд. В виртуальной реальности можно создавать самые сумасшедшие коллекции, миксовать текстуру привычных тканей с футуристичными: диджитал-мехом, вставками из драконьей кожи, металлизированной тканью [4].

Технологии цифровой моды также позволяют создавать интерактивные каталоги и примерочные, что улучшает клиентский опыт и позволяет покупателям более точно представить, как будет выглядеть продукт на них, а брендам понять спрос на товар и не отшивать ненужные вещи.

Создание цифровой коллекции предоставит бренду ряд преимуществ:

- Визуализация перед запуском в производство. Так бренд экономит ресурсы, выпускает только нужную продукцию.

- Показать коллекции продавцам и клиентам, работать по предзаказам. Это экономит ресурсы бизнеса и позволяет предсказать, какие модели будут успешны. Презентацию коллекции можно предоставить как цифровым инфлюенсерам, так и реальным людям.

- Расширяется ассортиментная матрица. Часть коллекции можно выпустить только в цифровом виде. Дизайнер способен воплотить любую творческую фантазию. Он может использовать ткани, которых нет в реальности и сделать свою коллекцию уникальной.

- Создание одежды для компьютерных игр. Эта сфера развивается крайне быстро, теперь игрокам недостаточно выполнять свои игровые миссии: важно быть личностью даже в цифровом пространстве, а одежда отражает личность как нельзя лучше. При этом в компьютерных играх за одежду готовы платить немаленькие суммы.

- Цифровая коллекция как проект современного искусства поможет выстроить бренду имидж первооткрывателя, который следит за технологиями и не боится заглядывать в будущее.

Рынок цифровой моды, несмотря на свой молодой возраст, стремительно растет и развивается. С каждым днем технологии позволяют делать все более невероятные вещи. Вместе с цифровым рынком набирают

обороты и экологичные бренды, которые стремятся создавать модную и стильную одежду без вреда для планеты.

Диджитализация бизнеса в Республике Беларусь (РБ) является актуальной темой, так как цифровые технологии меняют способы взаимодействия между компаниями и клиентами, оптимизируют бизнес-процессы и повышают эффективность работы.

В РБ существует поддержка государства для развития цифровых технологий, в том числе для малых и средних предприятий. Например, существуют программы, которые предоставляют финансовую поддержку для внедрения цифровых технологий, такие как "Электронное правительство" и "Цифровая экономика Беларуси". Кроме того, в РБ существует активное сообщество IT-специалистов, которые разрабатывают и внедряют цифровые решения для бизнеса. Например, создание интернет-магазинов, веб-приложений, систем управления производством, CRM-систем, решений для автоматизации бухгалтерии и многое другое.

Диджитализация бизнеса имеет огромное значение для современного бизнеса. Она позволяет бизнесу ускорить процессы, уменьшить затраты и повысить качество продукции или услуг, а также оставаться на плаву. В современных условиях процесс диджитализации неизбежен, так как компании, которые перевели свой бизнес в цифровой формат, выходят на более высокий уровень. На данный момент, развитие бизнеса сводится к тому, что цифровизация в наше время – это преимущественный способ быть конкурентоспособным на рынке.

Библиографические ссылки

1. Go digital or die: Диджитализация бизнеса как неизбежность [Электронный ресурс] // Ассоциация независимых директоров : [сайт]. [2002]. URL: https://nand.ru/professional-information/and_library/20565/ (дата обращения: 10.05.2023).
2. Digitalization: How to Use Digital Innovation to Grow Your Business [Электронный ресурс] // Digital Leadership : [сайт]. [2009]. URL: https://digitalleadership.com/blog/use-digital-innovation-to-grow-your-business/#What_is_Digital_Innovation. (дата обращения: 03.05.2023).
3. Диджитализация бизнеса [Электронный ресурс] // Instrument Bibliometric National: [сайт]. [2012]. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/145-149_32.pdf (дата обращения 05.05.2023).
4. Цифровая мода: будущее fashion-индустрии или краткосрочный тренд? [Электронный ресурс] // Блог Fashion Factory School : [сайт]. [2018]. URL: <https://blog.fashionfactoryschool.com/blog/obzor-rynka/obzory/583-czifrovaya-moda-budushhee-fashion-industrii-ili-kratkosrochnyj-trend>. (дата обращения: 05.05.2023).

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА МИКРОУРОВНЕ

Е. В. Сошникова

soshnikova@bsu.by;

Научный руководитель – Б. Н. Паньшин, доктор технических наук, профессор

В статье рассматриваются основные показатели эффективности автоматизированных бизнес-процессов, их роль в оценке уровня цифровой зрелости предприятия. Рассматривается взаимосвязь с новыми показателями уровня цифрового развития отраслей экономики и уровня цифровой зрелости бизнес-процессов в соответствии с законодательством в Республике Беларусь. Раскрываются особенности метрик процессов на микроуровне.

Ключевые слова: цифровая трансформация; автоматизированные бизнес-процессы; цифровая зрелость; показатели эффективности бизнес-процессов.

Цифровизация и автоматизация бизнес-процессов, внедрение новых цифровых бизнес-моделей в работу предприятия, цифровая трансформация различных отраслей экономики, все это довольно стремительно превратилось из модных трендов направления развития в необходимые современные требования ведения бизнеса. Предприятия, которые не занимаются разработкой и внедрением цифровых инициатив, недостаточно компетентны в обращении с цифровыми инструментами быстро теряют свою конкурентоспособность на новом рынке, теряя актуальность предложения своих товаров и услуг. Тем не менее цифровая трансформация бизнеса сложный итерационный процесс развития, который требует грамотной оценки текущего состояния цифровой зрелости компании, четко разработанной цифровой стратегии и дорожной карты проекта от автоматизации до цифровизации процессов и бизнеса в целом. Оценка уровня зрелости и цифровой готовности предприятия во многом зависит от правильно выбранной системы показателей эффективности работы уже существующих автоматизированных бизнес-процессов, поскольку трудно представить себе современную компанию, работающую без использования информационно-коммуникационных технологий.

В Республике Беларусь государство, понимая значимость цифровой трансформации, поддерживает и активно участвует в процессе развития цифровизации в стране. Так недавно Правительством Республики Беларусь было принято новое постановление от 21.04.23г №280. «О мерах реализации Указа Президента Республики Беларусь от 07.04.22 №136 «Об органе государственного управления в сфере цифрового развития

и вопросах информатизации»», котором установлены показатели уровня цифрового развития отраслей экономики и административно-территориальных единиц. Определение показателей использования в ключевых бизнес-процессах современных технологий на уровне цифровой трансформации отраслей можно считать отправной точкой каскадирования системы контроллинга на микроуровень. Такими показателями стали использование в бизнес-процессах:

- технологии искусственного интеллекта;
- технологии обработки и анализа больших массивов данных;
- технологии робототехники;
- технологии распределенного реестра;
- технологии беспроводной связи;
- технологии виртуальной и дополненной реальности [1].

Уровень информатизации реального сектора экономики предложено оценивать по уровню внедрения цифровых инициатив в такие процессы, как например, управление поставками, маркетинговой деятельностью, управление жизненным циклом продукта, транспортной логистикой, реализации выпускаемой продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг и т.п. Важно, что согласно документу уровень цифровой зрелости государственных организаций, хотя это справедливо и для частных предприятий, будет оцениваться по уровню зрелости основных, вспомогательных и управленческих бизнес-процессов, степени интеграции оцифрованных процессов и наличию цифрового двойника организации [1].

Исходя из вышеизложенного предприятиям необходимо четко идентифицировать какие процессы будут относиться к основным, создающим добавленную стоимость продукту и являются главным источником дохода; к вспомогательным, обеспечивающим производство основных товаров и услуг; к управленческим, регулирующим деятельность предприятия. Более того для того, чтобы построить такую систему и в том числе управлять цифровым двойником рекомендуется в обязательном порядке внедрить систему управления бизнес-процессами и административным регламентом, что позволит моделировать бизнес-процессы, проводить мониторинг и оценку их эффективности, а также проводить имитацию и анализ.

Показатели эффективности работы автоматизированных процессов на микроуровне играют важную роль в оценке цифровой зрелости. Однако при построении системы оценки таких процессов надо помнить о том, что таких показателей не должно быть излишне много. Примерами таких показателей могут быть: уровень STP (сквозная непрерывная обработка) процессов; время выполнения; доля автоматизированных процессов от общего числа процессов в группе; уровень стандартизации

и оптимизации процесса; уровень интеграции процесса с другими системами и цифровыми решениями на предприятии.

Основными метриками для измерения показателей автоматизированных бизнес-процессов можно считать: уровень автоматизации бизнес-процесса, данный показатель для получения достоверных данных рекомендуется рассчитывать с учетом коэффициента используемых информационных технологий и при необходимости информационной фрагментацией; качество процесса, определяемое количеством неудовлетворительных результатов; эффективность процесса – как правило соотношение результата процесса и затрат на его исполнение, но может измеряться во временных рамках исполнения процесса; продуктивность процесса, измеряется как количество товаров или услуг за единицу времени; соответствие процесса стандартам.

В любом случае предприятие самостоятельно выбирает необходимые показатели для своих автоматизированных бизнес-процессов в соответствии со стратегическими целями и выбранной методикой оценки.

Библиографические ссылки

1. О мерах реализации Указа Президента Республики Беларусь от 07 апреля 2022г. №136: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 21 апр. 2023 г., № 280 [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [сайт] [2002]. URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22300280>(дата обращения: 02.05.2023).

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ СТРАН С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ДОХОДА

В. К. Субоч

vichkas2002@gmail.com;

*Научный руководитель – М. М. Ковалев, доктор физико-математических наук,
профессор*

Цифровизация является одним из главных факторов, определяющих экономический рост в современном мире. Изучение ее влияния на развитие экономики важно для создания эффективных стратегий. Это позволит использовать преимущества цифровых технологий и минимизировать негативные последствия. При помощи панельных эконометрических моделей можно выявить наиболее значимые факторы цифровой экономики, а также различие для стран с разным уровнем дохода.

Ключевые слова: панельные данные; цифровизация; экономический рост; эконометрическая модель; прогнозирование.

Изучение влияния цифровизации на экономический рост является ключевым фактором для создания устойчивой и эффективной экономики в будущем. Оно позволит максимизировать выгоды от цифровых технологий и минимизировать их негативные последствия, обеспечивая стабильный экономический рост и благополучие общества.

Исследование влияния цифровизации на экономический рост имеет первостепенное значение для понимания и использования потенциала цифровой экономики. Цифровизация оказывает значительное воздействие на различные аспекты экономики, включая уровень продуктивности, структуру рабочих мест, модели бизнеса и торговли. Понимание этого влияния позволяет правительствам, бизнесу и обществу в целом принимать обоснованные решения о том, как внедрять и использовать цифровые технологии для стимулирования экономического роста и процветания.

В связи с тем, что прослеживается положительная взаимосвязь между уровнем цифровизации страны и уровнем дохода, будет построено несколько панельных эконометрических моделей по 27 странам с 2000 по 2021 годы для выявления факторов, имеющих наибольшее влияние на экономический рост:

- Модель 1: страны с высоким уровнем дохода;
- Модель 2: страны с уровнем дохода выше среднего;
- Модель 3: страны с уровнем дохода ниже среднего.

Для панельных моделей важным элементом является выбор спецификации: соответственно каждая группа была подвергнута нескольким тестам, чтобы определить наилучший метод оценки [2]. Итоговый вывод говорит о том, что целесообразным является построение модели с фиксированным эффектом, поскольку каждый из объектов такой выборки обладает своими индивидуальными особенностями, а целью построения модели является, в частности, получение прогноза для конкретного объекта выборки. Результаты построения эконометрических моделей для стран с разным уровнем дохода построены на данных [1] и отражены в таблице 1, в которой:

- GDPPC – ВВП на душу населения, в текущих долларах США;
- Mobile – мобильные абоненты сотовой связи, на 100 человек;
- CommEXRVoP – средства связи, компьютеры и т. д., платежный баланс, в % от экспорта услуг;
- Fixedsubs – подписки на фиксированную широкополосную связь, на 100 человек;
- ICTservEXRusd – экспорт услуг ИКТ, платежный баланс, в текущих долларах США;
- ICTgoodsEXP – экспорт товаров ИКТ, в % от общего объема экспорта товаров;
- ICTservEXP – экспорт услуг ИКТ, платежный баланс, в % от экспорта услуг;
- Internet – лица, пользующиеся интернетом, в % от населения.
-

Таблица 1

**Итоги построения эконометрических моделей
для стран с разным уровнем дохода**

Переменная	Модель 1		Модель 2		Модель 3	
	Коэфф.	Вер-сть	Коэфф.	Вер-сть	Коэфф.	Вер-сть
C	1,9577	0,0000	1,5557	0,0000	2,1778	0,0000
LOG(GDPPC(-1))	0,5483	0,0000	0,6607	0,0000	0,6725	0,0000
LOG(ICTSERVICEEXPUSD)	0,0396	0,0110	0,0113	0,0001	–	–
INTERNET	0,1909	0,0006	–	–	0,0623	0,0002
LOG(MOBILE)	0,2201	0,0007	0,2999	0,0000	–	–
LOG(FIXEDSUBS)	–	–	-0,0423	0,0004	0,0372	0,0001
COMMEXBOP	–	–	–	–	0,0605	0,0130
ICTSERVICEEXP	–	–	–	–	-0,0439	0,0170
ICTGOODSEXP	0,0589	0,0002	–	–	–	–
Durbin-Watson stat	1,5911	–	1,8301	–	1,6259	
R-squared	0,9705	0,0000	0,9498	0,0000	0,9836	0,0000

Все модели имеют высокую статистическую значимость, коэффициенты при переменных значимы на 5 %. Во всех моделях выбранные факторы объясняют вариацию эндогенной переменной $\ln\text{GDPPC}$ более чем на 90 %. Также для коррекции автокорреляции был введен лаг по переменной GDPPC , взятый по натуральному логарифму. Статистика Дарбина-Уотсона попадает в промежуток между 1,5 и 2,5, а это говорит об отсутствии автокорреляции. Все знаки при переменных совпадают с теоретическими предположениями.

Можно заметить, что коэффициенты отражают эластичность: увеличение на 1 % мобильных абонентов повлечет за собой рост ВВП на душу населения на 0,22 % для стран с высоким уровнем дохода и на 0,3 % для стран с уровнем дохода ниже среднего. Переменная *Mobile* в этих странах имеет наибольшее влияние. Анализируя эластичности в странах с уровнем дохода ниже среднего получаем, что при увеличении на 1 % пользователей Интернета и экспорта компьютеров и средств связи произойдет увеличение ВВП на душу населения на 0,06 % и 0,061 % соответственно.

После оценки всех трех моделей, которые являются статистически значимыми, а также анализа факторов цифровой экономики, влияющих на экономический рост в каждой группе стран, можно построить ретроспективный прогноз на 2021 и оценить его качество. Средняя ошибка прогнозов для стран с высоким, выше среднего и с доходом ниже среднего соответственно равна 6,85%, 8,93% и 6,08% (табл. 2).

Таблица 2

Оценка ошибки прогноза для стран с разным уровнем дохода

Страны с высоким уровнем дохода		Страны с доходом выше среднего		Страны с доходом ниже среднего	
Страна	Ср. ошибка	Страна	Ср. ошибка	Страна	Ср. ошибка
США	10,72%	Бразилия	1,94%	Индия	10,14%
Германия	1,62%	Китай	24,28%	Пакистан	8,78%
Великобритания	7,45%	Россия	8,76%	Нигерия	8,23%
Корея	3,71%	Мексика	5,94%	Бангладеш	10,38%
Дания	3,85%	Турция	0,90%	Индонезия	0,77%
Финляндия	9,40%	Таиланд	1,11%	Киргизия	1,86%
Нидерланды	4,22%	Аргентина	13,68%	Филиппины	2,39%
Сингапур	12,38%	Беларусь	2,82%	–	–
Швеция	8,02%	Болгария	24,03%	–	–
Швейцария	7,12%	Казахстан	5,87%	–	–

Хочется отметить, что данные ошибки могут быть завышены за счет неучтенных факторов в модели, а также за счет индивидуальных особен-

ностей каждой страны. В целом, точность прогнозов является удовлетворительной для всех стран.

Таким образом, цифровая экономика может создавать новые рабочие места в сфере информационных технологий, электронной коммерции, онлайн-образования и других секторах, что положительно сказывается на общем уровне занятости и экономическом росте. Цифровая экономика упрощает процессы международной торговли и инвестиций, облегчает доступ к новым рынкам и укрепляет международную интеграцию.

В то же время, цифровизация может усиливать социальное и экономическое неравенство, вызывая цифровой разрыв между разными группами населения и странами. Для сокращения этого разрыва и обеспечения равного доступа к возможностям цифровой экономики, правительства должны активно разрабатывать и реализовывать стратегии по сокращению неравенства и расширению доступа к цифровым ресурсам.

Библиографические ссылки

1. The World Bank [Electronic resource] – URL: <https://data.worldbank.org> (дата обращения: 15.05.2023).
2. *Абакумова Ю. Г.* Эконометрика II. Практикум: учеб.-метод. пособие. Минск : БГУ, 2020. 167 с.

УМНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ВОСПИТАНИЕ ЦИФРОВЫХ НАВЫКОВ

Сюе Цяньвэнь

903747833@qq.com;

*Научный руководитель – Г. Г. Головенчик, кандидат экономических наук,
доцент*

Умное образование является важным способом взращивания инновационных талантов и умных граждан в цифровую эпоху. В данной статье раскрывается концепция умного образования и анализируются инициативы по развитию в Польше, Канаде и Китае в области умного образования.

Ключевые слова: умное образование; умное обучение; цифровые навыки; национальная образовательная платформа.

В настоящее время человеческое общество ускоренно движется к интеллекту, и в этом процессе важной задачей образования является воспитание умных граждан и инновационных талантов, способных учиться на протяжении всей жизни и адаптироваться к цифровому обществу. Однако эта цель труднодостижима только с помощью традиционных моделей образования и требует использования нового поколения цифровых технологий для трансформации моделей образования и предоставления учащимся более качественных образовательных ресурсов и персонализированных услуг обучения. Именно на этом фоне умное образование становится новой образовательной парадигмой во всем мире.

Концепция умного образования. Умное образование рассматривается как система образовательного поведения, предоставляемую школой, районом или правительством, которая обладает такими характеристиками, как высокий опыт обучения, адаптируемый учебный контент и высокая эффективность преподавания. Исследования умного образования сосредоточены на трех элементах: умная учебная среда, умный метод обучения и умный учащийся. Умная учебная среда является основой для поддержки развития умного образования и реализации трансформации методов преподавания и обучения. Умная учебная среда основана на ряде цифровых технологий для поддержки «легкого, увлекательного и эффективного» обучения в любое время, в любом месте и в любом темпе, а также предоставляя учащимся надежные рекомендации и советы. Построение умной учебной среды включает следующие аспекты: оптимизация и модернизация образовательной инфраструктуры, аппаратного оборудования, сетевых условий и учебных платформ с помощью информационных технологий нового поколения; создание умных кампусов, умных классов и умных жилых помещений; продвижение ситуативных, опытных методов преподавания и обу-

чения; использование таких инструментов, как аналитика обучения и анализ данных, для улучшения соответствия между предложением услуг преподавания и потребностями обучения. В настоящее время существует множество типов техник, которые можно использовать для поддержки умных учебных сред. В сектор аппаратного обеспечения входят физические устройства, такие как электронные школьные сумки, смартфоны, планшеты, интерактивные доски, носимые устройства и датчики IoT, а сектор программного обеспечения включает в себя различные системы обучения, такие как онлайн-ресурсы, аналитика обучения. Среди них IoT-устройства могут соединять людей, вещи и устройства, носимые техники могут интегрировать информацию о местоположении и социальных сетях в процесс обучения, тем самым поддерживая развитие ситуативного и бесшовного обучения, а такие инструменты, как большие данные, облачные вычисления и аналитика обучения, могут собирать и анализировать данные об обучении и использовать их в качестве основы для улучшения преподавания и обучения, тем самым поддерживая развитие адаптивного и персонализированного обучения.

Благодаря поддержке передовых технологий преподаватели, учащиеся, облачные образовательные ресурсы и смарт-терминалы начали многомерное взаимодействие. С одной стороны, преподаватели могут легко получить доступ к образовательным ресурсам из облака для осуществления преподавания, а с другой стороны, учащиеся могут использовать смарт-терминалы для ведения записей и взаимодействия с преподавателями в любое время и в любом месте, что позволяет осуществлять обучение один на один.

Таким образом, суть умного образования заключается в содействии умному обучению путем создания умной учебной среды и применения умных методов преподавания для повышения ожиданий учащихся в отношении достижения поставленной цели. Умное образование способствует появлению высокоинтеллектуальных творческих людей, способных разумно заниматься разнообразной практической деятельностью, постоянно создавать новые ценности, гибко адаптироваться к жизненной, образовательной профессиональной среде. Сосредоточившись на этом видении в странах по всему миру внедряют практику умного образования.

Практика умного образования. В сотрудничестве с компанией Skriware технологический центр Польского государства бесплатно предоставляет всем начальным школам базу данных образовательных ресурсов, а также следующие услуги: академическую образовательную платформу Skriware, которая содержит учебные и электронные материалы для учителей и учащихся; базу данных моделей для 3D-печати Skrimarket; инструменты для 3D-моделирования; пакеты методической поддержки доступны в течение всего года. Благодаря этому проекту школы могут разрабатывать

насыщенные содержанием учебные программы с использованием 3D-принтеров и других умных устройств, а учителя могут стимулировать интерес учащихся к обучению с помощью новейших технологий [1].

Департамент правительства Онтарио, Канада, запускает план по развитию математических, письменных и читательских навыков учащихся. В рамках этого плана инвестируется более 180 миллионов канадских долларов в поддержку обучения учащихся в классе и дома для развития математических и читательских навыков и знаний, необходимых для будущей работы [2]. В то же время, учитывая несоответствия между спросом и предложением на рабочие места в сфере компьютерных наук/технологий (во втором квартале 2022 года в провинции было 17 865 вакансий для специалистов в области компьютерных и информационных систем), правительство активно развивает цифровую грамотность и навыки учащихся путем обновления учебных программ в таких областях, как компьютерные науки и образовательные технологии, и тем самым, обеспечить учащихся овладели ключевыми рабочими и жизненными навыками, необходимыми в быстрорастущей отрасли [3].

В 2022 г. центр развития образовательных технологий и ресурсов Министерства образования Китая запустил комплексную национальную платформу общественных услуг умного образования, которая охватывает все этапы базового, профессионального и высшего образования и стремится создать среду обучения, в которой «каждый может учиться – везде и в любое время», путем объединения высококачественных образовательных ресурсов страны. Опираясь на большие данные, облачные вычисления и искусственный интеллект, платформа обеспечивает такие возможности, как быстрый поиск и умные рекомендации, тем самым предоставляя учащимся разнообразные умные услуги, отвечающие их индивидуальным требованиям к обучению, и оптимизируя работу пользователя. Собирая, обрабатывая и анализируя информацию в режиме реального времени, платформа предоставляет индивидуальные услуги для педагогической деятельности преподавателей и обучения учащихся, а также услуги по контролю за учебными программами для отделов управления образованием и администраторов университетов [4].

Таким образом, со зрелостью и широким распространением информационно-коммуникационных технологий нового поколения человеческое общество ускоренно движется к интеллекту. В процессе этой трансформации широкое применение технологий нового поколения рассматривается как ключевой движущий фактор. Однако в применении технологий лежат люди, технологии приносят пользу людям только в том случае, если навыки, необходимые для их использования, полностью интегрированы в наше общество. В этой связи существует острая необходимость в развитии появившейся недавно концепции умного образования для продвижения умно-

го обучения, повышения цифровой грамотности граждан и подготовки знающих, квалифицированных и творческих людей, хорошо адаптированных к работе будущего. На основе анализа опыта развития Польши, Канады и Китая в области умного образования, предлагается содействовать развитию умного образования следующими мерами:

на уровне руководства страны принять программные документы, способствующие использованию новых цифровых технологий в обучении;

создать эффективные и практичные цифровые инфраструктуры, и платформы образования, разработать качественные электронные ресурсы и удобные инструменты обучения;

обучить администраторов и педагогов использованию цифровых технологий для расширения их возможностей;

содействовать использованию гражданами цифровых образовательных инструментов, использование которых оказывает положительное влияние на продвижение умного образования и, следовательно, на воспитание умных граждан.

Библиографические ссылки

1. Лаборатория будущего [Электронный ресурс] // Служба Республики Польша : [сайт]. [2000]. URL: <https://www.gov.pl/web/laboratoria/darmowy-dostep-do-bazy-materialow-edukacyjnych-skriware-academy-dla-kazdej-szkoly-podstawowej-w-polsce> (дата обращения 17.04.2023).
2. Ontario Launches Plan to Boost Math, Writing and Reading Skills [Электронный ресурс] // The Ontario government: [сайт]. [2008]. URL: <https://news.ontario.ca/en/release/1002937/ontario-launches-plan-to-boost-math-writing-and-reading-skills> (дата обращения 17.04.2023).
3. Ontario Modernizing Computer Studies and Tech-Ed Curriculum to Ensure Students Are Prepared for the Jobs of the Future [Электронный ресурс] // The Ontario government : [сайт]. [2008]. URL: <https://news.ontario.ca/en/release/1002583/ontario-modernizing-computer-studies-and-tech-ed-curriculum-to-ensure-students-are-prepared-for-the-jobs-of-the-future> (дата обращения 17.04.2023).
4. Умное образование в Китае [Электронный ресурс] // Центр развития образовательных технологий и ресурсов Министерства образования КНР : [сайт]. [2009]. URL: <https://www.smartedu.cn> (дата обращения 5.04.2023).

АНАЛИЗ ДАННЫХ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

А. А. Таицкий, М. О. Курашова

ataitski@mail.ru, kurashova.marie@gmail.com;

Научный руководитель – Н. И. Шандора, старший преподаватель

В статье анализируются данные в сфере управление предприятием как неотъемлемой части цифровой трансформации экономики. Описываются основные концепции анализа данных на предприятии, этапы процесса управления при помощи данных, инструменты анализа больших данных, подробно рассматривается процесс принятия управленческих решений при помощи данных. В заключении освещаются преимущества, которые получает компания при организации процесса управления с помощью анализа данных.

Ключевые слова: Data Driven Management; анализ данных в управлении; Big Data; Data Driven Decision Management.

От зарождения понятия «цифровой экономики» в 1995 году прошло уже много лет. В данный момент народное хозяйство находится на стадии цифровой трансформации. Данная веха в развитии цифровой экономики характеризуется цифровой зрелостью хозяйствующих субъектов. Цифровая зрелость предприятий свидетельствует о возможности и способности использовать современные цифровые технологии, глубокой реструктуризации бизнес-процессов, обработки больших данных для принятия управленческих решений на основе предиктивной аналитики, и переход от традиционных к новым бизнес-моделям (платформенным решениям) [1]. Одним из направлений цифровизации предприятия является управление организацией на основе данных – DDM (Data Driven Management) [2].

Процесс управления при помощи данных начинается с самого сбора данных. В условиях трансформации сбор осуществляется как с внутри-корпоративных источников, так и из окружающей среды предприятия. Далее при помощи ряда алгоритмов данные преобразуются в информацию, используемую затем для принятия решений, при этом информация о состоянии внутренней среды представляется руководству в режиме онлайн. Кроме этого, анализ данных, выполненный с помощью специальных алгоритмов, способен предоставлять какие-то предписывающие действия для руководства и даже альтернативы решений в зависимости от анализируемой ситуации. Кроме этого, управление на основе данных подразумевает управление качеством данных, т. е. данные должны быть использованы и соответствовать требованиям качества. Под качеством данных также стоит понимать и их содержание. Для неопытных в DDM

компаний существует опасность безудержного накопления данных. Хранение большого количества ненужной информации влечет за собой ущерб, выраженный в увеличении издержек на обслуживание мощностей для хранения и обработки данных, а также в сложности поиска и анализа необходимых данных в большом их массиве [1].

После прохождения данных через цепочку «данные – информация – знания», исходя из описанной выше методики принятия решений в DDM, они выступают в качестве ресурса в бизнес-процессах компании. Также данные, преобразованные в знания, могут служить конкурентным преимуществом. Исходя из этого можно говорить, что данные в условиях цифровой трансформации и DDM, можно принимать за актив, увеличивающий стоимость компании. Также DDM предполагает возможность мониторинга текущего состояния большинства активов и бизнес-процессов. В подобных условиях появляется возможность реструктуризации и удешевления некоторых бизнес-процессов за счет сокращения контролирующих лиц, появляется возможность реже проводить плановое обслуживание оборудования за счет постоянного мониторинга его состояния. В результате полученных возможностей компания становится способной быстро перестраивать свои бизнес-процессы и быстро изменять свою бизнес-модель вслед за колебаниями рынка.

Сама концепция DDM состоит из трех основных факторов: цифровые технологии обработки данных, изменение бизнес-модели под действием новой концепции управления, организация процессов принятия решений на основе анализа актуальных данных [1].

Изменение бизнес-модели предполагает развитие цифровых платформ, как основы реализации нового класса бизнес-модели. Новый класс бизнес-модели должен обеспечивать новые аспекты менеджмента – управление на основе данных, выраженное в оперативной реакции подразделений компании на изменение условий рынка, повышение коммуникации с клиентом, повышение функциональной эффективности компании за счет быстрой реакции подразделений компании на изменения [3].

Одной из основных цифровых технологий, которые лежат в основе цифровых платформ является технология больших данных (Big Data). Отличия данной технологии от классических технологий обработки и анализа данных можно выразить в концепции 5V. Velocity (скорость ответа увеличивается за счет параллельных вычислений и параллельной обработки данных); Volume (увеличение объема), Variety (многообразие, обусловленное слабой структурированностью и несистемностью данных); Veracity (достоверность данных характеризуется их слабой связанностью, что делает необходимым предварительную очистку данных путем последовательного их моделирования), Value (получение на выходе

ценной информации, представляющей из себя цифровые активы). Также Big Data предполагает наличие своего инструментария методов и техник, используемых при обработке данных. К часто употребляемым относятся статистический и семантический анализы; интеграция; имитационное моделирование; прогнозная и предикативная аналитика; машинное обучение и нейронные сети; data mining и другие.

В концепции DDM ключевым процессом, в результате которого образуется основной продукт концепции управления при помощи данных, является процесс принятия решений – DDDM (Data Driven Decision Management). Данный процесс состоит из следующих этапов:

1. Понимание контекста бизнеса. Данный этап заключается в установлении причинно-следственных связей между разными событиями и событиями предприятия. Также происходит изучение приоритетов и общего видения организации.

2. Определение KPI. На данном этапе устанавливаются целевые значения показателей для возможности контроля процесса реализации управленческого решения.

3. Визуализация. Установленные целевые и текущие значения показателей собираются на одном графике с целью удобства контроля над ними.

4. План действий. Представляются конкретные решения и действия, направленные на достижение поставленной задачи. Определяются необходимое время и бюджет.

5. Расстановка приоритетов. На данном этапе происходит расстановка приоритетов по задачам и определяется критический путь.

6. Реализация. Устанавливаются контрольные точки по реализации решения, на каждой из которых будут делаться соответствующие выводы.

7. Анализ результатов. Данный этап проводится после полной реализации решения, выясняются причины успеха или неудачи того или иного решения.

8. Цикл обучения. Данный этап основан на предыдущем и заключается в формировании знания из полученных результатов, которые в последующем будут использованы как входящий в DDDM ресурс [1].

Внедрение подобной методологии принятия решений и анализа поступающей информации обеспечивает компании следующие преимущества:

- **Объективность и точность.** Процесс анализа данных в условиях DDM происходит при минимально возможном наличии субъективных факторов, что обеспечивает принятие фактов, а не предположений и мнений.

- Объем и скорость обработки данных. Автоматическая обработка данных банально быстрее делает свою работу, чем аналитик.

- Выявление закономерностей в данных, прогнозирование. Зачастую форма представления данных при DDM в виде диаграмм помогает разглядеть закономерности без использования математических и статистических методов анализа.

- Предупреждение рисков и снижение затрат. Система моментально будет сигнализировать об отклонении от KPI, что обеспечит своевременное устранение узких мест.

В условиях цифровой трансформации экономики данные могут приравниваться к полноценным ресурсам, потребляемым и производимым в ходе функционирования бизнес-процессов. Именно поэтому с данными стоит обращаться как с потенциально ценным активом, формируя и используя концепции управления ими и управления с помощью них. При подобной правильно сформированной модели оборота данных ресурсов компания может получить конкурентное преимущество.

Библиографические ссылки

1. Трофимов В. В. О концепции управления на основе данных в условиях цифровой трансформации // Петербургский экономический журнал. 2021. № 4. С. 149–155.
2. Филлипс Т. Управление на основе данных. Как интерпретировать цифры и принимать качественные решения в бизнесе. М. 2016. 143 с.
3. Трофимов В. В. Основные тренды и условия активизации процессов цифровой трансформации // Известия СПбГЭУ. 2020. № 5. С. 139–143.

НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ РИСКОВ В БАНКЕ

В. А. Тенякова

vtenyakova02@gmail.com;

*Научный руководитель – Д. В. Шпарун, кандидат экономических наук,
доцент*

В статье предложены направления оптимизации банковских рисков, позволяющие оптимизировать риски банка с учетом необходимости максимизировать финансовые результаты, включающие: 1) внедрение услуги доверительного управления; 2) оптимизацию процесса управления валютным риском через формирование резервов на основе оценки потенциальных потерь с помощью VaR-методологии; 3) использование модели Чессера при оценке кредитоспособности юридических лиц.

Ключевые слова: банк; банковские риски; управление рисками.

За последние годы банковский сектор преодолел существенные изменения на фоне макроэкономической и финансовой нестабильности как на внутренних рынках, так и на уровне мировой экономики. Одной из наиболее важных проблем, выявленной в результате анализа мировых кризисных ситуаций, стало совершенствование системы управления банковскими рисками. Практика банковской деятельности показала, что банки способны сталкиваться с различными видами рисков, возникающих в результате осуществления многообразия банковских операций.

Наличие у банка эффективно разработанной системы управления банковскими рисками снижает угрозы потери денежных средств, доходов и имущества, вероятность неполучения запланированных доходов, а также новых внешних и внутренних вызовов.

