

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Барановичский государственный университет»



**БЕЛАРУСЬ И КИТАЙ:
МНОГОВЕКТОРНОСТЬ
СОТРУДНИЧЕСТВА**

Сборник статей по результатам
VI Научно-практического круглого стола

(Барановичи, 22 марта 2023 года)

Барановичи
БарГУ
2023

В сборнике представлены направления сотрудничества Республики Беларусь и Китайской Народной Республики в области образования, науки, экономики, культуры. Решение возникающих проблемных аспектов основано на их детализации, формировании причинно-следственных связей, факторов, апробации предложенных сценариев решения, оперативности реализации комплекса рекомендаций.

Представленные тезисы докладов авторов – представителей учреждений высшего образования Республики Беларусь и Китайской Народной Республики – отражают подходы в направлении преподавания китайского языка, культурных особенностей, взаимодействия Республики Беларусь и Китайской Народной Республики в области экономики, информационных технологий, социальной сферы для повышения конкурентоспособности наших стран-партнеров.

Материалы сборника представлены на русском и английском языках, также как и аннотированные материалы, с целью расширения географии читателей. Материалы сборника будут полезны преподавателям, аспирантам, магистрантам, студентам, учащимся, другим заинтересованным в изучении методических подходов, инструментария оценки экономической и социальной эффективности использования ресурсов, а также в выявлении факторов эффективного международного сотрудничества Республики Беларусь.

Материалы публикуются в авторской редакции. Ответственность за точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Редакционная коллегия:

В. В. Климук (гл. ред.), А. В. Прадун (отв. ред.), И. А. Богданович, А. Н. Воробей,
Н. Г. Дубешко, И. В. Пинюта, К. И. Рябова

Рецензенты:

кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева» в г. Новокузнецке *Ю. А. Кузнецова*;

кандидат экономических наук, доцент, руководитель Центра стратегических исследований социально-экономического развития Юга России, доцент кафедры «Финансы» Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет» *О. В. Андреева*

СОДЕРЖАНИЕ

Беларусь и Китай: диалог культур. Актуальные проблемы преподавания китайского языка и культуры

Дегиль Н. И., Ван Чжунюй. Развитие цифровой экосистемы в КНР	5
Криштоп И. С., Пивоварчик Е. В. Китайская культура сквозь призму английской	12
Курьянович А. С., Пытель У. И. Особенности и ключевые характеристики имён в культурах Китая и Беларуси	19
Лепешко В. В. Сотрудничество Беларуси и Китая в контексте диалога культур	27
Санюк А. С., Адамович С. В. Основные модели номинации блюд китайской кухни	35
Сун Кэлинь. Классификация названий традиционной одежды и их использование в современном Китае	43
Ян Синцзюань. Сотрудничество университетов Беларуси и Китая в совместной подготовке кадров	51
Lobko A. A., Polyanina Y. N., Liu Xiangqian. Popular topics on top social media in the UK, Belarus and China: comparative analysis	59
Song Yizhuo. The current state and prospects for the development of choreographic education in China	66

Векторы белорусско-китайского сотрудничества

Вакар А. С., Низовец Д. В. Цифровой маркетинг в Китае	73
Гордейчик С. В., Барановская К. В., Севрук В. В. Взаимодействие реального сектора экономики и высших учебных заведений	80
Губко М. В. Правоспособность и дееспособность несовершеннолетнего как субъекта гражданского права: сравнительный анализ законодательства Республики Беларусь и Китайской Народной Республики	88
Климук В. В., Ким Д. А. Компоненты взаимодействия организаций в векторе инновационного развития	95
Климук В. В., Лешко К. О. Анализ направлений развития молодежного предпринимательства в Беларуси и Китае	104

Климук В. В., Лешко К. О. Многоуровневые инкубационные платформы инновационных разработок	112
Климук В. В., Унсович А. Н. Направления научно-технологического, инновационного развития Республики Беларусь	119
Ковальчук И. В., Малевич А. В. Оборудование для ионно-плазменного азотирования	126
Лизакова Р. А., Ву Сяньи. Роль корпоративной культуры в стратегическом управлении бизнесом китайских корпораций	133
Лукьянович В. В., Хованская М. М. Криптовалюта: мошенничество и виды	140
Лю Хэ, Лизакова Р. А. Развитие цифровых технологий в Китайской Народной Республике как база для активизации интерактивного маркетинга	147
Островская А. К., Низовец Д. В. Проблемы и перспективы развития индустриального парка «Великий камень»	154
Уголева П. Д., Харкевич И. С. Стимулирование инновационной активности персонала организации	162
Хань М., Фэн Б. Анализ качества хлеба, полученного из смеси китайских крупяных и бобовых культур с пшеницей	169
Шах А. В., Шапович Е. Г. Строительная 3D-печать: берём на вооружение опыт Китайской Народной Республики	174
Ostrovskaya A. A., Liu Bingkun. The development of economic behavior of a specialist: the search for a perception vector	182
Zhang Shiming. Exponential organizations as new high-tech business models in China	189

БЕЛАРУСЬ И КИТАЙ: ДИАЛОГ КУЛЬТУР. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ

УДК 374.72

Н. И. Дегиль¹, Чжунной Ван²

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, ¹degil.natasha@mail.ru, ²326164457@qq.com*

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОСИСТЕМЫ В КНР

В направлении внедрение новых цифровых технологий Китайская народная республика является лидером в различные сферы образования, где важную роль играют реформы, направленные на развитие цифровой экосистемы всех форм и уровней национальной системы образования. Особенности дистанционного обучения определяются в основном как самостоятельная работа. Большая часть учебного времени студентов отделена от учителей и одноклассников. В статье проанализированы этапы развития создания дистанционного образования в Китае.

Ключевые слова: дистанционное образование; цифровые технологии.

N. I. Degil¹, Zhongyu Wang²

*Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
¹degil.natasha@mail.ru, ²326164457@qq.com*

DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECOSYSTEM IN CHINA

In the direction of introducing new digital technologies, the People's Republic of China is a leader in various areas of education, where reforms aimed at developing a digital ecosystem of all forms and levels of the national education system play an important role. Features of distance learning are defined mainly as independent work. Most of the students' study time is separated from teachers and classmates. The article analyzes the stages of development of distance education in China.

Key words: distance education; digital technologies.

Введение. Закрытие школ в разгар пандемии COVID-19 затронуло 1,6 миллиарда школьников, и страны всего мира отреагировали на кризис вариантами дистанционного обучения, вызвав беспрецедентные изменения в системе образования. Дистанционное обучение внедряется во многих странах угрожающими темпами, а качество и эффективность программ дистанционного обучения варьируются, поскольку большинство из них внедряются в больших масштабах впервые.

В Китайской Народной Республике (КНР) важную роль играют реформы, направленные на развитие цифровой экосистемы всех форм и уровней национальной системы образования. Развитие дистанционного образования в Китае прошло через три поколения: первое поколение — это заочное образование, которое воспитало много талантов, но заочное образование имеет относительно большие ограничения; второе поколение — это радио- и телевизионное образование, появившееся в 1980-х годах. Этот метод дистанционного обучения и университет CCTV пользуются высокой репутацией в мире, в 1990-х годах, с развитием информационных и сетевых технологий, появилось третье поколение современного дистанционного образования, основанного на информационных и сетевых технологиях.

Основная часть. В конце 1994 года под эгидой Государственной комиссии по образованию 10 университетов, включая Университет Цинхуа, совместно осуществили «Демонстрационный проект Китайской образовательной и исследовательской компьютерной сети (CERNET)». Это первая публичная компьютерная сеть, использующая протокол TCP/IP в Китае.

В 1996 году президент Университета Цинхуа Ван Дачжун выступил с предложением о развитии современного дистанционного образования, а в 1997 году Хунаньский университет впервые сотрудничал с Hunan Telecom для создания онлайн-университета. Университет Цинхуа запустил онлайн-курсы повышения квалификации для аспирантов в 1998 году.

В сентябре 1998 года Министерство образования КНР официально утвердило Университет Цинхуа, Пекинский университет почты и телекоммуникаций, Чжэцзянский университет и Хунаньский университет в качестве первой группы экспериментальных учебных заведений для современного дистанционного образования в стране.

В 1999 году Министерство образования КНР сформулировало «Взгляды на развитие современного дистанционного образования», в сентябре был учреждён «Проект строительства высокоскоростной магистральной сети CERNET».

В июле 2000 года Министерство образования КНР обнародовало документ «Временные меры по управлению образовательными веб-сайтами и онлайн-школами», в то же время количество пилотных колледжей современного дистанционного обучения было расширено до 31, а также документ «О поддержке нескольких колледжей» и Университеты создали колледжи сетевого образования для развития современного дистанционного образования.

31 июля 2000 года 31 пилотный колледж и университет создали в Пекине «Группу сотрудничества по современному дистанционному обучению для колледжей и университетов» для укрепления обмена и сотрудничества между пилотными колледжами и университетами и содействия созданию и совместному использованию образовательных ресурсов.

В июле 2001 года Министерство образования КНР продолжило расширять пилотный масштаб современных колледжей дистанционного обучения, расширив их с 38-ми до 45-ти колледжей. В 2012 году насчитывалось 68 современных колледжей дистанционного образования.

Ду Чжаньюань, заместитель министра образования КНР, подчеркнул, что информатизация образования является важной частью и стратегическим направлением национальной информатизации, а также незаменимой поддержкой и движущей силой реформы и развития образования. Необходимо в целом организовать, тщательно развернуть и всесторонне продвигать ключевые задачи информатизации образования в этом и следующем году, чтобы обеспечить своевременный значительный прогресс, чтобы большинство низовых школ, учителей и учащихся по-настоящему ощутить эффективность информатизации образования.

Организационный режим дистанционного обучения можно разделить на: индивидуальный режим обучения и коллективный, то есть на индивидуальное обучение и командное. Самое главное отличие состоит в том, что метод группового обучения основан на синхронном общении, а преподаватели и студенты должны общаться в режиме реального времени. Индивидуальный метод обучения основан на

асинхронном общении, создании учебной среды в семье ученика, и ученики могут учиться в нужное время. Два режима обучения по существу связаны с режимом передачи и распределения образовательных ресурсов [1].

Китай, который занимает второе место по размеру экономики в мире, показывает самый быстрый темп экономического развития и уже достаточно давно разработал «План Развития Цифрового Китая». Выступая на церемонии открытия Второй Всемирной интернет-конференции 16 декабря 2015 года, Председатель КНР Си Цзиньпин отметил, что Китай реализует план «Интернет+», способствует строительству «Цифрового Китая», развивает «Экономику Шеринга», поддерживает различные виды инноваций на основе Интернета для повышения качества и эффективности всестороннего развития [2].

Если говорить о современном режиме дистанционного образования в Китае, то, если выразиться образно, в настоящее время «расцветает сотня цветов». Все онлайн-школы имеют свои особенности, и причина в том, что учреждения образования, создающие эти онлайн-школы, пытаются отразить свои преимущества и особенности в виртуальном мире. Диверсификация форм онлайн-образования связана с ориентацией государственной политики, а также связана с разнообразием предприятий и образовательных учреждений, участвующих в развитии этой сферы. Можно ли удовлетворить потребности людей в обучении, интегрируя реальные образовательные ресурсы онлайн? Очевидно, что нет. Итак, какая модель управления школами может отразить преимущества современного дистанционного образования на основе сети? Практически все организации, управляющие онлайн-школами, пытаются решить эту проблему. Среди них особенно интересен фактический прогресс проекта «Реформа модели обучения талантов и пилотный проект открытого образования» Центрального университета радио и телевидения Китая. Можно обратить внимание на то, что различные организации, управляющие школами, которые создают онлайн-школы, стремятся подчеркнуть свои собственные преимущества и особенности в управлении онлайн-школами, но в то же время ищут реальную поддержку в традиционных технологиях, организационном управлении, руководстве по обучению и реальной помощи. Анализируя эти ситуации, мы чувствуем, что современная модель дистанционного образования имеет следующие тенденции развития.

Во-первых, техническое обеспечение объединения современности и традиции. Следует сказать, что на начальном этапе бурного развития современных медиаинформационных технологий и их применения в сфере образования многие люди проявляли к этой технологии необычайный энтузиазм. Такого рода энтузиазм сыграл огромную положительную роль в содействии широкому применению современных медиаинформационных технологий в сфере образования, создав тем самым виртуальную и реальную образовательную среду. Практический уклон средств современных медиаинформационных технологий называется «односетевым» и явлением использования современных медиаинформационных технологий для осуществления педагогической деятельности вне зависимости от особенностей обучающихся, курсов и фактические эффекты являются результатом этого предвзятого понимания и практической предвзятости.

С углублением применения современных медиаинформационных технологий в сфере образования люди начали осознавать, что многие традиционные медиаинформационные технологии незаменимы в поддержке дистанционного образования (например, книги и учебные материалы). Для системы образования взрослых, основанной на удовлетворении потребностей в обучении взрослых, будь то современная медиаинформационная технология или традиционная медиаинформационная технология, необходима любая технология, подходящая для характеристик и условий индивидуальных потребностей в обучении. Такое понимание отражает правильную направленность сочетания современных и традиционных технических средств и медиаформ в развитии дистанционного образования и принимается, и признается всё большим числом людей.

Во-вторых, организационная система, сочетающая централизацию и децентрализацию. Модель дистанционного образования, созданная современными средствами массовой информации и информационными технологиями, дает людям возможность учиться вне ограничений времени и пространства, а также предоставляет людям больше возможностей для самостоятельного обучения. Но даже в современном обществе по-прежнему существует проблема недостаточного или неравномерного распределения социальных образовательных ресурсов. В этом случае, чтобы удовлетворить индивидуальные потребности в обучении взрослых с разным социальным происхождением, жизненными целями и учебными привычками,

необходимо иметь общество, которое может сосредоточить различные силы на изучении и решении этой проблемы неадекватности или неравенства, и затем для удовлетворения автономных потребностей людей в обучении. Обучение требует образовательной организации или учреждения, которое обеспечивает ресурсные условия. В то же время оно также нуждается в низовой образовательной организации или учреждении для взрослых, разбросанных по низовому сообществу, которые могут непосредственно удовлетворять индивидуальные потребности учащихся в обучении и предоставлять им конкретные рекомендации, помощь и поддержку. В этом смысле организационная модель современного дистанционного образования взрослых должна представлять собой систему, сочетающую в себе «сетевые школы и центры обслуживания населения по месту жительства». В настоящее время почти все «онлайн-школы» обращаются за поддержкой к реальным низовым образовательным организациям, либо строят низовые учебные сервисные центры для самостоятельного управления школами, либо полагаются на существующие низовые образовательные организации или учреждения для совместного управления школами. Эти факты как бы указывают на общую тенденцию развития современной системы организации дистанционного образования.

В-третьих, режим обучения, который сочетает в себе руководство и самообучение. Обсуждая характеристики потребностей взрослых в обучении, люди обычно уделяют большое внимание характеристикам самостоятельного обучения современных взрослых. Фактически такая самостоятельная учебная деятельность неотделима от руководства учителя. Большинству взрослых людей необходимо учиться в современном обществе информационного взрыва. В современном обществе для учащихся можно приобрести почти все уровни и профессиональные учебные материалы (курсы). Режим обучения современного дистанционного образования взрослых должен представлять собой органичное сочетание методической помощи преподавателя и самостоятельного обучения студентов.

В-четвертых, образовательная среда, в которой едины виртуальность и реальность. С бурным развитием современных медиаинформационных технологий и их широким применением в сфере образования постоянно повышается уровень воспроизведения реальной образовательной среды в виртуальном мире. Но виртуальный —

это все-таки не реальность, в конечном итоге онлайн-школы не могут обойтись без поддержки реальных образовательных ресурсов и организаций. Поддержка реальных образовательных ресурсов — основа выживания онлайн-школ. Как видно из Интернета, многие компании с мощными возможностями разработки приложений для современных медиа и информационных технологий уже давно видят светлое будущее современного дистанционного образования для взрослых и создают так называемые онлайн-школы. Поддерживаемые ресурсами, но не желающие сотрудничать со школой, он так и не нашел свою позицию.

Нормальная работа онлайн-школ зависит от служб поддержки реальных образовательных организаций. С точки зрения образовательных целей, улучшение фактических способностей людей, психологического качества и развития личности неотделимо от целенаправленной образовательной деятельности, организованной реальным образованием; организация учебной программы и разработка содержания курса неотделимы от фактического образования. Только с помощью виртуальной образовательной среды, созданной современными средствами массовой информации и информационными технологиями, реальные образовательные ресурсы и образовательные организации могут разрешить противоречие между образовательными потребностями реального общества и отсутствием или неравномерным распределением образовательных ресурсов, способных удовлетворить эти потребности, и это может служить большему количеству людей и в большей степени обеспечивает лучшие условия для обучения во времени и пространстве. В то же время виртуальная образовательная среда, создаваемая современными медиаинформационными технологиями, может существовать и развиваться только на основе поддержки реальных образовательных ресурсов и образовательных организаций, реально удовлетворять специфические, разнообразные и меняющиеся потребности в обучении разных людей в информационном пространстве. Именно в этом смысле в образовательной среде современное дистанционное образование представляет собой единство виртуального и реального.

Форма современного дистанционного образования только зародилась, и, поскольку дистанционное обучение ещё не полностью разработано, можно сказать, что наше понимание его характеристик находится лишь на начальном этапе.

Заключение. Таким образом, перспективы развития современного дистанционного образования для взрослых, несомненно, очень

яркие, и преимущества, которые могут лучше удовлетворить потребности в обучении современных взрослых, будут постоянно укрепляться. Как педагоги для взрослых, мы должны сознательно стоять на вершине модернизации, чтобы понимать и решать различные проблемы, с которыми сталкивается традиционная модель образования для взрослых, и способствовать ее преобразованию в современную модель дистанционного образования для взрослых, которая больше соответствует характеристикам современного обучения взрослых.

Особенности дистанционного обучения определяются в основном как самостоятельная работа. Большая часть учебного времени студентов отделена от учителей и одноклассников. Нет классной комнаты, нет классной атмосферы. Эти характеристики заставят многих студентов, которые только что закончили, начав дистанционное обучение, неизбежно столкнуться с некоторыми трудностями.

Список цитируемых источников

1. Берестова, Т. Ф. Инновация и инновационная деятельность: пределы понятий [Электронный ресурс] / Т. Ф. Берестова. — Режим доступа: <https://www.cyberleninka.ru/article/n/innovatsiyai-innovatsionnaya-deyatelnost-predely-ponyatiy>. — Дата доступа: 12.04.2021.

2. Ямпольская, Д. О. Опыт внедрения цифровых технологий в КНР / Д. О. Ямпольская, С. Го // Human Progress. — 2021. — Т. 7, Вып. 3. — С. 19. — Режим доступа: http://progress-human.com/images/2021/Tom7_3/Yampolskaya.pdf, свободный. DOI 10.34709/IM.173.19. — Дата доступа: 12.04.2023.

УДК 008;008:001

И. С. Криштоп¹, Е. В. Пивоварчик²

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, ¹inessa_top@mail.ru,
²jaroschewitsch@gmail.com*

КИТАЙСКАЯ КУЛЬТУРА СКВОЗЬ ПРИЗМУ АНГЛИЙСКОЙ

В статье рассматривается рецепция образа Китая, отраженного сквозь призму европейского восприятия на материале серии «Слепой банкир» британского сериала «Шерлок». Установлено, что создатели киноленты воплощают амбивалентный

образ Китая. С одной стороны, авторы картины создают образ Подне-бесной как колыбели неповторимых по красоте, самобытности и разнообразию материальных и духовных ценностей: акцентируются загадочность и древность китайской культуры, которая представлена боевым искусством, театром, чаепитием, китайским языком. С другой стороны, азиатская держава показана как далекая, опасная и малоизвестная страна, страна-угроза.

Ключевые слова: диалог культур; киноискусство; китайская культура; Шерлок Холмс.

I. S. Kryshchyn¹, E. V. Pivovarchik²

Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,

¹inessa_top@mail.ru, ²jaroschewitsch@gmail.com

CHINESE CULTURE THROUGH THE PRISM OF ENGLISH CULTURE

The article aims at describing the ways the Chinese culture is presented through the lens of European perception. The episode “The Blind Banker” of the British TV series “Sherlock” is used as research material. It is established that the directors of the series embody the ambivalent image of China. On the one hand, they create the image of the Celestial Empire as a cradle of unique beauty, originality and variety of material and spiritual values: the mystery and antiquity of Chinese culture which is represented by martial arts, theater, tea drinking tradition, and the Chinese language are emphasized. On the other hand, the Asian country is shown as a distant, dangerous and unknown country which means threat.

Key words: dialogue of cultures; cinematography; Chinese culture; Sherlock Holmes.

Введение. Истории о Шерлоке Холмсе представляют собой феномен всеобщего интереса. Мастер-детектив, использующий наблюдение, дедукцию и научные знания, очаровал не одно поколение читателей разных стран мира. Впервые Шерлок Холмс появился в 60 романах и рассказах Артура Конана Дойла, опубликованных в период с 1887 по 1927 год. На протяжении многих лет произведения о сыщике пользовались огромной международной популярностью: написано множество статей, эссе и книг, в которых анализируются сюжеты и конфликты, а также образ Холмса.

Несмотря на то, что прошло более ста лет со дня появления образа, он остается востребованным как со стороны читателей и зрителей, так и создателей кинофильмов, фанфиков и т. д. Поэтому

в 2010 году всемирно известный Шерлок Холмс был занесен в Книгу рекордов Гиннеса как наиболее часто изображаемый в кинолентах и телевизионных сериалах литературный персонаж. Установлено, что на момент включения в ежегодный справочник детектив появлялся на экране 254 раза в исполнении более чем семидесяти пяти разных актеров.

Одной из последних известных киноверсий о сыщике с феноменальными аналитическими способностями является британский телесериал «Шерлок» (2010—2017), который был создан режиссерами Марком Гэтиссом и Стивеном Моффатом по мотивам книг Артура Конана Дойла. В современной киноверсии классические герои Холмс и Ватсон продолжают расследовать необычные криминальные интриги, однако местом действия становится Лондон XXI века. На наш взгляд, создателям сериала неплохо удалось совместить бережное отношение к оригиналу и перемещение персонажей в современную обстановку. Однако то, что в викторианском Лондоне было самыми передовыми технологиями и сделало образ криминалиста-ученого авторской находкой, в киноверсии нынешнего века трансформировалось в одержимость современными технологиями. Поэтому важнейшей характеристикой Шерлока из одноименного сериала становится метафора «мозг как компьютер»: мыслительные процессы главного героя постоянно ассоциируются с поиском в базах данных.

Более того, создатели сериала в качестве основных источников преступлений акцентируют конфликты, возникающие при взаимодействии субъектов — носителей не только разных сознаний, но и систем ценностей, идейных позиций, культур. Например, во второй серии первого сезона «Шерлока» авторы обращаются к китайскому контексту.

Цель данной статьи — определение путей презентации китайской культуры в серии «Слепой банкир» британского сериала «Шерлок», в которой Шерлок (Бенедикт Камбербэтч) и Джон Ватсон (Мартин Фримен) расследуют дело о шифре, состоящем из чисел древней китайской системы исчисления.

Основная часть. Среди многочисленных функций искусства (эстетической, социальной, познавательной, прогностической, воспитательной) особое место занимает коммуникативная, которая позволяет удовлетворить естественную потребность в диалогическом усвоении как культуры других народов, так и общечеловеческого

наследия. К сожалению, «медиумом современного процесса коммуникации являются уже не книги, а сигналы — носители информации. Современный процесс глобализации утверждает новую аудиовизуальную культуру, основными медиумами которой являются телевидение и Интернет» [1, с. 158]. При этом О. С. Кочеров указывает на особую «важность учёта культурных факторов», поясняя, что первостепенное значение имеют тексты, «содержащие в себе базовые культуральные, онтологические и этические представления, интерпретируемые и переосмысляемые современниками и последующими поколениями» [2, с. 32]. Наиболее безболезненным является взаимодействие культур, существующих в рамках общей для них цивилизации, однако контакты европейских и неевропейских культур могут осуществляться по-разному [3, с. 204].

Важно понимать, что для получения всестороннего представления о национальных особенностях интересующей нас культуры, необходимо пользоваться разными информационными источниками, одним из которых является кинематограф. Современное искусство кино — это не только своеобразный калейдоскоп, но и важнейший социальный институт, который влияет на жизнь общества, формируя сознание зрителя: фильмы заставляют людей грустить и веселиться, преподносят новые идеи и закрепляют старую информацию, помогают заглянуть в прошлое, глубже понять настоящее и попробовать представить будущее. Фильмы выступают в качестве различного рода сообщений об объектах окружающей действительности, т. е. фиксируют «опыт человечества или же отдельной личности (непосредственно автора произведения), через описание которого можно сформировать представление о той или иной культуре» [4, с. 239]. Уверенно можно сказать, что кинопродукты, изменяя сознание отдельного индивида, оказывают сильное влияние на общество в целом.

Современное «увлечение» Китаем подготовлено не одним десятиком лет. Образ страны, созданный западными миссионерами и купцами на протяжении многих веков, был настолько многогранен, эмоционален и необычен, что европейцы начали коллекционировать, а затем и производить по китайским образцам мебель, фарфор, ткани и др. Очевидно, что Китай всегда являлся неисчерпаемым источником вдохновения для западноевропейских творцов. При этом, не имея никакого отношения к процессу глобализации, проникновение китайской культуры в западную было тонким и эстетичным. В истории

можно найти немало примеров, когда Китай становился музой для деятелей западного искусства. Например, в конце XVII века европейская аристократия открыла для себя китайский фарфор. Именно увлечение фарфором повлекло за собой интерес к китайской изобразительной традиции.

Основу сюжета второй серии «Слепой банкир» британского сериала «Шерлок» составляют аллюзии на рассказы Артура Конана Дойла «Долина ужаса» и «Пляшущие человечки», но перемещение действия в современный Лондон и включение элементов китайской культуры делает киноленту уникальным творческим продуктом.

Кинокартина начинается со сцены в музее. Его сотрудница Су Линь, одетая в традиционное китайское платье под названием ципао, спокойно проводит чайную церемонию. Из ее выступления зритель узнает, что традиция заваривать чай насчитывает более четырехсот лет. Более того, будучи специалистом по гончарному искусству, Су Линь указывает на особую роль льющейся воды, которая со временем делает глиняные чайники более красивыми и блестящими. Девушка уточняет, что глиняный чайник используется в традиции народов Миньнань и Чаочжоу или Чаошань и изготавливается из исинской глины, а его закругленная форма помогает «округлить» вкус чая. Су Линь бережно обращается с предметами чайной церемонии, тем самым определяя важность, значимость и красоту материальных носителей китайской культуры.

Су Линь задержалась на работе. Закрыв вещи на складе, она вышла в зал и вдруг увидела жёлтую надпись на статуе. Это были старинные китайские цифры, которые использовались агентами тайной организации «Чёрный лотос». В дальнейшем Су Линь рассказала сыщикам про организацию и загадочные иероглифы, а также о том, что убийцей-пауком, обвиняемом в смерти двух англичан, является её родной брат. Также становится известно, что после смерти родителей, будучи ребенком, Су Линь была вынуждена сама вместе со своим младшим братом стать членом Чёрного Лотоса — китайского преступного сообщества, занимавшегося контрабандой наркотиков и драгоценностей. Став старше, она уехала в Англию, но брат остался среди преступников. Далеко за пределами своей Родины Су Линь старается сохранить китайские традиции в быту (картины, ширмы), однако они составляют лишь незначительную часть в оформлении интерьера ее английской квартиры.

Создатели сериала также упоминают древний синдикат «Туна» — преступное сообщество, основанное в Китае и специализировавшееся на перевозе ценностей через границу в Европу и Соединенные штаты. Как правило, его члены на месте преступления оставляли оригами — цветок черного лотоса. Именно такой положили в карман Шерлоку во время схватки в квартире, где он искал улики.

Сцены посещения сыщиками Китайского квартала Лондона сопровождаются завораживающими звуками флейты, превращающими улицы, полные азиатских покупателей, в мистическую и опасную среду. Также Чайна-таун обильно декорирован красными фонариками. Во время посещения Шерлоком и Ватсоном китайского магазинчика сувениров им предлагают приобрести статуэтку кота с поднятой лапкой. Однако стоит отметить, что в современном мире данное изделие принадлежит не только китайской культуре. Статуэтка носит название «Манэки-нэко» и является распространённой японской керамической фигуркой, которая, как полагают, приносит её владельцу удачу.

Основой расследования Шерлока составляет шифр, представленный некой старинной системой цифр Ханзум, которая некогда использовалась жителями Поднебесной. Однако детектив называет ее неправильно. В действительности иероглифы именуются Сучжоу.

Обращает на себя внимание упоминание ваз династии Мин, которые по праву считаются истинными произведениями китайского искусства. Над созданием одной вазы работало порядка 80 мастеров. Общеизвестно, что главная заслуга Китая перед миром искусства заключается в том, что именно его мастера первыми научились изготавливать фарфор в период правления династии Юань в XIII—XIV веках. Расцвет производства фарфора пришелся на эпоху правления одной из известных китайских династий Мин. В период 1368—1644 годы императоры Китая самолично контролировали изготовление фарфоровых изделий, поэтому они отличались высоким качеством.

В сериале важным элементом китайской культуры, явившимся причиной убийства двух человек, становится некогда принадлежавшая китайской императрице нефритовая заколка, которую журналист Ван Кун украл и подарил своей секретарше. Отметим, что нефрит с древнейших времен считается одним из неофициальных символов Китая. Природный камень обладает множественными символическими значениями, такими как долговечность, надежность,

благородство и т. д. Более того, аксессуары для волос всегда занимали важное место в культуре Поднебесной. Еще в древнем Китае и женщины, и мужчины не стригли волосы, а собирали их в узел и закалывали шпильками. Так как нефрит был самым любимым камнем, шпильки из него являлись обязательной составляющей приданого невест китайской знати. Украшения для волос дарили возлюбленным.

