

ставили большую часть расходов (35,2% или 16,5 млрд евро), а категория других пособий и субсидий (37,8% или 19,9 млрд) [2, 1–4].

Таким образом, расходы на социальную защиту в Италии довольно высоки, почти две трети из них идет на социальные выплаты, менее четверти – на здравоохранение.

### Литература

1. Конституция Итальянской Республики : принята Конституционной ассамблеей 22 дек. 1947 г. – Рим : Мультимедийный книжный центр, 2018. – С. 5–24.

2. La protezione sociale in Italia e in Europa [Risorsa elettronica] // L'Istituto nazionale di statistica. – Modalità di accesso: <http://www.istat.it>. – Data di accesso: 15.10.2020.

### Концепция спортинга

*Барановская Д. В., Каршакова Н. И., студ. II к. БГУ,  
науч. рук. Боровко М. В., канд. экон. наук, доцент*

«Бизнес – это спорт» – популярная фраза среди предпринимателей и менеджеров. В бизнесе, как и в спорте, нужны упорные тренировки, помогающие совершенствовать навыки, присутствуют падения и ошибки, которые необходимо учиться преодолевать и исправлять. Усиленная работа приводит к победе, а победитель получает все привилегии. Таким образом, данная метафора определяет тренд развития теории и практики менеджмента побед – спортинга.

Спортинг – концепция управления, основанная на спортивной методологии и идеологии, подразумевающая использование управленческих техник и технологий спорта в бизнесе, менеджменте и экономике; главная идея: спортивный дух – залог предпринимательского успеха, а основной вопрос спортинга – не «как управлять», а «как побеждать» [1].

На основе деятельности большого количества опытных менеджеров разработаны 5 принципов концепции спортинга, которых придерживаются организации, идущие путем менеджмента побед.

1. Играть в победу. Победа – это определяющее и направляющее понятие в концепции спортинга. Если будет победа – будет и прибыль.

Учеными, изучающими данную теорию, было проведено крупное исследование, показывающее, что большинство опрошенных выступают за конкуренцию на работе. Опрос был проведен коллективом ежегодной британской Бизнес-Премии «The National Business Awards». Результат показал, что 65%

работников считают победы на работе важными для себя, около 40% признают, что любят находиться в конкурентной среде, а также говорят, что были вознаграждены за свои победы, что стимулирует их к улучшению игры. За успехом в бизнесе стоит желание опрошенных принять участие в конкурсе и получить награду [2].

Таким образом, соревновательный дух работников, стремление вырваться вперед увеличивают производительность и являются важными факторами успешности компаний.

2. Играть честно. Нечестные приемы в бизнесе, как и в спорте, никогда не остаются безнаказанными. А хорошая репутация, доверие партнеров и клиентов поощряются.

3. Думать о команде. В спорте считается, что выигрывает команда, а проигрывает тренер. Важно, чтобы каждый член команды был вдохновлен на победу и стремился к эффективному выполнению своей задачи. Для этого необходим менеджер, так называемый тренер, который умеет мотивировать и настраивать сотрудников на достижение цели.

4. Учиться у спорта. Предприниматель-миллиардер Ричард Брэнсон, наблюдая за Олимпийскими играми 2012 г. в Лондоне, высказывается: «Пока мы смотрели состязания, я вспомнил много полезных для бизнеса уроков, которые нам преподносит спорт». Большинство организаций может сравнить свою работу с конкретными спортивными событиями; многие работники являются поклонниками спорта, поэтому будут использовать спортивные термины и аналогии для описания своей работы; применение спортивных терминов развивает творческое мышление, меняется подход к выполнению работы.

5. Беречь здоровье. В бизнесе, как и в спорте, физическое и моральное здоровье – один из важнейших факторов успешного рабочего процесса и получения должного результата.

Проведя анализ, для внедрения спортинга авторами предложено основываться на пяти вышеописанных пунктах, также на последовательности «человек – организация – победа», а не на классической «организация – человек – прибыль».

Важно отметить, что концепция спортинга впервые была исследована зарубежными учеными и менеджерами на примерах западных компаний, в странах с переходной экономикой, в том числе в Беларуси, эта тема изучена недостаточно. Авторами опрошено 7 предпринимателей и 8 сотрудников коммерческих и государственных компаний. Предварительный анализ опроса показал, что ни один из них не владеет знаниями и методиками спортинга. Также авторы заметили, что 80% опрошенных заинтересовала данная кон-

цепция в рамках выполнения каких-либо отдельных проектов. Отвечая на вопрос, где наиболее целесообразно использование спортинга, респонденты высказали предположение, что принципы данной модели менеджмента наиболее полезны различным предприятиям торговли, выпускающим и продающим свою продукцию. Большинство опрошенных ответило, что спортинг не рекомендуется предприятиям государственной формы собственности. 90% участников опроса подтвердили, что наличие спортивного, соревновательного духа крайне важно для достижения цели.

Концепция спортинга может быть широко применена в управлении белорусских предприятий частной формы собственности. Следует отметить, что не каждой компании подходит данная модель. Реализация концепции спортинга зависит от наличия на белорусском рынке высококвалифицированных менеджеров в целом и компетентных специалистов в теории менеджмента побед, в частности. Проведенный авторами опрос на примере 15 организаций является недостаточным, однако очевидно подтверждает заинтересованность коммерческих компаний в данной модели менеджмента. Тема спортинга является актуальной и подлежит в дальнейшем подробному изучению в Республике Беларусь.

### **Литература**

1. Управление персоналом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://raschet.ru/articles/77/13577/>. – Дата доступа: 9.11.2020.
2. Пять правил менеджмента побед [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru/management/practices/1774623>. – Дата доступа: 9.11.2020.

## **Тенденции развития валютной системы Республики Беларусь: сущность и значение**

*Белова Д. А., студ. IV к. ГрГУ,  
науч. рук. ст. преп. Воронецкая И. В.*

Слияние экономического потенциала стран в единую мировую экономику приводит к переходу части капитала из национальной валюты в иностранную, и наоборот. В связи с этим на протяжении десятилетий формировались международные валютные отношения, представляющие собой совокупность общественных отношений, складывающихся при функционировании денег в мировом хозяйстве. С развитием валютных отношений была создана