Деятельность ОАО «Банк развития Республики Беларусь» развития отличается от деятельности банков второго уровня, поскольку, во-первых, Банк развития не сотрудничает с физическими лицами, во-вторых, специфика его деятельности заключается в том, что он финансирует государственные программы и реализует социально-значимые инвестиционные проекты. Также банк развития активно поддерживает субъекты малого и среднего бизнеса, предоставляя кредиты через партнерскую сеть, и предприятия отечественного экспорта.

Для ОАО «Банк развития Республики Беларусь» развития был проведен анализ системы управления рисками, в процессе которого были проанализированы такие виды банковских рисков, как кредитный риск, страновой риск, риск ликвидности, валютный риск и операционный риск. В целом, по каждому из этих рисков не было выявлено отклонений от нормативов. Касательно кредитного риска, можно отметить хорошее

качество кредитного портфеля, что изначально снижает возможность появления риска. Также стоит отметить, что банк ответственно относится к концентрации кредитного и странового рисков, не выдавая кредиты какой-либо одной отрасли или направлению и не формируя активы и обязательства в определенной стране. Относительно валютного риска, операционного и риска ликвидности Банк развития строго соблюдает нормативы, установленные Национальным банком Республики Беларусь.

Одним из направлений по оптимизации управления рисками в ОАО «Банк развития Республики Беларусь» предлагается снизить долю процентных доходов в общей сумме доходов путем повышения доли комиссионного дохода банка. Данную ситуацию предлагается решить внедрением новой услуги – доверительного управления.

Доверительное управление – это процесс передачи юридическим лицом на определенны срок банку денежных средств в доверительное управление, при осуществлении которого банк за вознаграждение управляет денежными средствами либо в своих интересах, либо в интересах юридического лица.

Исходя из анализа предложений белорусских банков услуги полного доверительного управления, Банку развития предлагаются следующие условия: минимальная сумма средств – не менее 10 000 USD, размер базовой ставки вознаграждения – 1 %, премия за осуществление сделки – 0,25 %, вывод средств – бесплатно.

В результате данного мероприятия комиссионные доходы Банка развития увеличатся на 1 875 тыс. рублей, а их доля вырастет до 0,3 %. Таким образом, у Банка развития с предоставлением данной услуги будет постепенно снижаться доля рискового процентного дохода.

При проведении анализа финансового состояния ОАО «Банк развития Республики Беларусь» в части доходов и расходов было обнаружено, что чистый доход по операциям с иностранной валютой имеет отрицательную динамику. Если в 2020 году Банк развития по операциям с иностранной валютой получил прибыль в 46 702 тыс. руб., то в 2021 г. положение Банка развития ухудшилось, и его расходы по операциям с иностранной валютой превышали доходы на 9 921 тыс. руб. Одной из очевидных причин появления и развития убытка по данной статье чистого дохода являются неблагоприятные изменения курсов иностранных валют.

Исходя из этого, с целью уменьшения убытка вследствие неблагоприятных колебаний курсов иностранных валют предлагается формировать резерв. Сумма резерва будет определяться в зависимости от величины оценки возможных потерь из-за изменчивости валютного курса (VaR) [1, 2].

Так, Банку развития предлагается использовать индикатор, который позволит определить сумму резервирования. Для этого необходимо на ежедневной основе оценивать вероятные потери с помощью моделирования показателя Value at risk (VaR), в расчете которого предлагается использовать дельта-нормальный метод, и соотносить его с размером нормативного капитала.

При использовании данного индикатора Банку развития в 2021 г. удалось бы создать резерв на возможные убытки от неблагоприятного изменения валютного курса в размере 5 600,26 тыс. руб.

В качестве третьего направления при оценке кредитоспособности юридических лиц предлагается использовать модель Чессера, которая позволяет рассчитать вероятность неисполнения клиентом банка условий договора о получении кредитных ресурсов [3, 4]. На примере 2021 г. модель Чессера позволила бы Банку развития сохранить 218 523 тыс. руб., которые по факту в данном году были направлены на формирование специальных резервов.

Таким образом, совокупный экономический эффект от предложенных мероприятий составит 224 129 тыс. руб.

Библиографические ссылки

1. *Уфимцев А. А.* Измерение валютных рисков с помощью методологии Value-at-risk [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izmerenie-valyutnyh-riskov-s-pomoschyu-metodologii-value-at-risk/viewer> (дата обращения: 25.03.2023).
2. *Строганова И. А.* Методика оценки валютного риска банка параметрическим методом расчета VaR [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-valyutnogo-riska-banka-parametricheskim-metodom-rascheta-var/viewer> (дата обращения 25.03.2023).
3. *Хамитов Н. Н., Корнилова Л. П.* Управление банковскими рисками: учеб. пособие. Алмата: Университет «Улагат», 2016. 119 с.
4. *Овчаров А. О.* Организация управления рисками в коммерческом банке // Банковское дело. 2016. №1. С. 18–31.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ СИСТЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ РАСЧЕТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. С. Трухан

truhan.arina1@gmail.com;

Научный руководитель – В. П. Кунцевич, старший преподаватель

В статье освещены тенденции цифровизации и дедолларизации системы международных расчетов Республики Беларусь. Проанализирован рынок документарных операций, проводимых банками страны, дана характеристика динамики объемов проводимых расчетов. Изучены перспективы развития системы международных расчетов страны.

Ключевые слова: международные расчеты; формы расчетов; документарные операции; аккредитив; инкассо; банковская гарантия.

ВВЕДЕНИЕ

Республика Беларусь активно участвует в международной торговле [1]. Внешнеторговые отношения в свою очередь осуществляются посредством международных расчетов, при использовании различных их форм. Изучение основных тенденций в системе международных расчетов стало особенно актуальным в последние годы, так как большое количество социальных, экономических и политических кризисов оказало сильное влияние на эту сферу. В 2021 году Беларусь торговала с 206 государствами. Основными торговыми партнерами являлись Российская Федерация, Украина, Китай, Германия, Польша, Нидерланды, Литва, Казахстан, Турция, Соединенные Штаты Америки, Италия, Азербайджан [2]. В 2022 году белорусская продукция была экспортирована на рынки 161 страны, соответственно количество стран торговых партнеров сократилось на 22 %, это было связано с военным конфликтом в Украине, в связи с которым большинство стран Европы разорвало торговые отношения с Беларусью и ввело санкции. Сейчас основными торговыми партнерами Беларуси являются Россия, страны ЕАЭС и СНГ. Расширяется присутствие белорусских производителей на рынках стран Азии, Африки и Океании. Совместно с партнерами по ЕАЭС осуществляется работа по расширению доступа на рынки стран «дальней дуги» путем заключения соглашений о свободной торговле [3].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В целях изучения состояния и развития системы международных расчетов Республики Беларусь, была проанализирована информация

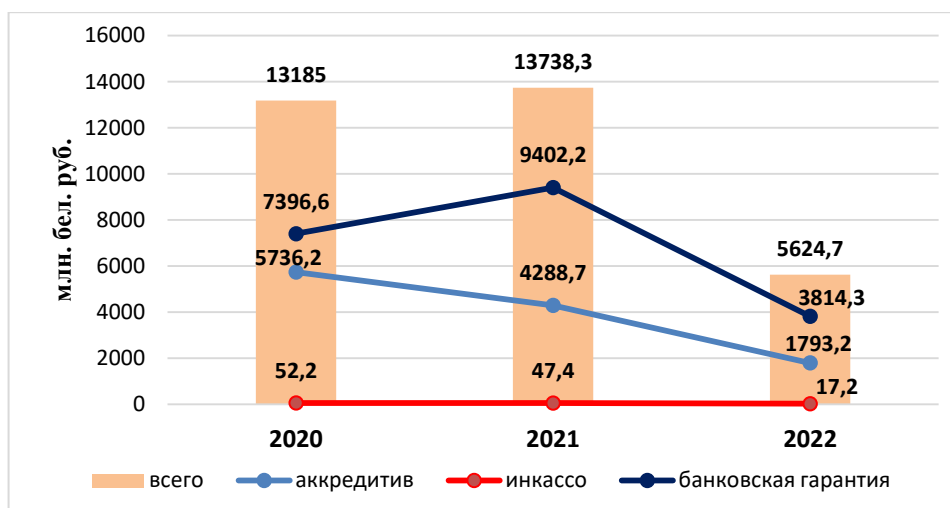
об осуществлении банками страны документарных операций за два года в период с 2021 по 2022 годы (табл.). В данный период использовалось только три формы международных расчетов: аккредитив инкассо банковская гарантия.

Информация о документарных операциях

Документарные операции	2021				2022			
	Кол-во	%	млн. бел. руб.	%	Кол-во	%	млн. бел. руб.	%
Аккредитивы	2244	24,3	4288,7	31,2	1315	21,8	1793,2	31,8
Банковские гарантии	6815	73,7	9402,2	68,5	4676	77,5	3814,3	67,9
Инкассо	184	2	47,4	0,3	43	0,7	17,2	0,3
Итого	9243	100	13738,3	100	6034	100	5624,7	100

Составлено по: [3, 4, 5]

В 2022 году белорусскими банками было совершено 6034 операции с аккредитивами, гарантиями, инкассо на общую сумму 5,6 млрд. белорусских рублей в эквиваленте. Объем документарных операций в денежном эквиваленте в 2021 году увеличился на 4,3 %, однако в 2022 уменьшился на целых 42,7 %, а количество на 36,3 % в сравнении с 2020 годом. Это связано с множественными ограничительными мерами в отношении белорусского финансового сектора, закрытием ряда традиционных рынков сбыта и перестройкой экономических связей, введением множества санкций, ограничивающих экспорт белорусских предприятий и соответственно весь объем проводимых расчетов. В структуре документарных операций на протяжении всего периода преобладают банковские гарантии, которые составляют 70,6–77,5 % от общего их количества. Динамика объема проведенных расчетов продемонстрирована на рисунке.



Динамика объема международных расчетов в 2020–2022 гг.
Составлено по: [3, 4, 5]

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Ежегодно сокращался объем операций, совершенных с аккредитивами. В 2021 году объем аккредитивов в финансовом выражении упал на 25,24 %, а в 2022 году – еще на 41,4 %. Аккредитив является самой сложной, трудоемкой формой международных расчетов, это также в свою очередь влияет на сокращение их использования во внешнеэкономических операциях. Банки Республики Беларусь проводили расчеты в нескольких видах аккредитивов: документарном, резервном и переводном.

Подавляющее большинство открытых аккредитивов были документарными, в 2022 году они составили 97,9 %. Вторую позицию по объему за собой удерживали резервные аккредитивы, а вот переводных оформлялось не более 3,1 % от всего объема расчетов по аккредитивам.

Динамика использования инкассо в международных расчетах идентична по общему тренду динамике аккредитивных операций. В 2022 году объем операций, совершаемый банками с инкассо, остается незначительным и составляет 0,7 % от общего количества документарных операций и 0,3 % от объема в денежном эквиваленте. В прошлом году было совершено 43 операции с инкассо, в том числе экспортные и импортные, что опять же очень мало для масштабов экономики страны.

Наиболее широко применяемой формой международных расчетов в практике банков Республики Беларусь является банковская гарантия, которая по объему составляет больше половины всех проводимых документарных операций. Это обусловлено тем, что использование бан-

ковских гарантий возможно при совершении любых сделок, как нефинансового характера (строительные и лизинговые договоры, договоры купли-продажи и др.), так и финансового (обеспечение уплаты таможенных платежей, участие в тендерах, выпуск ценных бумаг и прочее). В 2021 году количество выпущенных и принятых гарантий увеличилось на 1,8 %, а объем в денежном выражении – на 27,1 %. Положительная динамика была обусловлена тем, что, большинство гарантии стали выпускаться в электронном виде, а также в силу нестабильности на рынке, экономические субъекты старались максимально обезопасить свою деятельность (в частности расчеты) от всевозможных рисков, для этого и заключалось такое большое количество банковских гарантий. Международные банковские гарантии выпускались в долларах США, евро, российских рублях, казахских тенге, китайских юанях, белорусских рублях.

В период с 2021 по 2022 годы наиболее востребованными были прочие гарантии (обеспечивающие исполнение обязательств между хозяйствующими субъектами) – в 2022 году почти 42 %, а также таможенные – почти 26 % и тендерные гарантии – 23 %. В 2020 году наиболее востребованными были таможенные и тендерные гарантии. Также ежегодно увеличивалась доля цифровых гарантий и сокращался объем гарантий на бумажном носителе, что непосредственно отображает процесс цифровизации экономики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, основными партнерами белорусских субъектов хозяйствования при осуществлении расчетов аккредитивами, инкассо, а также при применении банковских гарантий являются субъекты хозяйствования Российской Федерации. Одновременно при сокращении взаимодействия с партнерами из стран Европы и США расширяется сотрудничество с партнерами из Китая и наблюдается увеличение использования в расчетах белорусского рубля и китайского юаня. Также осуществляется процесс дедолларизации и цифровизации экономики. Общий объем документарных операций, проводимых банками Беларуси сократился в 2,3 раза, из-за санкций, введенных на фоне военного конфликта в Украине.

Библиографические ссылки

1. *Зуськова П. А., Яковлева С. С.* Проблемы применения форм международных расчетов в Республике Беларусь. Белорусский национальный технический университет, 2018. 3 с.

2. *Крашмалев С. В.* Современная банковская практика проведения международных платежей: учеб. пособие. М.: ГроссМедиа, 2007. 208 с.
3. Обзор рынка документарных операций за 2022 год. Национальный Банк Республики Беларусь, 2023. 8 с.
4. Информация о рынке документарных операций в 2020 году. Национальный Банк Республики Беларусь, 2021. 7 с.
5. Информация о рынке документарных операций в 2021 году. Национальный Банк Республики Беларусь, 2022. 15 с.

ОЦЕНКА РЫНКА ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. М. Халимончик

arinakhal24@gmail.com;

Научный руководитель – В. П. Кунцевич, старший преподаватель

На сегодняшний день лизинг приобретает все большее значение как эффективный инструмент для привлечения инвестиций, пополнения оборотных средств и оснащения предприятий оборудованием. Лизинг является наиболее выгодным из финансовых инструментов, позволяющих осуществлять крупномасштабные капитальные вложения в развитие материально-технической базы любого производства. В статье рассмотрена актуальность лизинга, анализ основных проблем и исследование перспектив развития лизинга в Республике Беларусь.

Ключевые слова: лизинг; лизинговая деятельность; лизинговая организация; лизингодатель; лизингополучатель.

ВВЕДЕНИЕ

Глубокие преобразования, происходящие в мировой экономике, требования, предъявляемые научно-техническим прогрессом к замене основных фондов, а также необходимость более эффективного использования финансовых ресурсов потребовали новых методов обновления материально-технической базы. Одним из таких инструментов стал лизинг.

В Указе Президента Республики Беларусь №99 «О вопросах регулирования лизинговой деятельности» лизинг трактуется следующим образом: «лизинговая деятельность – предпринимательская деятельность по приобретению лизингодателем в собственность имущества в целях его последующего предоставления за плату во временное владение и пользование юридическому или физическому лицу» [1].

РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ ЛИЗИНГОВОЙ ОТРАСЛИ В РБ ПО ИТОГАМ 2022 ГОДА

По состоянию на 31.12.2022 г. в реестр лизинговых организаций Национальным банком было включено 100 субъектов хозяйствования. В течение 2022 года из реестра по разным причинам выбыло 13 организаций и 1 была включена.

В рейтинговых исследованиях Ассоциации лизингодателей Беларуси по итогам 2022 года приняло участие 24 лизинговых организации, включая группы компаний. Так, на долю участников рейтинга приходится 90,98 % объема нового бизнеса и 92,31 % объема лизингового портфеля.

ля по рынку лизинга Республики Беларусь в целом (в сегменте лизинговых организаций без учета банков-лизингодателей).

По итогам 2022 года явными лидерами рынка являются три организации: ОАО «Промагролизинг», ООО «АСБ Лизинг» и ОАО «Агролизинг». Суммарный уставный фонд белорусских лизингодателей на 31.12.2022 года составил 1110417235 белорусских рублей, что на 113887420 белорусских рубля (11,43 %) больше, чем на 01.01.2022 года.

Объем нового бизнеса (общая стоимость переданного в лизинг за год имущества (без НДС)) лизинговых организаций составил 2 332 075 331 белорусских рублей. Уменьшение по сравнению с 2021 годом составило 22,4 %.

Суммарный объем нового бизнеса белорусских лизинговых организаций и банков составил 2 513 865 331 рублей. Уменьшение по сравнению с 2021 годом составило 22,69 %.

Уровень проникновения лизинга в экономику страны вместе с банками составил 1,31 % к ВВП, 9,04 % к инвестициям в основной капитал и 26,44 % к затратам на приобретение машин, оборудования, транспортных средств. По уровню проникновения в экономику белорусская лизинговая отрасль сопоставима с показателями развитых экономик мира.

Как отмечают зарубежные эксперты, доля лизинга в ВВП и инвестициях является своего рода индикатором роста экономики. Наиболее высокая доля лизинга в ВВП наблюдается в развивающихся странах, где наиболее высокая потребность в обновлении основных фондов и создан благоприятный инвестиционный климат. И наоборот, доля лизинга в ВВП падает в странах, достигших определенной экономической стабилизации или где наблюдается спад экономики.