В сцене, когда брат Су Линь пришел в музей, чтобы убить ее, он использует одну из стратегий, описанную в древнем китайском трактате «Искусство войны», автором которой стал выдающийся китайский стратег и мыслитель, живший предположительно в VI—V вв. до н. э., Сунь-Цзы. Он известен не только своими славными победами над врагами, но и тем, что оставил потомкам книгу, которую вот уже две с половиной тысячи лет читают те, кто интересуется китайскими ценностями и искусством, политической и военной историей, философией и культурой.

Несомненно, авторы кинокартины не могли не включить в сюжет еще один важный элемент китайской культуры — выступление акробатической труппы, которую создатели фильма ошибочно называют «цирком». Отметим, что основная разница между цирком и театром заключается в содержании шоу и месте его проведения: китайский акробатический театр всегда являлся именно акробатическим и исключал любые формы дрессировки животных, будь то кони или другие. Кроме того, до недавнего времени на представлениях китайского акробатического театра нельзя было увидеть даже воздушные этюды. Представления происходят не на арене, а на сцене. Считается, что китайский народ является одним из лучших в развитии акробатического театра.

Стоит отметить, что авторы сериала явно стремились к созданию «восточной» атмосферы, поэтому смешивают элементы культур, принадлежащих разным странам. Например, убийца из организации «Черный лотос» владеет навыками ниндзюцу, изначально зародившегося в Китае в монастырях, откуда оно проникло в Японию. Искусство оригами (с японского языка переводится как складывание из бумаги) также своими корнями уходит в историю Древнего Китая, когда была изобретена бумага. В сериале бумажная фигурка цветка черного цвета выполняет функцию метки для будущей жертвы. Еще одним источником утверждения японско-китайских «связей» является антикварная лавка, которая наполнена фигурками манеки-нэко

(переводится с японского как «манящий кот») — распространёнными атрибутами как китайских, так и японских ресторанов. Очевидно, что в сериале подчеркивается тот факт, что Китай оказал существенное влияние на развитие культуры соседнего государства, его письменность, религию и философию.

Заключение. Создателям сериала воплощают амбивалентный образ Китая. С одной стороны, авторы кинокартины создают образ Поднебесной как колыбели неповторимых по красоте, самобытности и разнообразию материальных и духовных ценностей: акцентируются загадочность и древность китайской культуры, которая представлена боевым искусством, театром, чаепитием, китайским языком. С другой стороны, азиатская держава показана как далекая, опасная и малоизвестная страна, страна-угроза, выходцы из которой — наркоторговцы, контрабандисты и наемные убийцы. Очевидно, что имеет место некоторая демонизация Китая.

Список цитируемых источников

1. *Усманова, О.* Кинематограф как современная форма диалога культур / О. Усманова // Минбар. — 2008. — № 2. — С. 158—160.
2. *Кочеров, О. С.* Китайская стратегическая культура и «Дао дэ цзин» / О. С. Кочеров // Международные отношения. — 2019. — № 4. — С. 31—47.
3. *Мамонтов, А. С.* Культурология: учебник / А. С. Мамонтов. — М.: Гардарики, 2005. — 396 с.
4. *Ефремова, Г. А.* Средства создания образа китайской лингвокультуры в транслингвальном произведении / Г. А. Ефремова // Ученые заметки ТОГУ. — 2018. — Т. 9. — № 1. — С. 238—244.

УДК 81-2

А. С. Курьянович¹, У. И. Пытель²

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, ¹nkrnvch@gmail.com, ²upytel@16mail.ru*

ОСОБЕННОСТИ И КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИМЁН В КУЛЬТУРАХ КИТАЯ И БЕЛАРУСИ

Рассмотрены различия в использовании имен в основе культуры Китая и Беларуси. Выделены группы русских, белорусских и китайских имен, объединенных

общими значением и происхождением. Обнаружены сходства старобелорусских имен и древних китайских имен (отражение положительных и отрицательных характеристик, названиями животных, растений, феноменов природы). Показаны параллели между русскими, белорусскими и китайскими именами и фамилиями, отражающими идеологические и культурные ценности.

Ключевые слова: личное имя; культура; этимологическое значение имени; отчество; основные отличия между белорусскими и китайскими именами.

A. S. Kuryanovich¹, U. I. Pytel²

*Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
¹nkrnvch@gmail.com, ²upytel@16mail.ru*

FEATURES AND KEY CHARACTERISTICS OF NAMES IN THE CULTURES OF CHINA AND BELARUS

Differences in the use of names are at the heart of the culture of China and Belarus. Groups of Russian, Belarusian and Chinese names united by common meaning and origin are identified. Similarities of Old Belarusian names and ancient Chinese names were found (reflection of positive and negative characteristics, names of animals, plants, natural phenomena). Parallels between Russian, Belarusian and Chinese names and surnames reflecting ideological and cultural values are shown.

Key words: personal name; culture; etymological meaning of the name; patronymic; the main differences between Belarusian and Chinese names.

Введение. Изучение различий русского и китайского языков относительно недавно вошло в число актуальных тем белорусской лингвистики по случаю активного развития белорусско-китайского культурного сотрудничества. Поэтому в данной работе отражены ключевые понятия и характеристики, где предметом сравнения являются имена собственных, их этимологическое значение и происхождение.

Имя собственное как одна из универсалий языка и культуры выполняет функцию хранения и трансляции традиций, истории, культуры народа. Имена являются олицетворением духовных потенций народа, а также являются важной частью культурного наследия и личной идентичности человека. При этом часть таких имен являются значимыми не только для собственного народа, страны, региона, но и для общемировой культуры, науки и т. п.

Наличие словесного обозначения является одним из наиболее важных аспектов личности каждого человека. Когда новорожденный

получает свое имя, он становится частью общества, получает свое место в нем. Имя становится идентификатором, по которому люди узнают друг друга и связываются между собой. Оно может оказывать влияние на личность, отношения с другими людьми и даже на карьеру персоны.

Некоторые исследования показывают, что у людей с определенными именами может быть склонность к определенным чертам характера. Например, исследование, проведенное в Университете Абердина, показало, что люди с именами, начинающимися на букву «А», склонны быть более уверенными в себе и успешными в карьере, чем люди с именами, начинающимися на букву «С». Некоторые исследования показывают, что люди с необычными именами могут сталкиваться с определенными трудностями в социальном и профессиональном плане. Например, имена, которые сложно произносить или запомнить, могут вызывать отрицательную реакцию у людей, что может привести к их исключению из общества или ограничению карьерных возможностей. Однако, также есть много примеров, когда имя может помочь в карьерном росте. Например, известный бренд Coca-Cola привлекает внимание и запоминается потребителям. Имена известных людей, таких как Стив Джобс или Билл Гейтс, также стали символами успеха и влияния. Кроме того, имя может влиять на самооощение человека. Люди с именами, которые они считают более привлекательными или престижными, могут иметь более высокую самооценку и чувство уверенности в себе.

Имена часто имеют свое происхождение в языке и культуре, которые присутствовали в момент, когда они были созданы. Некоторые имена могут иметь литературное происхождение, связанное с персонажами из книг или фильмов, или быть взятыми из религиозных текстов. В других случаях имена могут быть связаны с событиями в жизни ребенка, такими как день рождения или событие, произошедшее во время беременности матери. Интересно, что в разных культурах имена могут иметь разное значение и означать разные вещи. Например, в западных культурах многие имена связаны с христианской религией и могут иметь библейское происхождение. В некоторых культурах, таких как Индия, имена могут отражать социальное положение и происхождение семьи. В странах Азии традиционно используются имена, основанные на сезонах и погоде.

Основная часть. Белорусские имена образовались в результате различных исторических, культурных и языковых влияний. Они имеют свои корни в древнеславянской, балтийской, германской, литовской и других языках. Например, многие белорусские имена имеют славянские корни, такие как Александр, Андрей, Иван, Михаил, Николай, Петр, Сергей и т. д. Кроме того, некоторые белорусские имена имеют христианские корни и связаны с библейскими персонажами или святыми. В древности белорусские имена были связаны с природой, религиозными верованиями и героическими легендами. Например, имя Радзівіл (Радзивилл) происходит от слова «рада» (совет) и «віл» (замок), что означает «совет замка». Такие имена как Леслава (от слова «лес»), Дубрава (от слова «дубрава»), Заряна (от слова «заря»).

Большая часть средневековых белорусских имен дошла до нас из письменных источников времен Великого княжества Литовского. Большинство населения было православным, поэтому имена предков современных белорусов, в основном заимствованы из православного календаря. После объединения ВКЛ с Королевством Польским, в белорусский именослов начинают проникать имена из католического календаря. В целом, белорусские имена отражают многообразие культур и языковых влияний на этот регион в течение многих веков.

Сегодня в Беларуси используются как традиционные имена, так и современные. В современном белорусском паспорте имя, отчество и фамилия записываются на двух языках. Белорусские и русские имена не транслитерируются, а заменяются соответствующими аналогами: Дзяніс — Денис, Вольга — Ольга. При этом белорусский вариант зачастую может использоваться исключительно «на бумаге», поскольку многие белорусы, говорящие в быту по-русски, используют соответственно русские варианты имен. Например: Аляксей (Алексей), Іван (Иван), Міхась (Михаил), Алёна (Елена), Ганна (Анна), Кацярына (Екатерина).

В настоящее время, китайские имена имеют свою структуру, которая состоит из двух частей: фамилии (姓, xìng) и личного имени (名, míng). Личное имя является второй частью имени и может состоять из одного или нескольких символов. В отличие от фамилий, личные имена имеют большую свободу выбора. Внутренняя форма личных имён чаще всего отражает возложение надежд на новорождённого (敏学 [Mǐnxué] ‘понятливый’ + ‘наука’), пожелание

благополучия (富强 [Fuqiang] ‘богатый’ + ‘сильный’), состояние природы в момент рождения ребёнка (艳春 [Yanchun] ‘яркий’ + ‘весна’), традиционные философские воззрения (礼孝 [Lixiao] ‘ритуал’ + ‘сыновняя почитательность’) или иные явления и факты, наблюдаемые в момент рождения (燕飞 [Yanfei] ‘ласточка’ + ‘летать’) [1, с. 38]. В некоторых регионах Китая традиционно выбирают имена, которые начинаются на одну и ту же букву или имеют определённую рифму. Это связано с традиционными убеждениями, что такие имена приносят удачу и процветание. Имена также могут использоваться для выражения уважения или любви к другим людям. Например, в китайской культуре часто используются имена, которые указывают на родственные отношения — брат может называться Дацзи (大哥, dàgē), а сестра — Дажень (大姐, dàjiě).

Люди уделяют внимание значению каждого иероглифа, входящего в состав имени, и комбинаторике иероглифов, порождающей объёмные смыслы (это отражает в целом семантическую гибкость китайского языка, позволяющего в двух-четырёх иероглифах развить целую идею).

Важно отметить, что по китайскому имени далеко не всегда можно определить пол, хотя имеются определённые семантические критерии, связанные с гендерными стереотипами: имя может фиксировать типично «женские» признаки, такие как ‘нежность’, ‘красота’, ‘аромат’ и т. д., или типично «мужские» — ‘мужество’, ‘сила’, ‘героизм’, ‘воин’. В последней четверти XX в. Политика ограничения рождаемости, которая разрешала каждой паре супругов иметь только одного ребёнка, заставила китайцев осознать равное значение для семьи как сыновей, так и дочерей. Поэтому ребёнку зачастую (преднамеренно или нет) стали давать имя, не соответствующее гендерному стереотипу, — таким образом, начала стираться граница между «мужским» и «женским» в именах, появились женские имена с характерными мужскими признаками, и наоборот: 香云 [Xiangyun] ‘ароматный’ + ‘облако’, 叙红 [Xuhong] ‘описать’ + ‘красный’, 晶 [Jing] ‘кристалл, квинтэссенция’, 文琴 [Wenqin] ‘письменность’ + ‘цитра’, 凤羽 [Fengyu] ‘феникс’ + ‘оперение’ — традиционно женские имена, которые сегодня носят мужчины; 明侠 [Mingxia] ‘ясный’ + ‘странствующий рыцарь’, 松鹤 [Songhe] ‘сосна’ + ‘журавль’,

万超 [Wanchao] ‘десять тысяч’ + ‘превосходить’, 伟 [Wei] ‘великий’, 雄 [Xiong] ‘герой’ — традиционно мужские имена, используемые для наречения девочек [2, с. 761; 3, с. 57].

Китайские имена имеют большое культурное значение не только для Китая, но и для всего мира. В последние годы китайские имена стали популярными в мире благодаря быстрому росту экономики Китая и распространению китайской культуры. Многие люди, живущие за пределами Китая, выбирают китайские имена для своих детей, чтобы отразить свое уважение к китайской культуре или связи с Китаем. Например, знаменитый американский актер Джеки Чан выбрал для своего сына китайское имя Цзitiaнь (房仕龍).

Фамилия — это наименование, которое присваивается человеку при рождении или браке. В разных культурах фамилии имеют свои особенности и традиции использования. Они также помогают людям определять свою принадлежность к определенной семье, роду или нации. Белорусская фамильная система в полной мере отражает сложную и богатую жизнь страны, и несёт в себе следы многочисленных культурных влияний. По этой причине в основах белорусских фамилий могут быть слова, связанные с литовским, польским, русским языком.

Первые устойчивые фамильные наименования принимались магнатскими родами Великого княжества Литовского со второй половины XV века. Эти древние родовые имена: Сапега, Тышкевич, Пац, Громько — широко распространены среди белорусов и сегодня. Некоторые фамилии свидетельствуют о белорусском происхождении присутствием в основе белорусских фонетических признаков: Астапов (вместо Остапов), Кананков (вместо Кононков), Алейников (вместо Олейников) и т. д.

Дальше идут фамилии, которые произошли от различных названий (Зуб, Книга, Шышка), растений (Грыб, Груша, Цыбуля), птиц (Верабей, Бусел, Сарока, Шпак), животных (Зяец, Лис, Корсак), названия месяца либо дня недели (Листапад, Серада, Вечар), праздника (Вяликдзень, Каляда, Купала). Сюда относятся и такие фамилии, которые характеризуют собой человека. Так на *-ка*, *-ька* в основе слов Лянуцька (тот, кто ленится), Забудзька (тот, кто забывается), есть также фамилии: Будзька (кто будит), Сапоцька (кто храпит), Ходзька (от ходить), Хоцька (от хотеть) и очень много подобных этим фамилиям.

Фамилии на *-ский, -цкий* локальные. Возникли они от названий местностей и названий, родовых шляхетских усадеб. Белорусский шляхтич ВКЛ, который владел усадьбой Цяпина — именовался Цяпинский, Огинты — Огинский, Достоевом — Достоевский и т. д. По названиям местностей, кто был из Дубейково тот стал Дубейковский, кто жил около озера — Озёрский, за рекою — Зарецкий, за лесом — Залеский.

Фамилии на *-еня* свойственны только белорусам (хотя этот суффикс встречается в украинском, но типичен он именно для белорусских фамилий). Например: Абраменя, Горощеня, Протасеня.

Фамилии с уменьшительным суффиксом *-ец* (Ярец, Малец, Базылец). Часто они образуются от названий жителей каких-либо мест: Павловец (← Павлово), Михновец (← Михново), Борисовец (← Борисов) и т. д.

Среди фамилий современного белорусского ареала выделяется пласт балтизов, который обусловлен глубокими и длительными контактами белорусов с балтийскими народами, прежде всего литовским. Примеры: Довнар (лит. Daiv-nor-as ← Daivg-nor-as), Корбут (лит. Kār-i-butās, Kōr-butās), Рымша (лит. Rimšas ← Rim-vydas) и т. д.

В Китае насчитывается более 4 тысяч фамилий, но только около 100 из них составляют более 90 % населения Китая. Некоторые из наиболее распространенных фамилий в Китае включают Ван (王), Ли (李), Чжан (张) и Лю (刘).

Первые китайские фамилии появились более 4 тысяч лет назад в период Шань и Чжоу. Фамилии тогда были присвоены только для императорской семьи и других высших слоев общества. С течением времени они распространились на все слои населения и стали являться важной частью китайской культуры.

Китайские фамилии часто имеют символическое значение, которое отражает культурные, исторические и социальные особенности. Например, фамилия Ли (李) означает «лиственное дерево» и указывает на приверженность к семейным ценностям и традициям. Кроме того, китайские фамилии могут использоваться для выражения уважения к другим людям или отражения связей с другими семьями. В китайской культуре существует традиция смены фамилии жены на фамилию мужа после брака, чтобы показать свою принадлежность к новой семье.

Белорусские и китайские имена имеют много отличий. В Беларуси имя состоит из двух частей — имени и отчества. Отчество — это второе имя, которое указывается после имени и фамилии человека. Оно обычно образуется от имени отца (отсюда и название «отчество»), добавлением к нему суффикса или окончания. В китайской культуре нет традиции использования отчества, как в белорусской культуре. Вместо этого, в Китае используется фамилия (姓, xìng), которая идет перед именем. Например, у президента Китая Си Цзиньпина фамилия Си (习) и имя Цзиньпин (近平). Кроме того, в Китае обычно используется обращение по имени и фамилии, без указания отчества.

В Китае имя состоит из одной части, которая может быть длинной и содержать несколько знаков. Кроме того, в Китае традиционно используются имена, которые отражают желаемые качества или достижения, например, «Сильный», «Умный», «Прорастающий». В Беларуси же имена выбираются по своему звучанию и значению, а также могут быть связаны с религиозными традициями. Также в Беларуси сохраняются традиционные имена, которые передаются из поколения в поколение. Например, у мальчиков это может быть Иван, Андрей, Сергей, а у девочек — Ольга, Наталья, Екатерина.

В Китае есть традиция давать детям имена по годам животных в китайском календаре. В Беларуси такой традиции нет. В Китае также принято использовать формулы уважения при обращении к людям старшего возраста или высокого положения. Например, у старшего брата может быть другое имя, которое используется только более молодыми членами семьи. В Беларуси же обращение по имени и отчеству является более распространенным и принятым в обществе. Таким образом, белорусские и китайские имена имеют свои особенности и традиции использования, которые отражают культурное наследие и личную идентичность каждого человека.

Заключение. Имена — это не только просто способ отличать людей друг от друга, но и важная часть культуры, отражающая исторические, культурные и социальные особенности. В культурах Китая и Беларуси имена имеют символическое значение и часто связаны с определенными религиозными, мифологическими или историческими событиями. Имена отражают и многообразие культур, показывают особенности социального устройства общества.

Таким образом, имена являются важной частью культуры и отражают множество различных аспектов жизни: ожидания от человека, религиозные убеждения, исторические события, социальный статус, а также многообразие культур и традиций. Имена не только помогают идентифицировать человека, но и могут быть источником интереса и изучения для исследователей и любителей культурологии.

Список цитируемых источников

1. Лю, Ч. Исследование имен студентов начала XXI в. / Ч. Лю // Вестн. Тэйюаньского пед. ун-та. — 2006. — № 5. — С. 38—41.
2. Большой словарь китайских личных имён / коммерческое изд-во. — Пекин, 2003. — 1436 с.
3. Большой словарь китайских имён разных веков : в 2 ч. — Шанхай : Шанхайское изд-во древних книг, 1999. — Ч. 1.

УДК 8.808:3.32.327

В. В. Лепешко

Учреждение образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», Гродно, Республика Беларусь, vikalepeshka@gmail.com

СОТРУДНИЧЕСТВО БЕЛАРУСИ И КИТАЯ В КОНТЕКСТЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР

Данная статья посвящена анализу особенностей культурного диалога между Беларусью и Китаем на протяжении тридцати одного года их сотрудничества. Проводится обзор двустороннего стратегического сотрудничества между странами в сферах экономики, культуры, образования. Приводятся примеры взаимодействия и взаимопроникновения белорусской и китайской культур. Анализируются перспективы дальнейшего развития всестороннего взаимовыгодного сотрудничества между двумя государствами.

Ключевые слова: диалог культур; взаимодействие культур; Беларусь; Китай; всестороннее сотрудничество.

V. V. Lepeshko

*Yanka Kupala State University of Grodno, Grodno, the Republic of Belarus,
vikalepeshka@gmail.com*

COOPERATION BETWEEN BELARUS AND CHINA IN THE CONTEXT OF THE DIALOGUE OF CULTURES

The article is devoted to the analysis of the peculiarities of the cultural dialogue between Belarus and China during the thirty-one years of their cooperation. A review of bilateral strategic cooperation between the countries in the spheres of economy, culture and education is being carried out. Examples of interaction and interpenetration of the Belarusian and Chinese cultures are given. The prospects for further development of comprehensive mutually beneficial cooperation between the two states are analyzed.

Key words: dialogue of cultures; interaction of cultures; Belarus; China; comprehensive cooperation.

Введение. Взаимодействие и диалог культур — это, можно сказать, та движущая сила, которая помогает развитию стран и культур. На примере некоторых стран мы можем видеть отрицательное влияние политики закрытости и стремления к «чистоте» своей собственной культуры. Ведь таким культурам хоть и удавалось тем самым сохранять свою собственную самобытность, но они часто замедляли своё развитие. Следовательно, в современном мире глобализации просто необходимо взаимодействие как диалог культур. Однако следует отметить, что с понятием диалога культур тесно связано и такое понятие как межкультурная коммуникация. Эти два понятия только на первый взгляд кажутся одинаковыми, однако между ними есть существенное отличие. Следует начать с того, что термин «коммуникация», как пишет А. Тойнби, первоначально понимался как «участие в каком-либо совместном деле, но преимущественно и в наибольшей степени — в каком-то политическом союзе» [1]. Однако по мере развития науки коммуникация чуть позже стала пониматься как средство связи между какими-либо объектами. Согласно такому пониманию, коммуникация направлена как на объектно-объектные, так и на субъектно-объектные либо субъектно-субъектные отношения, если коммуникация осуществляется между людьми.

Диалог же может быть только субъектно-субъектным, ведь необходимо, чтобы в нём участвовали два человека. Именно в этом и состоит ключевое отличие коммуникации от диалога. Кроме этого,

можно сказать, что диалог — это своего рода «ответвление» коммуникационного процесса. Как пишет М. М. Бахтин, «активное понимание, приобщая понимаемое новому кругозору понимающего, устанавливает ряд сложных взаимоотношений, созвучий и разнозвучий с понимаемым, обогащает его новыми моментами. Именно такое понимание учитывает и говорящий. Поэтому его установка на слушателя есть установка на особый кругозор, особый мир слушателя, она вносит совершенно новые моменты в его слово: ведь при этом происходит взаимодействие разных контекстов, разных точек зрения, разных кругозоров, разных экспрессивно акцентных систем, разных социальных «языков» [2, с. 88—95]. Отсюда можно сделать вывод о том, что в процессе диалога его участники равны, ведь мнение и опыт одного в любом случае будет выслушан другой стороной и эти роли в процессе диалога будут сменяться. Диалог, таким образом, подразумевает, что мнения и опыт этих самых сторон уникальны и благодаря такого рода взаимодействию одна сторона примет мнение другой, прислушается к нему.

Если же говорить о диалоге культур, то здесь действует тот же самый механизм. В процессе диалога культур взаимодействующие культуры обмениваются опытом, традициями, в результате чего устанавливается «взаимопонимание» между данными культурами. Поэтому можно сказать, что диалог культур — это наиболее продуктивная форма взаимодействия между представителями разных культур, ведь в ходе него можно не только позаимствовать опыт другой культуры, но и понять, в чем заключается самобытность своей собственной культуры и как ее можно развивать.

Основная часть. В данной статье мы рассматриваем диалог и взаимодействие культур Беларуси и Китая, предпосылки такого рода диалога и его перспективы.

В 2023 году исполняется тридцать один год со дня установления дипломатических отношений между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой. На протяжении более чем 30 лет две страны совершенствуют свои отношения и продвигают прочное всестороннее сотрудничество. Именно этот факт является показателем крайней плодотворности диалога двух этих культур. Особенно результативным является сотрудничество в сферах торговли и экономики, науки и техники. Этот факт доказывает, что будущее экономического и торгового сотрудничества между двумя странами

многообещающее, а китайско-белорусский индустриальный парк и другие проекты будут иметь все более насыщенное содержание. Ведь если такого рода сотрудничество развивается, значит эти две страны имеют общие взгляды и цели развития в данных областях.

Одним из ключевых примеров успеха сотрудничества между двумя странами является Китайско-белорусский индустриальный парк. Именно он ярко свидетельствует о том, что Беларусь — одна из стран с высокой долей экономического и торгового сотрудничества с Китаем. В настоящее время в парке в качестве резидентов находятся 107 предприятий из 15 стран с общим объемом инвестиций более 1,3 млрд. долларов США. Данные предприятия охватывают широкий спектр отраслей промышленности. По данным Белорусского государственного статистического комитета, чистая прибыль предприятий Китайско-белорусского индустриального парка в 2022 году достигла 34,1 млн. белорусских рублей, увеличившись в 1,4 раза по сравнению с предыдущим годом [3].

Беларусь — одна из первых стран, откликнувшихся на инициативу «Один пояс, один путь», которой в 2023 году исполняется 10 лет, и до сих пор принимающих участие в данной инициативе. В последние годы китайско-белорусское сотрудничество углубляется, а объем двусторонней торговли неуклонно растет. Согласно статистике Главного таможенного управления Китая, объем двусторонней торговли между Китаем и Беларусью в 2022 году достиг 5 079,9 млн. долларов США, увеличившись на 33 % по сравнению с предыдущим годом [4].

Еще одним показателем белорусско-китайского диалога культур является организация ежегодных выставок «Сделано в Беларуси». На этих выставках представлена белорусская продукция: кондитерские изделия, молочные продукты, безалкогольные напитки и рапсовое масло, которые привлекают китайских потребителей и становятся все более популярными. Так же обстоит ситуация и с популярностью китайских продуктов питания на белорусском рынке. Свидетельством этому можно назвать появление все большего количества китайской продукции и заведений, продвигающих китайскую кухню и традиции [5].

По мнению Сунь Жуаньчжи, директора Института исследований России, Восточной Европы и Центральной Азии Китайской академии общественных наук, «первое — это то, что политические отношения между двумя странами сейчас очень тесные, и Китай и Беларусь

сейчас установили всепогодное всеобъемлющее стратегическое партнерство, в том числе здесь особенно важную роль играет дипломатия главы государства, что обеспечивает очень хорошую политическую основу для дальнейшего расширения экономического и торгового сотрудничества в будущем. Это создало очень хорошую политическую основу для дальнейшего расширения экономического и торгового сотрудничества в будущем. Во-вторых, объем торговли между двумя странами достиг очень высокого уровня, особенно в последние годы, объем торговли между Китаем и Беларусью растет год от года, и Китай стал одним из крупнейших торговых партнеров Беларуси» [5].

В последние годы также углубляется сотрудничество между Китаем и Беларусью в области научно-технических инноваций. В провинции Гуандун развернуто плодотворное сотрудничество в области инноваций, промышленного сотрудничества. Руководство провинции также установило тесное, практико-ориентированное и взаимовыгодное сотрудничество с такими учреждениями, как Национальная академия наук, Национальный технический университет и Университет Цзяотун. Кроме этого, между провинцией Гуанчжоу и Беларусью созданы совместные научно-исследовательские и инновационные центры китайской медицины, новых материалов и производства оборудования.

Кроме того, в последние годы Китай и Беларусь сотрудничают в области железнодорожного транспорта, в плане подготовки кадров и научных исследований в соответствии с необходимостью строительства инициативы «Один пояс, один путь» и перспективой построения высокоскоростных железных дорог. Для этого с 2020 года Гуанчжоуский железнодорожный профессионально-технический колледж и Белорусский государственный университет транспорта сотрудничают в области управления эксплуатацией железных дорог и технологии электроснабжения железных дорог для подготовки высококвалифицированных кадров, имеющих перспективу работы на международной арене. Следует отметить, что после окончания университета, китайские студенты могут продолжить обучение в Беларуси, как и белорусские студенты могут продолжить обучение в Китае, чтобы получить степень бакалавра, магистра или даже доктора наук с перспективой обеспечения кадрового резерва для взаимной интеграции железнодорожного транспорта в обеих странах [5].

В будущем, по мнению экспертов, ожидается, что Китай и Беларусь будут и дальше повышать качество сотрудничества в таких областях, как цифровая экономика и высокотехнологичное сотрудничество.

Если говорить о сотрудничестве в области культуры, то знаковым событием в развитии таких отношений можно назвать подписание в ноябре 1992 года «Соглашения о культурном сотрудничестве между правительствами Беларуси и Китая», где прописаны основные положения развития сотрудничества в сфере культуры между двумя странами. Чуть позднее была создана Комиссия по сотрудничеству в области культуры, которая занимается вопросами активизации участия сторон в международных фестивалях и конкурсах искусств, планирует сотрудничество в сфере кинематографа и телевидения, в области библиотечного и архивного дела, в области издательской деятельности [6]. Кроме этого, весьма знаковым событием стало создание китайским скульптором памятника белорусскому поэту Янке Купале, который позднее был передан в городской поселок Копысь Оршанского района Витебской области для установки.

Весьма плодотворным является сотрудничество в области культуры благодаря подписанию большого количества меморандумов. К примеру, в мае 2017 года подписан Меморандум о сотрудничестве между Национальным историческим музеем Республики Беларусь и Национальным историческим музеем Китайской Народной Республики. Помимо этого, Указом Президента Республики Беларусь от 25 октября 2021 года директор Национального художественного музея Китая У Вэйшань был удостоен ордена Франциска Скорины за развитие и укрепление связей между Беларусью и Китаем. Это все доказывает, что диалог и взаимодействие культур между двумя странами имеет двусторонний характер и взаимный интерес.