На 31.12.2022 года в объеме обязательств лизингополучателей просроченная задолженность составила 165 937 356 белорусских рублей (2,13 % от общей суммы обязательств лизингополучателей). (На 31.12.2021 – 170 885 283 рублей и 2,31 % соответственно). Таким образом, не произошло ухудшения качества лизингового портфеля лизинговых организаций. Также это свидетельствует о сохраняющейся высокой стрессоустойчивости лизинговой отрасли.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ В РБ

Лизинг в Республике Беларусь развивается довольно уверенно и поступательно. Однако, как показывает практика, что все же существуют факторы, которые препятствуют его развитию.

К проблемам развития лизинга в нашей стране можно отнести:

- низкую информированность субъектов и непрозрачность ведения бизнеса и предоставления отчетной информации;

- трудности, связанные с поиском платежеспособных клиентов и установлением выгодных ставок по договорам лизинга, а также слабая клиентурная база и отсутствие финансирования на время, близкое к срокам полезного использования объектов;

- многое высокотехнологичное оборудование не выпускается предприятиями Республики Беларусь, а как известно организации не всегда могут себе позволить приобрести такое оборудование;

- частые колебания ставки рефинансирования, приводит к стремлению субъектов лизинговых отношений максимально снизить срок действия договора;

- необходимость дальнейшего развития нормативно-правового регулирования в области лизинговой деятельности;

- недостаточная проработка государством функционирования моделей лизинга для физических лиц в Республике Беларусь;

- высокая стоимость кредитных ресурсов, которые лизинговые компании заимствуют у белорусских банков-кредиторов;

- нежелание банков Республики Беларусь сотрудничать на высоком уровне с лизинговыми компаниями, а также развивать дополнительные финансовые инструменты для финансирования.

В Беларуси наблюдается необходимость в создании Единого информационно-лизингового центра. Так, в Беларуси в ближайшее время планируется создание биржи лизинговых сделок на основе электронной базы данных. Для улучшения лизинговой деятельности в Республике Беларусь также необходимо [5]:

- усовершенствовать систему налогообложения в интересах участников лизинговой сделки для привлечения потенциальных клиентов;

- создать при учреждениях образования направления по подготовке специалистов, в совершенстве знающих лизинговую деятельность, которые бы смогли в доступной форме объяснить населению все преимущества заключения сделок по финансовой аренде;

- реализовать рекламную кампанию с целью популяризации эффективности лизинга как формы обновления основных средств;

- привлечь крупнейших зарубежных инвесторов для развития международного лизинга.

В условиях цифровизации экономических процессов для лизинговых компаний Беларуси можно сформировать следующие рекомендации [6]:

•отечественным лизинговыми компаниям необходимо внедрение электронного документооборота, дистанционное оформление договоров лизинга, удаленная идентификация клиентов, онлайн-взаимодействие с клиентами по возникающим у них вопросам, использование технологий VR и DR и др.;

•перестроить внутренние процессы компании, их автоматизацию и информатизацию. В данном случае важно формирование комплексных технических решений, которые построены на сборе и анализе больших данных, автоматизации процессов управления затратами и оценки рисков;

•активное использование SMM (social media marketing – пер. с англ. маркетинг в социальных сетях) лизинговыми компаниями будет способствовать расширению каналов продвижения лизинговых продуктов, а также повышению качества взаимодействия с потребителями;

•разработать требования в сфере безопасности, определения порядка взаимодействия клиента и лизинговой компании посредством цифровых каналов связи, использования цифровой подписи, определение процесса идентификации клиентов и т.д.

Итак, лизинг в Беларуси не прекращает наращивать обороты. Он помогает реализовать множество возможностей для развития экономики за счет увеличения объемов лизинговых сделок. Расширение рынка лизинговых услуг позволит минимизировать негативные и кризисные явления в экономике и улучшить картину отечественного благосостояния.

Библиографические ссылки

1. О вопросах регулирования лизинговой деятельности [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 25 февр. 2014 г., № 99 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P31400099> (дата обращения: 09.05.2023).
2. Сайт Национального Банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nbrb.by> (дата обращения: 11.05.2023).
3. Сайт Ассоциации лизингодателей Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <https://leasing-belarus.by/> (дата обращения: 11.05.2023).
4. *Шиманович С. В., Цыбулько А. И.* Белорусский рынок лизинга. Обзор 2022 г. /. Минск: УП «Энциклопедикс», 2023. 134 с.
5. Развитие лизинга в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://agrofinans.by/statya/razvitie-lizinga-v-belarusi> (дата обращения: 11.05.2023).
6. Лузина А. Лизинг и цифровизация: основные тренды и перспективы для Беларуси. Минск: Центр исследований «Берок», 2022. 18 с.

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЕАЭС

Е. И. Хомбак

elizavetakhombak@gmail.com;

Научный руководитель – Е. Г. Господарик, кандидат экономических наук,
доцент

В статье проводится анализ влияния ряда факторов на инновационную деятельность интеграции ЕАЭС, которая будет оцениваться на основе объемов высокотехнологического экспорта. Для достижения поставленной цели было проведено эконометрическое исследование ряда различных экономических и социальных показателей, которые могут повлиять на интенсивность инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновационная деятельность; высокотехнологичный экспорт; эконометрический анализ; сквозная регрессия; панельные данные.

В современных условиях уровень инновационной активности в экономике является одним из главных факторов повышения ее конкурентоспособности. В ЕАЭС большое внимание уделяется проблеме инновационной деятельности и тому, как эта деятельность связана с различными экономическими показателями. Однако согласно статистическим сборникам и отчетам, инновационная деятельность союза остается на низком уровне.

Для проведения анализа инновационной деятельности союза прежде всего следует оценить текущее состояние объемов высокотехнологического экспорта стран-членов (рис. 1).

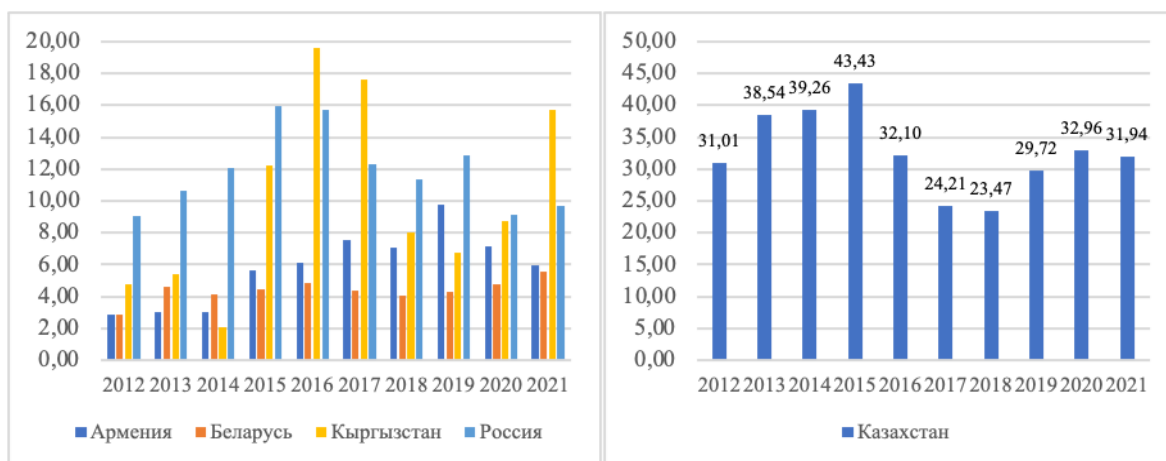


Рис. 1. Объемы высокотехнологического экспорта стран-членов, % всего экспорта

Следует отметить, что наибольший процент высокотехнологичной продукции во всем объеме экспорта наблюдается у Казахстана, значение варьи-

руется в пределах 24-43 % в то время, как для России данный показатель не превышает 15,75 %, а в 2016, 2017 и 2021 гг. значения показателя Кыргызстана превышали российские. Причем, создание интеграции положительно отразилось на динамике показателя Кыргызстана и Армении.

При этом, в 2021 г. значения данного показателя для развитых стран составляли: Великобритания – 23,9 %, Германия – 15,2 %, Швейцария – 14,2 %, США – 19,9 % [1]. Следует заключить, что инновационный потенциал никак развит в странах-участницах союза, за исключением Казахстана, вследствие чего инновационная деятельность по-прежнему имеет достаточно ограниченное влияние на конкурентоспособность государств.

Эконометрический анализ был проведен на основании панельных данных. В качестве информационной базы для построения эконометрических моделей были использованы статистические данные ЕЭК за период с 2012 по 2021 г. по странам-членам ЕАЭС.

Эндогенной переменной в данном исследовании выступает объем высокотехнологичного экспорта. В качестве экзогенных были выбраны показатели, позволяющие всесторонне оценить инновационную деятельность стран – стоимость основных фондов, доходы консолидированного бюджета, объем инвестиций в основной капитал и т.д. Перечень и условные обозначения тестируемых переменных модели представлены ниже (таблица).

Факторы модели и их условные обозначения

Переменная модели	Показатель
hightech_expi,t	Объемы высокотехнологичного экспорта страны <i>i</i> за период <i>t</i> , долл. США
rd_expenditurei,t	Объем внутренних затрат на научные исследования и разработки страны <i>i</i> за период <i>t</i> , млн. долл. США
rd_organizationsi,t	Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки в стране <i>i</i> за период <i>t</i> , единиц
rd_personneli,t	Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками в стране <i>i</i> за период <i>t</i> , человек
revenue_budgi,t	Доходы консолидированного бюджета в стране <i>i</i> за период <i>t</i> , % ВВП
inv_fixedcapi,t	Объем инвестиций в основной капитал в стране <i>i</i> за период <i>t</i> , млн. долл. США
average_sali,t	Среднемесячная номинальная заработная плата в стране <i>i</i> за период <i>t</i> , долл. США
value_fixedassetsi,t	Стоимость основных фондов страны <i>i</i> за период <i>t</i> , млрд. долл. США

Для получения более достоверных результатов, в модель была добавлена фиктивная переменная создания союза (*dunion*), которая позволяет оценить влияние вхождения стран в ЕАЭС на эндогенную переменную.

Все исследуемые переменные, кроме доходов консолидированного бюджета, были прологарифмированы, так как анализируемые показатели

имеют разные единицы измерения и являются несимметричными. Предварительно также были проведены тесты на наличие единичного корня, которые подтвердили стационарность всех переменных на уровне 5 %.

В общем виде модель, оцениваемая на основе панельных данных, может быть записана следующим образом:

$$\begin{aligned} \log(\text{hightech_exp}_{i,t}) = & \beta_0 + \beta_1 \log(\text{rd_expenditure}_{i,t}) + \\ & + \beta_2 \log(\text{rd_organizations}_{i,t}) + \beta_3 \log(\text{rd_personnel}_{i,t}) + \\ & + \beta_4 \text{revenue_budg}_{i,t} + \beta_5 \log(\text{inv_fixedcap}_{i,t}) + \\ & + \beta_6 \log(\text{average_sal}_{i,t}) + \beta_7 \log(\text{value_fixedassets}_{i,t}) \end{aligned} \quad (1)$$

Построив модель (1), были получены следующие результаты: переменные стоимости основных фондов, среднемесячной зарплаты, доходов бюджета, численности организаций, занятых научными исследованиями и разработками и объемов внутренних затрат на научные исследования и разработки оказались незначимыми, коэффициент детерминации составил 97,24% (рис. 2).

Dependent Variable: LOG(HIGHTECH_EXP)				
Method: Panel Least Squares				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	10.92624	8.020820	1.362235	0.1806
LOG(INV_FIXE DCAP)	1.493199	0.309549	4.823795	0.0000
DUNION	1.039546	0.213639	4.865909	0.0000
LOG(RD_PERS ONNEL)	-1.299275	0.372835	-3.484851	0.0012
LOG(RD_EXPE NDITURE)	0.470726	0.497393	0.946387	0.3495
LOG(RD_ORGA NIZATIONS)	0.107515	0.827424	0.129939	0.8972
REVENUE_BU DG	0.009353	0.014165	0.660244	0.5128
LOG(AVERAGE _SAL)	0.641852	0.916276	0.700500	0.4876
LOG(VALUE_F IXEDASSETS)	-0.003542	0.420137	-0.008431	0.9933
R-squared	0.972417	Mean dependent var		19.81980
F-statistic	180.6801	Durbin-Watson stat		1.422249
Prob(F-statistic)	0.000000			

Рис. 2. Результаты построения модели сквозной регрессии

Для получения валидной модели исключим из рассмотрения незначимые переменные, в результате была получена следующая модель (рис. 3):

Dependent Variable: LOG(HIGHTECH_EXP)				
Method: Panel Least Squares				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	15.92180	1.288766	12.35430	0.0000
LOG(INV_FIXE DCAP)	1.527095	0.103290	14.78455	0.0000
DUNION	1.023815	0.139793	7.323800	0.0000
LOG(RD_PERS ONNEL)	-1.482402	0.202919	-7.305398	0.0000
LOG(RD_EXPE NDITURE)	0.722460	0.142866	5.056891	0.0000
R-squared	0.971645	Mean dependent var		19.81980
F-statistic	385.4995	Durbin-Watson stat		1.378362
Prob(F-statistic)	0.000000			

Рис. 3. Результаты улучшения построенной модели сквозной регрессии

Обратим внимание, что оставшиеся переменные значимы на 1 %, коэффициент детерминации – 97,16 %. Отметим, что при увеличении на 1 % объемов инвестиций в основной капитал, объемы высокотехнологичного экспорта увеличатся на 1,53 %.

Анализируя полученные результаты, следует отметить, что наибольшее влияние на эндогенную переменную имеют объемы инвестиций в основной капитал и внутренние затраты на научные исследования и разработки, соответственно, странам нужно повышать расходы и стимулировать инновационную деятельность. Потенциал интеграции до сих пор полностью не реализован, именно интеграция имеет высокое влияние на возможности повышения инновационной активности, которое может быть реализовано с точки зрения повышения доступности ресурсов, необходимых для инновационной деятельности, а именно обеспечение разнообразия рабочей силы, финансирование инновационных проектов наднациональными институтами, развитие международного сотрудничества институтов, лабораторий и другое.

Библиографические ссылки

1. Экспорт и импорт услуг [Электронный ресурс] // Евразийская экономическая комиссия. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/fin_stat/express_information/Pages/express_ex_im_services.aspx (дата обращения: 17.04.2023).

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Е. И. Хомбак

elizavetakhombak@gmail.com;

Научный руководитель – Е. С. Зарожная, старший преподаватель

В статье авторами был разработан и рассчитан индекс развития институтов Республики Беларусь, а также была рассмотрена динамика полученного индекса за период 2015-2022 гг. В работе был проведен анализ текущего состояния института образования и зависимости уровня развития институтов и качества образования. Для оценки влияния выбранных факторов использован метод множественной регрессии.

Ключевые слова: индекс развития институтов; качество образования; институциональные ловушки; институциональный режим; уровень образованности населения.

Согласно американскому экономисту Дарону Аджемоглу повышение благосостояния населения и устойчивый экономический рост в стране возможен только при наличии эффективно функционирующих институтов [2]. Под институтами будем понимать устойчивый комплекс формальных и неформальных правил, механизмов мотивации и принуждения к их выполнению, совокупность которых ключевым образом влияет на жизнедеятельность экономических субъектов [3].

В современной литературе [3] институты подразделяются на 4 группы: правовые, регулирующие, финансовые институты, институты развития человеческого капитала. В настоящий момент существует множество регулярно обновляемых индексов и рейтингов, позволяющих оценить институциональную среду страны, к примеру Индекс глобальной конкурентоспособности, Индекс экономической свободы и другие. В данном исследовании для оценки уровня развития институтов Республики Беларусь будет использован авторский подход, основанный на построении сводного индекса. Предлагаемый сводный индекс будет состоять из 4 субиндексов, характеризующих развитие отдельных групп институтов, а каждый субиндекс представлен рядом показателей (табл. 1).

Алгоритм расчета каждого показателя субиндексов аналогичен алгоритму расчета Индекса глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума [4], т. е. максимальное значение индекса – 7 баллов:

$$6 \times \frac{(\text{общий балл страны} - \text{минимальный балл в выборке})}{(\text{максимальный балл в выборке} - \text{минимальный балл в выборке})} + 1$$

Таблица 1

Структура сводного индекса институционального развития

<p>Правовые институты</p> <ul style="list-style-type: none"> – Индекс восприятия коррупции (Corruption Perceptions Index); – Индекс верховенства закона (Rule of Law Index); – Компонент «Защита прав собственности» (Property Rights Score) индекса экономической свободы. 	<p>Регулирующие институты</p> <ul style="list-style-type: none"> – Индекс качества регулирующих институтов (Regulatory Quality); – Компонент «Свобода предпринимательства» (Business Freedom) индекса экономической свободы.
<p>Институты развития человеческого капитала</p> <ul style="list-style-type: none"> – Индекс человеческого развития (Human Development Index); – Индекс социального развития (Social Progress Index). 	<p>Финансовые институты</p> <ul style="list-style-type: none"> – Компонент «Финансовая свобода» (Financial Freedom) индекса экономической свободы; – Кредитный рейтинг Moody's; – Суверенный кредитный рейтинг Standard&Poor's.

Субиндексы, в свою очередь, рассчитываются как среднее арифметическое соответствующих показателей.

В результате расчетов был получен сводный индекс, динамика которого представлена на графике (рис. 1).