Наиболее важным событием этого года, подтверждающим, что в дальнейшем всестороннем сотрудничестве заинтересованы обе стороны, является официальный визит Президента Республики Беларусь Александра Григорьевича Лукашенко в Пекин. В рамках визита Александр Лукашенко провел переговоры с Председателем Китайской Народной Республики Си Цзиньпином, встретился с премьером Госсовета КНР Ли Кэцяном, председателем Постоянного комитета Всекитайского собрания народных представителей Ли Чжаньшу и представителями крупного китайского бизнеса, в том числе с руководством корпорации “СITIC Group” и Первой китайской

автомобильной корпорации «ФАВ Групп» [7]. В ходе переговоров во время данного визита был подписан «План совместного развития Республики Беларусь и Китайской Народной Республики на основе сопряжения стратегических программ двух стран на средне- и долгосрочный периоды», где прописаны основные цели, задачи и направления стратегического сотрудничества двух стран в различных сферах. Главы обоих государств в своих речах не раз подчеркивали, что отношения между Китаем и Беларусью являются не столько партнерскими, сколько дружескими. Глава белорусского государства подчеркнул, что «в периоды важных политических, и не только, событий очень переживает за своего друга, как и положено настоящим товарищам» [8].

Заключение. Подводя итоги данного исследования, можно сказать, что, несмотря на распространенное мнение о том, что Беларусь и Китай — совершенно не похожие страны, а культуры этих двух стран не имеют ничего общего, в действительности культуры Беларуси и Китая имеют общие взгляды и идеи развития, а также общую культурную базу. Ведь совершенно разные культуры, не имеющие общих черт, не могли бы наладить настолько дружеские и доверительные отношения. Для любого рода взаимоотношений необходимо нечто общее, на чем они и будут строиться. Именно наличие и нахождения общих точек пересечения позволяет как начать, так и дальше строить устойчивые, дружеские отношения и укреплять партнерство. Итоги 31-летнего сотрудничества показывают, что партнерство Китая и Беларуси имеет достаточно устойчивую базу для укрепления налаженных связей и продолжения плодотворного сотрудничества.

Таким образом, мы видим, что диалог культур между Беларусью и Китаем находится в самом расцвете, это доказывает, что сотрудничество налажено практически во всех сферах. Причем белорусско-китайский диалог культур базируется на таких принципах как взаимное уважение культурных ценностей, признание культурной значимости стран-партнеров и интенсивное взаимодействие двух стран в различных сферах. В связи с этим вопрос изучения отношений между Беларусью и Китаем на сегодняшний день является невероятно важным и актуальным, благодаря чему возникает необходимость в изучении принципов, основных направлений и форм культурного взаимодействия между нашими странами. Результатом

диалога и взаимодействия культур можно назвать подготовку кадров для последующей работы в учреждениях и организациях как на территории Беларуси, так и на территории Китая; научное, творческое и информационное сотрудничество; проведение совместных научных и культурных мероприятий; развитие дипломатических отношений; посещение делегациями обеих стран друг друга; организацию мероприятий образовательной и культурной тематики; содействие взаимному ознакомлению с культурным достоянием двух стран, в связи с чем происходит культурный и творческий обмен; проведение выставок различной тематики; организацию мероприятий, посвященных национальным праздникам Беларуси и Китая; развитие регионального сотрудничества, закрепление все большего количества городов-побратимов среди городов Республики Беларусь и Китайской Народной Республики; активное развитие туристических связей, открытие Институтов и Кабинетов Конфуция; проведение Дней культуры Беларуси в Китае и Китая в Беларуси; функционирование индустриального парка инновационных технологий «Великий камень».

Список цитируемых источников

1. Тойнби, А. Постигание истории / А. Тойнби. — М. : Айрис-Пресс, 1991. — 640 с.
2. Бахтин, М. М. Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. — М. : Художественная литература, 1975. — 504 с.
3. Основные показатели деятельности резидентов Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-iokruzhashchaya-sreda/statistika-malykh-territoriy/osobyie-ekonomicheskie-zony/godovye-dannye/osnovnye-pokazateli-deyatelnosti-rezidentov-kitaysko-belorusskogo-industrialnogo-parka-yelikiy-kamen/>. — Дата доступа: 15.03.2023.
4. 2分钟了解“一带一路”税收征管能力促进联盟课程体系1.0版 = 2 minutes to learn about the Belt and Road Alliance for Tax Administration Capacity Building Course System Version 1.0 [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.chinatax.gov.cn/chinatax/c102199/c5185422/content.html>. — Date of access: 15.03.2023.
5. 中国白俄罗斯关系不断提质升级经贸科技等合作成果丰硕 = China-Belarus relations continue to improve and upgrade, with fruitful cooperation in trade, science and technology [Electronic resource]. — Mode of access: <https://m.huanqiu.com/article/4BtCPGiMXVR>. — Date of access: 16.03.2023.
6. Сотрудничество в сфере культуры [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://china.mfa.gov.by/ru/bilateral/humanitarian/>. — Дата доступа: 15.03.2023.

7. О государственном визите Президента Республики Беларусь Александра Лукашенко в Китайскую Народную Республику [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://china.mfa.gov.by/ru/embassy/news/dbf830e59bfb25e2.html>. — Дата доступа: 15.03.2023.

8. 习近平同白俄罗斯总统卢卡申科举行会谈 = Xi Jinping holds talks with Belarusian President Lukashenko [Electronic resource]. — Mode of access: http://www.news.cn/politics/leaders/2023-03/01/c_1129407046.htm. — Date of access: 15.03.2023.

УДК 81

А. С. Санюк¹, С. В. Адамович²

Учреждение образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», Гродно, Республика Беларусь, ¹lina_sanyuk@mail.ru, ²adamovich@grsu.by

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ НОМИНАЦИИ БЛЮД КИТАЙСКОЙ КУХНИ

В данной статье подробно анализируются модели номинации блюд китайской кухни, приводятся соответствующие примеры. Их учет поможет переводчику при переводе названий блюд китайской национальной кухни адекватно передать название блюда на переводящий язык, сохранив его культурную информацию, и при этом не создать чересчур длинное название.

Ключевые слова: кулинарная культура; номинация; кулинаруним; модель.

A. S. Sanuk¹, S. V. Adamovich²

Yanka Kupala State University of Grodno, Grodno, the Republic of Belarus, ¹lina_sanyuk@mail.ru, ²adamovich@grsu.by

METHODS OF NOMINATION OF CHINESE DISHES

This article provides a detailed analysis of the ways of nominating Chinese dishes, with respective examples. Their consideration will help the translator when giving a translation of Chinese traditional cuisine names to adequately represent the name of the dish in the translating language, preserving its cultural information, while not forming an over-lengthy name.

Key words: culinary culture; nomination; culinaronym; model.

Введение. Национальная кухня играет важную роль при знакомстве с культурой какой-либо страны. Через кулинарную культуру транслируется информация о глютогонических предпочтениях и приоритетах того или иного народа, о гастрономических обычаях и традициях, о национальном самосознании и мышлении, об историко-культурных процессах и так далее. Названия блюд национальной кухни как части кулинарной культуры страны содержат в себе большие лингвокультурные сведения, которые необходимо передать в переводе, что представляется особенно актуальным на современном этапе в связи с развитием и укреплением экономических и культурных связей между народами Беларуси и Китая.

Основная часть. Для проведения исследования китайских кулинарных рецептов использовались «Китайская кухня» Лян Люсиля [1], меню китайского ресторана «Сезоны» отеля Weijing Hotel г. Минск [2], меню кафе китайской кухни «Юань» г. Гродно [3], «Настоящая китайская кухня» Д. Журавлёва [4].

В кулинарной книге «Китайская кухня» Лян Люсиля [1] собраны лучшие рецепты основных школ кулинарного искусства Китая — северной, восточной, западной и южной. Данная книга была выбрана в качестве материала исследования, поскольку её автор является экспертом в сфере оригинальной китайской кулинарной культуры, к тому же сам повар. В своей книге «Китайская кухня» автор не только описывает рецепты приготовления национальных китайских блюд, но также дает пояснения, связанные с областью китайского кулинарного искусства и питания, истоками появления того или иного блюда, его традиционными и культурными особенностями, а также толкует значения тех или иных специфических названий.

В меню китайского ресторана «Сезоны» [2] общим объемом 12 страниц перечислены блюда китайской кухни, которые действительно считаются жемчужинами китайского национального кулинарного искусства. Шеф-поваром в данном ресторане является Люй Синьпинь с огромным профессиональным опытом в сфере китайской кухни, который прежде работал в самых престижных ресторанах Пекина. В качестве материала исследования также использовалось меню кафе китайской кухни «Юань» [3] г. Гродно общим объемом 14 страниц.

В кулинарной книге китайской национальной кухни «Настоящая китайская кухня» востоковеда Д. Журавлёва [4] представлена

большая база рецептов национальной кухни наряду с описанием их приготовления и объяснениями культурных и исторических особенностей появления и названий тех или иных блюд. В данной кулинарной книге есть различные разделы: закуски, мясные блюда, рыбные блюда, овощные блюда и десерты. Данная книга была издана в 2015 году и в общей сложности состоит из 160 страниц.

Корпус исследования составили 122 названия блюд китайской кухни, при изучении которых выделены следующие основные модели номинации блюд китайской кухни: названия по способу приготовления, названия по входящим в состав ингредиентам, названия по внешнему признаку, названия по вкусовым качествам, названия по месту появления, названия по культурным факторам, смешанная модель наименования. Рассмотрим данные модели подробнее.

Названия по способу приготовления.

В данную категорию мы относим названия тех блюд, названия которых описывают способ приготовления блюда. Количество таких китайских национальных блюд многочисленно, рассмотрим некоторые из них.

К названиям, мотивированным способом приготовления, можно отнести баоцзы (кит. 包子), иначе их называют «паровые пирожки». Иероглиф 包 в названии означает «завертывать». Действительно, при приготовлении баоцзы тесто раскатывают в плоские кружочки, кладут в центр начинку, заворачивают тесто в мешочек и сплющивают края теста сверху [1].

Сюда же относится название блюда 炸猪蹄 «жареные в масле свиные ноги». Иероглиф 炸 в составе данного названия означает «жарить в масле». Таким образом, данное блюдо, без сомнения, можно отнести к мотивированным способом приготовления.

Мотивированность способом приготовления наблюдается также в названиях 醉虾 «пьяные креветки» и 醉螃蟹 «пьяный краб». Пьяными они называется потому, что в ходе приготовления они специально пропитываются в китайском вине.

Название блюда 涮羊肉 «обваренная в кипятке баранина» также мотивировано способом приготовления, так как иероглиф в названии 涮 означает «обваривать, погружать в кипяток», а 羊肉 переводится как «баранина».

При приготовлении блюда 云雾肉 «мясо юньу» мясо коптят в чайных листьях особого сорта 云雾 «юньу». В итоге мясо получается

коричневато-жёлтым снаружи и красноватым внутри и источает густой чайный аромат. Таким образом, название данного блюда мотивировано использованием чайных листьев сорта «юньу» при приготовлении.

Наконец, название блюда 海参盆蒸 «приготовленный на пару иероглиф трепанг» также мотивировано способ приготовления. На это указывает 蒸 в названии, который означает «выпаривать, варить на пару».

Таким образом, в данную модель номинаций блюд входят названия, которые указывают на способ приготовления блюда. Данные названия обнаруживаются с помощью иероглифов, указывающих, например, на способ тепловой обработки (炸 ‘жарить’, 蒸 ‘варить на пару’, 焖 ‘тушить’ и др.), выполняемые в ходе приготовления действия (包 ‘завертывать’, 切 ‘разрезать’), использование специальной кухонной утвари (锅 ‘котёл’), использование специального сырья (но не в качестве ингредиента блюда) для приготовления (云雾 ‘юньу’).

Названия по входящим в состав ингредиентам.

Известным блюдом шаньдунской кухни является «суп с акульями плавниками» (кит. 鱼翅汤). Главный ингредиент данного китайского супа отражён в первых двух иероглифах названия, а именно 鱼翅 «плавники акулы». Точнее сказать, это сушеный хрящ из плавника определенной разновидности акулы. Сейчас в Китае даже можно приобрести консервированный очищенный акулий плавник [1].

Суп из ласточкиных гнёзд (кит. 燕窝汤) впервые был приготовлен ещё в древнем Китае варкой супа из гнёзд ласточек на скалах. В названии данного блюда первые два иероглифа буквально значат 燕窝 «ласточкино гнездо». Блюдо оказалось вкусным и до сих пор популярно в провинции Шаньдун. Однако, сейчас этот суп готовят не из самих гнёзд, а исключительно из слюны ласточек, которой они скрепляют свои гнёзда.

Мотивированность названия входящими в состав ингредиентами прослеживается в названии блюда 蒜泥白肉 «свинина с толчёным чесноком». Название даёт четкое представление о том, что главными ингредиентами при приготовлении данного блюда являются свинина и чеснок.

На первый взгляд может показаться, что название блюда 北京烤鸭 «пекинская утка» [2] мотивировано местом своего появления — Пекином, однако это не совсем так. Название данного блюда мотивировано основным своим ингредиентом, а именно — уткой, конкретно пекинской породы. Данная порода считается лучшей в контексте кулинарии, поскольку она отличается своими отличными мясными качествами. Поэтому справедливо переводить данное блюдо как «пекинская утка», а не «утка по-пекински».

Таким образом, большую часть названий блюд национальной китайской кухни составляют названия, мотивированные ингредиентом, входящим в состав блюда. Стоит заметить, что иероглифы, указывающие на используемые в приготовлении ингредиенты, в большинстве случаев, занимают позицию вначале названия.

Названия по внешнему признаку.

Название блюда 鱿鱼卷, которое переводится как «рулетики из кальмара» [2], мотивировано внешним скрученным видом блюда. При приготовлении рулетиков в кальмар закручивают красный и зелёный перец и морковь, после скручивания рулетики разрезают по 4—5 сантиметра в длину.

Название известного блюда провинции Цзянсу 松鼠鱼 «рыбные белочки» [1], или «рыба в форме белки», также мотивировано своим внешним признаком. Готовую рыбу заворачивают кольцом и подгибают хвост так, что своей формой она напоминает бельчонка (отсюда и название). Данное блюдо из рыбы в форме белочки символизирует процветание [1].

В кухне провинции Цзянсу также можно найти блюдо, название которого мотивировано его внешним видом, а именно — 孔雀开屏鸡 «курица в виде павлина с распущенным хвостом». При подаче данного блюда курица выкладывается в виде расплавленного хвоста павлина.

В данную модель наименования мы также относим название блюда 雪夜初吻 «первый поцелуй в снежную ночь». Снежную ночь олицетворяет жареная белая редька, а первый поцелуй — красный перец. Таким образом, мотивированность названия данного блюда определяется внешним видом блюда.

Названия блюд национальной китайской кухни, мотивированные внешним видом, легко обнаружить среди общего списка названий,

поскольку для большинства названий блюд подобной модели характерна художественность и образность, которая не может восприниматься буквально (например, «первый поцелуй в снежную ночь»).

Названия по вкусовым качествам.

К названиям, мотивированным своими вкусовыми качествами, относится 口水鱼冻 «аппетитное рыбное заливное» [2]. Часть названия 口水 в переводе с китайского означает «текут слюнки», т.е. блюдо настолько вкусное, что заставляет человека жадно хотеть его, или иначе «глотать слюни».

В названии блюда 酸辣汤 «кисло-острый суп» присутствуют иероглифы 酸 «кислый» и 辣 «острый». Данное блюдо считается сычуаньской лёгкой едой, которое отличается тем, что в одно и то же время оно кислое, острое, солёное, свежее и ароматное.

К данной модели наименования также относится блюдо кафе китайской кухни «Юань» 糖醋鲤鱼 «карп в кисло-сладком соусе» [3], где 糖 означает «сладкий», 醋 — «кислый», а 鲤鱼 — «карп». Таким образом, мы можем с уверенностью отнести данное блюдо к мотивированным своими вкусовыми качествами.

Таким образом, в названиях блюд данной модели номинации прослеживаются вкусовые качества блюд, выраженные такими иероглифами, как 口水 ‘аппетитный’, 回味 ‘с приятным послевкусием’, 糖 ‘сладкий’, 酸 ‘кислый’, также большое количество блюд содержат иероглиф 辣 ‘острый’.

Названия по месту появления.

К названиям, мотивированным местом появления, относится 西湖醋鱼 [2], которое на русский язык переводится как «жареная рыба в кисло-сладком соусе», однако буквальный перевод данного блюда — «рыба Сиху». Сиху (кит. 西湖) — знаменитое китайское озеро провинции Чжэцзян.

Блюдо 东安鸡 «цыпленок Дунань» [2] изначально появилось в уезде Дунань провинции Хунань. Таким образом, мы относим его к названиям, мотивированным местом появления.

«Тушеный голубь Хуаншань» 黄山炖鸽 — это известное традиционное блюдо провинции Аньхой. В названии данного блюда 黄山 означает «гора Хуаншань», данная гора расположена в провинции Аньхой. В приготовлении данного блюда используют

голубей с горы Хуаншань и китайскую диоскорею, собранную на горе Хуаншань.

Таким образом, в названиях блюд данной модели содержатся географические названия мест (например, уезд, провинция, гора, озеро и другие), где данные блюда возникли.

Названия по культурным факторам.

К данной группе относятся названия блюд, в основе которых лежат различные культурные особенности: национальные праздники, исторические события, исторические личности, персонажи, почитаемые животные, в том числе мифические, и другие.

В данную категорию входит известное блюдо гуандунской кухни 龙虎斗 с красноречивым названием «бой дракона с тигром». В состав данного блюда входит кошачье и змеиное мясо. В этом блюде кошка символизирует тигра, а змея — дракона. Таким образом, образное название данного блюда мотивировано животными, почитаемыми китайским народом.

Название популярного в Китае блюда 宫保鸡丁 «цыплёнок гунбао» мотивировано культурной особенностью. Словом 宫保 «гунбао» в древнем Китае во времена династии Цинь называли людей определённого ранга чиновников. История гласит, что данное блюдо было приготовлено одним гунбао в попытке угостить важных гостей. Блюдо представляет собой нарезанную кусочками курятину с красным перцем и арахисом (орешками кешью) в остром соусе.

Таким образом, данная модель номинации блюд является самой интересной, поскольку за каждым подобным названием кроется большое количество мифологической, исторической и другой культурологической информации.

Смешанная модель наименования.

Смешанная модель наименования прослеживается в названии блюда «хворост» (кит. 油条, букв. *масляные полоски*). При приготовлении данного блюда из теста формируют толстые полоски и жарят их в масле во фритюре. Иероглиф 油 «масло» описывает способ приготовления данного блюда, а иероглиф 条 «полоска» описывает его внешний признак.

Название блюда 红煨鱼翅 «красный запеченный плавник акулы» мотивировано способом приготовления данного блюда и его

внешним признаком — характерным красным цветом, которого добиваются в ходе запекания.

Название блюда 扬州炒饭 «жареный рис по-янчжоуски» [4] мотивировано местом появления, способом приготовления и основным продуктом. Считается, что жители городского округа Янчжоу провинции Цзянсу были первыми, кто начали готовить рис с помощью жарения.

Таким образом, к данной модели наименования относятся названия блюд, которые содержат в себе смешанную информацию. Такие названия образованы моделью «ингредиент + способ приготовления», «способ приготовления + внешний признак» и другими.

Заключение. Таким образом, названия блюд китайской кухни являются проводниками не только в гастрономическую культуру китайцев, но и в китайскую культуру, историю и философию в целом, поскольку названия блюд представляют собой объекты, содержащие большое количество лингвокультурной информации. В ходе исследования было выделено семь моделей номинации блюд национальной китайской кухни: названия по способу приготовления (包子 ‘баоцзы’), названия по входящим в состав ингредиентам (鱼翅汤 ‘суп с акульми плавниками’), названия по внешнему признаку (松鼠鱼 ‘рыбные белочки’), названия по вкусовым качествам (酸辣汤 ‘кисло-острый суп’), названия по месту появления (西湖醋鱼 ‘рыба Сиху’), названия по культурным факторам (霸王别姬 ‘прощай, моя наложница’), смешанная модель наименования (小山笋炒腊肉 ‘жареная свинина с бамбуком’). Их учет поможет переводчику при переводе названий блюд китайской национальной кухни адекватно передать название блюда на переводящий язык, сохранив его культурную информацию, и при этом не создать чересчур длинное название.

Список цитируемых источников

1. Лян, Люсиль. Китайская кухня / Люсиль Лян. — М. : Мой Мир ГмбХ & Ко. КГ, 2005. — 192 с.
2. Китайский ресторан «Сезоны» [Электронный ресурс] // Отель «Пекин». — Минск, 2022. — Режим доступа: <https://beijinghotelminsk.com>. — Дата доступа: 21.12.2022.
3. Меню кафе китайской кухни «Юань». — Гродно : ресторан «Юань», 2022. — 14 с.
4. Журавлёв, Д. И. Настоящая китайская кухня: теперь доступна каждому / Д. И. Журавлёв. — М. : Эскомо, 2015. — 160 с.

Кэлинь Сун

Учреждение образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», Гродно, Республика Беларусь, songkelin96@gmail.com

КЛАССИФИКАЦИЯ НАЗВАНИЙ ТРАДИЦИОННОЙ ОДЕЖДЫ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЕ

Китайские традиционные одежды имеют отличительные особенности национального и исторического периодов, несут в себе глубокие культурные ценности китайской нации и являются частью блистательной китайской цивилизации. Изучение названий одежды дает представление о политических, культурных, экономических и цивилизационных аспектах времени, в которое она носилась, и является особым знаком эпохи. Богатство названий традиционной китайской одежды дополняет великолепие современной китайской культуры.

Ключевые слова: названия одежды; классификация названий; использование названий одежды.

Kelin Song

*Yanka Kupala State University of Grodno, Grodno, the Republic of Belarus,
songkelin96@gmail.com*

CLASSIFICATION OF TRADITIONAL CLOTHING NAMES AND THEIR USE IN MODERN CHINA

Chinese traditional clothes have distinctive features of the national and historical periods, carry deep cultural values of the Chinese nation and are part of the brilliant Chinese civilization. The study of the names of clothes gives insight into the political, cultural, economic and civilizational aspects of the time in which they were worn, and is a special sign of the era. The richness of the names of traditional Chinese clothing complements the splendour of contemporary Chinese culture.

Key words: clothing names; classification of names; use of clothing names.

Введение. Традиционная культура — это суть человеческой цивилизации и накопление мудрости всех народов. В великолепной истории и культуре Китая одежда занимает важное место, особенно

традиционная одежда, которая является неотъемлемой частью китайской цивилизации. Как культурный феномен, одежда является продуктом истории, и она также меняется по мере прогресса и развития общества. Названия традиционной китайской одежды являются ценным достоянием китайской культуры. Название одежды — это не просто именование, оно также отражает историю и культуру каждой эпохи, политическую цивилизацию и изменения времени. С лингвистической точки зрения, китайские слова для обозначения одежды обладают, по крайней мере, следующими характеристиками: во-первых, они имеют долгую историю, во-вторых, они достаточно устойчивы и являются важным материалом для изучения истории и культуры человечества, во-третьих, они обладают сильным словообразовательным потенциалом. Однако, в силу особенностей китайской культуры, семантика названий китайской одежды эволюционировала и развивалась на протяжении своего развития, демонстрируя многообразие значений.

Основная часть. Названия традиционных китайских одежд можно условно разделить на головные (头衣 Тоу И) и нательные (体衣 Ти И). Первоначальное значение слова 头衣 (Тоу И) — это древнее название симметричных детских шапок и шапок этнических меньшинств в Китае. Только после династии Хань оно было заимствовано для обозначения головных уборов. В древние времена различие между головными уборами знати и простолюдинов было очень строгим. Дворяне носили 冠 (Гуан), 冕 (Мянь), 弁 (Пян), а простолюдины — 巾 (Цзинь), 帽 (Мао) [1].

冠 (Гуань) была головным убором, который носили дворяне в древние времена. В древние времена мужчины должны были совершить церемонию 冠 (Гуань), чтобы отметить свое совершеннолетие, когда им исполнялось 20 лет. 冠 (Гуань) стала важной частью древнекитайской системы одежды, поскольку она служила средством различения превосходства и неполноценности [1].

冕 (Мянь) была самым престижным церемониальным головным убором, который носили император, вассалы и министры для участия в ритуалах, а 旒 была той частью 冕, которая лучше всего отражала разницу в статусе и ранге. Позже 冕 с 旒 мог носить только император, и термин “冕旒” (Мянь Юй) стал символом императора [1].

弁 (Пян), как объясняет словарь, — это древний тип шляпы. 弁 (Пян), который также носили дворяне, был более уважаемым головным убором, уступая лишь 冕 (Мянь). 弁 (Пян) часто используется в сочетании с мантией, 冕 (Мянь) надевается для благоприятных церемоний, а 弁 (Пян) — для общих церемоний [1].

Первоначальное значение слова 帽 (Мао) — верхняя часть или крышка головного убора. Когда используется как глагол, это означает носить шляпу. Только после династии Хань стиль ношения шляп стал популярным. Поскольку большинство из них были сделаны из ткани, поздний характер после династии Цзинь “帽” (Мао) стала общим термином для головных уборов. В жизни часто можно услышать слова “帽” (Мао), “扣帽子” (Коу Маоцзы), “高帽子” (Гао Маоцзы) и “乌纱帽” (У Ша Мао). Это означает Очевидно, что слово “帽” (Мао) несет в себе глубокую культурную коннотацию [1].

巾 (Цзинь) — это костяной иероглиф оракула в виде пиктограммы, напоминающий свисающее вниз полотняное полотенце. Первоначальное значение относится к отношению платка, что эквивалентно современному полотенцу для рук. 冠 (Гуань), 冕 (Мянь), 弁 (Пян) были в основном головным убором знатных чиновников, в то время 巾 (Цзинь) было практичным головным убором для простого народа [1].

Нательная одежда, то есть 体衣 (Ти И) включающая верхнюю и нижнюю одежду, также был важнейшей частью древней костюмной культуры. В древние времена верхняя одежда называлась “衣” (И), а нижняя — “裳” (Шань). 体衣 (Ти И) можно разделить на 上体衣 (Шань Ти И) и 下体衣 (Ся Ти И). 上体衣 (Шань Ти И) (Верхняя нательная одежда) можно разделить на 衣 (И), 服 (Фу), 袍 (Пао), 衫 (Шань), 褂 (Гуа), 裘 (Цю), 襦 (Жу) и 袄 (Ао).

Слово “衣” (И) относится только к верхней одежде, в то время как нижняя одежда называется 裳 (Шань). Позже значение слова “衣” (И) было расширено и стало относиться ко всему, что покрывает тело [1].

服 (Фу). Его основное значение — «использовать», но позже его стали называть общим термином для одежды. В современном китайском словаре даются следующие пояснения к слову 服 (Фу): 1) существительное: одежда, одевание; 2) глагол: носить.

袍 (Пао) — это длинная одежда, которую часто носили в древние времена для защиты от холода. 袍 (Пао). 裘 (Цю) показывали разительный контраст между богатыми и бедными. Форма 袍 формируется из верхней и нижней частей, сшитых вместе. Изначально 袍 (Пао) носили как внутреннюю крестьянскую одежду, но после династии Хань он стал верхней одеждой [1].

衫 (Шань) — это старинный верхний кардиган без рукавов, сделанный для облегчения выполнения дел. 衫 (Шань) носили и мужчины, и женщины, и дети, независимо от их статуса [1].

褂 (Гуа) — это национальный костюм маньчжурского народа, несколько похожи на 衫 (Шань). Его форма короче, чем у 袍 (Пао), с круглым воротником и правым напуском, и чаще всего его носят на внешней стороне 袍 (Пао), называемого “补褂” (Пу Гуа) или “补服” (Пу Фу) — это была одна из официальных униформ, использовавшихся для различения рангов чиновников в династии Цин [1].

裘 (Цю) — шуба, сшитая из меха животного. 裘 (Цю) из меха соболя, лисы и енота был настолько ценным, что древние часто использовали его как символ богатства [1].

襦 (Жу) — это одежда для защиты от холода, но она также делится на длинную и короткую. Первоначальное значение относится к короткому пальто или куртке [1].

Первоначальное значение 袄 (Ао) относится к верхней одежде с подкладкой; оно также относится к теплой одежде, такой как кожаная куртка. Это короткая одежда, часто из плотной ткани, обычно с подкладкой, обычно известная как “夹袄” (Изя Ао) или “绵袄” (Мянь Ао) [1].

下体衣 (Ся Ти И) (Нижняя нательная одежда) можно разделить на 裳 (Шань), 裙 (Цюнь) и 裤 (Ку).

裳 (Шань). Первоначальное значение иероглифа: древняя формальная одежда, цельное одеяние, похожее на 袍 (Пао). Это был тип юбки, а не брюк, который носили древние люди, чтобы прикрыть нижнюю часть тела, независимо от пола. Слово “裳” (Шань) также используется как существительное для обозначения одежды [1].

裙 (Цюнь). В древности слово “裙” (Цюнь) имело два значения: одно относилось к шали, другое — к нижней одежде (юбка).

裙 (Цюнь), которое обычно надевается под тело, называется “下裙” (Ся Цюнь) [1].

Первоначальное значение 裤 (Ку) — брюки. В древние времена шаровары состояли из штанин без промежности, которые надевались отдельно на ноги и завязывались вокруг талии шнуром сверху [1].

Помимо основных типов одежды, именование составляющих одежды является особенностью традиционного китайского названия одежды. 领 (Лин) — это воротник. Из-за тесной связи между воротником и шеей слово “领” (Лин) позже было заменено словом «шея» на “领子” (Лин Ци), часть одежды, которая окружает шею. 衣领 (И Лин) — одна из основных частей одежды. 领 (Лин) — это защитная и декоративная часть одежды, которая облегает шею [1].

袖 (Цю) — это рукав. У древних людей были длинные рукава, чтобы не было видно рук, когда они висят, отсюда и “长袖” (Чан Цю) (длинные рукава), часто упоминаемые в литературе [1].

Хотя эти названия являются традиционными китайскими названиями одежды, они имеют определенное практическое значение в современном Китае и часто используются для обозначения конкретных имен или людей. Например:

衣冠 (И Гуань): заимствованный термин, обозначающий известные семьи или цивилизованные ритуалы. Первоначальное значение “衣冠” — одежда и корона. В древние времена корона использовалась для обозначения одежды ученого, а позже была заимствована для обозначения ученого или цивилизованных ритуалов, которые он представлял [2].

冠盖 (Гуань Гай): термин “冠盖” относится к сановнику. Термин “冠盖” первоначально обозначал головные уборы и крышки карет древних чиновников [2].

冠冕 (Гуань Мян): термин “冠冕” используется для обозначения чиновника. В древние времена простолюдинам не разрешалось носить “冠冕”, поэтому тот, кто носил “冠冕”, был ученым или чиновником высшего уровня [2].

弁冕 (Пян Мян): первоначально относится к древнему церемониальному головному убору. В древние времена 冕 (Мян) использовалась для благоприятных церемоний, но обычно для нарядов

использовалась 弁 (Пян), поэтому позже она была заимствована для обозначения высокопоставленных лиц [2].

冠者 (Гуань Чжэ): заимствовано для обозначения взрослых [2].

弱冠 (Жо Гуань): заимствованный термин, используется для обозначения человека, достигшего двадцатилетнего возраста и прошедшего церемонию коронации, но еще молодого [2].

桂冠 (Гуй Гуань): заимствован в качестве замены чемпиона. 桂冠 (Гуй Гуань) из ветвей лаврового дерева носили на голове как символ победы или отличия, а позже 桂冠 (Гуй Гуань) часто использовался в качестве почетного титула [2].

冠玉 (Гуань Юи): красивый нефрит, украшенный на шляпе. В основном оно используется для обозначения красивых мужчин [2].

冠佩 (Гуань Пэй): этот термин используется для обозначения чиновников и дворянства [2].

巾幗 (Цзинь Гуо): заимствованный термин для обозначения женщины. 幗 первоначально была разновидностью головного платка, который носили женщины в древние времена, а позже стала синонимом женщины [2].

拙荆 (Чжо Цзин): используется для обозначения жены, скромный термин, используемый культурными мужчинами для обращения к своим женам [2].

袍泽 (Пао Цзе): термин “袍泽” относится к сослуживцам в армии. Слово “袍” относится к верхней одежде, а “泽” — к нижнему белью, оба эти слова являются древними названиями одежды. Позже это стало использоваться для обозначения сослуживцев в армии, и термин “袍泽” стал синонимом слов «генерал» и «товарищ» [2].

同袍 (Тун Пао): термин “同袍” обычно относится к другу, однокласснику, сослуживцу, однокласснику и т. д. [2].

连襟 (Лянь Цзинь): термин “连襟” (Лянь Цзинь) относится к взаимному или совместному имени мужа сестры. Таким образом, термин “襟兄” (Цзинь Сюн) также используется для обозначения мужа сестры, а “襟弟” (Цзинь Ди) — для обозначения мужа сестры [2].

方领圆冠 (Фань Лин Юань Гуань): квадратный воротник и круглая корона характерны для древней конфуцианской одежды. Оно было заимствовано для обозначения конфуцианцев [2].

裙钗 (Цюнь Чай): заимствовано для обозначения женщины. Слово “裙” (Цюнь) относится к нижней части одежды женщины, а “钗” (Чай) — к украшениям, которые носит женщина. 裙钗 (Цюнь Чай) используются вместе для обозначения женщины [2].

领袖 (Лин Сю): 1) относится к человеку, который может служить примером для других; 2) относится к высшему руководителю страны, политической партии, массовой организации [1].

Слова с морфемой цвета об одежде, заимствованные для обозначения человека. Например:

白衣 (Бэй И): белая одежда. Термин “白衣” был заимствован для обозначения ученых, не имевших никаких заслуг или официального положения. Это связано с тем, что в древние времена простые люди носили белую одежду [2].

朱衣 (Чжу И): киноvarная одежда. Термин “朱衣” относится к чиновникам. Первоначальное значение относится к древнему алому мундиру чиновника, а значит, и к должности носящего такой мундир чиновника. Позже его стали использовать для обозначения чиновников [2].

紫衣 (Цзы И): пурпурные одежды. Заимствовано для обозначения знатных чиновников. В династии Тан чиновники носили красный цвет выше пятого ранга и пурпурный — выше третьего [2].

红袖 (Хун Сю): красные рукава. Заимствовано для обозначения красивых женщин. Первоначально оно обозначало вульгарную одежду женщины, а также использовалось для обозначения женщины в вульгарном макияже или красивой женщины [2].

青衫 (Цин Шань): это термин, используемый для обозначения ученого или разочарованного чиновника. В династии Тан было предписано, чтобы гражданские чиновники восьмого и девятого классов носили зеленую форму, поэтому термин “青衫” также относится к гражданским чиновникам низших классов [2].

青衣 (Цин И): относится к категории ролей в опере, в основном играющих торжественных молодых или средних лет женщин [2].

黔首 (Цянь Шуо): обращение к простым людям. 黔, черный. “黔首” — это название, данное народу во времена династии Цинь в период Воюющих государств [2].

白领 (Бэй Лин): белый воротничок. Относится к работникам, которые занимаются интеллектуальным трудом. Это занятые и оплачиваемые работники, не занятые на производстве, как правило, с хорошими финансовыми условиями труда, опрятно одетые, с белыми воротничками, с образованием и профессиональной компетентностью.

蓝领 (Лань Лин): синие воротнички. Относятся к работникам, выполняющим ручную работу.

粉领 (Фэнь Лин): розовый воротничок. Относится к женщинам-офисным работникам.

金领 (Цзинь Лин): золотой воротничок. Относится к высококвалифицированным и высокодоходным людям.

Заключение. История одежды с древних времен до современности напоминает зеркало, которое четко отражает эволюцию человечества. Каждая нация имеет свои особенности в различные периоды развития, что проявляется в изменениях в одежде. Названия традиционной китайской одежды не только отражают историю и культуру древнего Китая, но и обогащают язык и культуру современного Китая. Богатство состава и использования названий одежды и их культурное значение делают ее неотъемлемой частью китайской культуры.

Список цитируемых источников

1. 中国古代服饰 = Древний китайский костюм [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.renrendoc.com/paper/197742850.html>. — Дата доступа: 15.03.2023.

2. 中国古代服饰名称 = Названия древних китайских костюмов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.docin.com/p-2003850323.html>. — Дата доступа: 15.03.2023.

Синцзюань Ян

*Северо-Западный университет сельского и лесного хозяйства,
Янлин, провинция Шэньси, Китайская Народная Республика, 876345834@qq.com*

СОТРУДНИЧЕСТВО УНИВЕРСИТЕТОВ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ В СОВМЕСТНОЙ ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ

С момента установления дипломатических отношений китайско-белорусское взаимодействие характеризовалось стабильностью и постепенным развитием. Его процесс можно разделить на три этапа. Каждый этап имеет свои особенности. В статье представлена характеристика белорусско-китайского сотрудничества в сфере подготовки кадров.

Ключевые слова: подготовка кадров; Беларусь; Китай; образование; сотрудничество.

Xingjun Yang

*Northwest A&F University, Yangling, Shaanxi Province,
the People's Republic of China, 876345834@qq.com*

COOPERATION BETWEEN BELARUSIAN AND CHINESE UNIVERSITIES IN TRAINING TALENTS

Since the establishment of diplomatic relations, the cooperation between China and Belarus has developed steadily and gradually. The process can be divided into three stages. Each stage has its own characteristics. This article introduces the cooperation between Belarus and China in the field of talent training.

Key words: training; Belarus; China; education; cooperation.

Введение. Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современном, быстро развивающемся мире белорусско-китайские отношения в области образования прошли продуктивный путь. Основное внимание в процессе подготовки кадров, направленной на сближение и взаимодействие в политической, экономической и социальной областях, уделялось двухстороннему сотрудничеству университетов.

Научная новизна данного исследования заключается в том, что впервые в научной литературе осуществлен анализ развития взаимодействия в сфере совместной подготовки кадров между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой (КНР), выделены основные этапы, раскрыта специфика каждого из них.

Значимость работы связана с выявлением и обоснованием основных направлений и характеристик белорусско-китайского взаимодействия в сфере подготовки кадров и определением перспективных направлений дальнейшего сотрудничества.

Основная часть. Подготовка высококвалифицированных научных кадров представляет собой одну из основных форм межвузовского научного сотрудничества Беларуси и Китая. В развитии этого процесса можно выделить три этапа:

1. 1991—2000 гг. — первый этап характеризуется спорадичностью, экспериментальностью и ограниченностью контактов. В эти годы начала создаваться правовая база сотрудничества между учреждениями образования. В первое десятилетие независимости Беларуси сотрудничество затруднялось отсутствием опыта, плохим знанием системы и состояния образования, значительным количеством внутренних проблем двух стран.

Осуществление сотрудничества в области образования между Китаем и Беларусью после установления дипломатических отношений между двумя странами имело определённые сложности, связанные с тем, что в советское время Китай и Белорусская Советская Социалистическая Республика (БССР) не установили активных академических связей. К тому же, с 1960-х гг. отношения между СССР и Китаем стремительно ухудшились. Обретя независимость, Беларусь начала выстраивать отношения с географически далёкой «поднебесной» в отсутствие дипломатических и педагогических кадров в области Китаеведения. На момент установления дипломатических отношений в 1992 г. в Китае мало кто знал о Беларуси. Как для Китая, так и для Беларуси установление двустороннего сотрудничества в сфере подготовки кадров являлось новым опытом, принимая во внимание практически полное отсутствие подобного взаимодействия в прошлом.

Нормативная правовая база белорусско-китайского сотрудничества в области образования начала создаваться к концу 90-х годов XX века. В конце первого десятилетия белорусского суверенитета был решён вопрос о взаимном признании документов об образовании,

в результате которого Китай получил возможность нарастить количество своих граждан, направляемых на обучение в Беларусь. Белорусская же сторона приобрела возможность без дополнительных проволочек набирать граждан КНР на обучение в белорусских учреждениях образования по любым специальностям и на любой ступени образования. Основные интересы сторон в сфере образования совпадали: Китай нуждался в подготовке высококвалифицированных кадров (особенно будущих преподавателей), в то время как Беларусь старалась диверсифицировать экспорт образовательных услуг [1, с. 25].

Подготовка граждан КНР в аспирантуре Белорусского государственного университета (БГУ) ведётся с 1987 г. Уже более четверти века БГУ и Хэнаньский университет осуществляют совместные проекты. С 1991 г. ежегодно проводятся академические обмены. 22 апреля 1995 г. БГУ и Чжэнь-Чжоуский университет подписали масштабный договор о сотрудничестве, охватывающем факультеты, кафедры и другие подразделения обоих университетов. Главной деятельностью, прописанной в договоре, стало направление в университет-партнёр обучающихся и обмен преподавателями, аспирантами и научными сотрудниками.

В 1999 г. были подписаны договоры о сотрудничестве между Гомельским государственным университетом имени Франциска Скорины и Суйчжоуским педагогическим университетом в области учебной, научно-исследовательской работы и культурного обмена сроком на 5 лет (в марте 2006 г. договор был продлён). Это были первые инициативы в образовательной сети. В то время у обеих сторон не было опыта, присутствовал недостаток правовых документов для обеспечения эффективных и многочисленных связей в сфере подготовки кадров.

2. 2000—2010 гг. — второй этап был сопряжён с повышением интенсивности, последовательностью, большей регулярностью взаимодействий, что в значительной мере стало возможным благодаря договорённостям, достигнутым в процессе межгосударственных, межправительственных, межведомственных и межрегиональных визитов.

К началу 2000-х гг. отношения двух государств в сфере образования перешли на новое качество. В рамках межведомственных документов «Соглашения о сотрудничестве в области образования на 2001—2005», «Соглашения о сотрудничестве в области образования на 2005—2010» и вступившем в действие в 2009 г. документом

«Соглашения о сотрудничестве в области профессиональной подготовки, повышения квалификации, стажировки и переподготовки кадров» в двух белорусских университетах — БГУ и Белорусском национальном техническом университете (БНТУ) — начали действовать курсы повышения квалификации для китайских граждан. В период с 2000—2010 гг. БГУ заключил 29 соглашений и договоров о сотрудничестве в сфере образования с 19 высшими учебными заведениями КНР.

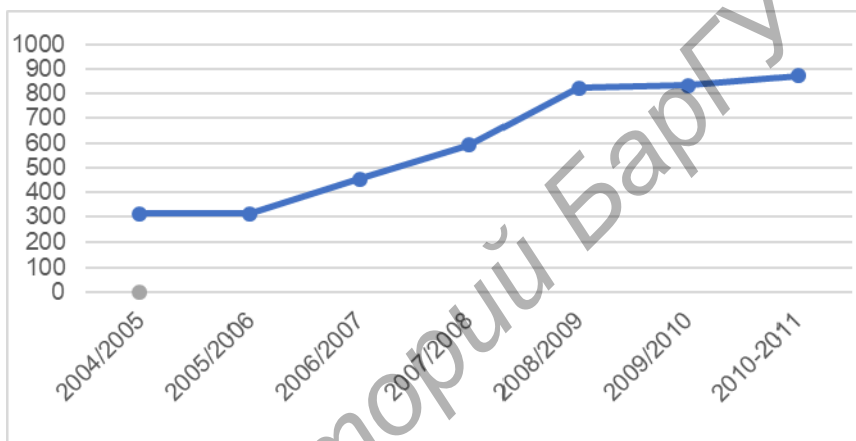


Рисунок 1 — Количество учащихся БГУ из числа граждан КНР в 2004—2011 гг.

В 2010 г. в Китай было направлено на обучение 18 студентов БГУ по специальности «Восточная филология» и «Лингвострановедение». Были подписаны межвузовские программы обмена студентами БГУ с Китайским университетом международных отношений, Даляньским политехническим университетом и Чанчуньским институтом международной коммерции.

В рамках договора об академическом сотрудничестве Чанчуньского института международной коммерции с БГУ от 5 июня 2006 г. действует совместная подготовка китайских студентов по программе «2+2» с выдачей диплома о высшем образовании по специальностям «Русская филология», «Журналистика (направление «Менеджмент в сфере международного туризма)» и совместная подготовка

китайских студентов по программе «2+4» с выдачей диплома о высшем образовании и диплома магистра по специальностям «Языкознание», «Теория и методика обучения и воспитания», «Журналистика», «Инновационный менеджмент в сфере туризма» [2].

1 декабря 2005 г. между Харбинским университетом науки и техники КНР и БГУ было подписано Соглашение о совместной аспирантуре. В совместную аспирантуру в 2007 г. было принято 8 граждан КНР, и в 2008 г. — 7 граждан КНР. Они обучались на факультете радиофизики и компьютерных технологий, механико-математическом факультете, физическом факультете, факультете прикладной математики и информатики и филологическом факультете.

В рамках договора о сотрудничестве Гомельского государственного университета имени Франциска Скорины (ГГУ) с Сюйчжоуским педагогическим университетом (в настоящее время университет Цзянсу) в 2006 г. было подписано Соглашение о совместной подготовке специалистов по специальностям «Русская филология» и «Математика». В результате действия этого Соглашения с 2007 по 2012 г. 36 китайских студентов получили диплом бакалавра, из которых 4 студента, обучавшиеся по специальности «Математика», и 8 студентов, обучавшихся по специальности «Русская филология», окончили магистратуру. Один из выпускников продолжил обучение в аспирантуре БГУ (Минск). Выпускник экономического факультета, а сейчас преподаватель Сюйчжоуского педагогического университета, закончил аспирантуру в ГГУ, успешно защитил кандидатскую диссертацию. Еще один выпускник Сюйчжоуского педагогического университета с 2008 г. обучался в аспирантуре университета по специальности «Математическая логика, алгебра и теория чисел» и успешно защитил кандидатскую диссертацию [3].

3. С 2010 г. по настоящее время длится современный этап. В сфере образования стороны начали регулярно использовать механизм двусторонних рабочих консультаций и обмениваться визитами на высшем и высоком уровнях, осуществлялся активный межпарламентский диалог, динамично развивались межведомственные белорусско-китайские контакты.

Ко второму десятилетию XXI в. белорусско-китайское сотрудничество в сфере подготовки кадров вступило в новую эпоху и приобрело созидательный, динамичный характер. Это не только зависело от непрерывных академических и научных диалогов между высшими

учебными учреждениями двух стран на первых двух этапах, но и в связи с тем, что белорусско-китайские двусторонние отношения было решено поднять на новый уровень всестороннего стратегического партнёрства и взаимовыгодного сотрудничества.

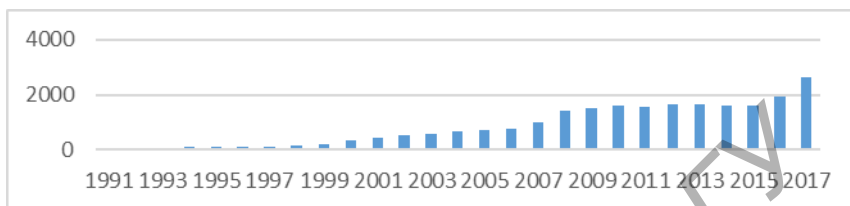


Рисунок 2 — Динамика численности граждан КНР, обучавшихся в университетах Беларуси на всех формах образования в период 1997—2017 гг., чел.

Примечание — Собственная разработка.

Количество китайских студентов в белорусских университетах постоянно увеличивалось. В результате создания нормативной правовой базы белорусско-китайского сотрудничества в области образования к концу 90-х годов XX в., с начала 2000-х годов в университетах Беларуси на платной основе училось всё больше и больше китайских граждан. Наибольшими темпами роста были период 2007—2010 гг. и период 2015—2017 гг. В целом, с 1991 г. в высших школах Республики Беларусь прошли обучение около 19 000 граждан КНР [4].

Заметно активизировались в реализации совместной подготовки кадров двусторонние отношения БНТУ с организациями Китая. В настоящее время активно развивается сотрудничество БНТУ с Государственным управлением по делам иностранных специалистов (ГУДИС) в сфере обмена специалистами, повышения квалификации и переподготовки кадров. БНТУ совместно с ГУДИС организовал стажировку 20 ректоров китайских университетов с целью изучения системы высшего образования в Республике Беларусь, университетского менеджмента и деятельности университетов, а также интернационализации образования [5].

В 2016 г. китайское министерство образования опубликовало документ «Образовательное действие, направленные на продвижение совместного строительства “Пояс и путь”», который создал необхо-

димый материальный импульс для активизации белорусско-китайского сотрудничества в сфере образования, в том числе по совместной подготовке высококвалифицированных кадров. Укрепление близости и взаимопонимание между народами, развитие совместных образовательных проектов, создание новой платформы академического обмена — всё это часть широкого спектра активностей, направленных на обеспечение беспрепятственного и взаимовыгодного экономического, культурного и торгового обмена между государствами вдоль «Одного пояса и одного пути».

В контексте реализации инициативы «Пояс и путь» Даляньский политехнический университет (ДПУ) и БГУ создали совместный белорусско-китайский институт, которому уделяется большое внимание со стороны правительств обеих стран. В институте внедрена передовая программа обучения БГУ в сочетании с передовым профессорско-преподавательским коллективом ДПУ. Институт имеет следующие специальности: прикладная физика, инженерная механика, математика и прикладная математика. После обсуждения в институте были разработаны следующие учебные программы: первый курс является этапом общеобразовательной подготовки, второй год — этап консолидации профессионального фундамента, третий год — профессиональный основной курс на английском языке, последний год — завершение дипломного проектирования и создания реферата в соответствии со стандартами Китая и Беларуси. Первый год обучения в Институте начался 1 сентября 2017 г., когда 79 студентов стали обучаться прикладной физике и инженерной механике. В настоящее время в БГУ планируется также открыть институт дистанционного обучения совместно с ДПУ [6].

Вступив в новую эпоху, белорусско-китайское сотрудничество в сфере подготовки кадров сталкивается с проблемой новой направленности. Китаю интересен опыт белорусских университетов и, прежде всего, их ориентированность на удовлетворение кадрового рынка внутри страны. «Тесная связь экономики и образования — это, безусловно, позитивный опыт, который может быть использован в Китае», — заключил глава китайской делегации в составе 16-ти ректоров и проректоров различных университетов КНР. Беларуси интересен китайский опыт подготовки управленческих кадров, сочетающий в себе наработки учебных учреждений США, Европы,

Юго-Восточной Азии и Австралии, с которыми Китай активно сотрудничает [7].

Заключение. Под влиянием программы развития всестороннего стратегического партнёрства на 2014—2018 гг. усиливалась научная взаимосвязь между университетами двух стран, что стимулировало поиски новых форм взаимодействия в сфере подготовки научных кадров. В этот период получили развитие не только традиционные формы организации международных контактов, обеспечивавшие совместные образовательные программы, направление преподавателей, стажёров и обмен бакалаврами, магистрами, аспирантами, но и появились новые, более эффективные и целенаправленные формы научного сотрудничества. Одной из наиболее интенсивных форм оставалось создание совместных учебных учреждений и открытие филиалов университета в другой стране, позволявшее учёным понимать текущее состояние всей мировой науки в той или иной отрасли знания, обсуждать наиболее важные и сложные проблемы, определять перспективные направления исследования.

Список цитируемых источников

1. Смоляков, Д. А. Белорусско-китайское сотрудничество в области образования в контексте реализации инициативы «Один пояс, один путь» / Д. А. Смоляков // Вест. Минск. гос. лингвистич. ун-та : науч.-методич. журнал / Мин-во образования Респ. Беларусь. — 2017. — № 1. — С. 25—32.
2. Об академическом сотрудничестве между БГУ и Чанчуньским институтом международной коммерции. Дополнительное соглашение № 1 к Договору от 20.02.2014 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ums.bsu.by/images/Agreements/China/ChangchunAdd.pdf>. — Дата доступа: 22.11.2018.
3. Сотрудничество Гомельского государственного университета имени Франциска Скорины с высшими учебными заведениями и научными центрами КНР [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.belaruschina.by. — Дата доступа: 18.01.2018.
4. Смоляков, Д. А. Белорусско-китайское взаимодействие в сфере образования и университетской науки / Д. А. Смоляков, Н. Н. Скриба. — Минск : Ин-т философии Нац. акад. наук Беларуси. — 2017. — 148 с.
5. В Белорусском национальном техническом университете успешно реализуются белорусско-китайские проекты [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/v-belorusskom-natsionalnom-tekhnicheskom-universitete-uspeshno-realizuyutsya-belorussko-kitayskie-proekty.html>. — Дата доступа: 24.02.2019.
6. Особенности языковой подготовки для реализации совместных инженерных проектов Беларуси и Китая [Электронный ресурс]. — Режим доступа:

<https://times.bntu.by/events/326-osobennosti-yazykovoy-podgotovki>. — Дата доступа: 24.12.2019.

7. Сотрудничество с Китаем в сфере образования имеет для Беларуси стратегическое значение [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.pac.by/press-center/news/cooperation-with-china-in-the-field-of-education-for-belarus-is-of-strategic-importance/>. — Дата доступа: 24.02.2019.

UDC 316.776

A. A. Lobko, Y. N. Polyana, Xiangqian Liu

*Baranavichy Secondary School № 17, Baranavichy, the Republic of Belarus,
polyanina.lena2015@gmail.com*

POPULAR TOPICS ON TOP SOCIAL MEDIA IN THE UK, BELARUS AND CHINA: COMPARATIVE ANALYSIS

The article deals with research of popular topics on top social media in the UK, Belarus and China as a reflection of social interactive skills of different nationalities. The authors examine the peculiarities of the hottest topics and discover the prevailing area of interest of the most popular social media in the UK, Belarus, and China.

Key words: social media; effective content; productive communication.

А. А. Лобко, Е. Н. Полянина, Сяньтянь Лю

*Государственное учреждение образования «Средняя школа № 17 г. Барановичи»,
Барановичи, Республика Беларусь, polyanina.lena2015@gmail.com*

ПОПУЛЯРНЫЕ ТЕМЫ В ВЕДУЩИХ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В СОЕДИНЁННОМ КОРОЛЕВСТВЕ, БЕЛАРУСИ И КИТАЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

В статье рассматривается исследование популярных тем в ведущих социальных медиа в Соединённом Королевстве, Беларуси и Китае как отражение социальных интерактивных навыков разных национальностей. Авторы изучают особенности самых популярных тем и выявляют преобладающую область интересов самых распространённых социальных медиа в Соединённом Королевстве, Беларуси и Китае.

Ключевые слова: социальные медиа; эффективный контент; продуктивная коммуникация.

Introduction. Social media has rather short history in terms of time. However, it has entirely revolutionized and changed the manner in which we view ourselves today and interact with others. Social media platforms have rapidly become a crucial tool for developing social interaction skills. Thus, it is topical to study popular topics on social media in the UK, Belarus and China as a reflection of social interactive skills of different nationalities. It is actual to know how to interact and communicate via social media with people from different countries to become a successful part of multicultural society.

Main part. Social media can be defined as forms of electronic communication, a variety of internet applications or as interactive technologies [1]. The broad category of “social media” is made up of many different types of social media networks designed to meet the varying interests that send people to social media to connect [2]. According to the ways in which the information can be presented, four key formats of content are defined. They are text-based content, image-based content, video-based content and audio-based content. Both format and intent of the content can have very different effects on the audience. Each piece of content produced should have a clear aim. The purpose of content can be split in 3 major categories: education, entertainment and information. These categories of content almost dominate the whole social media.

Effective communication is a process of exchanging ideas, thoughts, knowledge and information in such a way that the purpose or intention is fulfilled in the best possible manner. One of the keys to effective communication is a relevant conversation topic. It helps to have a long and interesting discussion, share one’s experiences and knowledge, establish friendships, develop constructive self-esteem, acquire good social skills.

Popular topics vary on different platforms. Their popularity depends on different factors such as social status, gender, age, emotional background, generation, personal preferences, education level, etc.

The most popular platform in the UK in 2022 is a video hosting platform — YouTube. It is a video sharing service where users can search, watch, like, comment, share and upload their own videos based on different subjects. One can also create a personal YouTube channel, subscribe or follow other channels and users [3].

We have scrutinized information received from Internet users aged 25—44 years old in the UK to find out the predominant area of their

topic interest in the contents of YouTube. The research was carried out in English through online poll. A total of 60 people were recruited for the study. Data were collected using self-constructed questionnaire. The respondents were asked what topics and formats they prefer on YouTube. The study revealed that popular video formats include overviews, self-made series, video reviews, webinars, interviews, talk shows and tutorials. The most popular topics are music, travelling, cooking, education, animal facts life.

“Music” includes the following subtopics: the UK most crucial singers, songs, albums; the gossip from the worldwide music scene; week-end lists across all genres of music.

“Travelling” includes the following subtopics: authentic travel experience; top places to visit in the UK and around the world.

“Cooking” includes the following subtopics: cooking at home; recipes from expert cookery team and chefs; cooking hints, tips and advice.

“Education” includes the following subtopics: the latest teaching tools and teacher resources; school reforms; the exam system; behavior.

“Animal facts life” includes the following subtopics: animals from all over the world; pets and wildlife animals care.

We have scrutinized information received from young Internet users aged 16 years old in the UK to find out the predominant area of their interest in Internet platforms. The research was carried out in English through online poll. A total of 60 teenagers were recruited for the study. Data were collected using self-constructed questionnaire. The respondents were asked what social media, topics for discussion and formats they prefer. The study revealed that SnapChat is the most popular platform. 45 respondents out of 60 questioned in the UK utilize SnapChat. Content is catchy but short-lived. It reflects a given point in time. Core content is introduced through image and videos about teenagers and their friends. The hottest topics include studies, hobbies, travelling, shopping and music.

“Studies” include the following subtopics: the needs of modern learners; support for online students; higher education policy; tips on how to succeed in college and beyond.

“Hobbies” include the following subtopics: creative ideas and leisure time; hobbies that make money; fun and unusual hobbies; “Travelling” includes the following subtopics: holiday itineraries; tips for

incredible travel experiences on a modest budget; travel agencies, tour operators, tourist boards, airlines, cruise lines, car hire, law, regulation.

“Shopping” includes the following subtopics: musthave lists; minimalist lifestyle; online shopping; fashion trends; street chic; clothes worn by celebrities; buying behavior; sustainable fashion.

“Music” includes the following subtopics: top ranking artists, songs, albums; upcoming singers; award-winning music; experimental and alternative music.

So, our analysis has shown that the most popular social media in the UK are YouTube and SnapChat. The most popular topics on YouTube are music, travelling, cooking, education and animal facts life. The hottest topics on SnapChat are studies, hobbies, travelling, shopping and music. The most popular social media in the UK are generally aimed at entertainment, education, interaction.

The most popular platform in Belarus in 2021 is Viber. It’s a voice and instant messaging service where users can make free calls, send texts, pictures and video messages, set up groups and public chats, use stickers, share music and helpful links, promote social interaction, share knowledge and experience for personal and professional purposes, play games, delete and edit seen messages, conduct polls.