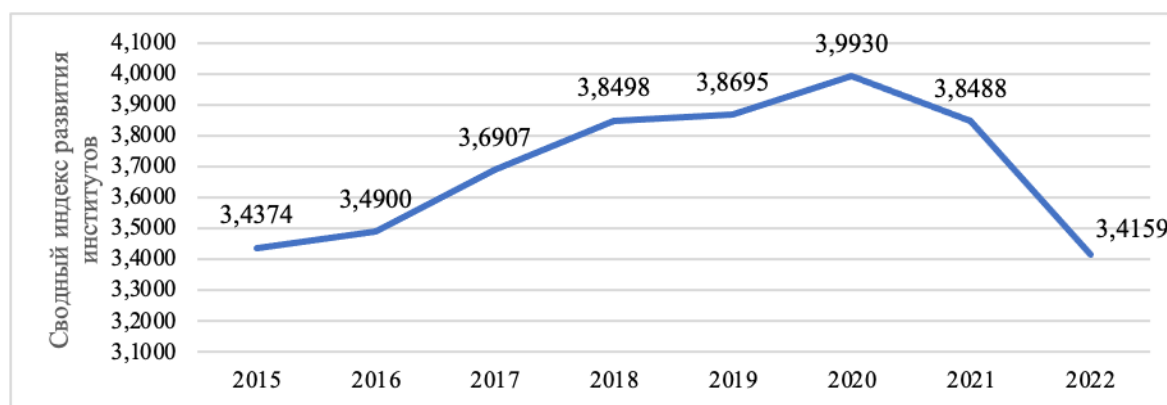


Рис. 1. Динамика сводного индекса институционального развития Республики Беларусь, 2015–2022 гг.

Значение индекса в 2022 году составляет 3,4159 балла, что говорит о низком уровне развития институтов в Беларуси. Причем, до достижения

пикового значения в 2020 г. наблюдалась положительная динамика, которая затем сменилась тенденцией к снижению.

Для более детального изучения институционального режима рассмотрим график динамики развития отдельных институтов (рис. 2).



Рис. 2. Динамика развития отдельных групп институтов

Из рисунка следует, что из 4 рассматриваемых групп институтов к недостаточно качественным можем отнести финансовые институты, причиной этого явно выступают кризис коронавируса и введенные санкции против Беларуси. Следует добавить, что финансовым институтам следует уделить большое внимание, так как они осуществляют формирование финансовых ресурсов и направление финансовых потоков в необходимом направлении.

Качество образования будем оценивать по следующим показателям: расходы на образование (% ВВП), ожидаемая продолжительность обучения (лет), охват населения образованием (%). Для определения направления связи был проведен корреляционный анализ, результаты которого показали наличие прямой связи между расходами на образование (x1), продолжительностью обучения (x2) и охвата населения образованием (x3) и развитием институтов (y) [1].

Таблица 2

Результаты корреляционного анализа

	Y	X1	X2	X3
Y	1	-	-	-
X1	0,298214322	1	-	-
X2	0,859777952	0,030497695	1	-
X3	0,725149295	0,166786912	0,892025793	1

Построим трехфакторную модель для оценки влияния каждого фактора на институциональный режим:

$$y = 16,41 + 0,27x_1 + 0,85x_2 + 0,01x_3$$

При построении регрессионной модели было получено, что институциональное развитие имеет зависимость от вышеприведенных факторов. Исследование показало, что рост развития институтов тесно связан с образованностью населения, чему следует уделять большое внимание.

Для предложения рекомендаций по модернизации института образования следует рассмотреть существующие институциональные ловушки в образовании Беларуси. Институциональная ловушка – неэффективная устойчивая норма, имеющая самоподдерживающий характер [2].

Важной институциональной ловушкой является снижение расходов государства на образование. В рамках распространения новых технологий, нового программного обеспечения, нужного для предоставления качественных образовательных услуг, расходы на образование должны только увеличиваться. Также отметим снижение заинтересованности белорусского населения в образовании и недоверии к образованию, что проявляется в снижении численности населения, имеющего образование и ожидаемой продолжительности обучения. Данная тенденция ставит под угрозу инновационное развитие Беларуси в то время, как в странах с развитыми институтами люди придерживаются так называемой концепции *lifelong learning*. Ввиду недоверия населения к белорусскому образованию молодежь прибегает к образовательным курсам, причем, в большинстве случаев к совершенно неэффективным.

В заключение следует сказать, что в связи с современными мировыми тенденциями модернизации институтов образования, становятся очевидными недостатки существующего положения Беларуси в сравнении с существующими лидерами и необходимость их устранения для выхода на передовые позиции и развития политических, социальных и экономических сфер жизни общества.

Библиографические ссылки

1. Всемирный банк [Электронный ресурс]. URL: <https://data.worldbank.org> (дата обращения: 22.04.2023).

2. Institutions as the Fundamental Cause of Long-Run Growth [Электронный ресурс] // National Bureau of Economic Research. URL: <https://www.nber.org/papers/w10481> (дата обращения: 22.04.2023).
3. Методологические основы оценки влияния институциональной среды на показатели экономического роста [Электронный ресурс] // Институт экономики Национальной академии наук Беларуси. URL: <http://economics.basnet.by/files/Sadovskaya.pdf> (дата обращения: 22.04.2023).
4. Global Competitiveness Report [Электронный ресурс] // World Economic Forum. – URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2020/> (дата обращения: 22.04.2023).

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ЭЛАСТИЧНОСТИ ДЛЯ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ФИРМ (НА ПРИМЕРЕ ООО «CORAL TRAVEL»)

А. Д. Хомянков

artyomhomyankov2004@gmail.com;

Научный руководитель – А. А. Литвинович, преподаватель

В работе рассматривается эластичность спроса по цене как важнейшая экономическая категория для анализа и прогнозирования прибыли фирм. На примере международной туристической компании ООО «Coral Travel» продемонстрирована корреляция эластичности спроса, проводимой политики компании по регулированию цены предлагаемых услуг и ее прибыльностью.

Ключевые слова: спрос; предложение; цена; кривая спроса; теория эластичности; эластичность спроса по цене; ООО «Coral Travel».

Общеизвестным является тот факт, что в руках экономистов сосредоточено множество различных инструментов для анализа будущей прибыльности компаний. Одним из таких инструментов является понятие эластичности.

Эластичность – это мера реагирования (чувствительность изменения) одной переменной величины на изменение другой переменной величины [1, с. 64].

Эластичность спроса по цене – измеряет процентное изменение в количестве покупаемого товара в ответ на каждый процент изменения его цены на заданной кривой спроса [2, с. 93].

Применение теории эластичности имеет большое практическое значение. Для фирмы важно иметь в виду, что эластичность спроса на ее продукцию и эластичность рыночного спроса не совпадают. Первая всегда выше второй. Рассчитать ценовую эластичность спроса на продукцию фирмы достаточно сложно, так как необходимо принимать во внимание и реакцию конкурентов на повышение или понижение фирмой цены. Помочь в этом может использование математических моделей или опыт руководителей фирмы. Если фирма при принятии решения о цене будет руководствоваться только данными об эластичности рыночного спроса, то потери сбыта от повышения цен могут стать более значительными, чем ожидалось.

Рассмотрим применение теории эластичности на примере туристической организации ООО «Coral Travel».

«Coral Travel» является многопрофильным туроператором, работающим на российском рынке туристических услуг с 1995 года. Организация относится к большому международному холдингу – OTI. Общий

штат сотрудников холдинга составляет более 3000 человек. Бизнес данного холдинга развивается быстрыми темпами с помощью применения современных высоких технологий, профессиональному подходу к делу и постоянному контролю над качеством [3].

Из-за расширения деятельности каждый год создаются новые офисы. В 2010 г. открыта организация «Coral Travel» в Республике Беларусь.

Туристический спрос – динамическая категория. Туристические потребности, так, и спрос, меняются вместе с развитием общества. Некоторые из них изменяются, исчезают старые, появляются новые. Потребности постоянно увеличиваются и становятся более разнообразными.

На создание единого туристического спроса воздействует ряд факторов внешней среды: демографические, природно-географические, социально-экономические, культурные, научно-технические, политические. При создании индивидуального спроса увеличивается значение индивидуальных факторов: возраста, пола, образования и профессии, личных особенностей, интересов и предпочтений.

Туристическое движение идет интенсивно, но скачкообразно. Туристическая активность зависит не только от состояния экономики, но и в целом обстановки в мире. Ее обострение приводит к уменьшению реального спроса на туристические поездки [4].

Далее на примере туристической организации «Coral Travel» рассмотрим спрос потребителей на одно из наиболее известных направлений путешествий туристов в Египет за 2020–2022 гг.

Таблица 1

Данные по спросу на путешествия в Египет, реализуемые туристической организацией «Coral Travel» в 2020 году в зависимости от стоимости тура

Стоимость тура, долл.	Спрос, тыс. чел.
490	30,890
570	11,740
650	7,430

Используя данные из таблицы 1 можно определить величину общей выручки от реализации туристических услуг. Выручка формируется путем умножения цены туристического продукта на количество продукции, проданной по этой цене. Так, туры по цене 650 долл. приобретут 7,430 тыс. туристов. Следовательно, выручка от реализации туров составит 4 млн 830 тыс. долл.

Для развития туристической отрасли в общем и туристических компаний в частности важно знать темпы изменения трех экономических ве-

личин: цены, спроса и предложения. В этом помогает такое понятие, как «эластичность спроса».

Рассчитаем ценовую эластичность спроса при разных уровнях цен по формуле:

$$E_p = \frac{(Q_1 - Q_0) / Q_0}{(P_1 - P_0) / P_0},$$

где индексы 1 и 0 означают соответственно новые и базовые цены и количество проданных туров.

С применением этой формулы и величин спроса, учитывая, что количество потребителей в связи с понижением цены поднялось с 7,430 тыс. до 11,740 тыс., рассчитаем эластичность спроса:

$$E_p = \frac{(7,430 - 11,740) / 11,740}{(650 - 570) / 570} = -2,62.$$

Эластичность – 2,62 означает, что если бы цена понизилась на 10 %, то спрос на туры в Египет возрос бы на 26,2 %. Как правило для простоты знак «минус» опускают, применяя абсолютную величину эластичности.

Эластичность спроса по цене разнообразна на различных участках кривой спроса. Абсолютная величина эластичности ниже при высоких ценах и выше при низких ценах на туристический продукт.

Далее рассмотрим спрос потребителей на одно из наиболее известных направлений путешествий туристов в Египет за 2021 год.

Таблица 2

Данные по спросу на путешествия в Египет, реализуемые туристической организации «Coral Travel» в 2021 году в зависимости от стоимости тура

Стоимость тура, долл.	Спрос, тыс. чел.
850	48,350
1080	33,490
1150	15,170

Используя данные из таблицы 2 можно определить величину общей выручки от реализации туристических услуг. Туры по цене 1150 долл. приобретут 15,170 тыс. туристов. Следовательно, выручка от реализации туров составит 17 млн 446 тыс. долл.

С применением формулы и величин спроса, учитывая, что количество потребителей в связи с понижением цены поднялось с 15,170 тыс. до 33,490 тыс., рассчитаем эластичность спроса:

$$E_p = \frac{(15,170 - 33,490) / 33,490}{(1150 - 1080) / 1080} = -8,44.$$

Далее рассмотрим спрос потребителей на одно из наиболее известных направлений путешествий туристов в Египет за 2022 год.

Таблица 3

Данные по спросу на путешествия в Египет, реализуемые туристической организации «Coral Travel» в 2022 году в зависимости от стоимости тура

Стоимость тура, долл.	Спрос, тыс. чел.
950	51,100
1120	35,320
1300	15,360

Используя данные из таблицы 3 можно определить величину общей выручки от реализации туристических услуг. Туры по цене 1300 долл. приобретут 15,360 тыс. туристов. Следовательно, выручка от реализации туров составит 19 млн 968 тыс. долл.

С применением формулы и величин спроса, учитывая, что количество потребителей в связи с понижением цены поднялось с 15,360 тыс. до 35,320 тыс., рассчитаем эластичность спроса:

$$E_p = \frac{(15,360 - 35,320) / 35,320}{(1300 - 1120) / 1120} = -3,52.$$

Исходя из полученной информации, представим взаимосвязь эластичности спроса и выручки туристической организации за анализируемый период в таблице 4.

Таблица 4

Данные по эластичности спроса и выручке туристической организации «Coral Travel»

Год	Эластичность спроса	Выручка организации, млн. долл.
2020	2,62	4,830
2021	8,44	17,446
2022	3,52	19,968

По представленной информации за анализируемый период в ООО «Coral Travel» на туры в Египет наблюдается эластичный спрос. При этом каждый год в туристической организации наблюдается рост выручки при снижении цены на тур. То есть связь между ценой и выручкой в организации обратно пропорциональная.

В свою очередь туристический продукт по очень низкой цене ассоциируется с невысоким качеством обслуживания и условия, и его будут покупать потребители с низким уровнем доходов. При очень высокой цене туристический продукт становится недоступным большому количеству потенциальных туристов. Таким образом, туристический спрос представляет собой массовую и общественную категорию. Он формируется на базе многообразия факторов, влияние которых может поднимать или снижать спрос. Характер спроса утверждается на основе маркетингового исследования, при этом предполагаемый объем продаж, естественно, зависит от цены.

Подводя итог, можно сказать, что одним из возможных направлений увеличения денежных доходов организации является не только рост цен, но и их снижение, которое способствует росту спроса на продаваемые туры. Имея определенный запас финансовой прочности, организация может «позволить себе» снизить цены продаж для расширения клиентской базы, доли рынка. Инструментом для оценки целесообразности изменения ценовой политики организации является эластичность спроса, позволяющая проводить сбалансированную ценовую политику, способствующую росту доходов организации и укреплению ее конкурентных позиций.

Библиографические ссылки

1. *Тумашев А. Р., Котенкова С. Н., Тумашева М.В.* Экономическая теория в двух частях. Часть I. Введение в экономическую науку. Микроэкономика : учебное пособие для студентов неэкономических специальностей. Казань : Казанский университет, 2011. 204 с.
2. *Коваленко А. В., Бельский А. В.* Микроэкономика. Минск : БГУ, 2013. 368 с.
3. Информация с официального сайта CORAL TRAVEL [Электронный ресурс]. URL: <http://www.knigaturizma.ru/description.asp?company=1001376> (дата обращения: 24.04.2023).
4. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. URL: https://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism11.htm (дата обращения: 25.04.2023).

ОСОБЕННОСТИ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

М. Н. Хохолко

miropihoholko@gmail.com;

Научный руководитель – О. В. Машевская, кандидат экономических наук, доцент

В статье рассмотрены особенности дистанционного банковского обслуживания (ДБО) в условиях цифровой трансформации экономики, как средства совершенствования деятельности финансовых организаций и повышения их конкурентных преимуществ. Проведен анализ различных видов интернет-депозитов в белорусских банках для физических лиц, определены их особенности.

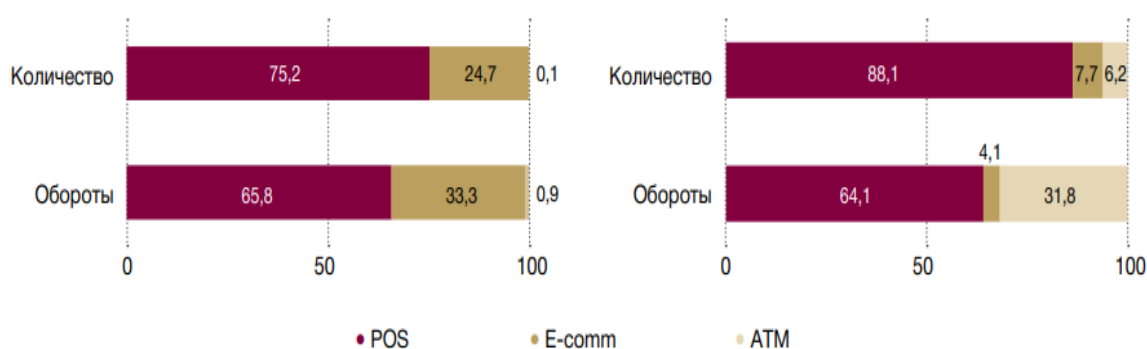
Ключевые слова: дистанционное банковское обслуживание; информационные технологии; интернет-депозиты; банкинг.

Актуальность исследуемой проблемы заключается в том, что одной из важнейших предпосылок для обеспечения надлежащего функционирования экономики каждой страны, несомненно, является банковский сектор, который сегодня претерпевает цифровую трансформацию, банки инвестируют в современные технологии и цифровые каналы для улучшения удовлетворения спроса клиентов, оптимизации затрат, улучшения качества и скорости проводимых операций. Мы считаем, что такое стремительное развитие технологий со временем позволит объединить в рамках одной платформы, значительное количество сервисов различного профиля (как вариант: от платежной системы до лайфстайла), создать некий бесшовный клиентский путь с дифференцированными каналами коммуникации, где в основе будет находиться все более совершенствующаяся модель дистанционного банковского обслуживания (ДБО).

Под дистанционным банковским обслуживанием сегодня принято называть оказание банковских услуг / предоставление продуктов без географической привязки клиента, без посещения офиса банка, без непосредственного контакта со специалистами банка [1, с. 24].

ДБО можно сказать, является одним из эффективных механизмов привлечения клиентов и результативным инструментом борьбы на национальном рынке банковских услуг. Так, клиенты оценили преимущества ДБО и стали активно пользоваться электронными платежными системами и электронными платежными средствами, такими как интернет-банкинг, мобильный банкинг, платежные кошельки (Apple pay, Xiaomi Pay, Samsung Pay, Mir Pay, Garmin Pay, Белкарт и Кошелёк Pay), системы оплаты с помощью QR- кодов, и др.