We have scrutinized information received from Internet users aged 20—35 years old in Belarus. The research was carried out in English and Russian through online poll. A total of 60 people were recruited for the study. Data were collected using self-constructed questionnaire. The respondents were asked what topics and formats they prefer in Viber [4]. The study revealed that text-based content dominates other forms. There’s a lot of image-based content as well. The platform has got a well-stocked library of stickers, smiles, GIFs. There are ready-to-use items and there are facilities to create new ones. The most popular topics are everyday life issues, relations, working, weather concern, eating habits.

“Everyday life issues” includes the following subtopics: the daily chaos of our lives; life/work balance; relationship problems; “Relations” includes the following subtopics: family problems; marriage.

“Working” includes the following subtopics: work environment; salary; work and employment relations; workplace bullying.

“Weather concern” includes the following subtopics: daily forecasting; weather dependent people; weather and clothes; weather and gardening.

“Eating habits” includes the following subtopics: a healthy living diet; calories; home cooking and eating out; the first meal of the day; fast food.

We have scrutinized information received from young Internet users aged 16 years old in Belarus to find out the predominant area of their interest in Internet platforms. The research was carried out in English through online poll. A total of 60 teenagers were recruited for the study. Data were collected using self-constructed questionnaire. The respondents were asked what social media, topics for discussion and formats they prefer. The study revealed that TikTok is the most popular platform. 51 respondents out of 60 questioned in Belarus utilize TikTok. Content on the platform is catchy, emotional and self-driven. Video- and image-based content dominates other formats. The hottest topics include humour, dance and music, life hackings, animals and pets and studies.

“Humour” includes the following subtopics: the crazy things that celebrity do; embarrassing moments; funny animal behavior and activities; the misery of other people.

“Dance and music” includes the following subtopics: top-ranking songs, artists, albums; dance styles; dance and music news and events.

“Life hackings” includes the following subtopics: living smarter and more efficiently; practical life tips; life hacks for money and happiness; emotional intelligence.

“Animals and pets” includes the following subtopics: the cutest baby animals; pet things; animal behaviour; exotic animals; animal abuse.

“Studies” includes the following subtopics: study hacks; study life balance; urgent problems; pitfalls in studies.

So, our analysis has shown that the most popular social media in Belarus are Viber and TikTok. The most popular topics on Viber are everyday life issues, relations, working, weather concern, eating habits. The hottest topics on TikTok are humour, dance and music, life hacking, animals and pets and studies. The most popular social media in Belarus are generally aimed at interaction, education, entertainment.

The top popular platform in China in 2022 is WeChat. It is a multi-purpose messaging, mobile payment and social media service where users can interact with each other, share voice, photo, video, music and text messages, buy goods and services, play games, transfer money, have quick access to public services like weather forecast, traffic status,

making hospital registrations, paying public utility, booking a ticket or a taxi ride, renting a house.

We have scrutinized information received from Internet users aged 18—64 years old in China. The interview was carried out in English through online poll. A total of 60 people were recruited for the study. Data were collected using self-constructed questionnaire. The respondents were asked what topics and formats they prefer on WeChat. The study revealed that text and image-based formats of content are at the focus of attention, then video and audio come. The most popular topics are fashion, beauty, health, artificial intelligence, games.

“Fashion” includes the following subtopics: the latest fashion trends; styles ranging from street; high fashion; the secrets of looking beautiful and stylish.

“Beauty” includes the following subtopics: different cosmetics and beauty products; skin care; make-up and hair care tips; beauty discoveries.

“Health” includes the following subtopics: health related news; living healthy; family and pregnancy; healthy lifestyle; children’s health; weight loss.

“Artificial intelligence” includes the following subtopics: the hottest research trends in the IT industry; robotics; the knowledge of innovators.

“Games” include the following subtopics: video game news; game culture; virtual reality; top games and players; the world of PC and mobile games.

We have scrutinized information received from young Internet users aged 16 years old in China to find out the predominant area of their interest in Internet platforms. The interview was carried out in English through online poll. A total of 60 teenagers were recruited for the study. Data were collected using self-constructed questionnaire. The respondents were asked what social media, topics for discussion and formats of content they prefer. The study revealed that Douyin is the most popular platform. 53 respondents out of 60 questioned in China utilize Douyin [5]. Text and image-based formats of content are at the focus of attention, then video and audio come. The hottest topics include humour, fashion, appearance, food, relations.

“Humour” includes the following subtopics: family and friends; animals; schooling; weather; celebrities; human nature; toilet humour; appearance; fashion.

“Fashion” includes the following subtopics: the latest teen fashion trends and clothing; street fashion; celebrity looks.

“Appearance” includes the following subtopics: skin, make-up and hair care tips; celebrity looks; body language.

“Food” includes the following subtopics: tasty food recipes; menus for holidays and parties; take-out meals; weight loss recipes; “Relations” includes the following subtopics: true and toxic friendship; looking for a boyfriend/girlfriend; breakups; dating; flirt.

So, our analysis has shown that the most popular social media in China are WeChat and Douyin. The most popular topics on WeChat are fashion, beauty, health, artificial intelligence, games. The hottest topics on Douyin are humour, fashion, appearance, food, relations. The most popular social media in China are generally aimed at entertainment, interaction, gaming, financial transactions.

Conclusion. It should be admitted that ever since social media started to spread, it has become an essential part that almost no one can live without. The popularity of a platform depends on the quantity of active internet users. The nature of the content represented in them is very diverse. It may range from photos, images, texts to videos of different formats. The hottest topics as well cover various spheres of life. However, there are social media services that specify in a certain type of content. Moreover, the predominant area of interest of the social media users differs on discernible platforms.

Investigation of the top social media in the UK, Belarus and China has shown the following:

The most popular social medium among adults in the UK is YouTube; in Belarus — Viber; in China — WeChat.

The most popular social medium among teenagers in the UK is SnapChat, in Belarus — TikTok, in China — Douyin.

The most popular service for video-based content in the UK is YouTube and SnapChat (live); in Belarus — TikTok, in China — WeChat and Douyin.

The most popular service for live broadcasting content in the UK is YouTube, in Belarus such content is not widely spread, in China — WeChat.

The most popular service for interactive content in the UK is SnapChat, in Belarus — TikTok, in China — Douyin.

The most popular topics on social media in the UK are music, travelling, cooking, education, animal facts life (YouTube), studies, hobbies, travelling, shopping and music (SnapChat), in Belarus — everyday life issues, relations, working, weather concern, eating habits (Viber), humour, dance and music, life hackings, animals and pets and studies (TikTok), in China — fashion, beauty, health, artificial intelligence, games (WeChat), humour, fashion, appearance, food, relations (Douyin).

The most popular social media in the UK are generally aimed at entertainment, education, interaction, in Belarus — at interaction, education, entertainment, in China — entertainment, interaction, gaming, financial transactions.

References

1. Social media essay [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.techopedia.com/definition/4837/social-media>. — Date of access: 10.08.2021.
2. The 7 different types of social media [Electronic resource]. — Mode of access: <https://biteable.com/blog/the-7-different-types-of-social-media/>. — Date of access: 25.09.2021.
3. Digital 2021: the evolution of the digital landscape in the UK [Electronic resource]. — Mode of access: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/02/digital-2021-the-evolution-of-the-digital-landscape-in-the-uk/>. — Date of access: 25.09.2021.
4. Viber (Вайбер). VoIP [Electronic resource]. — Mode of access: <https://forum.onliner.by/viewtopic.php?t=12249516&start=0>. — Date of access: 10.10.2021.
5. TikTok's China twin Douyin has 550 million search users, takes on Baidu [Electronic resource]. — Mode of access: <https://techcrunch.com/2021/02/17/short-video-search-douyin-tiktok/>. — Date of access: 13.09.2021.

UDC 372.87

Yizhuo Song

*Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank, Minsk,
the Republic of Belarus, songyizhuo9526@gmail.com*

THE CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF CHOREOGRAPHIC EDUCATION IN CHINA

This article discusses the current state of choreographic education in China, examining the challenges faced by educators and students and the opportunities for

development and growth. The history of choreographic education in China and the evolution of teaching methods, as well as the influence of government policy and cultural factors on this area, are examined.

Key words: choreographic education; teaching methodologies; professional development; curriculum design.

Ичжо Сун

*Учреждение образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», Минск, Республика Беларусь,
songyizhuo9526@gmail.com*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В КИТАЕ

В данной статье рассматривается современное состояние хореографического образования в Китае, проблемы, с которыми сталкиваются педагоги и учащиеся, и возможности для развития и роста. Исследуется история хореографического образования в Китае и эволюция методов обучения, а также влияние государственной политики и культурных факторов на эту сферу.

Ключевые слова: хореографическое образование; методики обучения; повышение квалификации; разработка учебных программ.

Introduction. In recent years, the Chinese government has invested heavily in the development of arts education, including dance education, as a means of promoting cultural heritage and national identity. This has resulted in a significant expansion of dance education programs. Despite these challenges, there are many reasons to be optimistic about the future of choreographic education in China. The country has a wealth of talented dancers and choreographers, as well as a growing interest in contemporary dance forms and innovative approaches to dance education. Moreover, advances in technology and the increasing globalization of the dance world are creating new opportunities for collaboration and exchange, as well as new challenges for educators and practitioners alike. “The Chinese dance industry is poised for continued growth and success in the coming years, as the country’s talented young dancers and choreographers continue to make a name for themselves on the world stage” [1, p. 73].

In this paper, we will examine these trends and challenges in detail, drawing on a range of sources and perspectives to provide a comprehensive overview of the current state and prospects for the development of choreographic education in China. We hope that this paper will be a useful resource for educators, researchers, and policymakers interested in the future of dance education in China, as well as a starting point for further discussion and exploration of this dynamic and rapidly evolving field.

Main part. Dance has always played a significant role in Chinese culture and traditions. China has a rich history of dance, including classical dance, folk dance, and ethnic minority dance forms. With the growing interest in Chinese dance forms globally, there has been an increasing demand for trained dancers in China. This demand has led to the development of choreographic education in China.

History of Dance in China.

Dance has played an important role in Chinese culture for thousands of years. Ancient Chinese dances were an essential part of religious ceremonies, imperial court rituals, and celebrations. Classical Chinese dance, also known as court dance, evolved during the Tang dynasty (618—907 AD) and reached its peak during the Ming and Qing dynasties (1368—1911 AD). “China has an ancient dance history that is deeply rooted in its culture and religion, and this history continues to inspire contemporary Chinese choreographers and dancers” [2, p. 82]. Classical Chinese dance is characterized by its use of flowing, graceful movements, intricate footwork, and expressive hand gestures. Chinese folk dances, on the other hand, are a reflection of the diverse ethnic cultures of China. Folk dances are known for their vivid costumes, lively music, and high-energy movements.

Current State of Choreographic Education in China.

The current state of choreographic education in China is characterized by both strengths and weaknesses. There are many institutions and programs that provide dance training at various levels, including universities, dance academies, and private dance schools. The Ministry of Education and the Ministry of Culture have also made significant investments in recent years to support the development of dance education in China. “The Chinese government’s policies and initiatives have played a crucial role in the development of choreographic education, but there is still room for improvement in terms of access to resources and training opportunities” [3, p. 152]. However, there are also some challenges that

the field faces, such as a lack of funding, insufficient teacher training, and an outdated curriculum. Furthermore, there is a perceived gap between the quality of dance education in urban and rural areas, with urban students having access to better resources and opportunities.

To address these challenges, the Chinese government has launched several initiatives to improve the quality of dance education in China. For example, the Ministry of Education has launched a program to establish new dance departments in universities and colleges across the country. The government has also established new dance academies and has provided funding for the training of dance teachers. However, more needs to be done to address the challenges that the field faces.

Prospects for the Development of Choreographic Education in China.

Despite the challenges, there are many reasons to be optimistic about the future of choreographic education in China. There has been a renewed focus on dance education at the national level, with new initiatives and reforms aimed at improving the quality of dance education. “The Chinese government has invested heavily in the development of dance education in recent years, with a particular emphasis on nurturing young talent” [4, p. 10]. For example, the government has launched a program to establish more dance academies across the country, and the Ministry of Culture has provided funding for international collaborations and exchanges. The Chinese government has also supported the development of new technologies and digital media in dance education, which can improve the quality of dance training.

To ensure the continued growth and development of choreographic education in China, several areas need to be addressed. First, there needs to be more funding for dance education, particularly in rural areas. Second, there needs to be a focus on improving the quality of dance teacher training and curriculum development. Third, there needs to be a greater emphasis on integrating technology and digital media in dance education.

Comparison with International Standards.

To benchmark the current state of choreographic education in China, it is helpful to compare it with international standards and best practices. In this regard, China has made significant progress in recent years, but there is still room for improvement. For example, while the country has established numerous dance schools and universities, the quality of education and training varies widely. Some institutions have

world-class facilities and faculty, while others struggle to provide basic resources and support.

One challenge facing choreographic education in China is the lack of standardized curriculum and accreditation systems. While some schools have established their own curriculum and certification programs, there is no unified national standard for dance education. This can lead to inconsistencies in the quality of education and difficulty for students transferring between institutions.

Another challenge is the limited opportunities for students to gain practical experience and exposure to the professional dance industry. While some schools have partnerships with dance companies and organizations, many students struggle to find internships and performance opportunities. This can make it difficult for them to transition into professional careers after graduation. “In order to attract and retain top talent in choreographic education, organizations in China must prioritize creating supportive and inclusive cultures, offering competitive salaries and benefits, and providing opportunities for career advancement” [5, p. 98].

Despite these challenges, there are also opportunities for the future development of choreographic education in China. The government has recognized the importance of the arts and has invested in programs to promote cultural exchange and collaboration with other countries. This includes partnerships with international dance companies and festivals, as well as initiatives to bring Chinese dance to a global audience. Furthermore, the growth of the Chinese economy has led to an increase in demand for dance performances and entertainment, creating new opportunities for dancers and choreographers. This has led to the establishment of more private dance companies and studios, providing additional avenues for students to gain practical experience and enter the professional dance world.

To continue developing choreographic education in China, it will be important to establish standardized curriculum and accreditation systems, as well as to increase opportunities for practical experience and industry exposure. Additionally, the government and private sector should continue to invest in cultural exchange and collaboration to promote the growth and development of the Chinese dance industry on a global scale. Cultural exchange and collaboration are key factors for the growth and development of any artistic industry, and the Chinese dance industry is no exception. By investing in international partner-

ships and cultural exchange programs, the Chinese government and private sector can help promote Chinese dance on a global scale, while also providing valuable opportunities for Chinese dancers and choreographers to gain exposure to different styles and techniques. International cooperation and exchanges provide Chinese dancers and choreographers with valuable opportunities to study and collaborate with some of the most famous artists in the world. One example of successful cultural exchange is the collaboration between the Beijing Dance Academy and the Royal Ballet School in London. The two institutions have established a joint program, which allows students to study and train in both China and the UK, providing them with a unique and comprehensive education.

Similarly, the Chinese government has also established partnerships with international dance festivals and organizations, such as the American Dance Festival and the International Association of Dance Medicine and Science, to promote cultural exchange and collaboration. These partnerships provide opportunities for Chinese dancers and choreographers to showcase their talents on an international stage, while also learning from and working with artists from different backgrounds and cultures. Exchanges with international dance organizations and artists have played an important role in China's dance scene.

In addition to cultural exchange, private investment in the dance industry can also play a significant role in its growth and development. Private dance companies and studios can provide additional opportunities for students to gain practical experience and exposure to the professional dance world. Moreover, private investment can also help fund research and development in dance science, technology, and innovation, leading to new discoveries and advancements in the field. "Dance companies in China are increasingly focused on the development of young talent, as they recognize the important role that these dancers and choreographers will play in the future of the industry" [6, p. 64].

Conclusion. The history of dance in China is a rich and diverse tapestry that has evolved over centuries, incorporating traditional folk dances and regional styles as well as modern and contemporary forms. This legacy has laid the foundation for the current state of choreographic education in China, which has seen significant growth and development over the past few decades.

Despite the challenges and limitations facing the field, the future prospects for choreographic education in China are promising. The Chinese government's continued investment in the arts and culture sector, coupled with the growing interest and demand for dance education among the public, offer opportunities for further development and innovation in the field. Moreover, by comparing the current state of choreographic education in China with international standards, such as those set by established dance institutions and programs in Europe and North America, China can identify areas for improvement and strive to achieve a higher level of excellence and recognition in the global dance community. By doing so, China can position itself as a leading hub for choreographic education and contribute to the diversity and vibrancy of the global dance community, reflecting the passion and dedication of generations of dancers and educators. The development of choreographic education in China is still ongoing, with both challenges and opportunities. Standardization of curriculum and accreditation systems, increased opportunities for practical experience and industry exposure, and investment in cultural exchange and private funding are all crucial factors for the growth and success of the Chinese dance industry. With continued effort and investment, the future prospects for the development of choreographic education in China are promising, and the country's dancers and choreographers can continue to make a valuable contribution to the global dance community.

References

1. *Zhou, Y.* The development and prospects of contemporary dance in China / Y. Zhou. — China : Journal of Dance, 2020. — P. 73—79.
2. *Bromberg, E.* Training dancers in China: Building a national institution / E. Bromberg. — China : Journal of Dance Education, 2003. — P. 81—87.
3. *Li, Y.* The development of choreographic education in China / Y. Li // Handbook of Research on the Facilitation of Civic Engagement through Community Art. — 2019. — № 151. — 165 p.
4. *Wang, Q.* The development of dance education in China / Q. Wang, Y. Chen // Arts Education Policy Review. — 2017. — № 118(1). — P. 8—18.
5. *Wang, L.* Exploring the development of dance education in China's vocational education / L. Wang // Journal of Tianjin Vocational and Technical Education. — 2022. — P. 87—98.
6. *Huang, M.* The development and prospects of contemporary dance art in China / M. Huang // Journal of Jiangsu Institute of Education. — 2018. — P. 64—67.

ВЕКТОРЫ БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

УДК 339.56

А. С. Вакар¹, Д. В. Низовец²

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, ¹vakar.lina01@mail.com, ²fromdinara@mail.ru*

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В КИТАЕ

В статье рассматриваются наиболее часто используемые стратегии цифрового маркетинга в Китае. Раскрыты потенциальные трудности для иностранных компаний при внедрении цифрового маркетинга в Китае.

Ключевые слова: цифровой маркетинг; социальные сети; компания; электронная коммерция.

A. S. Vakar¹, D. V. Nizovets²

*Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
¹vakar.lina01@mail.com, ²fromdinara@mail.ru*

DIGITAL MARKETING IN CHINA

The article reviews the most commonly used digital marketing strategies in China. Potential difficulties for foreign companies in the implementation of digital marketing in China are revealed.

Key words: digital marketing; social media; company; e-commerce.

Введение. Современный Китай является перспективным и популярным рынком для многих крупных мировых и белорусских компаний. Выходя на рынок Китая, бизнес задумывается о грамотной рекламе и продвижении своей продукции или услуг. Осуществляя маркетинговую деятельность на китайском рынке важно учитывать определенные особенности.

За последние десятилетия китайская экономика цифровизировалась и значимой отраслью этой экономики стала электронная коммерция. Именно поэтому в современных условиях бизнес делает упор на digital-продвижение, используя новые маркетинговые инструменты на рынке Китая.

На сегодняшний день в Китае используются все стандартные каналы продвижения: наружная реклама, телевидение, радио, но одним из самых эффективных каналов является Интернет. Начиная продвижение в Интернете, важно учитывать, что в Китае недоступны популярные и привычные для всего мира сервисы, и социальные сети, такие как Google, YouTube, Facebook, Instagram.

Основная часть. Невероятная популярность обмена мгновенными сообщениями и онлайн-покупок, наряду с распространением смартфонов, помогла Китаю стать крупнейшим рынком социальных сетей и электронной коммерции. По оценкам, к концу 2023 года общее число пользователей социальных сетей и покупателей цифровых товаров в Китае достигнет 987,3 млн и 824,5 млн соответственно. За этой тенденцией стоит растущий интерес иностранных бизнесменов к использованию возможностей, открывающихся на цифровом рынке страны [1].

Китай — чрезвычайно интересный, но такой же требовательный рынок, начиная с законодательства, которое скорее закрывает экономику для иностранных вендоров. Это делает сотрудничество с трансграничными платформами необходимостью.

Самый простой и многообещающий вход — через социальные платформы электронной коммерции, которые позволяют иностранным поставщикам, таким как TMall или JD, использовать их международные версии. Они требуют хорошей доли прибыли, а конкуренция в Китае больше, чем на других рынках: здесь соревнуются вендоры со всего мира. Таким образом, сильный брендинг в Китае даже важнее, чем на любом другом рынке.

Pinduoduo — трансграничная платформа, через которую можно выйти на китайский рынок. Однако, конкуренция там работает практически только за счет ценообразования, поскольку пользователи могут объединяться, делая более крупные заказы, следовательно, заключая еще более выгодную сделку. Вряд ли это подходящая отправная точка для получения лояльных клиентов, которые адаптируются к моделям ценообразования [2].

Наиболее часто используемые стратегии цифрового маркетинга в Китае:

1. Поисковая оптимизация (SEO). Часто определяется как «искусство и наука о том, как сделать веб-страницы привлекательными для поисковых систем». Компании применяют эту стратегию для повышения рейтинга и видимости своих веб-сайтов в поисковых системах. Поисковые системы ранжируют сайты на основе таких факторов, как релевантность ключевых слов, качество контента веб-сайта, уровень вовлеченности пользователей, количество и качество внешних ссылок и структура веб-сайта. SEO-специалисты используют эти факторы как ключевые показатели, чтобы помочь компаниям улучшить свои сайты. Хотя это широко используемая стратегия, эффект SEO может быть ограничен по определенным причинам:

- алгоритмы поисковой системы часто меняются. Компании должны внимательно следить за этими изменениями и вносить соответствующие коррективы;

- если SEO веб-сайта сделано ненадлежащим образом, поисковые системы могут снизить его рейтинг или удалить его данные в поисковой системе. В Китае SEO часто применяется в поисковых системах, таких как Baidu, Sogou и 360 Search. Поскольку этим поисковым системам трудно читать на иностранных языках, веб-сайт должен быть на упрощенном китайском языке. Загрузка страниц и доступность будут улучшены, если официальный сайт будет размещен в Китае. Кроме того, контент также должен соответствовать закону и уважать ограничения на темы статей и видео.

Выделим основные поисковые системы в Китае:

- Baidu — самая популярная поисковая система, которая занимает около 70 % доли рынка в Китае.

- Sogou — основана в 2004 году и известна своей клавиатурой Sogou Input для мобильных устройств и планшетов. Доля рынка поисковой системы Sogou составляет почти 25 %. Sogou встроена в платформу WeChat, что является уникальным преимуществом по сравнению с другими поисковыми системами Китая.

- Bing — рекомендуется многими пользователями сети, поскольку имеется доступ к западным результатам поиска. В Bing есть две панели поиска: одна предназначена только для внутреннего поиска, другая — для международных результатов [2].

2. Контент-маркетинг — это стратегия привлечения потенциальных клиентов путем предоставления релевантного контента целевым группам без прямой передачи рекламного сообщения. В Китае контент-маркетинг включает рекламу, пресс-релизы, подкасты, блоги, аудио, видео, инфографику на Weibo, WeChat, поисковых системах, официальных веб-сайтах и клиентских приложениях. Поскольку пользователи сети ежедневно сталкиваются с сотнями тысяч контента в своих социальных сетях, творческий и привлекательный контент, передающий ценности бренда, может стать ключом к кампаниям контент-маркетинга.

3. Маркетинг с оплатой за клик (PPC) относится к стратегии, которая привлекает трафик на веб-сайт компании с помощью платной рекламы. Предприятия размещают рекламу на онлайн-платформе, где взимают определенную плату каждый раз, когда пользователь Интернета нажимает на эту рекламу. Исследование ключевых слов играет наиболее важную роль в кампании PPC. В китайских социальных сетях существует чрезвычайно популярный «киберязык» под названием “种草” («Чжун Цао»). Это означает желание купить конкретный продукт или что-то испытать, получить определенный продукт или опыт.

4. Маркетинг в социальных сетях — это стратегия повышения узнаваемости бренда, привлечения трафика и установления социального доверия путем вовлечения людей в социальные сети и онлайн-дискуссии [2]. В настоящее время факторы и средства массовой информации, влияющие на решения потребителей, изменились, поэтому важно создавать контент, чтобы привлечь внимание потребителей и предоставить им необходимую информацию при принятии решений и проведении поиска. В Китае предприятия часто нанимают профессионалов для управления своими учетными записями в социальных сетях, включая публикацию новых выпусков продуктов, ответы на сообщения подписчиков и инициирование онлайн-дискуссий. Компании также сотрудничают со знаменитостями и ключевыми лидерами мнений (KOL) для повышения узнаваемости бренда посредством онлайн-взаимодействия на платформах социальных сетей. В последние годы, все больше компаний также используют платформы социальных сетей в качестве каналов прямых продаж. Стоит отметить, что в социальных сетях маркетинг KOL постепенно рассматривается брендами как главный приоритет в коммуникации,

занимая 60 % индустрии цифрового маркетинга. Прямые трансляции и короткие видео составляют 55 %, за ними следуют официальные общедоступные аккаунты с долей 54 % [2].

Чтобы обеспечить наилучшую практику маркетинга, китайские компании обычно реализуют смешанные стратегии цифрового маркетинга, но с разными акцентами.

Наиболее часто используемые платформы социальных сетей в Китае представлены в таблице 1.

Т а б л и ц а 1 — Популярные социальные сети в Китае

Название социальной сети	Количество активных пользователей в месяц	Аналог	Описание
WeChat (微信)	1,17 млрд	Микс Telegram, Instagram, Facebook, VK и ряд онлайн-сервисов повседневного спроса (такси, оплата услуг, покупки и т. д.)	Имеет множество функций, состоящих из голосовых и текстовых сообщений. Сеть можно использовать для платежей, создания и обмена короткими видео, прямых трансляций и игр, а также для оплаты расходов на проживание, QR-коды для общественного транспорта, пополнение баланса на мобильном телефоне и т. д.
Weibo (新浪微博)	533 млн	VK	Сервис микроблогов, где в персональном аккаунте можно вести собственный блог и публиковать оригинальный контент
Xiaohongshu (小红书)	77 млн	Instagram, но с расширенными функциями социальной коммерции	Маркетплейс с элементами соцсети, который позволяет разместиться на своей платформе как брендам, так и обычным пользователям
Toutiao (头条)	175 млн	Яндекс.Дзен	Входит в экосистему ByteDance, следовательно, рекламная площадка позволяет таргетироваться на всех пользователей внутри экосистемы, включая DouYin

Примечание — Разработка автора.

Таким образом, национальные социальные сети значительно более популярны, чем зарубежные аналоги в Китае. Каждая из китайских социальных сетей имеет свои уникальные особенности и предназначена для определенной целевой аудитории. Однако, большинство популярных социальных платформ в Китае включают в себя функционал мгновенного обмена сообщениями, медийного контента, игровых возможностей и онлайн-платежей. Кроме того, в Китае существуют строгие правила на контроль социальных сетей со стороны государства, что также влияет на их популярность в данной стране.

Китайские социальные сети — это особый рынок, на котором не действуют подходы, которые могли зарекомендовать себя в Республике Беларусь или на Западе, потому что набор сетей и связанных с ними сервисов существенно отличается [3].

Рассмотрим потенциальные трудности для иностранных компаний при внедрении цифрового маркетинга в Китае:

1. Различные основные платформы социальных сетей. Продвижение социальных сетей играет незаменимую роль в цифровом маркетинге как в Китае, так и за рубежом. Отметим, что основные платформы социальных сетей в Китае и других странах значительно различаются. Важно учесть, что китайские потребители не имеют доступа даже к самым популярным платформам, поскольку иностранные социальные сети блокируются брандмауэрами и местными запретами.

2. Разрыв между онлайн- и офлайн-мероприятиями. Стратегия цифрового маркетинга наиболее успешна, когда онлайн-продвижение сочетается с офлайн-мероприятиями. Многие китайские компании проводят креативные офлайн-мероприятия для поддержки онлайн-продвижения. Основываясь на отзывах клиентов о продуктах и их опыте проведения офлайн-мероприятий, китайские компании могут эффективно и гибко корректировать стратегию проведения офлайн-мероприятий.

3. Более строгая политика защиты личной информации. Во время 13-го созыва Постоянного комитета Всекитайского собрания народных представителей в 2020 году были опубликованы Закон Китайской Народной Республики о кибербезопасности и Закон Китайской Народной Республики о защите личной информации. Законы запрещают использование личной информации потребителей. Поскольку цифровой маркетинг в значительной степени зависит от анализа

больших данных, данная политика может помешать реализации определенных стратегий цифрового маркетинга как для китайских, так и для иностранных компаний. Например, в Беларуси доступ к Интернету имеют практически все граждане страны, а в Китае государственная цензура достаточно сильно ограничивает Интернет-свободу [4].

4. Культурные и языковые проблемы. Глобализация и распространение Интернета в какой-то мере решили эту проблему, однако, местные культуры и их понимание по-прежнему имеют значение для эффективного маркетинга. Глубокое понимание китайской культуры является проблемой для иностранных компаний не только из-за сложной языковой системы, но и из-за богатого метафорического значения. Когда дело доходит до цифрового маркетинга, все становится сложнее. Культура иностранных компаний должна адаптироваться к местной путем использования надлежащего китайского языка в соответствии с их брендингом и продвижением в цифровом маркетинге. Бренды должны знать, какой рекламный слоган может найти отклик у конкретной группы китайцев на рынке.

Покорить Китай не так просто, как кажется на первый взгляд. Небольшим компаниям следует начать путь с выхода на китайский маркетплейс, но даже там понадобится время для комплексной подготовки, а зачастую ещё придется прибегать к консультации местных специалистов.

Заключение. Китайские интернет-платформы, такие как Baidu, Bing и Weibo, являются одними из самых используемых для цифрового маркетинга в Китае. В Беларуси же в основном используются платформы, такие как Google, VK, Facebook и Instagram.

Также следует отметить, что в Китае продвижение бизнеса в цифровой среде более ориентированно на мобильные приложения, в то время как в Беларуси более популярны сайты и социальные сети.

В целом можно сделать вывод, что цифровой маркетинг в Республике Беларусь и Китае является важной составляющей продвижения бизнеса, но каждая страна имеет свои особенности в этой области.

Список цитируемых источников

1. Как начать свой бизнес с Китаем [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://openchina.com.ua/tag/wechat/>. — Дата доступа: 06.03.2023.
2. Digital Marketing в Китае [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://marketingentry.agency/blog/digital-marketing-v-kitae/>. — Дата доступа: 07.03.2023
3. 10 Top Trends of Digital Marketing in China [Electronic resource]. — Mode of access: <https://marketingtochina.com/10-digital-marketing-trends-in-china/>. — Date of access: 07.03.2023.
4. Закон о защите персональной информации Китайской Народной Республики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://chinahelp.me/information/zakon-o-zashhite-personalnoj-informaczii-kitajskoj-narodnoj-respubliki>. — Дата доступа: 07.03.2023.

УДК 378

С. В. Гордейчик¹, К. В. Барановская², В. В. Севрук³

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, ¹snezhana-kcherga@mail.ru,
²karolinka14052003@mail.ru, ³kalesnikova.viktoriya@gmail.com*

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ И ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Описаны инновационное развитие вузов, их взаимодействие с организациями реального сектора экономики. Исследованы причины отсутствия взаимодействия науки, образования и бизнеса. Приведены положительные изменения в случае использования кооперативного потенциала науки, образования и бизнеса. Проведен анализ государственного стимулирования и создания кооперационных связей. В частности, рассмотрен инструмент создания и развития инжиниринговых центров, благодаря которым ускоряется процесс развития инноваций в вузах и в стране целом. Актуальность темы определяется сложившейся социально-экономической ситуацией в стране. На данном этапе задачей национальной инновационной системы является восстановление кооперационных связей вузов и предприятий реального сектора экономики для реализации глобальных задач.

Ключевые слова: взаимодействие; разработки; развитие экономики; научно-технологическое развитие; конкурентоспособность; инновационная деятельность; инновационная активность; инжиниринговый центр.

S. V. Gordeichik¹, K. V. Baranovskaya², V. V. Siauruk³
Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
¹*snezhana-kcherga@mail.ru,* ²*karolinka14052003@mail.ru,*
³*kalesnikova.viktoriya@gmail.com*

INTERACTION BETWEEN THE REAL SECTOR OF THE ECONOMY AND HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

The article describes the current state of innovative development of universities, their interaction with organizations of the real sector of the economy. The reasons for the lack of interaction between science, education and business have examined. The positive changes in the case of application the cooperative potential of science, education and business have adduced. The analysis of state stimulation and creation of such cooperative relations has conducted. In particular, the creation and development tool of engineering centers by which accelerates the process of innovation in universities and in the country as a whole, has considered. The relevance of the topic is determining by the current socio-economic situation in the country. At this stage, the task of the national innovation system is to restore cooperation between universities and enterprises of the real sector of the economy for the implementation of global tasks.

Key words: interaction; developments; economic development; scientific and technological development; competitiveness; innovative activity; engineering center.

Введение. Решение задач социально-экономического характера возникших перед Беларусью и обеспечение конкурентоспособности страны в сложившейся экономической и внешнеполитической ситуации невозможны без научно-технического и технологического развития.

Развитие науки и техники является стратегическим приоритетом Беларуси, в реализации которого участвуют государственные и негосударственные субъекты инновационной системы, в том числе научные и образовательные учреждения, промышленные предприятия, непосредственно ведущие научно-техническую и инновационную деятельность, или использующие ее готовые результаты.

Основная часть. Межорганизационное сотрудничество является одним из важнейших механизмов инновационного развития экономики в целом. Сотрудничество не только концентрирует ресурсы на достижении целей, но и позволяет нам достигать результатов, которые выходят за рамки возможностей любой отдельной организации.

Несмотря на множество видов кооперации, особую роль для инновационного развития играет кооперация между реальным и наукоемким секторами экономики по двум основным направлениям: подготовка кадров для организаций реального сектора экономики и выполнение организациями сектора генерации знаний в интересах организаций.

На сегодняшний день взаимодействие такого рода носит локальный характер и не является приоритетным для компаний реального сектора. Сотрудничество между университетами и компаниями особенно заметно в рамках государственных программ, направленных на развитие этих связей.

Существуют государственные программы, которые направлены на стимулирование взаимодействия вузов и бизнеса. Поэтому разрабатываемая программа инновационного развития предприятий совместного участия потребует обязательного взаимодействия предприятий с образовательными и научными организациями в сферах развития человеческих ресурсов, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, коммерциализации интеллектуальной собственности. Создание и развитие инженерных центров на базе высшего образования, участие университетов в технологических платформах, национальные инициативы и участие университетов в создании инновационных научно-технических центров также являются стимулирующими инструментами [1].

Однако, несмотря на государственное стимулирование совместных действий, в настоящее время она недостаточно развита. В то же время создание системы тесного взаимодействия этих структур позволяет добиться замечательных результатов в описанных ниже областях.

1. Проектирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по приоритетным направлениям развития.

Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) — комплекс работ по поиску или разработке технологических и организационно-экономических способов и методов практического достижения нормативов конкурентоспособности (качества, ресурсоемкости и других показателей) объекта, установленных на стадии маркетинговых исследований.

Основным инструментом достижения целей НИОКР является внедрение результатов научно-технического прогресса (НТП).

Важнейшими направлениями научно-технического прогресса являются:

- компьютеризация производства и управления на всех уровнях и во всех областях на основе мощных и миниатюрных компьютеров;
- совершенствование технологий;
- расширение применения биотехнологии;
- создание материалов с заранее заданными свойствами, композиционных и синтетических материалов;
- развитие искусственного интеллекта;
- развитие теории и практики менеджмента [2].

2. Формирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, соответствующих приоритетным направлениям развития.

Формирование инвестиционных идеи предусматривает:

- выбор и предварительное обоснование замысла;
- инновационный, патентный и экологический анализ технического решения (объекта, техники, ресурса, услуги), организация производства которого предусмотрена намеченным проектом;
- проверку необходимости выполнения сертификационных требований;
- предварительное согласование инвестиционного замысла с федеральными, региональными и отраслевыми приоритетами;
- предварительный отбор предприятия, организации, способной реализовать проект;
- подготовку информационного меморандума реципиента (организации, осуществляющей проект) [2].

3. Обеспечение трансферт технологий и сокращение инновационного цикла. Трансферт технологий является необходимой составляющей горизонтального метода продвижения инноваций.

Выделяют следующие механизмы осуществления трансферта технологий:

- обмен информацией на конференциях, индивидуальных встречах, выставках, посещениях компаний, по сети Интернет. Часто это первоначальное знакомство служит залогом будущего тесного сотрудничества в случае совпадения интересов;

– обмен персоналом — обе организации выигрывают, учась, друг у друга. Эта форма служит начальным этапом образования стратегических альянсов;

– обеспечение услуг по технической поддержке — прямой выход на клиентов, которым можно было бы продать технологию. Предоставление собственного часто уникального оборудования, мощностей в лизинг, а также передача опыта по работе с техникой;

– продажа лицензий и ноу-хау;

– заключение различных соглашений о совместной работе исследовательских отделов;

– вательских отделах компаний или в лабораториях, университетах, научно-исследовательских центрах;

– образование консорциумов. Особенно распространены горизонтальные консорциумы, когда промышленные конкуренты вкладывают совместно ресурсы в доконкурентной стадии разработок и исследований [3].

4. Создание условий для снижения импортозависимости.

Основными целями стратегии импортозамещения являются:

– обеспечение экономической безопасности и суверенитета Республики Беларусь;

– достижение технологической независимости в критических областях;

– обеспечение положительного сальдо торгового баланса;

– формирование потенциала для завоевания глобальных рынков.

5. Создание базовых кафедр для реализации образовательных программ, ориентированных на требования конкретных работодателей.

Среди основных направлений деятельности базовых кафедр следует выделить:

– учебно-организационную и учебно-методическую работу;

– организацию всех видов практики студентам и слушателям;

– информационно-аналитическую деятельность;

– научно-исследовательскую деятельность;

– международное сотрудничество.

Необходимо отметить, что зарубежные образовательные системы хорошо адаптированы к современным тенденциям, так как их образовательные программы традиционно многоуровневые и разнообраз-

разные, приближены к реальным потребностям в специалистах соответствующего уровня подготовки.

Тем не менее во многих странах остро стоит проблема доступности образования для всех слоев населения и преодоления ограничений при получении образования по тем или иным признакам (гендерная, социальная, национальная, религиозная принадлежность).

6. Совершенствование образовательных программ в высших учебных заведениях.

Основные цели профессионального образования — подготовка специалиста соответствующего уровня и профиля, конкурентоспособного на рынке труда, компетентного, ответственного, свободно владеющего своей профессией и ориентированного в смежных областях деятельности, способного к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов, готового к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности; удовлетворение потребностей личности в получении соответствующего образования.

7. Повышение инновационной активности вузов и учреждений реального сектора.

В повышении инновационной активности важнейшее значение имеют эти две тенденции: становление инновационных организаций, способных к саморазвитию, и повышение инкорпорированности (то есть включенности) инновационных структур в систему различных институтов и межфирменных взаимодействий.

Понимание предприятия как важнейшего структурообразующего элемента экономики составляет основную черту парадигмы инновационных преобразований. Выделяются две основные функции фирмы как элемента макроэкономической системы: производственную и интеграционную. В первом случае фирма определяется как организационно устойчивая целостная и отграниченная от окружающей среды самостоятельная технико-экономическая система, сосредоточивающая потоки ресурсов и направляющая их в процессы производства продукции. При этом фирма ориентирована на воспроизводство экономических связей и отношений во внутренней среде на уровне макро-микровзаимодействий системы. Интеграционная функция рассматривается в контексте потоков сырьевых, информационных, финансовых, технологических, трудовых ресурсов как узловая точка их пересечения. При этом она

воспроизводит экономические связи и отношения с другими элементами макроэкономической системы (с элементами внешней среды). Как элемент более глобальной системы она осуществляет и воспроизводит макро-, микровзаимодействия и отношения [4].

Основными причинами слабого взаимодействия с бизнесом являются слабая инициатива университетов, несоответствие образовательных программ запросам бизнеса и глобального рынка. По мнению работодателей, система образования в Республике Беларусь консервативна и слабо реагирует на вызовы экономики в целом. В результате отсутствует проектная подготовка студентов, позволяющая будущим специалистам заранее ознакомиться с производством, будущими сферами деятельности и ожиданиями работодателей [5, с. 131—133].

Для достижения требуемого уровня образования студентов, а в дальнейшем и будущих работников, необходима разработка проектно-ориентированных образовательных программ, реализацией которых в первую очередь должны заниматься работодатели совместно с образовательными учреждениями Республики Беларусь.

В настоящее время создаются предпосылки развития инновационной деятельности в вузах. ВУЗы совершенствуют свою инновационную деятельность, участвуют в выполнении прикладных исследований по грантам, совместных проектах с научно-исследовательскими институтами.

При ВУЗах также создаются технопарки, лабораторные и инженерные комплексы. Китайско-Белорусский индустриальный парк «Великий камень», Парк высоких технологий, Научно-технологический парк БНТУ «Политехник» являются наиболее известными технопарками Республики Беларусь.

Особое внимание стоит уделить созданию малых инновационных предприятий, поскольку они являются посредниками между реальным сектором экономики и учреждениями образования и именно они способны адаптировать проводимые исследования и создаваемые разработки к предъявляемым требованиям в инновационном секторе экономики [6, с. 29—33].

Немаловажную роль в развитии сотрудничества между ВУЗами и предприятиями играет законодательная база Республики Беларусь. Одной из основных государственных программ, направленных на

развитие национальной инновационной системы является «Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021—2025 годы». Для достижения целей данной программы, прежде всего, необходимо развитие инфраструктуры, которая требуется для осуществления научных исследований и разработок [7].

Заключение. Для достижения целей инновационного развития в Республике Беларусь необходима разработка законопроекта, касающаяся исключительно совместной деятельности высших учебных заведений и предприятий. Слабое развитие совместной деятельности данных сторон во многом обусловлено отсутствием четкого алгоритма действий по реализации различных проектов.

Таким образом, совместное развитие позволяет студентам реализовать свой потенциал, а компаниям получить разработанный проект. При глобализации и пропаганде данных взаимодействий в рамках Республики Беларусь имеются высокие шансы на популяризацию межорганизационного сотрудничества, коммерциализацию интеллектуальной собственности и подготовку высококвалифицированных кадров, обладающих знаниями о текущих направлениях инновационной деятельности преуспевающих предприятий.

Список цитируемых источников

1. Методические указания по разработке (актуализации) программ инновационного развития акционерных обществ с государственным участием государственных корпораций и федеральных государственных унитарных предприятий [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depino/201507035473>. — Дата доступа: 10.03.2023.

2. Организация научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://studfile.net/preview/5671462/page:3/>. — Дата доступа: 10.03.2023.

3. Механизмы трансферта технологий [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://studfile.net/preview/10071375/page:2/>. — Дата доступа: 10.03.2023.

4. Повышение инновационной активности предприятий [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://wiseeconomist.ru/poleznoe/43816-povyshenie-innovacionnoj-aktivnosti-predpriyatij>. — Дата доступа: 10.03.2023.

5. Ломовцева, О. А. Участие вузов в инновационном обновлении промышленности региона / О. А. Ломовцева, О. А. Герасименко // Бизнес. Образование. Право. Вест. Волгоградского ин-та бизнеса. — 2014. — № 1 (26). — С. 131—133.

6. Иода, Е. В. Малые инновационные предприятия на базе вузов как инструмент развития инновационной экономики / Е. В. Иода, Е. Ю. Кузнецова // Науч. журнал соц.-экономич. явления и процессы. — 2015. — № 11. — С. 29—33.

7. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021—2025 годы : Указ Президента Респ. Беларусь, 15 сент. 2021 г., № 348 // Национальный правовой интернет-портал Респ. Беларусь. — 2022. — № 298. — 1/20483.

УДК 347.641

М. В. Губко

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, serezhenka_filonchik@mail.ru*

ПРАВОСПОСОБНОСТЬ И ДЕЕСПОСОБНОСТЬ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНЕГО КАК СУБЪЕКТА ГРАЖДАНСКОГО ПРАВА: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

В данной работе проводится сравнительно-правовой анализ гражданского законодательства Республики Беларусь и Китайской Народной Республики, вырабатываются пути совершенствования национального законодательства Республики Беларусь, выносятся предложения по совершенствованию гражданского законодательства в области дееспособности и правоспособности несовершеннолетних граждан.

Ключевые слова: гражданское право; правоспособность несовершеннолетних; дееспособность несовершеннолетних; гражданский кодекс Китайской Народной Республики; малолетние; трудовая дееспособность несовершеннолетних; права плода.

M. V. Gubko

*Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
serezhenka_filonchik@mail.ru*

LEGAL CAPACITY AND LEGAL CAPACITY OF A MINOR AS A SUBJECT OF CIVIL LAW: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE LEGISLATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS AND THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

In this paper, a comparative legal analysis of the civil legislation of the Republic of Belarus and the People's Republic of China is carried out, ways to improve the national

legislation of the Republic of Belarus are developed, proposals are made to improve civil legislation in the field of legal capacity and legal capacity of minors.

Key words: civil law; capacity of minors; capability of minors; civil code of the People's Republic of China; minors; work capability of minors; rights of the fetus.

Введение. В гражданском праве Республики Беларусь правоспособность и дееспособность граждан хоть и достаточно разработаны, но содержат пробелы в их правовом регулировании, а также некоторых иных понятий, содержащихся в гражданском законодательстве Республики Беларусь.

В рамках VI Научно-практического круглого стола «Беларусь и Китай: многовекторность сотрудничества» мы сравним гражданское законодательство Республики Беларусь и Китайской Народной Республики в области регулирования право — и дееспособности несовершеннолетних и предложим возможные пути совершенствования национального законодательства.

Основная часть. Статьей 16 Гражданского Кодекса Республики Беларусь (далее — ГК) указывается, что правоспособность гражданина возникает в момент его рождения и прекращается его смертью, но в законодательстве Республики Беларусь не раскрыт вопрос момента рождения человека, а до рождения права плода регулируются лишь вопросами наследования.

В литературе спорным является момент возникновения жизни. Связывая с этим моментом начало правосубъектности физического лица, некоторые ученые предлагают принять Закон «Об охране жизни» и закрепить право на жизнь нерожденного ребенка. Современные научные факты подтверждают точку зрения о том, что человеческая жизнь начинается не с момента рождения, а с момента зачатия. Отношение права к статусу нерожденного ребенка изменилось в 70-е годы, когда изучением плода занялась наука и были созданы новейшие технологии. Известно, что уже с восемнадцатого дня начинает биться сердце эмбриона и работать его собственная система кровообращения.

Специалистами по биоэтике отмечено, что эмбрион является человеком уже на 14 день после зачатия [1, с. 217].

В правовой науке разных стран моментом рождения принято считать момент отделения плода от матери и начало дыхания. В статье 15 Гражданского Кодекса Китайской Народной Республики

(далее — КНР) моментом рождения считается время, указанное в свидетельстве о рождении.

В статье 1037 ГК Республики Беларусь наследниками по завещанию и закону могут быть граждане, находящиеся в живых в момент открытия наследства, а также зачатые при жизни наследодателя и родившиеся живыми после открытия наследства [2].

В отличие от ГК Республики Беларусь Гражданский Кодекс КНР затрагивает интересы плода в целом, в том числе и по вопросам наследования и принятия дара. Так статьей 16 Гражданского Кодекса КНР закрепляется возможность плода обладать гражданскими правами.

А именно, когда речь идет о защите интересов плода, например, о наследовании или принятии дара, считается, что плод обладает гражданскими правами. Однако, если плод мертв при родах, его способность к гражданским правам не существует с самого начала [3].

Статьями 20 ГК Республики Беларусь и 17 Гражданского Кодекса КНР равно признаются полностью дееспособными лица, достигшие 18 лет. Что касается дееспособности несовершеннолетних, то Гражданский Кодекс КНР более конкретен в возрасте и определении границ дееспособности несовершеннолетних.

Несовершеннолетние, в силу своего возраста, полной дееспособностью не обладают. Статьей 25 ГК Республики Беларусь определены пределы дееспособности несовершеннолетних в возрасте от 14 до 18 лет. Также пунктом 3 данной статьи установлено, что несовершеннолетние несут имущественную ответственность по сделкам, совершенным в соответствии с пунктом 1 статьи 25, а субсидиарную ответственность — лицо, давшее письменное согласие на совершение соответствующей сделки. Так раскрывается ответственность несовершеннолетних по сделкам, совершёнными ими [2].

В отличие от малолетних, несовершеннолетние, достигшие 16 лет, обладают трудовой дееспособностью. С письменного согласия одного из родителей (усыновителя, попечителя) трудовой договор может быть заключен с лицом, достигшим 14 лет, для выполнения легкого труда и не нарушающего процесса обучения [4].

Статьей 58 Закона О труде КНР указывается на возникновение трудовой дееспособности у несовершеннолетних с возраста 16 лет.

Государство обеспечивает особую защиту служащих и рабочих женского пола, а также несовершеннолетних работников.

«Несовершеннолетние работники» относятся к работникам, достигшим 16-летнего возраста, но моложе 18-летнего возраста [5].

Несовершеннолетние в возрасте от 14 до 18 лет за причинение вреда отвечают самостоятельно, поскольку обладают необходимой интеллектуальной и эмоциональной зрелостью, чтобы отдавать отчет своим действиям [6].

Но, на наш взгляд, тяжело найти несовершеннолетнего в возрасте от 14 до 16 лет, который трудоустроен, либо имеет иной доход, стипендию и способен самостоятельно нести ответственность по совершённым сделкам.

Официальной статистикой в статистическом ежегоднике Национального статистического комитета Республики Беларусь, по уровню занятости населения по возрастным группам, работники четырнадцатилетнего возраста даже не указывались, исходя из чего можно сделать вывод о предельно минимальном количестве работников данного возраста, либо об их отсутствии за указанные периоды (таблица 1).

Т а б л и ц а 1 — Занятости населения по возрастным группам (по данным выборочного обследования; в процентах от численности населения соответствующей половозрастной группы) [7, с. 63; 8]

Возрастная группа, лет	Уровень занятости, %			
	2019	2020	2021	2022
<i>Всего</i>	67,7	67,5	67,3	67,7
в том числе в возрасте: 15—29	61,7	60,5	58,3	56,7
30—39	91,9	91,6	91,4	92,3
40—49	91,7	91,4	91,8	92,5
50—59	77,3	78,9	81,6	83,7
60—74	19,6	20,4	21,1	22,0

Выделить из общего процента несовершеннолетних от 14 до 16 лет из представленной статистики не представляется возможным.

В отличие от ГК Республики Беларусь Гражданский Кодекс КНР, который в 2021 году объединил в себе все гражданские законы КНР, указывает, что лица от 16 лет, имеющие работу, считаются

полностью готовым к гражданским действиям, а равно и к несению ответственности за эти действия [3].

Своим содержанием статья 18 Гражданского Кодекса КНР определяет, что совершеннолетним является лицо, обладающее полной гражданской дееспособностью и может самостоятельно совершать гражданско-правовые действия.

Любой несовершеннолетний в возрасте от 16 лет и старше должен рассматриваться как лицо, обладающее полной дееспособностью для гражданского поведения, с его доходом в качестве основного источника средств к существованию [3].

Гражданский Кодекс КНР не имеет разграничения ответственности между совершеннолетними и несовершеннолетними, вместо несовершеннолетних ответственность несут их опекуны.

Статья 27 ГК Республики Беларусь раскрывает дееспособность несовершеннолетних в возрасте до четырнадцати лет (малолетних), а также определяет границу возраста, до которого лицо считается малолетним, но не устанавливает с какого возраста лица, младше 14 признаются малолетними.

Гражданский Кодекс КНР в статье 19 определяет, что несовершеннолетние в возрасте старше 8 лет являются лицами с ограниченной дееспособностью. Кроме того, статья 20 определяет, что несовершеннолетние в возрасте до 8 лет являются недееспособными.

Таким образом, Гражданский Кодекс КНР признает несовершеннолетних в возрасте от 8 лет малолетними, а лиц младше 8 лет признает недееспособными вовсе.

Однако, в отличие от ГК Республики Беларусь, в Гражданском Кодексе КНР не указана такая категория несовершеннолетних, как малолетние, а ограниченно дееспособными считаются лица от 8 до 18 лет, а в указанных статьей 18 Гражданского Кодекса КНР случаях — до 16 лет.

Несовершеннолетние в возрасте старше восьми лет, как указывается в статье 19 Гражданского Кодекса КНР, являются лицами с ограниченной дееспособностью к гражданскому поведению, и их гражданские правоотношения совершаются их законными представителями или с согласия и с санкции их законных представителей. Гражданско-правовые акты соответствуют их возрасту и умственным способностям.

Несовершеннолетние в возрасте до восьми лет являются недееспособными лицами и должны быть представлены своими законными представителями при совершении гражданских юридических действий (статья 20 Гражданского Кодекса КНР) [3].

Статьей 19 Гражданского Кодекса КНР определено, что несовершеннолетние старше 8 лет способны к гражданско-правовым действиям, которые соответствуют их возрасту и умственным способностям. Данное положение можно сравнить с трактовкой мелкой бытовой сделки в гражданском праве Республики Беларусь.

Что касается опеки несовершеннолетних, то статьей 35 Гражданского Кодекса КНР установлено, что опекуны обязаны учитывать истинные пожелания подопечного, исходя из его возраста и психического состояния в процессе исполнения опекунских обязанностей. Также присутствует механизм невмешательства в дела подопечного, если тот в силах справиться самостоятельно с их осуществлением.

В соответствии со статьей 35 Гражданского Кодекса КНР, опекуны выполняют обязанности по опеке в соответствии с принципом наибольшей выгоды для подопечного. Опекун не вправе распоряжаться имуществом подопечного, кроме как для защиты интересов подопечного.

Опекуны несовершеннолетних выполняют обязанности по опеке и при принятии решений, касающихся интересов подопечного, должны учитывать истинные пожелания подопечного, исходя из возраста и психического состояния подопечного.

При исполнении опекунских обязанностей совершеннолетний опекун должен максимально уважать истинные желания подопечного, гарантировать и содействовать совершению подопечным гражданско-правовых актов, соответствующих его интеллекту и психическому здоровью. Опекун не должен вмешиваться в дела, с которыми подопечный может справиться самостоятельно [3].

Заключение. Проведенный сравнительно-правовой анализ гражданского законодательства Республики Беларусь и Китайской Народной Республики позволяет сформулировать следующие теоретические выводы и обобщения и аргументировать предложения по совершенствованию действующего законодательства.

1. Рассмотрев дискуссионный вопрос момента начала жизни и определения момента рождения в правовой науке, предлагаем выработать и законодательно закрепить определение момента рождения, а также определить права плода до его рождения.

Под моментом рождения мы предлагаем понимать момент отделения плода от матери и начало дыхания, установленные в свидетельстве о рождении.

2. Обосновывая равным временем приобретения трудовой дееспособности в законодательстве Республики Беларусь и Китайской Народной Республики, а также необходимой интеллектуальной и достаточной эмоциональной зрелостью, чтобы отдавать отчет своим действиям несовершеннолетних, предлагаем дополнить статью 25 ГК Республики Беларусь пунктом 5 в следующей редакции: «Любой несовершеннолетний в возрасте от 16 лет и старше должен рассматриваться как лицо, обладающее полной дееспособностью для гражданского поведения, при наличии у него постоянного дохода, достаточного для обеспечения его самостоятельного существования».

3. Учитывая дискуссионный характер объема дееспособности применительно к возрасту малолетних, предлагаем, путём внесения дополнений в статью 27 ГК Республики Беларусь определить малолетними лиц в возрасте от 6 до 14 лет, а лиц младше 6-летнего возраста признать недееспособными.

Шестилетний возраст мы обосновываем возникновением явной необходимости совершения мелких бытовых сделок в виде приобретения продуктов питания в учреждениях образования, приобретения канцелярских товаров и удовлетворения других потребностей, соответствующих их возрасту, умственным способностям, а также потребностям, возникающих с этого возраста.

Аналогичная норма содержится в Кодексе «Об образовании» Республики Беларусь [9] и определяет начальный возраст приема на обучение в учреждения образования для освоения содержания образовательной программы начального образования.

Список цитируемых источников

1. Рутман, Е. Я. Признание прав нерожденного ребенка как гуманизирующий элемент правовой культуры / Е. Я. Рутман // Правовая культура как условие формирования правового государства : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 10—11 дек. 2010 г., Витебск, Респ. Беларусь / Вит. гос. ун-т ; редкол. : А. А. Бочков (гл. ред.) [и др.]. — Витебск : УО «ВГУ им. П. М. Машерова», 2010. — С. 217—219.

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь, 7 декабря 1998 г., № 218-3 ; в ред. Закон Республики Беларусь от 18 июля 2022 г. № 195-3 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь, 22.01.2023. — 2/2915.

3. Гражданский кодекс Китайской Народной Республики от 28 мая 2020 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://english.www.gov.cn/archive/lawsregulations/202012/31/content_WS5fedad98c6d0f72576943005.html. — Дата доступа: 22.01.2023.

4. Трудовой Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: 26 июля 1999 г., № 296-З : принят Палатой предст. 8 июня 1999 г. : с изм. и доп. от 30 июня 2022 г., № 183-З // ЭТАЛОН. Законодательства Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=НК9900296>. — Дата доступа: 22.01.2023.

5. О труде: Закон Китайской Народной Республики (принят на восьмом заседании Постоянного комитета Всекитайского собрания народных представителей восьмого созыва 5 июля 1994 г. и обнародован Указом № 28 Председателя Китайской Народной Республики) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://english.www.gov.cn/archive/laws_regulations/2014/08/23/content_281474983042473.htm. — Дата доступа: 22.01.2023.

6. Подгруша, В. В. Постатейный комментарий к Гражданскому кодексу Республики Беларусь. Раздел I. Общие положения. Подраздел 2. Лица. Глава 3. Граждане (физические лица) (статьи 16—43) [Электронный ресурс] / В. В. Подгруша // КонсультантПлюс. ООО «Юрспектр». — Режим доступа: <http://www.urspectr.info>. — Дата доступа: 22.09.2022.

7. Республика Беларусь : статистический ежегодник, 2022 [Электронный ресурс] / редкол.: И. В. Медведова [и др.]. — Минск : Нац. статистич. комитет Респ. Беларусь, 2022. — 374 с. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/publications/izdaniapublic_compilation/index_57394/. — Дата доступа: 06.03.2023.

8. Уровень занятости населения [Электронный ресурс] // Нац. статистич. комитет Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=186984#>. — Дата доступа: 06.03.2023.

9. Кодекс Республики Беларусь об образовании [Электронный ресурс]: 13 января 2011 г. № 243-З : принят Палатой представителей 2 декабря 2010 г. : одобр. Советом Респ. 22 декабря 2010 г. : в ред. Закона Республики Беларусь от 14 января 2022 г. № 154-З. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk1100243>.

УДК 338.24

В. В. Климук, Д. А. Ким

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, klimuk-vv@yandex.ru*

КОМПОНЕНТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В ВЕКТОРЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Изменения мировой экономики оказывают влияние на все сферы жизнедеятельности общества. Основу эволюционных процессов в секторах социально-экономической системы формируют инновации. Деятельность организаций направлена

на разработку наукоемких видов продукции. На основании мировых оценок технологического и инновационного потенциала стран формируются рейтинговые и экспертные оценки о положении инновационного сектора экономики, а также возможных тенденциях заимствования, инвестирования и развития технологически сложных проектов.