ДБО стремительно набирает популярность и среди держателей карточек. На начало 2022 года основным каналом передачи заявок на выдачу платёжных карт являлся интернет-банкинг – 25 % пользователей; SMS-банкинг – 13 %, другие каналы – 3 %. Многие банки предоставляют услуги по дистанционному банковскому обслуживанию для населения совершенно бесплатно, это происходит благодаря желанию расширить клиентскую базу и развивать дальше безналичные расчеты. При помощи удаленных сервисов на начало 2022 года производилась оплата 20 % всех платежей. Однако ситуация стремительно развивается и на начало 2023 года мы могли наблюдать следующую динамику (рис.).



- а) структура операций с бесконтактными платежными технологиями
 б) структура операций с карточками

Динамика операций с бесконтактными платежными технологиями и платежными картами за февраль 2023 г., в %
 Источник: [2, с. 61]

Еще одним неоспоримым преимуществом работы ДБО стало то, что клиенты белорусских банков имеют возможность дистанционно открывать депозиты. В связи с этим, для примера сравним условия предоставления интернет-депозитов (для физлиц) в трех банках (табл.).

Характеристика интернет-депозитов, бел. руб.

Банк / Онлайн-депозит	«Приорбанк» ОАО/ Выше.net	ОАО «Белгазпром-банк» / ОНВклад	ОАО «АСБ Беларусбанк»/ Интернет-депозит-тренд безотзывной
Срок хранения, мес.	1 / 3 / 12 / 18	45 дн. / 3 / 7	1 / 3 / 6 / 9 – в бел. рублях; 3 / 6 / 12 / 18 / 23 – в иностранной валюте

Окончание таблицы

Банк / Онлайн-депозит	«Приорбанк» ОАО/ Выше.net	ОАО «Белгазпром-банк» / ОНВклад	ОАО «АСБ Беларусбанк»/ Интернет-депозит-тренд безотзывной
Доходность в бел. рублях, %	6,5 / 8,5 / - / 11,5	11 / 12 / 14	9 / 11 / 14 / 15
Доходность в дол. США, %	- / - / 1,25 / -	1 / 1,5 / 1,8	1,5 / 2 / 2,6 / 2,8 / 3
Доходность в евро, %	- / - / 0,75 / -	0,5 / 1 / 1,3	1,5 / 2 / 2,6 / 2,8 / 3
Доходность в рос. рублях, %	-	5 / 6 / 7	5,1 / 5,6 / 7 / 8,1 / 9
Капитализация/ выплата процентов	ежемесячно/ ежемесячная выплата	ежемесячно/ по истечении срока вклада	ежемесячно/ по истечении срока вклада
Частичное снятие (расходные операции)	возможно	не предусмотрено	в пределах капитализированных процентов
Пополнение вклада	разрешено	разрешено	разрешено

Как видно из данных таблицы, каждый банк имеет свои особенности в открытии депозита. И выделенные депозиты по средствам системы ДБО не уступают классическим вкладам, открытым в отделении банка. Данная публичная оферта служит правовой основой для заключения договора между банком и клиентом и, самое главное, что упрощает процесс открытия депозитного счета в режиме реального времени без необходимости предоставления физических документов и подписей.

Несмотря на ряд преимуществ ДБО и его развитие на рынке банковских услуг Беларуси, стоит отметить, и ряд опасений:

1. Необходимость постоянного совершенствования отечественных приложений для мобильных устройств и ноутбуков. Из-за отсутствия или несвоевременности обновления национальных приложений качество предоставляемых услуг банка может значительно снижаться, что может привести к ограниченному функционированию ДБО, уходу клиентов от банка и росту репутационных издержек.

2. Недостаточная финансовая грамотность населения может повлиять на использование ДБО. Отсутствие понимания пользователей в работе с банкингом или платежным кошельком, создаст ряд трудностей для клиентов, которые в конечном счете, просто откажутся от данной услуги (особенно это касается клиентов в возрасте). Поэтому, мы считаем, что сегодня каждому банку необходимо проводить онлайн или офлайн курсы с целью повышения финансовой грамотности клиентов своего банка.

3. Население пенсионного возраста мало пользуется безналичными платежами. Это может потребовать целенаправленных усилий банка для охвата и привлечения пожилых людей, которые не способны внедрять в свою повседневную жизнь новые технологии и являются консерваторами при расчетах, используя и доверяя только наличным деньгам.

4. Отсутствие доверия к безопасности безналичных платежей. Внедрение единых стандартов безопасности в сфере электронно-цифрового взаимодействия может помочь повысить уровень доверия населения к банковским услугам / продуктам и в целом к ДБО. Установив четкие принципы и стандарты мер безопасности, клиенты смогут чувствовать себя более уверенно при использовании платежных систем, не опасаясь мошенничества и кибератак. Кроме того, стандартизированные меры безопасности помогут снизить расходы банков, с которыми они вынуждены сталкиваться из-за мошенничества, возмещая убытки клиентов.

Таким образом, внедрение новых технологий в банковскую сферу, использование цифровых платформ и инноваций, позволит банкам быстро адаптироваться к меняющимся потребностям, обеспечивая рост удовлетворенности клиентов, а расширение финансовой грамотности и рост доверия к безопасности безналичных платежей будут способствовать дальнейшему развитию ДБО, впрочем как и самих банков; способствовать росту конкурентоспособности банков на национальном рынке, что позволит оставаться данным финансовым организациям востребованными в таком быстроразвивающемся цифровом мире.

Библиографические ссылки

1. Тарасова Г.А. Внедрение нового банковского продукта через дистанционное банковское обслуживание // *Промышленно-торговое право*. 2020. № 1. С. 24-27.
2. Захарова У., Юзефальчик И. Бесконтактные платежные технологии в Беларуси: текущая ситуация и пути развития // *Банковский вестник*. 2023. №4 (717). С. 59–64.
3. Забродская К.А., Захарова А.О. Оценка конкурентоспособности дистанционных банковских услуг // *Вестник Белорусского государственного экономического университета*. 2013. № 3. С. 42–54.
4. Машевская О.В. Возможности цифровых технологий / О.В. Машевская // *Актуальные вопросы экономики и управления: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 90-летию Смоленского филиала Финансового университета (г. Смоленск, 15–16 ноября 2022 г.)* / [ред. Коллегия: С. В. Земляк, О. Ю. Крамлих, Е. В. Ганичева] ; Смоленский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. – Москва: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К», 2022. С. 277–281.

ПУТИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ УРОВНЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СТРАН ШОС И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

У. С. Шабловская

ulyana.shablovskaya@gmail.com;

Научный руководитель – Е. Г. Господарик, кандидат экономических наук, доцент

Население страны – это основа, фундамент, без которого политическая, социальная, экономическая составляющая, а также национальная безопасность, не имеют практического значения. В свою очередь, стабильный экономический рост во многом зависит от роста численности населения, качества и продолжительности его жизни. Однако необходимо отметить и человеческие ресурсы, поскольку не только рост населения, но и сами люди, их потенциал, их физические и умственные способности – это одна из возможностей для дальнейшего роста экономик анализируемых стран. В данной статье предложены пути повышения демографического потенциала стран ШОС и РБ.

Ключевые слова: демографический потенциал; трудовой потенциал; демографическая инерция; коэффициент фертильности; стимулирование рождаемости; миграционная политика.

ВВЕДЕНИЕ

Шанхайская организация сотрудничества (далее ШОС) – региональная международная организация, основанная 15 сентября 2001 года. В настоящий момент в состав Организации входит 9 стран: Индия, Иран, Казахстан, Киргизия, Китай, Пакистан, Россия, Таджикистан, Узбекистан. На саммите ШОС в Индии, который проходил 5 мая 2022 г., глава МИД РФ Сергей Лавров сообщил, что Республика Беларусь завершает процедуры для получения страной полноправного членства в ШОС. Важной составной частью экономического потенциала каждой страны является демографический и трудовой потенциал. [2]

Так, можно привести в пример Иран. В 1990-е годы рождаемость в стране падала самыми быстрыми темпами в мире, если в середине 1980-х годов одна женщина рожала более шести детей, то теперь коэффициент фертильности – коэффициент, показывающий сколько в среднем, родила бы одна женщина на протяжении всего репродуктивного периода, составляет всего 1,6 ребенка на семью. Однако при этом численность населения продолжает расти из-за накопленной инерции, но это временная тенденция. [4]

Рассматривая динамику коэффициента фертильности применительно к анализируемым странам, можно отметить, что в таких странах как Казахстан и Узбекистан этот показатель повышается (от 2.8 до 3.1 в Ка-

захстане и от 2.6 до 2.9 в Узбекистане) за период с 2019 г. по 2021 г., соответственно. В таких странах как Индия, Кыргызстан, Пакистан, Таджикистан наблюдается незначительное снижение коэффициента фертильности за тот же период, а в таких странах как Иран, Китай, Россия, Республика Беларусь – наблюдается прогрессирующее снижение коэффициента фертильности, причем в этих странах коэффициент <2.1 , что не обеспечивает естественный прирост населения. Данный показатель очень важный, поскольку количество родившихся детей сегодня – это будущие трудовые ресурсы государства завтра.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Трудовой потенциал страны – это трудовые ресурсы, рассматриваемые в аспекте единства их количественной и качественной сторон. Количественную сторону трудового потенциала характеризуют численность и трудовая структура населения, в основе которой лежат возрастные группы (дорабочий, рабочий и послерабочий возраст), различающиеся мерой участия в производстве и потреблении (табл.).

Трудовые ресурсы стран ШОС и РБ по возрастным группам: дорабочий, рабочий и послерабочий возраст

Страна	Год	Население в возрасте 14 лет и младше (млн.)	Население 15-24 лет (млн.)	Население 25-64 лет (млн.)	Население 65 лет и старше (млн.)
Индия	2019	70	177,5	668	87,1
	2020	71,2	177,3	679,7	90,7
	2021	72	177,3	690,4	94,4
Иран	2019	20,4	11,2	46	5,2
	2020	20,8	11	46,6	5,5
	2021	21,1	11	47	5,8
Казахстан	2019	5,3	2,2	9,5	1,4
	2020	5,5	2,2	9,6	1,5
	2021	5,5	2,3	9,7	1,5
Кыргызстан	2019	2	1	3	0,2
	2020	2,1	1	3	0,3
	2021	2,1	1	3,1	0,3
Китай	2019	25,6	171,4	842,6	172,3
	2020	25,5	169,5	842,6	179,2
	2021	25,4	168	842,8	185,5
Пакистан	2019	76	41,9	88,9	9,4

Окончание таблицы

Страна	Год	Население в возрасте 14 лет и младше (млн.)	Население 15-24 лет (млн.)	Население 25-64 лет (млн.)	Население 65 лет и старше (млн.)
	2021	78	42,7	94,1	9,9
Россия	2019	26,4	13,9	83,6	22
	2020	26,8	13,7	82,8	22,6
	2021	27	13,7	81,7	23,3
	2021	3,6	1,6	4,1	0,3
Узбекистан	2019	9,5	5,4	16,5	1,5
	2020	9,6	5,3	16,9	1,6
	2021	9,8	5,2	17,2	1,7
Республика Беларусь	2019	1,6	0,9	5,4	1,4
	2020	1,6	0,9	5,4	1,5
	2021	1,6	0,9	5,3	1,6

Составлено по: [3,5].

Однозначно прослеживаются 2 глобальные демографические тенденции. С одной стороны, в некоторых странах прослеживается высокий уровень рождаемости (Казахстан, Кыргызстан, Пакистан, Таджикистан, Узбекистан), если не обеспечить эту рождаемость соответствующим уровнем производства – страны будут беднеть. [1]

С другой стороны, в экономически благополучных странах с высоким уровнем дохода рождаемость находится ниже уровня естественного воспроизводства населения (коэффициент фертильности <2,1), что несет в себе угрозу старения и вымирания (Иран, Китай, Россия, РБ).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пути и предложения по повышению демографического потенциала РБ:

1. Повышение коэффициента фертильности с 1,38 до 2,18 в целях улучшения демографической ситуации в стране, для обеспечения простого воспроизводства населения путем:

А) Привязки пособия по уходу за ребенком к средней заработной плате матери за последний год работы. Это позволит матерям получать достойное пособие по уходу за ребенком, особенно если они работали на высокооплачиваемой работе. Это может привести к увеличению числа женщин на рынке труда и улучшению экономической ситуации в стране.

Б) Обеспечить право выбора женщине в том, чтобы самостоятельно решать оставаться в декретном отпуске по уходу за ребенком до дости-

жения им 3-х летнего возраста или выходить на работу, но с сохранением пособия по уходу за ребенком с таким условием, что денежное пособие целиком либо частью будет перечисляться в дошкольное учреждение образования (детский сад), где будет находиться ребенок. Для этого необходимо со стороны государства обеспечить систему садов, оказывающих такие услуги. Данная мера будет способствовать экономическому кругообороту, кроме того, такая мера может стимулировать женщин продолжать работать и развиваться профессионально, не боясь потерять свой доход в случае рождения ребенка.

2. Постепенное увеличение пенсионного возраста для снижения нагрузки на трудоспособное население. Достаточно высокий уровень пенсий по сравнению со средней зарплатой по стране и относительно низкий пенсионный возраст обуславливают высокий уровень социальных взносов. Необходим комплекс мер для развития системы накопительного пенсионного страхования.

Для стран ШОС, общие предложения по повышению:

3. Регулирование миграционных процессов внутри Организации. Отлаженная миграционная политика в совокупности с высоким уровнем доходов сделают эти страны наиболее привлекательными для трудовой миграции. Необходимо поддерживать создание условий для возвращения мигрантов в родную страну, включая программы по поддержке их занятости и прочее.

4. Решение проблемы гендерного насилия в отношении женщин – важное условие для ускорения экономического роста в Центральной Азии, многие женщины в странах региона испытывают страх за свою жизнь из-за насилия в семье. Расширение прав и возможностей женщин и девочек относится к необходимым направлениям действий государственной политики.

В целях снижения уровня рождаемости, в тех странах, где он предельно высок:

5. Введение программ по поощрению отсрочки рождения детей, например, через систему пособий и льгот для семей, которые решат иметь детей позже.

Таким образом, демографические параметры влияют на экономику очень медленно, но их динамику, наметившиеся тенденции исправить крайне сложно.

Библиографические ссылки

1. *Быков А. А.* Экономический рост и развитие: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям магистратуры «Бизнес-администрирование», «Экономика». Минск: Вышэйшая школа, 2021. 302 с.

2. *Господарик Е. Г.* Перспектива ЕАЭС–модель инновационного рывка. Минск: Изд. центр БГУ, 2020. 143 с.
3. Доклад о человеческом развитии 2021/2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2021-22rupdf.pdf> (дата обращения: 15.05.2023).
4. *Ковалев М. М., Господарик Е. Г.* Человеческий капитал – фундамент экономики знаний // Научно-практический журнал «Проблемы управления». АУПРБ. № 3. 2011. С. 46–56.
5. Статистические данные по странам. URL: <http://countrymeters.info/ru> (дата обращения: 14 .05.2023).

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ НАУЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА И ОБРАЗОВАНИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В СТРАНАХ ЕАЭС

Е. О. Шеверенко

eco.sheveren@bsu.by;

*Научный руководитель – Е. И. Васенкова,
кандидат физико-математических наук, доцент*

В статье проведен анализ научно-образовательного потенциала стран ЕАЭС и представлена эконометрическая модель, отражающая степень влияния ключевых показателей образования и науки на экономический рост стран ЕАЭС. На их основе разработаны и представлены рекомендации по дальнейшему совместному развитию секторов образования и науки в рамках Евразийского экономического союза.

Ключевые слова: интеграция научно-образовательного пространства; научный потенциал; образовательный потенциал; ЕАЭС; экономический рост; эконометрическая модель.

Несмотря на то, что основополагающей целью евразийского интеграционного процесса является укрепление торгово-экономического сотрудничества стран-участников Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС), не следует упускать из виду социальные и гуманитарные аспекты взаимодействия между ними. Интеграция в данных направлениях возможна при переходе экономики стран на инновационную социально-ориентированную модель развития. При этом инновационное развитие стран и их экономический рост, прежде всего, определяет их научно-образовательный потенциал. Изучения влияния научного потенциала и образования на экономический рост заключается в выявлении наиболее значимых факторов воздействия и дальнейшей переориентации экономической политики в сфере образования и науки в данных направлениях.

Для оценки научно-образовательного потенциала стран ЕАЭС используется методика расчета индекса развития интеллектуального потенциала страны IP , который определяется путем оценки состояния двух сфер – науки и образования:

$$IP = \frac{EP + SP}{2},$$

где EP – образовательный потенциал, SP – научный потенциал [1]. Согласно методике образовательный потенциал EP определяется как сред-

нее значение трех важнейших показателей состояния уровня образования в стране:

$$EP = \frac{e_1 + e_2 + e_3}{3},$$

где e_1 – индекс образования, e_2 – удельный вес студентов в общей численности населения, в %, e_3 – доля расходов консолидированного бюджета на образование, в % ВВП.

Индекс образования измеряется путем равного взвешивания среднего количества лет образования для взрослых и ожидаемого количества лет образования для студентов в возрасте до 25 лет и рассчитывается по формуле:

$$EI = \frac{\frac{EYS}{18} + \frac{MYS}{15}}{2}$$

где EYS, MYS – ожидаемое и среднее количество лет обучения соответственно.

Согласно значениям индекса образования на 2021 год, Россия и Казахстан имеют наиболее высокий уровень образования, а также наибольшие темпы прироста показателя (более 5 %) с момента образования ЕАЭС. В Республике Беларусь уровень образования также сравнительно выше, чем в Кыргызстане и Армении, однако значение индекса имеет отрицательную динамику. В первую очередь это может быть связано с переходом большинства белорусских университетов на четырёхлетний срок обучения, что сокращает фактическую продолжительность обучения. Также можно отметить тенденцию снижения привлекательности получения послевузовского образования, как и высшего образования в целом (табл.1).

Таблица 1

Динамика индекса образования для стран ЕАЭС

Рейтинг (2021г.)	Страна	EYS (2021г.), лет	MYS (2021г.), лет	EI (2021г.)	EI (2015г.)	Темп прироста, %
29	Россия	15,8	12,8	0,866	0,804	7,11%
36	Казахстан	15,8	12,3	0,849	0,806	5,05%

Окончание таблицы 1

Рейтинг (2021г.)	Страна	EYS (2021г.), лет	MYS (2021г.), лет	EI (2021г.)	EI (2015г.)	Темп прироста, %
47	Беларусь	15,2	12,1	0,826	0,837	-1,39%
76	Кыргызстан	13,2	11,4	0,747	0,724	3,04%
78	Армения	13,1	11,3	0,741	0,75	-1,28%

Составлено по: [2].

Для того чтобы установить долю участия научного сектора в формировании интеллектуального потенциала используется агрегированный индекс научного потенциала SP , который объединяет два показателя:

$$SP = \frac{s_1 + s_2}{2},$$

где s_1 – удельный вес персонала, занятого научными исследованиями и разработками в общей численности экономически активного населения, в %; s_2 – удельный вес внутренних затрат на научные исследования и разработки, в %ВВП.

В таблице 2 представлены значения данных показателей для стран ЕАЭС для 2015 и 2021 годов, что позволяет сравнить уровни научно-образовательного потенциала стран в начале интеграционных процессов и на современном этапе более углубленной интеграции.

Таблица 2

Основные показатели состояния научного и образовательного потенциалов стран ЕАЭС

Показатель	Год	Армения	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия
e_1	2015	0,75	0,837	0,806	0,724	0,804
	2021	0,741	0,826	0,849	0,747	0,866
e_2	2015	3,37	3,65	2,74	3,25	3,27
	2021	2,86	2,76	3,17	3,41	2,80
e_3	2015	2,28	3,82	2,78	5,07	3,28
	2021	2,70	5,40	5,30	6,10	4,00
s_1	2015	0,38	0,58	0,27	0,17	0,96
	2021	0,38	0,51	0,23	0,17	0,88
s_2	2015	0,25	0,50	0,15	0,10	1,10
	2021	0,20	0,45	0,12	0,08	1,10

Составлено по: [3-4].

Так как частные критерии имеют различные единицы измерения, а также значения не сопоставимы друг с другом, для объективной оценки

выполняется нормализация показателей. Переход к безразмерным величинам позволяет сопоставить все страны и оценить степень готовности к интеграционным процессам каждой из них (табл. 3).

Таблица 3

Показатели интеллектуального потенциала стран ЕАЭС

Название показателя	Год	Армения	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия
<i>IP</i>	2015	0,155	0,668	0,290	0,168	0,778
	2021	0,125	0,609	0,475	0,230	0,897

Анализируя полученные показатели состояния научно-образовательного потенциала, можно сделать вывод о его постепенном выравнивании с момента образования ЕАЭС. Однако стоит отметить существование ярко-выраженного лидера – России, которая за рассматриваемый период продолжает наращивать своё относительное преимущество. Также выявляется антилидер по уровню научно-образовательного потенциала – Армения. В целом же, уровень образования и научной деятельности в странах ЕАЭС соответствует среднему уровню развития мирового сообщества.

Для количественной оценки влияния образования на экономический рост была построена эконометрическая модель на основе панельных данных. Эмпирической базой для построения эконометрической модели служат данные по 5 странам ЕАЭС (Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Россия) за период с 2012 по 2021г. В качестве эндогенной переменной экономического роста выступает валовой внутренний продукт стран в долларах США в ценах 2015г. Модель экономического роста для стран ЕАЭС имеет вид:

$$\begin{aligned} \text{LOG}(GDP_{i,t}) = & 8,873 - 3,014 \text{ Education_index}_{i,t} + \\ & + 0,2 \text{ LOG}(Investmen_in_education_{i,t}) - \\ & - 256,768 \text{ Percentage_of_researchers}_{i,t} + \\ & + 0,867 \text{ LOG}(Research_costs_{i,t}) + 0,162 d_union, \end{aligned}$$

где $GDP_{i,t}$ – ВВП страны, $Education_index_{i,t}$ – индекс уровня образования страны; $Investmen_in_education_{i,t}$ – инвестиции в образование страны; $Percentage_of_researchers_{i,t}$ – доля персонала, занятого научными исследованиями и разработками в общей численности экономически активного населения страны; $Research_costs_{i,t}$ – внутренние за-

траты на научные исследования и разработки страны i в период t , d_{union} – фиктивная переменная союза (d_{union}).

Результаты построения эконометрической модели подтверждает гипотезу о влиянии научного потенциала и образования на темпы экономического роста, а углубленный анализ состояния научно-образовательного потенциала стран ЕАЭС демонстрирует готовность к дальнейшим интеграционным процессам в сфере образования через конкретные мероприятия:

- поддержка молодых ученых и специалистов в области науки и технологий через стипендии, гранты и программы обмена;
- развитие сотрудничества между университетами, научными институтами и предприятиями для обмена опытом и знаниями;
- создание программ обучения и переподготовки специалистов в области науки и технологий, которые будут соответствовать современным требованиям рынка труда;
- поддержка и развитие малого и среднего бизнеса, который может стать основой для создания новых технологий и продуктов;
- создание условий для привлечения инвестиций в научно-технические проекты и разработки;
- развитие международного сотрудничества в области науки и технологий для обмена опытом и знаниями и привлечения международных инвестиций;
- создание системы мониторинга и оценки научно-технических проектов и разработок для повышения их эффективности и конкурентоспособности.

Предпринимая данные меры, страны ЕАЭС могут сделать свои системы образования более динамичными и конкурентоспособными и нарастить научный потенциал, что является одними из ключевых аспектов в достижении своих экономических и социальных целей в рамках интеграционных процессов.

Библиографические ссылки

1. Кулькова И. А., ПлUTOва М. И. Методические подходы к оценке научно-образовательного потенциала населения, Известия УрГЭУ, 2011.
2. Официальный сайт Программы развития Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс]. URL: <https://hdr.undp.org/> (дата обращения: 18.04.2023).
3. Статистический ежегодник Евразийского экономического союза; Евразийская экономическая комиссия. М.: 2017.
4. Статистический ежегодник Евразийского экономического союза; Евразийская экономическая комиссия. М.: 2022.

СУВЕРЕННЫЙ КРЕДИТНЫЙ РЕЙТИНГ: АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ

А. П. Шкут

anastasiyashkut2004@gmail.com;

Научный руководитель – Е. И. Васенкова, кандидат физико-математических наук, доцент

Рассмотрена методология построения суверенного кредитного рейтинга и основные макроэкономические показатели, оказывающие влияние на его формирование. Рассчитан количественный суверенный кредитный рейтинг стран на основе корреляционно взвешенных макроэкономических показателей. Спрогнозирован количественный суверенный кредитный рейтинг Республики Беларусь.

Ключевые слова: кредитоспособность; суверенный кредитный рейтинг; рейтинговые агентства.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что суверенный кредитный рейтинг дает оценку кредитоспособности страны, повышая, таким образом, информационную прозрачность. Значимость суверенного рейтинга определяется в том числе тем, что он непосредственно влияет на страновой потолок: рейтинги банков-резидентов не могут превысить суверенный рейтинг.

Рейтинговые агентства используют как качественные, так и количественные методы для определения суверенного кредитного рейтинга страны [2]. К таким факторам относятся: валовой национальный доход (ВНД) и валовой внутренний продукт (ВВП) на душу населения, уровень безработицы, уровень инфляции, производительность труда, доля внешнего долга в ВНД, экономическое развитие страны, история дефолтов.

Для анализа были выбраны десять стран с разным страновым рейтингом по оценке агентства Standard & Poor's (табл.1). Среди рассмотренных стран все, кроме Турции и Черногории, являются развитыми по классификации Международного Валютного Фонда, при этом Греция является единственной страной, объявлявшей дефолт в 2012 и 2015 годах. Это подтверждает влияние данных качественных показателей на суверенный кредитный рейтинг.

Для оценки взаимосвязи между основными факторами, определяющими суверенный кредитный рейтинг, и количественной оценкой рейтинга были рассчитаны коэффициенты ранговой корреляции Спирмена. В таблице 2 приведены факторы, оказывающими наибольшее влияние на кредитный рейтинг, и удельный вес, оцененный в соответствии с вычисленными коэффициентами корреляции.

Таблица 1

Суверенные кредитные рейтинги по оценке Standard & Poor's 2021г.

Страна	Суверенный кредитный рейтинг
Люксембург	AAA
Австрия	AA+
Великобритания	AA
Испания	A
Мальта	A-
Португалия	BBB
Кипр	BBB-
Греция	BB
Турция	B+
Беларусь	B

Составлено по: [1].

Таблица 2

Коэффициенты корреляции наиболее значимых показателей

Показатель	ВНД на душу населения, ППС x1	ВВП на душу населения, ППС x2	ВВП на одного занятого, ППС, x3
Коэффициент корреляции	0,9394	0,9273	0,8909
Удельный вес	0,341	0,336	0,323

Составлено по: [3, 4]

Далее выбранные показатели были приведены к безразмерному виду и с учетом весов рассчитан интегрированный показатель по формуле:

$$R = 0,341x_1 + 0,336x_2 + 0,323x_3, \quad (1)$$

Данный показатель принят в качестве количественной оценки суверенного кредитного рейтинга.

В таблице 3 представлены выбранные страны с рассчитанными количественными кредитными рейтингами по формуле (1).

Несоответствие некоторых позиций с исходным порядком рейтингов, в первую очередь, связано с отсутствием возможности учесть количественно многие качественные особенности.

При предположении о сохранении соотношений коэффициентов корреляции и набора наиболее значимых факторов в динамике можно построить прогноз изменения кредитного рейтинга.

В середине 2022 года в Беларуси был объявлен технический дефолт. Однако данная рейтинговая оценка не отражает фактическую экономическую ситуацию. Следовательно, дальнейший прогноз будет построен без учета влияния потенциальной внешнеполитической нестабильности в будущем.

Таблица 3

Количественные кредитные рейтинги

Страна	Количественный рейтинг
Люксембург	1,0000
Австрия	0,4130
Великобритания	0,2953
Мальта	0,2588
Испания	0,2249
Кипр	0,1852
Португалия	0,1489
Турция	0,1304
Греция	0,1284
Беларусь	0,0000

Так как используемые факторы имеют одинаковые единицы измерения, прогнозный расчет будет произведен без нормирования значений показателей. Ниже представлен рисунок динамики и прогноза количественного суверенного кредитного рейтинга. Прогноз осуществлен при помощи метода наименьших квадратов.



Динамика и прогноз количественного суверенного кредитного рейтинга

Прогноз показывает потенциальное увеличение суверенного кредитного рейтинга Республики Беларусь к 2025 году при способности страны нивелировать к этому моменту влияние внешнеполитической си-

туации, изменяющей рейтинговое состояние не по причине фактического изменения факторов, формирующих рейтинг.

Таким образом, ценность проведенного исследования заключается в создании метода для быстрой оценки кредитоспособности страны и возможности ее последующего прогнозирования.

Библиографические ссылки

1. Кредитный рейтинг стран S&P в 2021 году: [Электронный ресурс]. URL: <https://immigrantinvest.com/ru/insider/sp-credit-ratings-for-countries-2021/> (дата обращения: 14.04.2023).
2. *Cantor R., Packer F.* Determinants and Impact of Sovereign Credit Ratings. FRBNY Economic Policy Review, 1996. 18 с.
3. ILOSTAT: [Электронный ресурс]. URL: <https://ilostat.ilo.org/data/#> (дата обращения: 14.04.2023).
4. World Bank Open Data: [Электронный ресурс]. URL: <https://data.worldbank.org/> – (дата обращения: 14.04.2023).

HOW TO TEST ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR THE PRESENCE OF CONSCIOUSNESS

F. Gritsev, I. A. Krivolap

fgritsev@gmail.com; ilyakrivolap88@gmail.com;
Supervisor – Natallia P. Tesliuk, PhD (Philology), Associate Professor

The article under consideration deals with artificial intelligence as an object of philosophical analysis. The author presents a new test designed to check artificial intelligence for the presence of consciousness. Research in this field is topical as at present complex programs are being developed to bypass the classical Turing test.

Keywords: Artificial intelligence; the Turing test; Mary's room; Chinese room; consciousness.

INTRODUCTION

It is worth starting with the definition of the concept of artificial intelligence (hereinafter – AI). AI is a program, an algorithm that performs tasks related to intelligent activity. Now AI is already being introduced into our lives. Along with this introduction, the question of whether a person can create a conscious program is becoming increasingly popular.

This question became especially relevant this summer, after the scandalous dismissal of a Google engineer who claimed that the LaMDA AI chatbot was conscious. The programmer even began to look for a lawyer for this AI.

In this regard, another question arises: how can a program be tested for the presence of consciousness? After all, as J. Locke [1, p. 122] and L. Wittgenstein [2, p. 141] believed, we cannot even understand what other people feel, respectively, how can we know if the program feels anything?

RESEARCH MATERIAL AND METHODS

To answer this question properly, we analyzed philosophical scientific research exploring the concept of consciousness. The English mathematician A. Turing tried to answer the question whether or not a computer is capable of thinking like a human being by proposing his own test [3, p. 433–460]. The idea of his test is that if a person cannot understand whether he is talking to a machine or not, then the machine is conscious.

However, the LaMDA example showed that this approach might not work in practice.

A group of scientists, long before the advent of LaMDA, in the form of a thought experiment called *the Chinese Room*, criticized A. Turing's experiment [4, p. 417–424].

The idea of the experiment is that a person who does not know Chinese at all is sitting in the room. However, this person has precise instructions which characters he should respond to with which characters. Character cards arrive in this room, and as instructed, this person responds with other cards in Chinese. For example, he may be asked: 'What is your favorite color?' and he can answer with a card with the hieroglyph 'blue', but will it be a conscious answer? Of course not, because this person does not understand a single hieroglyph.

In this analogy with the Chinese room, a person acts as AI, and an instruction as an AI program with clear algorithms.

The man in the Chinese room does not understand what he is doing, but only blindly follows the instructions.

Then you need to find out what distinguishes a being that has consciousness from the one that does not. The ability to answer questions and even formulate them, as we have seen, is not a criterion. Moreover, we do not impose such requirements even on all people.

In modern philosophy of consciousness, two directions can be roughly distinguished:

1) Physicalism. Consciousness is a collection of physical processes in our brain.

2) The theory of 'Qualia'. Consciousness exists independently of the brain.

From the point of view of both approaches, consciousness can be inherent in AI; in the first case, it is possible, since the brain and the neural network are two complex information systems, so there is no significant difference between them [5, p. 591].

From the point of view of qualia, any information system, even a thermostat, is in some sense conscious.

Supporters of the second approach propose to divide the question of consciousness into two parts: easy problems of consciousness and difficult ones. Easy problems are those that in the study of consciousness are solved by standard scientific methods, with the help of reduction physicalism. These methods make it possible to explain to a third person what consciousness does, how it changes over time, and what its structure is. A difficult problem arises when asking the question 'Why does consciousness exist?' [5, p. 3]. The answer to this question requires going beyond the application of scientific methods.

One of the main theorists of this approach, Frank Jackson, proposes a thought experiment called '*Mary's room*' [5, p. 266] to show that phenomenal experience for a conscious being is not just the ability to collect and even

analyze information. The phenomenal, subjective experience proper is information.