Ключевые слова: инновации; развитие; инновационный бизнес.

V. V. Klimuk, D. A. Kim

*Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
klimuk-vv@yandex.ru*

COMPONENTS OF INTERACTION BETWEEN ORGANIZATIONS IN THE VECTOR OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

Changes in the world economy have an impact on all spheres of society. The basis of evolutionary processes at various levels of the financial and economic sectors is formed by innovations. The activities of innovative organizations are aimed at developing science-intensive products, thereby determining the scientific development of the country as a whole. Based on world estimates of the technological and innovative potential of countries, ratings and expert estimates are formed on the state of the innovative sector of the economy, as well as possible trends in borrowing, investing and developing technologically complex projects.

Key words: innovations; development; innovative business.

Введение. С почти 27-летней перспективой можно увидеть различные этапы развития белорусско-китайских отношений в сфере инновационной деятельности. Независимо от того, насколько всеобъемлюще правительства стран определяли цели и достигли ли определенных результатов, Минск и Пекин последовательно развивали структуры двусторонних связей, с каждым годом создавая более прочный фундамент для предполагаемого партнерства. В обоих государствах оставался твердый стержень концепции видения отношений, направленный на укрепление взаимодействия. Для обоих государств важно, чтобы был прогресс в развитии.

Развивается белорусско-китайское сотрудничество и в ООН, и в других международных организациях, осуществляется взаимодействие в рамках многосторонних форумов, обеспечивается углубление координации по актуальным международным вопросам [1].

Круг инвесторов инновационного бизнеса в Китае является чрезвычайно широким: это пенсионные и благотворительные фонды, страховые компании, различные государственные структуры, частные инвесторы и тому подобное. Также инвестирование в инновационную деятельность могут осуществлять инвестиционные и коммерческие банки. В роли инвесторов инновационной деятельности инвестиционные банки участвуют в формировании региональных венчурных фондов через разветвленную сеть филиалов. Также к процессу венчурного финансирования широко привлечены неинституциональные инвесторы: университеты, научные центры, исследовательские институты, промышленные предприятия, разнообразные организации и учреждения и тому подобное. Они могут выступать как самостоятельные инвесторы, так и действовать через венчурных посредников [2].

Механизм возвратного финансирования и соответствующими услугами может быть: заем, кредит, лизинг, совместная (совместная) деятельность, финансовая инвестиция. Государственные финансовые институты, обеспечивающие реализацию государственной политики поддержки инновационной деятельности по приоритетным направлениям научно-технического развития, осуществляют финансирование инновационных проектов на льготных условиях [3].

Механизм сотрудничества «университет — локальные инновационные центры» имеет целью преодоление разрыва между образованием и внедрением полученных знаний в создание инноваций. Программа содержит такие мероприятия сотрудничества, как проведение совместных научных исследований студентов, преподавателей высших учебных заведений с учеными локальных инновационных центров по контракту, проведение бизнес-тренингов и других [4].

Основная часть. Беларусь и Китай реализовали 35 совместных научно-технических проектов в 2019—2020 годах. Совместные проекты охватывают такие области, как микроэлектроника, оптические и лазерные технологии, биотехнологии, новые материалы и другие области. В частности, спутник БГУ «Sat-1» Белорусского государственного университета был запущен с космодрома «Цзюцюань» в октябре 2018 года. Ведется работа по созданию китайско-белорусского центра инкубации инновационных проектов при Белорусском национальном техническом университете и Шанхайском университете. В Китайско-Белорусском индустриальном парке «Великий

камень» строится белорусско-китайский центр сотрудничества по трансформации научно-технических достижений. На сегодняшний день в качестве резидентов зарегистрировано 68 компаний из 14 стран с общим объемом заявленных инвестиций более 1,2 млрд долларов США, создано свыше 700 рабочих мест, что внесло положительный вклад в экономическое развитие Беларуси [5].

Китайско-Белорусский центр коммерциализации научно-технических достижений начал свою работу на территории индустриального парка в Смолевичах 23 декабря 2020 г.

В функциональном плане инновационный центр объединит развитие 5 платформ:

- инкубационной по развитию стартап-проектов;
- интеграции венчурных и промышленных фондов, производственных предприятий и научно-исследовательских организаций;
- демонстрационно-торговой;
- китайско-белорусского научно-технического сотрудничества;
- производственной для успешно развивающихся проектов НИОКР.

НАН Беларуси и Китайская академия наук (КАН) планируют учредить на базе данного центра также Китайско-Белорусский международный инновационный центр, включающий лазерный центр, совместные лаборатории «Передовые методы обработки металлов давлением», «Перспективные исследования в области ядерной энергетики», «Испытание, контроль и применение коммерческого телеметрического спутника». В создании планируют принять участие 4 научных института КАН и столько же НАН Беларуси.

Китайско-белорусский инновационный центр промышленных технологий был создан в «Великом камне».

В проекте участвуют Национальная академия наук Беларуси, Академия наук провинции Гуандун, а также Фошаньский научно-исследовательский институт промышленных технологий (КНР). Площадкой для работы станет инновационный центр коммерциализации научно-технических достижений в парке.

Организуется платформа реализации научно-технических достижений между двумя странами. Задача именно этой платформы — разработка научных идей, доведение их до промышленной реализации. Инновационное направление развития «Великого камня» через

присоединение такого нового резидента подчеркивает, что сам парк развивается в правильном и нужном направлении. Для НАН Беларуси и Академии наук провинции Гуандун — это очень важное событие, таким образом начинается работа на уровне научных исследований и разработок с перспективой представления конкретных технологий и производств [6].

Ключевую роль в эффективности международного взаимодействия в области научно-технического развития играет государственная поддержка, а также важным является развитие государственно-частного партнерства для привлечения частного сектора к финансированию инновационных проектов.

Возможно создание локальных инновационных центров, целью которых является создание и развитие контактов между участниками – партнерами: инвесторами, исследовательскими организациями, университетами, крупными промышленными предприятиями, финансовыми структурами, финансово-кредитными учреждениями. Кроме формирования общего синергетического эффекта и повышение конкурентоспособности, можно говорить о ряде дополнительных преимуществ, которые получают резиденты:

1) для предприятий:

– повышение конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках за счет использования новейших технологий и результатов научно-технических достижений исследовательских центров и университетов;

– решение кадровой проблемы за счет использования образовательного потенциала университетов и других образовательных организаций;

– значительная экономия затрат за счет льготных условий размещения и предоставления широкого спектра услуг на базе технопарка или совместных исследований с университетом; более широкий доступ к рынку капитала;

– формирование привлекательного инвестиционного имиджа;

– доступ к уникальному высокотехнологичному оборудованию;

– доступ к информационным ресурсам;

– возможность взаимодействия с органами государственной власти, СМИ;

- 2) для исследовательских организаций:
- коммерциализация результатов научно-технической деятельности;
 - рост спроса на исследования и научно-техническую продукцию со стороны предприятий;
 - значительное повышение статуса ученого и роли науки в обществе через нормализацию оплаты труда;
 - возможность для молодых ученых понятно и прозрачно планировать профессиональную карьеру;
- 3) для университетов такой подход позволит обеспечить:
- активизацию научно-технической деятельности;
 - коммерциализацию результатов научно-технической деятельности;
 - интенсификацию инновационной активности студентов, аспирантов, профессорско-преподавательского состава-повышение качества образовательных процессов университета через использование инновационного потенциала;
- 4) для финансово-кредитных учреждений:
- повышение оборачиваемости капитала;
 - государственные гарантии возврат займов;
 - повышение рентабельности за счет инвестирования в рисковые, но высокодоходные проекты;
 - улучшения имиджа и расширения сети клиентов и партнеров [7].

Республика Беларусь имеет положительный опыт создания инновационной инфраструктуры производства на примере технопарков, центров трансфера технологий, который свидетельствует о перспективности их дальнейшего развития.

Таким образом, с целью повышения инновационной активности организаций, развития их научно-технологического потенциала необходимо дальнейшее совершенствование системы материального стимулирования развития научно-инновационной потенциала организаций, развитие моделей государственно-частного партнерства, дальнейшее повышение эффективности функционирования субъектов инновационной инфраструктуры, в т. ч. за счет реализации совместных, белорусско-китайских инновационных проектов.

На сегодняшний день в Республике Беларусь еще не полностью разработана стратегия китайско-белорусского инновационного

сотрудничества. Это обусловлено динамичностью современной геополитической и экономической среды. Поскольку во многом текущие межгосударственные соглашения зиждутся на соблюдении национальных интересов, достаточно точная их интерпретация дальнейшего развития существенно усложнена. Можем выделить ключевые факторы белорусско-китайского инновационного сотрудничества на современном этапе (рисунок 1).



Рисунок 1 — Факторы белорусско-китайского инновационного сотрудничества

Китай обладает значительным инвестиционным и инновационным ресурсным потенциалом, имеет крупнейший в мире золотовалютный резерв и занимает второе место в мире по экспорту капитала. Экономическая дипломатия Китая, в первую очередь, ориентирована на «идейно близких» партнеров Китая: развивающиеся страны в Азии, Африке и Латинской Америке, которые в той или иной степени находятся под негласным патронатом КНР.

Существование в белорусско-китайских отношениях только механизма госгарантий сужает белорусские возможности по получению китайских инвестиций в инновационное развитие Республики Беларусь. Поэтому перспективным является поиск действенного алгоритма и новых форм сотрудничества. В частности, это может быть применение прямого инвестирования со стороны китайских компаний, частичного предоставления государственных гарантий, другие формы партнерства. Выходом из подобной ситуации может стать создание совместного инвестиционного фонда на поручительных условиях. Беларуси и КНР необходимо также начать работу по проработке среднесрочных и долгосрочных планов сотрудничества между странами методом производственной кооперации и пути создания индустриальных парков и зон технологического развития с участием китайского капитала.

Благодаря совместному производству высокотехнологичной продукции с Китаем, Республика Беларусь сможет обеспечить себе достойное место на мировых рынках. Кроме указанных факторов, которые способствуют инвестициям в Республики Беларусь, на сегодня определяющим является вопрос политической стабилизации в стране. Кроме того, важным для китайских инвесторов является стабильность и предсказуемость правил игры для иностранных инвесторов в Республике Беларусь. Пока права инвестора шаткие и трудно найти защиту в судах, инвестирование в Беларусь будет считаться рискованным.

Однако, несмотря на нынешнее трудное финансово-экономическое положение, Республика Беларусь обладает рядом технологических и научно-производственных возможностей, представляющих интерес для Китая в контексте потребностей развития передовых отраслей его экономики, а также реализации важных стратегических проектов в различных сферах. Из-за экономических санкций США

и стран ЕС против Беларуси возможности белорусского экспорта существенно сузились и требуют поиска новых рынков сбыта для удобрений, химической, машиностроительной продукции и продукции военного и двойного назначения.

В этом контексте необходимо воспользоваться наработанным опытом научно-технического сотрудничества между Республикой Беларусь и КНР, чтобы активизировать его и переформатировать согласно современным реалиям. Самую мощную и долговременную базу для сотрудничества между Республикой Беларусь и КНР составляют наука и технология. В условиях необходимости быстрой и эффективной модернизации белорусской экономике, настройки ее на рельсы современного мирового рынка инвестиционные, производственные и научно-технологические возможности КНР могут стать для Республики Беларусь весомым ресурсом развития и модернизации соответствующих отраслей экономики, толчком к восстановлению позиций нашей государства на мировых рынках технологий. Также это дает возможность китайскому бизнесу занять соответствующие ниши на белорусском рынке [8].

Заключение. В целом по результатам проведенного исследования можно отметить, что в Республике Беларусь созданы основные условия для инновационного сотрудничества с Китайской Народной Республикой:

- функционирует шесть свободно-экономических зон;
- иностранные инвесторы могут минимизировать затраты в случае размещения своего бизнеса в малых и средних населенных пунктах;
- Беларусь имеет квалифицированную и при этом относительно дешевую рабочую силу;
- постепенное улучшение позиций Беларуси в рейтинге “Doing business”, составляемом ежегодно Всемирным банком.
- Беларусь имеет развитую транспортную инфраструктуру и выполняет связующую роль между странами Евразийского и Европейского союзов.

Список цитируемых источников

1. Андриенко, В. Н. Методы инновационного развития предприятия на основе управления персоналом / В. Н. Андриенко // Экономика, организация, управление. — 2016. — № 1. — С. 15—24.
2. Чугумбаев, Р. Р. Среда функционирования бизнеса как источник развития его внутреннего потенциала [Электронный ресурс] / Р. Р. Чугумбаев, Н. Н. Чугумбаева. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sreda-funktsionirovaniya-biznesa-kak-istochnik-razvitiya-ego-vnutrennego-potentsiala/viewer>. — Дата доступа 14.02.2023.
3. Андриенко, В. Н. Экономическая политика управления инновационным потенциалом персонала предприятия / В. Н. Андриенко // Инвестиции. Финансы. Банки. — Симферополь. — 2016. — № 1. — С. 3—9.
4. Бендигов, М. А. Инновационный потенциал и модернизация экономики: отечественный и зарубежный опыт / М. А. Бендигов, И. Э. Фролов // Менеджмент в России и за рубежом. — 2016. — № 1. — С. 17—22.
5. Богдан, Н. И. Инновационная политика / Н. И. Богдан. — Минск : Четыре четверти, 2019. — 308 с.
6. Буланов, А. А. О механизме управления развитием инновационной сферы экономики России / А. А. Буланов // Проблемы прогнозирования. — 2015. — № 1. — С. 148—151.
7. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021—2025 годы. — Минск : ГУ «БелИСА», 2017.
8. Инновационное развитие как фактор конкурентоспособности / под ред.: А. А. Сукиасян. — Уфа : ОМЕГА САЙНС, 2018. — 209 с.

УДК 316.42

В. В. Климук, К. О. Лешко

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, klimuk-vv@yandex.ru*

АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БЕЛАРУСИ И КИТАЕ

В статье проведен анализ развития предпринимательских молодежных инициатив в Республике Беларусь и Китайской Народной Республике. Выявлена роль молодежного предпринимательства в развитии международного рынка. Определена роль белорусско-китайских субъектов инновационной инфраструктуры.

Ключевые слова: стартап; молодежное предпринимательство; молодежная политика.

ANALYSIS OF DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN BELARUS AND CHINA

The article analyzes the development of entrepreneurial youth initiatives in the Republic of Belarus and the People's Republic of China. The role of youth entrepreneurship in the development of the international market is revealed. The role of Belarusian-Chinese subjects of innovation infrastructure is defined.

Key words: startup; youth entrepreneurship; youth policy.

Введение. В Республике Беларусь активно ведется работа по реализации комплекса стартап-мероприятий в целях развития бизнес-компетенций у молодежи. Для развития предпринимательства, в частности инновационного молодежного предпринимательства, с 2012 года выполняются планы стартап-мероприятий (Министерство экономики). С 2021 года данные планы реализуются отдельно в рамках каждой области [1].

Основная часть. Проведение стартап-мероприятий позволило существенно увеличить охват целевой аудитории (таблица 1).

Т а б л и ц а 1 — Статистические данные по количеству стартап-мероприятий и их участников в Беларуси за 2015—2021 гг.

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Количество стартап-мероприятий	171	375	496	792	449	566	В Брестской области — 60
Общее количество участников стартап-мероприятий, чел.	5168	19840	22628	39720	—	—	—

Примечание — Источник: [2].

Коэффициенты корреляции между количеством проведенных стартап-мероприятий и общим количеством их участников (0,8123), а также между количеством мероприятий и количеством созданных

микроорганизаций в стране (0,8193) по данным за 2015—2019 гг. характеризуют высокую эффективность реализации стартап-мероприятий и необходимость дальнейшего развития стартап-движения в стране (на основе данных [1]).

В Республике Беларусь созданы благоприятные организационно-правовые, финансово-экономические условия для развития инновационного молодежного предпринимательства, которые, ориентируясь на изменяющиеся социально-экономические, геополитические факторы, совершенствуются с целью гибкой и оперативной адаптации к «новой нормальности» и внедрения в практические сферы экономической и социальной системы государства (таблица 2).

Т а б л и ц а 2 — Основные грантодатели в Беларуси в направлении финансовой поддержки молодежных инновационных инициатив

Наименование грантодателя	Направления оказания финансовой или иной поддержки молодежной инициативы
Белорусский республиканский фонд фундаментальных исследований	Обеспечивает финансирование фундаментальных и поисковых исследований в области естественных, технических, общественных и гуманитарных наук, выполняемых научными организациями и учреждениями высшего образования по приоритетным направлениям научных исследований Республики Беларусь
Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь	Координация деятельности республиканских органов государственного управления, организаций в сферах научно-технической и инновационной деятельности. Содействие местным исполнительным и распорядительным органам в формировании и проведении региональной научно-технической и инновационной политики. Проведение единой государственной политики в области международного научно-технического сотрудничества
Национальная академия наук Беларуси	Организация и координация фундаментальных и прикладных научных исследований, выполняемых всеми субъектами научной деятельности, проведение фундаментальных и прикладных научных исследований, разработок, организационно-техническое обеспечение проведения государственной научной экспертизы

Окончание табл. 2

Белорусский инновационный фонд	Создание новых механизмов финансирования инновационных проектов, а также разработки комплексной системы мер, стимулирующих и поддерживающих отечественного производителя. Белорусский инновационный фонд финансирует, как правило, высокотехнологичные и наукоемкие проекты
Фонды отраслевых министерств (ведомств) (Министерство образования Республики Беларусь)	Финансирование научной, инновационной деятельности соответствующих отраслей на проведение научных исследований, научно-технические разработки
Местные инновационные фонды	Обеспечение финансирования проведения научно-исследовательских, научно-технических, инновационных проектов, в первую очередь, приоритетных для соответствующего региона

Примечание — Источник: [3].

Оказание финансовой поддержки в реализации инновационных молодежных инициатив в Республике Беларусь осуществляется планомерно, целенаправленно с учетом выявленных приоритетов, стратегических задач, промежуточного мониторинга эффективности их реализации [4].

Порядка 70 % средств, предусмотренных на финансирование Государственных программ «Образование и молодежная политика» на 2016—2020 гг. и 2021—2025 гг., направлено из местных бюджетов (к 2025 году планируется 71,14 % от общего объема финансирования программы). Республиканский бюджет занимает около 18—19 %. С целью снижения нагрузки на бюджетную долю финансирования программ задействованы собственные средства (с 2022 года планируется ежегодное увеличение доли расходов), составляющие в общем объеме финансирования 9—10 % [1].

Активность набирает республиканский молодежный проект «100 идей для Беларуси». Молодежный проект реализуется БРСМ, Министерством образования, ГКНТ, НАН Беларуси. Зародившийся более 10 лет назад, он стал традицией современной Беларуси. Проект пользуется популярностью и интересом у молодежи и с каждым годом набирает обороты. За это время в масштабном конкурсе приняли участие более 18 тыс. одаренных ребят [5].

Проанализируем развитие направлений в области молодежного предпринимательства в Китае.

Данная форма реализации молодежных инициатив находится в центре интересов китайского общества, играя существенную роль в социально-экономическом развитии государства. На протяжении нескольких десятилетий правительством КНР сделаны существенные шаги по комплексному регулированию и поддержке молодежного предпринимательства. Сегодня в Китае около 24 млн. человек (не включая рабочих-эмигрантов) находятся на рынке труда, из них 7,5 млн выпускников университетов, среди которых 750 тыс. — это молодые предприниматели. Благодаря усилиям правительства, ставка занятости составляет 70 %. Однако, проблема трудоустройства остается одной из наиболее актуальных для населения.

Творчество молодежного предпринимательства в инновационной среде способствует распространению новой продукции и услуг для потребителей. Так, около 70—80 % регистрируемых предприятий альтернативного сектора экономики (малый бизнес) в Китае организуются людьми 25—30-летнего возраста. Предприимчивые молодые люди сегодня не хотят быть в роли сторонних наблюдателей, а желают быть активными творцами своей судьбы. В 2013—2021 годах число новых участников рынка увеличилось на 92,5 % с 11,32 млн. до 21,79 млн, в том числе с 2,5 млн до 7,4 млн и на 196 % [6].

К концу 2021 г. в различных вузах было построено 2 080 учебных заведений по инновациям и предпринимательству, проведено 33 994 профильных лекций, 22 787 профессиональных преподавателей и 105 985 наставников по предпринимательству. Кроме того, по состоянию на конец 2018 года общее количество платформ обучения и практики инноваций и предпринимательства достигло 8 253 (в среднем 7,50) и 45 712 баз предпринимательской практики (в среднем 56,43); статистика также показывает, что в 2022 г. китайские университеты открыли в общей сложности 27 283 курса по инновациям и предпринимательству (в среднем 25,24) [7].

Комплекс образовательных дисциплин по предпринимательской деятельности был внедрен в 2 595 китайских университетах на основе принятых предложений Государственным Советом КНР «О всемирном продвижении инновационной деятельности и развития бизнеса» № 32 от 11.06.2015 г. Ярким примером поддержки студенческого предпринимательства является крупнейшая силиконовая долина

Чжунгуаньцунь, расположенная на севере-западе Пекина, основанная в 1980 г. физиком, сотрудником Китайской Академии наук Чэнь Чуньсянь. Исследователь основал частую компанию на улице Чжунгуаньцунь, специализирующуюся на разработке технологий, связанных с исследованием плазмы. Позже здесь появились и другие компании. К 1986 г. на улице насчитывалось более 100 инновационных компаний, улице стали называть «электронной». В 1999 г. был открыт первый технопарк «Чжунгуаньцунь». В начале 2000-х гг. здесь открывалось по девять предприятий в день, в настоящее время — около двух. Высокая конкуренция способствует быстрым темпам роста: на 30 % ежегодно в прошлом десятилетии, в нынешнем — около 20 %.

За два десятилетия Чжунгуаньцунь стала главной «кремниевой долиной» Китая, площадь которой сейчас превышает 130 тыс. кв. километров. В его состав входят 10 промышленных парков.

Ежегодная оценка GEM отслеживает долю лиц в каждой стране, которые либо находятся в процессе открытия бизнеса (зарождающиеся предприниматели), либо являются владельцами-управляющими предприятиями, которые далее разделяются на владельцев-управляющих новых или уже существующих предприятий. «Суммарная ранняя предпринимательская активность» (TEA) включает как зарождающиеся, так и молодые предприятия, которые функционируют до 42 месяцев колеблется от до 14,9 % в Китае (рисунок 1).

В китайских колледжах и университетах обучение инновациям и предпринимательству началось с введения курсов по инновациям и предпринимательству и организации студенческих предметных конкурсов. В настоящее время наступает новый этап углубленного развития, характеризующийся культивированием инновационных и предпринимательских талантов, а также сотрудничеством и интеграцией между промышленностью и высшим образованием.

Кроме того, в китайских университетах появились четыре различных подхода к образованию для инноваций и предпринимательства, типичными примерами которых являются университет Цинхуа, университет Жэньминь, университет Хэйлуцзян и университет Вэньчжоу. Кроме того, продвижение интеграции между промышленностью и высшим образованием и трансформация парадигмы подготовки кадров высоко ценятся многими кругами китайского общества, поскольку рассматриваются как закладывающие основу

для качественного экономического роста и вдохновляющие Китай на переход от «демографической дивиденды» к «дивидендам талантов» в новую эпоху.

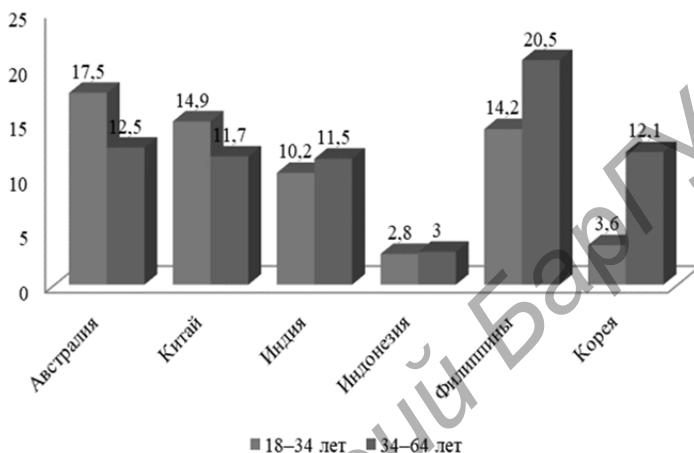


Рисунок 1 — Общая ранняя предпринимательская активность в Азиатско-Тихоокеанском регионе (в процентах, по возрастным группам)

Примечание — Источник: [8].

21 марта Китайский университет связи, один из ведущих университетов Китая, опубликовал отчет о предпринимательской деятельности студентов колледжей Китая за 2021 год.

Отчет показал, что студенты колледжей становятся более рациональными в отношении предпринимательства. Согласно опросу, ожидается, что в 2022 году число новых выпускников впервые превысит 10 миллионов человек, поэтому правительство будет активно стимулировать предпринимательство и занятость студентов колледжей. Что касается влияния пандемии на предпринимательскую среду за последние три года, в отчете отмечается, что после пандемии COVID-19 фирмы венчурного капитала стали более активно инвестировать [5].

В соответствии с национальными, провинциальными и муниципальными требованиями в отношении образования для инноваций

и предпринимательства большое количество колледжей и университетов создали школы инноваций и предпринимательства (SIE). Однако в большинстве случаев SIE создаются как подразделения на уровне департамента, связанные с Управлением по академическим вопросам. В таких условиях академические курсы по инновациям и предпринимательству находятся в ведении Управления по академическим вопросам, как и организация большинства соответствующих академических конкурсов. Тем временем обучение предпринимательству организует Управление по делам студентов, а высший конкурс инноваций и предпринимательства организует Студенческий союз. Кроме того, инкубационные платформы находятся в ведении университетской компании по управлению активами.

Заключение. Таким образом, для становления молодежного предпринимательства как одного из приоритетных направлений социально-экономического развития в стране, можно выделить направления поддержки его развития, включающие создание благоприятной социокультурной среды, активизация процесса генерации инноваций путем стимулирования творчества у молодежи, развития бизнес-компетенций, в т. ч. в области социального предпринимательства.

Список цитируемых источников

1. *Климук, В. В.* Эволюция и тенденции развития инновационного предпринимательства / В. В. Климук // Вестн. Академии знаний. — 2021. — № 45 (4). — С. 126—136.

2. Сайт Министерства экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/newsru/view/ministr-ekonomiki-utverdil-plan-startap-meroprijatij-na-2020-god-45116-2020/>. — Дата доступа: 14.03.2023.

3. *Климук, В. В.* Финансирование проект инновационного молодежного предпринимательства [Электронный ресурс] / В. В. Климук. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansirovanie-proektov-innovatsionnogo-molodezhnogo-predprinimatelstva-v-respublike-belarus>. — Дата доступа: 14.03.2023.

4. *Бобер, О. А.* Правовые основы государственной молодежной политики в Республике Беларусь / О. А. Бобер // Педагогика высшей школы : сб. ст. — 2020. — С. 15—18.

5. *Чжао, Ц.* Молодежная политика в Китае / Ц. Чжао // Сб. ст. XVIII Российско-китайской социологич. конф. — СПб., 2022. — С. 293—294.

6. *Сун, Я.* Молодежное предпринимательство в Китае / Я. Сун // Цифровизация — драйвер экономического роста в постпандемический период : сб. ст. по материалам Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием : в 2 ч. — 2021. — С. 74—79.

7. The 2021 China College Students Entrepreneurship Report [Electronic resource]. — Mode of access: <https://finance.yahoo.com/news/2021-china-college-students-entrepreneurship-160800821.html>. — Date of access: 14.03.2023.

8. Чжан, Ц. Международное сотрудничество молодежи Китая / Ц. Чжан // Сб. науч. ст. по итогам работы Междунар. науч. форума. — 2021. — С. 123—130.

УДК 316.4

В. В. Климук, К. О. Лешко

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, klimuk-vv@yandex.ru*

МНОГОУРОВНЕВЫЕ ИНКУБАЦИОННЫЕ ПЛАТФОРМЫ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

Представлены многоуровневые инкубационные платформы на базе университетов. Исследуется зарубежный опыт развития инновационного молодежного предпринимательства (на примере Китайской Народной Республики).

Ключевые слова: электронное предпринимательство; инновационная зона; «молодежный бизнес».

V. V. Klimuk, K. O. Leshko

*Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
klimuk-vv@yandex.ru*

MULTILEVEL INCUBATION PLATFORMS OF INNOVATIVE DEVELOPMENTS

Multi-level incubation platforms based on universities are presented. Foreign experience in the development of innovative youth entrepreneurship is studied (on the example of the People's Republic of China).

Key words: e-entrepreneurship; innovation zone; “youth business”.

Введение. Основными организационными формами инноваций и предпринимательства являются технологические комплексы, инженерные центры, технологические кооперативы, технологические

монополии и технопарки, исследовательские консорциумы и инкубаторы, поддерживающие коммерциализацию инновационных продуктов.

В творческих отраслях, таких как ИТ-услуги, культура, спорт, развлечения и наука, молодые люди составляют половину или более рабочей силы многих компаний-единорогов.

Основная часть. Компании-единороги — это те, которые достигают оценки в 1 миллиард долларов, не будучи зарегистрированными на фондовом рынке, в то время как компания-газель — это молодое быстрорастущее предприятие с базовым доходом не менее 100 000 долларов и устойчивым ростом выручки в течение четырех лет. Молодые люди согласовывают личные интересы с национальным развитием, используют свои таланты в инновациях и открытии бизнеса, а также служат обществу в процессе.