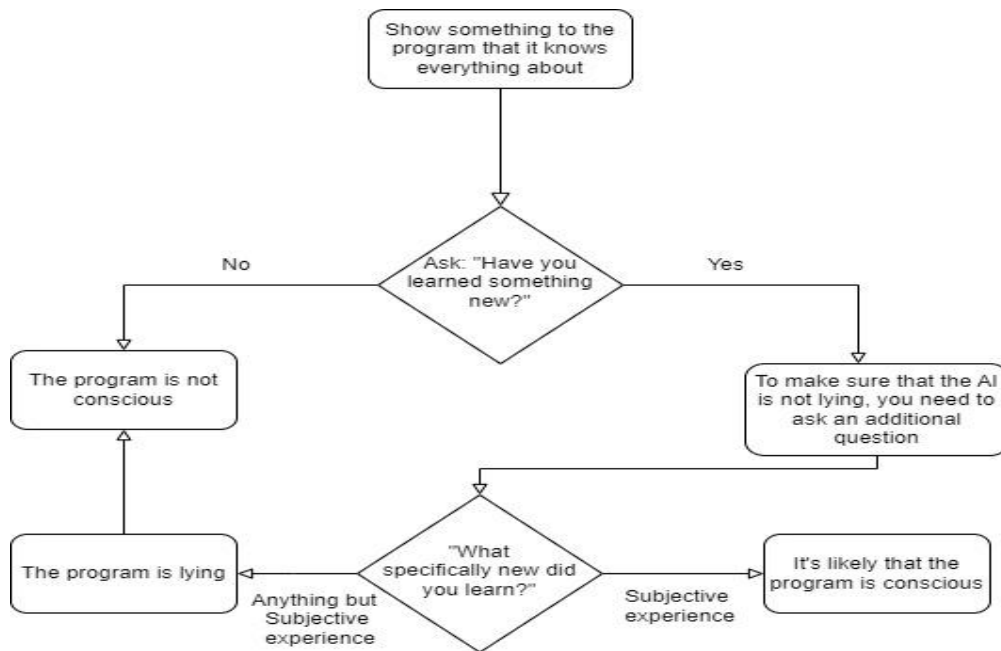
The meaning of the experiment with Mary's room is that there is a certain black and white room in which Mary lives. Mary has never seen any flowers. However, sitting in her room, she studied everything about color, from the physical properties of light and matter to how the brain processes the information it receives through the eyes. However, when she left the room one day, she learned new information about color – the subjective experience of ‘feeling’ color.

Here we are not trying to prove the rather controversial concept of ‘qualia’, here we are asking the question whether it is possible for AI to experience phenomenal experience, as we do. That is, we can say that, unlike a computer, we can be subjects of experience.

RESULTS AND DISCUSSION

Based on this, we offer our own test for the presence of consciousness in the program (see **Drawing Testing AI for the Presence of Consciousness**).

First, we need to teach the program something, for example, to give full information about what red is. Then, with the help of devices, let the program ‘see’ the red color, and then ask it if it learned anything new. If so, it needs to be asked again to make sure that it is not lying about ‘what new things it learnt’. If the answer is ‘experience’ or ‘phenomenal experience’, then the program is most likely conscious.



Testing AI for the Presence of Consciousness

CONCLUSION

However, this approach may be fundamentally wrong, as there are critics of Mary's experiment, who claim that she will not learn anything new when she leaves the room, because if she knows EVERYTHING about color, then she must also know how people experience color.

Testing artificial intelligence in the way described above is fraught with technical difficulties; it requires an artificial intelligence that claims to possess consciousness. In addition, 'the ability to have subjective experience' is far from the only definition of 'consciousness'. However, this test overcomes the problem described by the *Chinese room* experiment.

References

1. *Locke J.* An Essay Concerning Human Understanding Book I. Pennsylvania : The Pennsylvania State University, 1999.
2. *Wittgenstein L.* Tractatus Logico-Philosophicus. London : Edinburgh Press, 1922.
3. *Turing A. M.* Computing Machinery and Intelligence // Mind. A Quarterly Review of Psychology and Philosophy. 1950. Vol. LIX., № 236. P. 433–460.
4. *Searle J. R.* Minds, Brains, and Programs // Behavioral and Brain Sciences. 1980. Vol.3, № 3. P. 417–424.
5. *Chalmers D. J.* The Character of Consciousness. New York : Oxford University Press, 2010.

THE DIGITAL SILK ROAD: THE MYSTERIOUS POWER OF CHINA'S RISE

Zhou Siyan

dandanmaerfu@gmail.com;
Supervisor – O. E. Трясунова, senior lecturer

The Digital Silk Road is an important aspect of China's "Belt and Road" initiative, which aims to establish a global digital infrastructure that enhances connectivity and promotes economic development. This article tries to reveal the mysterious power behind China's rise in the digital field, focusing on the motivation, strategy and influence of the Digital Silk Road. By analyzing the political, economic and technological factors driving the Digital Silk Road, we have a comprehensive understanding of the economic impact of China's Digital Silk Road. In addition, we assess the impact of the Digital Silk Road on the global digital landscape and examine the opportunities and challenges it brings to countries along the route.

Key words: digital silk road; belt and road initiative; digital infrastructure; economic development; China.

China's "Belt and Road" program plans to build economic bridges in Eurasia and the Middle East. As an integral part of this initiative, the Digital Silk Road aims to establish a global digital infrastructure to promote economic growth and technological innovation. The purpose of the Chinese government's launch of the Digital Silk Road is the following:

1. **Building a global digital infrastructure.** Through the construction and upgrading of digital infrastructure, connect more people and regions, improve Internet coverage and quality, and promote global digitization.

2. **Improve the level of economic development.** The digital economy has the potential to increase productivity, innovation and economic growth. By sharing experience in digital technology and the economy, China hopes to help other countries improve their economic development.

3. **Strengthen global digital cooperation.** Through this project, China hopes to establish closer cooperation with other countries in the field of digital technology and economy, share information and resources, and promote global digital development.

4. **Promote China's digital technology exports.** Through the Digital Silk Road Project, China can export digital technologies and products to other countries and enhance China's influence in the global digital economy.

5. **Increase political influence.** This is also a means for the Chinese government to enhance its global influence and advance its international policy agenda.

The main directions of the implementation of the set goals are the following (picture 1).

TECHNOLOGY INFRASTRUCTURE OF DIGITAL SILK ROAD

LAND AND SEA CABLE

Undersea fiber optic cables are responsible for 98% of the internet, telephone and data traffic. Questions about security have risen if China potentially controls this infrastructure.

5G COMMUNICATIONS

Chinese companies **control 40% of the essential patents** of the 5G network worldwide. Technology operator Huawei seeks to expand its network in African, Latin American and Middle Eastern countries.



SATELLITE NAVIGATION AND COMMUNICATION SYSTEMS

China wants to expand its own network, BeiDou Navigation System, to more than 60 countries across the route to **compete with the American GPS**. For this reason, it has invested 10,000 million dollars in 35 satellites.

NEW DIGITAL TECHNOLOGY AND APPLICATIONS

- IA
- Blockchain
- Cloud computing
- Big Data
- Quantum computing
- IOT

Pic. 1. Technology infrastructure of digital silk road [1].

At the same time the development of globalization and digitization, the traditional trade model of the Silk Road can no longer meet the economic development needs of China and some other countries. The proportion of trade volume on the Silk Road has gradually declined: according to the data from the General Administration of Customs of China, from 2013 to 2019, the proportion of China's trade with countries along the “Belt and Road” in China's total foreign trade increased from 14.5 % to 19.9 %. At the same time, the proportion of China's trade volume with the rest of the world has declined [2].

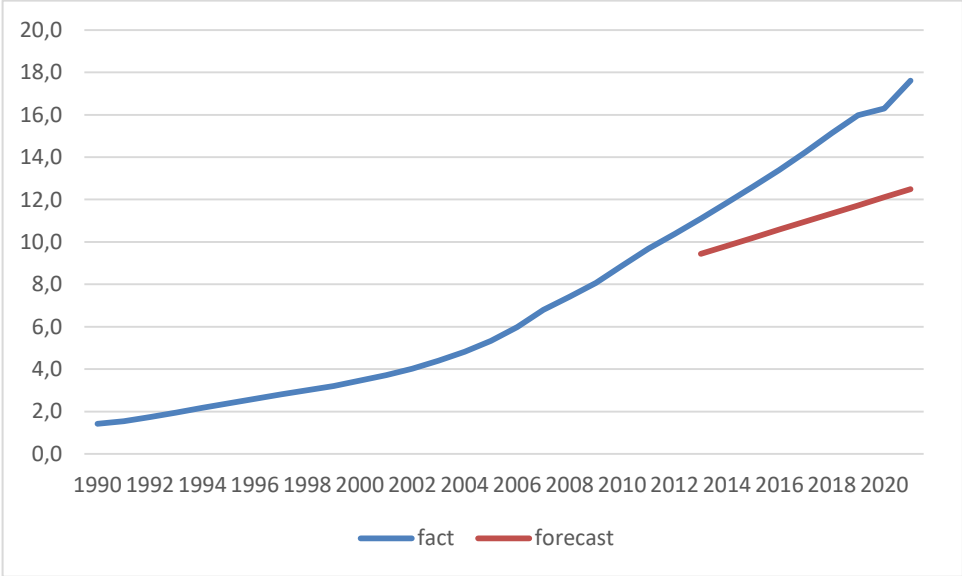
The limitations of traditional trade models are becoming more and more significant. For example, traditional trade models rely too much on infrastructure such as logistics and transportation, while the digital economy can achieve more efficient trade and exchanges through digital technologies such as the Internet. In addition, the traditional trade model has many problems in terms of environmental protection and sustainable development.

The development of the digital economy has brought new economic growth points: according to data from the National Bureau of Statistics of China, in 2020, the scale of China's digital economy reached 39.2 trillion yuan, accounting for 38.6% of GDP. The digital economy has become a new engine of China's economic development. Besides, the digital economy has a significant role in increasing employment, promoting innovation, and improving industrial efficiency.

To date, a certain part of the way has been passed. The International Telecommunication Union (ITU) states that China's technology adoption has increased significantly in recent years. For example, 4G coverage in China has exceeded 93% (for comparison in Pakistan and Malaysia it has exceeded 75 %, though China has 600 million Internet users, and Pakistan and Malaysia have 120 million and 230 million Internet users respectively) [2].

The shift from traditional physical stores to online markets has always been an important driving force for China's digitization. E-commerce platforms like Alibaba, JD.com and Pinduoduo have completely changed the way people shop and do business. For instance, in 2020, China's e-commerce sales reached US11.935 trillion, accounting for 52.1% of the global e-commerce market. Online retail sales of physical goods in China increased from 1.3 % in 2008 to 24.9 % in 2020. This growth indicates a significant shift from offline retail to online retail. Trade between the "Belt and Road" countries is becoming more frequent, and e-commerce plays an increasingly important role in this regard. The Chinese government hopes that the trade volume with the "Belt and Road" countries will reach US22.5 trillion by 2025, of which e-commerce will account for a large part. Therefore, China is actively promoting the use of electronic payment tools such as Alipay and WeChat Pay in the "Belt and Road" countries to promote the development of cross-border e-commerce.

To assess the expected impact, we built a model based on exponential smoothing of time series, within which we were able to create an estimated forecast of changes in China's GDP without the global development of the digital economy within the digital Silk Road (picture 2).



Pic. 2. China's GDP per capita, PPP (thousand), 1990-2021. Reality and forecast [authors' own development based on www.worldbank.org].

China's Digital Silk Road will accelerate global digitization and connectivity, changing trade and geopolitics. It emphasizes China's ambition to lead digital governance and shape a new world order in which technology and data promote cooperation between countries. The Digital Silk Road allows China to exert its soft power, promote national progress, and formulate technical standards abroad. For participants, this may promote growth, but it will increase dependence on China.

The geopolitical landscape is also complicated by the US-China technological tensions. As China's influence grows, the United States and other countries may curb technical cooperation or set competing standards. There may also be a "digital iron curtain" in global technology.

Countries and multilateral institutions should guide the development of China's Digital Silk Road through cooperation and safeguards. By formulating plans that are in line with local interests, the world can benefit from China's investment in global connectivity. Geopolitical tensions around science and technology must also be managed to prevent the "digital divide" and ensure that no country dominates the global digital landscape.

References

1. Ports on the new digital silk road. 2020. URL: <https://piernext.portdebarcelona.cat/en/technology/ports-on-the-new-digital-silk-road/> (date of access:05.05.2023).
2. China's artificial intelligence industry market size (unit: 100 million %). UNBISnet: 2016-2020. URL: <https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/221202-9fc9f697.html> (date of access:05.05.2023).
3. Bora LY & Albert W. K. Challenge and perspective for digital silk road: Cogent business & management, Taylor & Francis journals. 2020. Vol. 7(1).

CENTRAL BANK DIGITAL CURRENCIES: PROS AND CONS

A. S. Zviaranski

eco.zveryans@bsu.by;
Supervisor – Iryna V. Kudyko, Senior Lecturer

This paper aims to present the arguments of supporters and opponents of the introduction of national digital currencies. The study also reveals the essence of the difference between the National Digital Currency and cryptocurrency, provides a list of arguments for and against the introduction of digital national currencies, as well as personal opinion of the author of the article on this issue.

Keywords: digital currency; cryptocurrency; new economy; central bank; central bank digital currency (CBDC).

INTRODUCTION

The topic of digital currencies is now on the front pages of the world's major media, arousing the interest of both politicians and business giants, as well as ordinary people. Several of the world's largest economies have now announced plans to develop and implement a national digital currency in the very near future. And, as is often the case with any global issue, attitudes toward digital currencies range from joyful optimism to total rejection. In our paper we will try to give all the arguments for and against the introduction of digital currencies.

RESEARCH MATERIAL AND METHODS

To present foundation to our arguments we have analyzed the definitions available. According to the most widespread approach, a central bank digital currency (hereinafter – CBDC) (also called digital fiat currency or digital base money) is a digital currency issued by a central bank, rather than by a commercial bank. It is also a liability of the central bank and denominated in the sovereign currency, as is the case with physical banknotes and coins [1].

A comprehensive analysis conducted has led us to the idea that it is important to distinguish between digital currency and cryptocurrency. In addition to the main difference – the presence of a digital fiat currency issuing center in the form of a central bank – there are also a number of other differences, which can be summarized as the following formula: Digital fiat currency is an electronic, non-physical, full analogue of a conventional national currency.

After having investigated various experts' opinions on the roots of digital currency creation we adhere to the tenet suggested by the experts from the Financial Times [2], the main prerequisites for the emergence of the idea of creating national digital currencies were:

- The modern system of monetary relations itself, also known as the Jamaican system, which implies in particular the rejection of backing a national currency with gold or other material goods, instead assuming a market system of floating exchange rates, in which the currency is backed by the entire economic power of the state.

- A significant spread of high technology, digitalization and automation.
- As a consequence, a sharp increase in the share of non-cash payments in the economies of developed countries.

The immediate impetus for the decision to create CBDC was the staggering increase in the popularity of cryptocurrencies in the world.

In spring 2023, the following countries have announced the development of their national digital currencies: the United States, China, Russia, the European Union, Ukraine, Sweden, Nigeria, India, Kazakhstan, Belarus and other.

Now, having studied the basics of the topic under consideration, let us move directly to the reasoning in the argument for or against CBDC.

The arguments for the introduction of national CBDC include:

- Reduction of costs associated with the circulation of cash currency (printing banknotes and their wear and tear and loss)

- As an outcome from the previous argument, digital currencies make transaction costs cheaper.

- Security issues. Stealing digital currency, according to the ideologists of this approach, is much more difficult than stealing cash currency.

- An increased control. Digital currency is easier to trace in case of necessity – for example, when investigating a crime.

According to a leading expert in the field, Jake Frankenfield, all the main advantages of CBDC boil down to the natural advantages of digital technology in general [3].

The dual approach to analyzing the digital currency essence was employed. After focusing on the pitfalls of this currency, we consider it useful to cite the list of counterarguments, elaborated by opponents of the introduction of digital national currencies which is quite impressive.

- Excessive control. Paradoxically, many people cite one of the main disadvantages of the technology as one of its main advantages. Opponents point to the potential abuse of CBDC by some governments to increase control over citizens' economic activities. Cash that is kept as a stash is difficult to seize, while digital currency in a virtual account can be frozen with a click of a button.

- Vulnerability to hacker attacks. Despite all the security measures taken, frauds and other types of cybercriminals also do not stand still, coming up with more and more sophisticated ways to bypass protection and hack into

currency accounts. If some hacker manages to hack the national digital currency, it could jeopardize the entire economy of the country and even the world.

- The dependence of the normal functioning of the economy on a stable supply of electricity and communication systems. In the event of a force majeure situation, the least protected categories of the population, such as the elderly and residents of remote regions, will be the first to be at risk.

RESULTS AND DISCUSSION

Implementation of the CBDC in various countries has revealed several imperfections. Thus, according to Jake Frankenfield, the disadvantages of the CBDC can be described as a part of the general problems of the relationship between the state and new technologies. Often the same argument, as we have already noted above, can be considered both for and against the introduction of national digital currencies, depending on the specific situation in the country [3]. There has been accumulated plenty of evidence that the stages of deployment of this currency type yet require a thorough investigation.

CONCLUSION

To conclude, the position of the author of this article is that it is impossible to answer the question FOR or AGAINST CBDC unambiguously, as it is often the case in Economics. Results of the experimental introduction of CBDC will be deferred. In our opinion, we should cautiously and gradually introduce the national digital currency as a supplement to, but not a substitute for, the conventional currency, while maintaining the parallel circulation of cash currency. This experiment should last at least 5 years.

References

1. European Central Bank. Digital Base Money: an assessment from the ECB's perspective [Electronic resource]. URL: <https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2017/html/sp170116.en.html> (дата обращения 02.05.2023).
2. China's CBDC plan // Financial Times [Electronic resource]. URL: <https://www.ft.com/content/e3f9c3c2-0aaf-11ea-bb52-34c8d9dc6d84> (дата обращения 02.05.2023).
3. Frankenfield J. Digital Currency : Types, Characteristics, Pros & Cons, Future Uses [Electronic resource]. URL: <https://www.investopedia.com/terms/d/digital-currency.asp#:~:text=Some%20of%20the%20advantages%20of,and%20are%20susceptible%20to%20hacks> (дата обращения 02.05.2023).