Платформы-инкубаторы позволяют предприятиям разрабатывать и предоставлять более качественные, более персонализированные продукты и услуги. Кроме того, большое количество активных, процветающих инкубационных платформ воплощает и иллюстрирует академическую и исследовательскую мощь университета. В связи с этим центральные правительственные структуры и отраслевые ассоциации отреагировали на потребности китайской экономики и предоставили заявителям многоуровневые инкубационные платформы, подобные приведенным ниже.

1. Пилотная инновационная зона по обучению предпринимательских талантов Министерства образования, демонстрационная школа реформы образования в области инноваций и предпринимательства и образовательный центр по инновациям и практике предпринимательства.

2. Платформа предпринимательства и демонстрационная база предпринимательства Министерства трудовых ресурсов и социального обеспечения.

3. Производственное пространство и университетский научный парк Министерства науки и технологий.

4. Демонстрационная база массовых инноваций и предпринимательства Национальной комиссии по развитию и реформам.

5. Современный отраслевой колледж Министерства образования и Министерства промышленности и информационных технологий.

Следует отметить, что многие инкубационные платформы должны подаваться поэтапно, а это означает, что заявители должны

сначала подать заявку на муниципальную платформу, а затем могут подать заявку на провинциальную платформу, если они пройдут оценку муниципальной платформы и, наконец, получат право на участие. Подать заявку на национальную платформу можно при условии, что они также проходят оценку провинциальной платформы. Если предварительные шаги пропущены, повторно подать заявку на них сложно, и претендентами на эти платформы являются не только колледжи и университеты, но и все соответствующие учреждения в обществе. Кроме того, некоторые платформы имеют только провинциальный и национальный уровни.

Затем технические университеты должны использовать свои собственные активы, избегать давления со стороны конкурентов и активно подключаться к подходящим инкубационным платформам. Если финансирования недостаточно для надлежащего создания школ инноваций и предпринимательства, они должны стремиться к получению социальной поддержки и активно подключаться к развитию отрасли и рыночному спросу, что может обеспечить необходимую обратную связь для уточнения результатов исследований преподавателей и студентов.

Команда «учитель-наставник» является краеугольным камнем обучения инновациям и предпринимательству в колледжах и университетах. Однако в настоящее время из-за существенных различий в организации и приоритетах между индустриальной и образовательной системами преподаватели вузов выполняют большую часть своих учебных задач, касающихся образования для инноваций и предпринимательства, в то время как наставники вне кампуса заняты собственным бизнесом и у них практически нет времени, чтобы заботиться о студентах или просто читать лекции и на этом останавливаться, что указывает на отсутствие реального сотрудничества. Кроме того, преподаватели в колледжах и университетах понимают образование, но редко понимают предпринимательство и иногда не имеют отношения к промышленному развитию, в то время как наставники за пределами кампуса понимают предпринимательство, но не обязательно понимают образование.

Опираясь на политические стимулы Коммунистической партии Китая и центрального правительства, молодые люди берут на себя инициативу в области инноваций, начинают бизнес и стремятся к совершенству, служа стране и народу своей изобретательностью

и опытом в экономической, социальной, технологической и культурной областях.

Малые предприятия с более молодыми владельцами имеют значительно больше шансов на рост, чем те, которыми владеют предприниматели старшего возраста. Они создают рабочие места и сосредотачиваются на инновациях, экспорте, использовании социальных сетей и обучении. Более 90 % молодых предпринимателей используют социальные сети в своих деловых целях. Тридцать процентов молодых предпринимателей в регионе рассчитывают представить новый продукт, услугу или процесс, которые они считают уникальными для своего рынка или всего мира, а 50 % намерены расширить свое присутствие в электронной коммерции [1].

Ориентация на инновации необходима предпринимателям для достижения успеха в долгосрочной перспективе, в частности, для развития новых бизнес-моделей путем определения новых или улучшенных услуг, продуктов или процессов, многие из которых имеют решающее значение для социального развития. В Китае регионе существует четкая взаимосвязь между внедрением инновационных продуктов, услуг или процессов и ожидаемым ростом бизнеса, между инновациями и будущим созданием рабочих мест, а также между инновациями и ростом бизнеса. Таким образом, инновации являются основным двигателем экономического роста, роста бизнеса и рабочих мест, творчества. Поскольку многие предприниматели в Китае в целом склонны воспроизводить продукты и услуги, молодые предприниматели должны быть движущей силой инноваций в регионе. Молодые предприниматели с более сильными инновационными навыками, с большим объемом электронной коммерции и экспорта будут иметь значительно больше шансов создать рабочие места в будущем. Правительства стран Китая, а также молодежные организации должны ориентировать политику поддержки инноваций, особенно обучения молодых предпринимателей инновационным способам улучшения существующих услуг, продуктов и процессов.

Благодаря инновационной стратегии развития и механизмам открытой конкуренции большое количество молодых ученых мирового класса выдвинулось на передний план в крупных научно-технических программах, включая китайскую космическую станцию «Тяньгун», глубоководную пилотируемую подводную лодку «Цзяолун», Согласно официальному документу, сферический телескоп

с метровой апертурой (FAST) Tianyan, спутник исследования темной материи Wukong, спутник квантовой науки Mozi, марсианский зонд Tianwen-1 и лунная миссия Chang'e [2].

Электронное предпринимательство играет ключевую роль в экономическом развитии Китая, поскольку оно стимулирует новые деловые предприятия и инновации. Средний возраст основных членов исследовательских групп навигационной спутниковой системы Бэйдоу составляет 36 лет, соответствующие цифры составляют 35 лет для Мози и 30 лет для Тяньяна.

21 марта Китайский университет связи, один из ведущих университетов Китая, опубликовал отчет о предпринимательской деятельности студентов колледжей Китая за 2021 год.

Основные выводы отчета были сделаны на основе более 10 000 опросов по всей стране, которые длились более шести месяцев. К концу 2021 года в опросе приняли участие 13 742 студента колледжей из 275 городов и 1 431 колледжей и университетов. По данным 10 791 валидной анкеты, исключая 2 951 недействительную, 96,1 % респондентов имели идею и желание начать бизнес, а 14 % студентов колледжей основали стартапы или готовы к стартапам [3].

Большинство студентов колледжей считают, что «Интернет / Мобильная связь» и «Информационные технологии следующего поколения» являются многообещающими областями для предпринимательства. Предприниматели колледжей, как правило, накапливают капитал перед созданием стартапа, что составляет 54,8 %. Около 80 % респондентов заявили, что мало что знают о венчурном капитале, и только 20,7 % респондентов считают, что предпринимательство должно искать инвестиции в венчурные институты, в то время как с точки зрения венчурных фирм только 2,12 % респонденты являются «готовыми учредителями». Таким образом, студенческий энтузиазм в отношении предпринимательства не остыл, но лишь немногие студенты действительно глубоко в нем разбираются [1].

Проект «Молодежный бизнес Китая» (YBC) был запущен в ноябре 2003 года Всекитайской федерацией молодежи (АСУФ) и Центральным комитетом Коммунистического союза молодежи. Проект направлен на то, чтобы помочь китайской молодежи начать свой собственный бизнес за счет расширения доступа к ресурсам, руководства и предоставления бизнес-сети. Участники могут получить процентные стартовые средства в размере от 30 000 до 50 000 юаней,

а также профессиональные консультации и техническую поддержку в течение первых трех лет своего бизнеса. Первоначальные средства составили 10 миллионов юаней, и они спонсировали 171 молодого человека [4].

Хотя проект «Молодежный бизнес Китая» уже добился больших успехов в развитии молодежного предпринимательства, охват программы может быть дополнительно расширен на сельские районы, где проживает часть молодежи Китая, находящейся в наиболее неблагоприятном положении. Еще один способ, с помощью которого YBC мог бы расширить свои усилия, заключается в том, чтобы ориентироваться на старшеклассников и предоставлять им информацию о предпринимательстве и обучении навыкам, что повышает осведомленность и борется с негативным отношением в обществе.

В отличие от других программ, которые предоставляют гранты для молодежи, чтобы начать свой собственный бизнес, использование беспроцентных кредитов в YBC дает молодым людям большую долю участия в проекте, поскольку они должны в конечном итоге погасить кредит. Предоставление молодежи возможности расширить свои социальные сети выгодно для участников и снижает их долгосрочную зависимость от проекта.

Молодые люди обладают высоким культурным уровнем, сильным чувством независимости и быстрой адаптацией к рынку. Они представляют собой группу с наиболее инновационным предпринимательским духом, самым инновационным предпринимательским потенциалом и самой инновационной предпринимательской готовностью. Однако молодежные инновации и предпринимательство находятся в процессе постоянного развития, и неизбежно возникновение как барьеров, которые 77 его сдерживают, так и благоприятных факторов. Развитие молодежного предпринимательства в Китае в условиях цифровизации экономики объясняется как общими детерминантами, к числу которых относятся возраст, образование, пол и т. д., так и специфических, как то:

1. Уровень предпринимательских намерений. Традиционные концепции поиска стабильности и боязни риска подавляют стремление молодежи к инновациям и предпринимательский энтузиазм. Многим молодым людям недостает глубокого понимания инноваций и предпринимательства и необходимой психологической стойкости. Многие родители при планировании карьеры своих детей ориентируются

на относительно стабильные профессии, такие как государственные служащие и государственные учреждения, и им не хватает понимания и поддержки независимых молодых предпринимателей.

2. Уровень финансовой поддержки. Недостаточный уровень стартовых и последующих финансовых средств, который не позволяет сформировать полный спектр существенной поддержки молодежных инноваций и предпринимательства.

3. Уровень политической поддержки. Ресурсы государственной политики Китая для поддержки молодежных инноваций и предпринимательства в основном находятся в состоянии раздельного управления и децентрализованной работы при недостаточной интеграции и слабой координации.

4. Внутреннее управление компанией. У молодых людей недостаточно опыта в области инноваций и предпринимательства, а предприятиям, которые они открывают, часто не хватает качественного управления компанией.

5. Уровень стратегического развития. Многие компании, которые только начинают свой бизнес, не имеют четких стратегий и планов развития, отмечается слабая способность улавливать рыночные изменения [5].

Что еще более важно, в контексте Китая примечательно то, что за последние два десятилетия правительство сосредоточило внимание на решающей роли высших учебных заведений в стимулировании индивидуального предпринимательства и построении предпринимательского общества, а также сформулировало и обнародовало различные политики, и призывает университеты оказывать необходимую поддержку предпринимательству студентов колледжей.

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод, что после десятилетий развития современное молодежное инновационное предпринимательство отошло от традиционной концепции «ведения бизнеса и создания компаний» и движется к комплексному пути развития, который опирается на тенденцию тесной связи промышленности и образования. В процессе подготовки кадров технические университеты объединяют курсы, проекты и конкурсы по инновациям и предпринимательству и используют инкубационные платформы для инноваций и предпринимательства, стремясь к тесной связи между промышленностью и образованием для создания взаимосвязанного и взаимовыгодного сообщества интересов инноваций и предпринимательства. Это сообщество интересов взаимодействует с местными

органами власти, промышленностью, научно-исследовательскими институтами, финансовыми учреждениями, и так далее для дальнейшего формирования многомерной симбиотической инновационной экосистемы более высокого уровня, состоящей из местных органов власти, пользователей новых продуктов, университетов и научно-исследовательских институтов, промышленных партнеров, финансовых учреждений и учреждений венчурного капитала, посредников, коммерческих предприятий и средств массовой информации.

Список цитируемых источников

1. GEM-UNDP Report on Youth Entrepreneurship in Asia and the Pacific [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/340376761_GEM-UNDP_Report_on_Youth_Entrepreneurship_in_Asia_and_the_Pacific_201819. — Date of access: 14.03.2023.
2. *Su, Y.* Factors influencing entrepreneurial intention of university students in China: integrating the perceived university support and theory of planned behavior / Y. Su // Sustainability. — 2021. — № 13. — P. 1034—1045.
3. The 2021 China College Students Entrepreneurship Report [Electronic resource]. — Mode of access: <https://finance.yahoo.com/news/2021-china-college-students-entrepreneurship-160800821.html>. — Date of access: 14.03.2023.
4. Youth Business China Project — China [Electronic resource]. — Mode of access: <https://yptoolbox.unescapsdd.org/portfolio/youth-business-china-project-china/>. — Date of access: 14.03.2023.
5. *Сун, Я.* Молодежное предпринимательство в Китае / Я. Сун // Цифровизация — драйвер экономического роста в постпандемический период : сб. ст. по материалам Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием : в 2 ч. — 2021. — С. 74—79.

УДК 339.9

В. В. Климуk, А. Н. Унсович

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, klimuk-vv@yandex.ru*

НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО, ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Обозначена роль направлений развития научно-технической, инновационной деятельности в Республике Беларусь. Отражены основные положения Стратегии «Наука и технологии: 2018—2040», Стратегии научно-технологического развития

Союзного государства Беларуси и России, направления белорусско-китайского взаимодействия. Представлены условия функционирования преференциальных режимов в Республике Беларусь.

Ключевые слова: научно-техническая и инновационная деятельность; Союзное государство Беларуси и России; всепогодное и всестороннее стратегическое партнерство Республики Беларусь и Китайской Народной Республики; преференциальные режимы.

V. V. Klimuk, A. N. Unsovich

Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,

klimuk-vv@yandex.ru

DIRECTIONS OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL, INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF BELARUS

The role of directions for developing science, technology and innovation activities in the Republic of Belarus is outlined. The main provisions of the Strategy “Science and Technology: 2018—2040”, the Science and Technology Development Strategy for the Union State of Belarus and Russia, the directions of Belarusian-Chinese cooperation are reflected. The conditions for the functioning of preferential regimes in the Republic of Belarus are presented.

Key words: science, technology and innovation activities; the Union State of Belarus and Russia; all-weather and comprehensive strategic partnership of the Republic of Belarus and the People’s Republic of China; preferential regimes.

Введение. В Республике Беларусь развивается высокотехнологичный сектор, обеспечивающий конкурентные преимущества страны в глобальной экономике, устойчивый приток инвестиций, рост объема производства белорусской наукоемкой, высокотехнологичной продукции (работ, услуг). В Стратегии «Наука и технологии: 2018—2040» определены ключевые черты будущей интеллектуальной экономики, основные направления государственной политики в науке и инновационной деятельности, инструменты стимулирования научно-технологического развития национальной экономики на период до 2040 г., а также ожидаемые результаты от реализации Стратегии, которые позволят стране выйти на мировой уровень конкурентоспособности по ряду направлений на основе развития ИТ-технологий, интеллектуализации и цифровой индустриализации.

В рамках данной стратегии обозначены 3 ключевых элемента модели «Беларусь Интеллектуальная»:

1. Полноформатное внедрение цифровых технологий, образующих технологическое ядро интеллектуальной экономики.

2. Развитый неоиндустриальный комплекс, отвечающий вызовам четвертой промышленной революции и построенный на базе новейшего «технологического пакета» (нано-, био-, IT и аддитивные технологии, композиционные материалы с заданными свойствами).

3. Высокоинтеллектуальное общество, в котором потребности каждого человека гармонизированы с потребностями всего социума для максимизации общественных благ [1].

Основная часть. Одним из направлений дальнейшего социально-экономического развития выступает межстрановое взаимодействие (на основе дружественных отношений), межрегиональное сотрудничество, в первую очередь Беларуси и России как двух братских народов, в частности в научно-технической сфере.

Нашими странами разработана стратегия научно-технологического развития Союзного государства. Планируется, «что реализация стратегии обеспечит готовность Союзного государства к существующим и возникающим большим вызовам, повысить качество жизни населения, обеспечить безопасность Союзного государства и укрепление позиций Беларуси и России в глобальном рейтинге уровня жизни. Также в планах технологическое обновление традиционных для двух стран отраслей экономики и увеличение доли продукции новых высокотехнологичных и наукоемких отраслей. Помимо этого, будет создана эффективная система организации и финансирования исследований и разработок, обеспечить продвижение разработанных в СГ инноваций на новые рынки, рост доходов от экспорта высокотехнологичной продукции и прав на результаты интеллектуальной деятельности» [2].

С целью стимулирования активности субъектов реальной экономики, инновационной инфраструктуры, субъектов инновационной деятельности в нашей стране успешно действуют преференциальные режимы:

1. В Республике Беларусь функционируют 6 свободных экономических зон: СЭЗ «Брест», СЭЗ «Витебск», СЭЗ «Гомель-Ратон», СЭЗ «Гродноинвест», СЭЗ «Минск», СЭЗ «Могилев».

В свободных экономических зонах действуют:

1.1. Налоговые льготы:

- налог на прибыль (0 %);
- налог на недвижимость (0 % на 3 года);
- земельный налог (0 %).

1.2. Таможенные льготы:

- таможенные пошлины (0 %);
- НДС (0 %).

1.3. Другие льготы и преференции:

- предоставление земельного участка (без аукциона, без арендной платы, без платы за право заключения договора аренды);
- освобождение от уплаты госпошлины за выдачу специальных разрешений на право занятия трудовой деятельностью иностранным гражданам;
- возмещение потерь лесохозяйственного и сельскохозяйственного производств).

2. Индустриальный парк «Великий камень».

2.1. Налоговые льготы:

- налог на прибыль (0 % на 10 лет с момента возникновения валовой прибыли, далее по 2062 г. 1/2 от общереспубликанской ставки);
- подоходный налог (0 % до 2062 г.);
- налог на недвижимость (0 % до 2062 г.);
- земельный налог (0 %);
- НДС (с реализации) (0 %);
- налог на дивиденды (в течение 5 лет или в течение 10 лет для резидентов парка, реализующих проекты свыше 50 млн. долл. США);
- оффшорный сбор (0 % при перечислении дивидендов и приравненных к ним доходов).

2.2. Таможенные льготы:

- таможенные пошлины и НДС (0 % в начале проекта; 0 % в СТЗ; 0 % при экспорте за пределы ЕАЭС; 0 % НДС на готовую продукцию при вывозе из СТЗ в ЕАЭС);
- безвизовое пребывание (180 дней).

2.3. Другие льготы и преференции:

- отчисления в ФСЗН (0 % для иностранных граждан, 35 % от средней заработной платы по стране для граждан Республики Беларусь);
- неухудшение условий деятельности (10 лет);

– комплексное обслуживание «Одна станция» (выполнение в одном месте всех административных процедур: регистрация юридических лиц и резидентов. Решение миграционных, таможенных, налоговых, разрешительных вопросов);

– льготы при строительстве объекта (возможность параллельного проектирования и строительства. Применение технических нормативов, аналогичных действующим за рубежом. Упрощённый порядок приёмки построенных объектов в эксплуатацию).

3. Парк высоких технологий.

3.1. Налоговые льготы:

- налог на прибыль (0 %);
- НДС (0 %);
- оффшорный сбор (0 %);
- налог на недвижимость (0 %);
- налог на доходы иностранных организаций (0 %);
- НДС и налог на прибыль на майнинг, покупку/продажу и обмен криптовалют, другие операции с токенами (0 %);
- земельный налог (0 % на период строительства, но не более чем на 3 года);
- Налог на доходы иностранных организаций (при выплате иностранной организации дивидендов от резидента ПВТ) (5 %).

3.2. Таможенные льготы:

- таможенные пошлины и НДС (0 %);
- безвизовое пребывание (180 дней).

3.3. Другие льготы и преференции:

- арендная плата (может применяться понижающий коэффициент 0,5);
- страховые взносы из заработной платы (освобождение в части доходов, превышающих среднюю по республике месячную заработную плату);
- специальные разрешения, связанные с приемом на работу иностранных сотрудников (нет);
- разрешение на временное проживание иностранных сотрудников (упрощенный порядок).

4. Деятельность на территории средних, малых городских поселений, сельской местности.

- 4.1. Налоговые льготы:
- налог на прибыль (0 % на 7 лет);
 - подоходный налог (0 % на 7 лет);
 - налог на недвижимость (0 % на 7 лет).
- 4.2. Таможенные льготы:
- таможенные пошлины и НДС (0 %).
- 4.3. Другие преференции и льготы:
- государственная пошлина за выдачу лицензий (освобождение на 7 лет);
 - обязательная продажа иностранной валюты (освобождение на 7 лет);
 - право не исчислять и не уплачивать иные налоги, сборы (пошлины);
 - право самостоятельно определять условия, объемы, виды закупаемого сырья, комплектующих и материалов и пр.;
 - освобождение от обязательного заключения сделок на биржевых торгах;
 - право самостоятельно определять поставщиков (подрядчиков, исполнителей) или покупателей продукции, товаров (работ, услуг).
5. Инвестиционный договор.
- 5.1. Налоговые льготы:
- НДС (вычет в полном объеме);
 - земельный налог (0 %).
- 5.2. Таможенные льготы:
- таможенные пошлины и НДС (0 %).
- 5.3. Другие льготы и преференции:
- предоставление земельного участка (без аукциона; без арендной платы; без платы за право заключения договора аренды);
 - льготы при строительстве объектов (осуществление строительства параллельно с разработкой, экспертизой и утверждением необходимой проектной документации на последующие этапы; строительство объектов с правом удаления объектов растительного мира без осуществления компенсационных выплат);
 - возмещение потерь лесохозяйственного и сельскохозяйственного производств (освобождение);
 - госпошлина за выдачу специальных разрешений на право занятия трудовой деятельностью иностранным гражданам (освобождение);

– возможность получения индивидуальных льгот и преференций.

6. Технопарки.

6.1. Налоговые льготы:

– налог на прибыль (10 %);

– налог на прибыль налога при упрощенной системе налогообложения (освобождение в размере суммы средств, перечисленной в фонд инновационного развития, но не более 50 %);

– налог на недвижимость (0 %);

– земельный налог (0 %);

– налоги и сборы, уплачиваемые в местные бюджеты (освобождение по решению местных Советов депутатов).

6.2. Таможенные льготы:

– таможенные пошлины (0 %);

– НДС (0 %).

6.3. Другие льготы и преференции:

– аренда помещений (понижающий коэффициент 0,1—0,9);

– поддержка резидентов (готовая инфраструктура, информационное обеспечение, профессиональные инжиниринговые и консалтинговые услуги);

– финансовые инструменты (возможность финансирования проектов из государственных инновационных фондов).

7. Также в Республике Беларусь действуют такие преференциальные режимы, как Юго-Восточный регион Могилевский области; Оршанский район; Особая экономическая зона «Бремино-Орша» [3].

В рамках визита Президента Республики Беларусь Александра Григорьевича Лукашенко в Китайскую Народную Республику, где состоялись официальные переговоры Главы нашего государства с Председателем и высшими должностными лицами КНР, было подписано совместное заявление Китайской Народной Республики и Республики Беларусь о дальнейшем развитии всепогодного и всестороннего стратегического партнерства между двумя странами в новую эпоху. Также был подписан большой пакет документов о сотрудничестве в сферах экономики и торговли, промышленности, сельского хозяйства, таможенного регулирования, науки и технологий, здравоохранения, туризма и спорта, и межрегиональных связей (всего более 30 межправительственных, межведомственных и межрегиональных соглашений и коммерческих контрактов) [4].

Заключение. В нашей Республике Беларусь созданы наиболее благоприятные условия для развития научно-технической, инновационной деятельности, социально-экономического развития, которые постоянно совершенствуются с целью инновационного, устойчивого развития нашего государства, обеспечения стабильного развития каждой из отраслей экономики, социальной сферы, сохранения исторической памяти, культурного наследия нашей страны, патриотического воспитания населения нашей родной страны.

Список цитируемых источников

1. Стратегия «Наука и технологии: 2018—2040»: утв. постановлением Президиума Национальной академии наук Беларуси, 26 февраля 2018 г., № 17. — 44 с.
2. Информационно-аналитический портал Союзного государства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://soyuz.by/novosti-soyuznogo-gosudarstva/v-soyuznom-gosudarstve-razrabotana-strategiya-nauchno-tehnologicheskogo-razvitiya>. — Дата доступа: 10.03.2023.
3. Национальное агентство инвестиций и приватизации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://map.investinbelarus.by/preferential-treatments/>. — Дата доступа: 10.03.2023.
4. Интервью: Эксперт о перспективах сотрудничества Беларуси и Китая [Электронный ресурс] // БЕЛТА. — Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/intervju-ekspert-o-perspektivah-sotrudnichestva-belarusi-i-kitaja-555050-2023/>. — Дата доступа: 13.03.2023.

УДК 621.785.532

И. В. Ковальчук¹, А. В. Малевич²

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»
Барановичи, Республика Беларусь, ¹iluakovalchuk@gmail.com,
²malevich-95@mail.ru*

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ИОННО-ПЛАЗМЕННОГО АЗОТИРОВАНИЯ

Статья содержит информацию о процессе ионно-плазменного азотирования, о основных производителях оборудования для ионно-плазменного азотирования в различных странах. Данная статья предназначена для инженеров-материаловедов

© Ковальчук И. В., Малевич А. В., 2023

и исследователей, интересующихся методами поверхностного упрочнения и коррозионной стойкостью металлических компонентов. Также в статье рассматриваются преимущества использования ионно-плазменного азотирования для повышения поверхностной твердости и износостойкости изделий, вопрос применения ионно-плазменного азотирования в промышленности Республики Беларусь и за рубежом.

Ключевые слова: ионно-плазменное азотирование; оборудование; тлеющий разряд; упрочнение поверхности; плазма.

I. V. Kovalchuk¹, A. V. Malevich²

Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,

¹ilukovalchuk@gmail.com, ²malevich-95@mail.ru

EQUIPMENT FOR ION-PLASMA NITRIDING

The article contains information about the process of ion-plasma nitriding, about the main manufacturers of equipment for ion-plasma nitriding in various countries. This article is intended for material engineers and researchers interested in surface hardening techniques and the corrosion resistance of metal components. The article also discusses the advantages of using ion-plasma nitriding to increase the surface hardness and wear resistance of products, the issue of using ion-plasma nitriding in the industry of the Republic of Belarus and abroad.

Key words: ion-plasma nitriding; equipment; glow discharge; surface hardening; plasma.

Введение. Большая часть деталей машин работают в условиях износа, циклических нагрузок, коррозии при криогенных или высоких температурах, при которых максимальные напряжения возникают в поверхностных слоях металла, где сосредоточены основные концентраторы напряжения. Газотермическое напыление, наплавка, химико-термическая обработка повышают твёрдость, коррозионную стойкость и, создавая на поверхности благоприятные остаточные напряжения сжатия, увеличивают надёжность и долговечность деталей машин. Кроме того, увеличить прочность и сопротивление усталости можно созданием соответствующих композиций сплавов и технологии обработки [1].

Ионно-плазменное азотирование (ИПА) является предпочтительным процессом обработки поверхности, поскольку оно имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционными методами, такими как цементация, карбонитрация и классическое азотирование. Процесс обработки ИПА происходит при низкой температуре и низком давлении,

что делает его пригодным для обработки широкого спектра материалов практически без деформации или физического повреждения. Кроме того, он обеспечивает хорошие свойства износостойкости и коррозионной стойкости, которые необходимы для различных промышленных изделий.

Оборудование для ионно-плазменного азотирования производится различными производителями, включая ФТИ НАН РБ, Ion Heat, Tratar Group, IonTech, Seal Tech, IonTech, которые предлагает новейшие доступные технологии в оборудовании для ионно-плазменного азотирования. Эти компании специализируются на разработке и производстве оборудования для ионно-плазменного азотирования, которое используется в различных отраслях промышленности для улучшения свойств таких материалов, как металлы, сплавы и керамика. В Беларуси оборудование ИПА применяется на таких крупных машиностроительных предприятиях, как Минский завод колесных тягачей ОАО «МЗКТ», ОАО «БелАЗ», ОАО «МАЗ», ПО «Гомсельмаш», ОАО «Могилевлифтмаш». Многие компании аэрокосмической и автомобильной промышленности используют оборудование ионно-плазменного азотирования для повышения производительности и долговечности своей продукции. Например, GE Aviation использует ионно-плазменное азотирование для повышения усталостной прочности и коррозионной стойкости компонентов авиационных двигателей, а Honda Motor Co. применяет эту технологию для повышения износостойкости шестерен трансмиссии.

Основная часть. Ионно-плазменное азотирование — это процесс обработки поверхности, используемый для улучшения свойств таких материалов, как металлы, сплавы и керамика. Процесс включает использование плазмы, генерируемой из газа, насыщенного азотом, который затем ионизируется с помощью электрического поля для получения ионов азота.

Во время процесса ионно-плазменного азотирования изделие помещается в вакуумную камеру, где применяется электрический заряд высокого напряжения для создания плазмы. Ионы азота из плазмы ускоряются и бомбардируют поверхность металла, проникая в изделие и образуя слой, насыщенный азотом. Этот поверхностный слой, известный как азотированный слой, является твердым, износостойким и может улучшить усталостную долговечность материала. Ионно-плазменное азотирование обычно используется в тех случаях,

когда металлические детали должны выдерживать высокие нагрузки, износ и коррозию.

Оборудование, которое предназначено для проведения процесса ионно-плазменного азотирования обычно состоит из панели управления, вакуумной камеры, высоковольтного источника питания, насосная система для контролирования давления, системы охлаждения и системы подачи рабочих газов. Вакуумная камера является одной из наиболее важных частей машины, так как она обеспечивает подходящую среду для протекания процесса. Камера должна иметь герметичное уплотнение для создания вакуума, подходящего для процесса. Для охлаждения вакуумной камеры используется система водяного или масляного охлаждения, а для подачи азота в вакуумную камеру используется система впуска газа. Конкретный тип и размер оборудования могут варьироваться в зависимости от размера и формы обрабатываемых деталей машин. Правильный выбор и использование оборудования имеет решающее значение для успеха процесса ионно-плазменного азотирования и является ключевым фактором в производстве изделий с модифицированной поверхностью.

Источник питания производит электрический заряд, необходимый для создания плазмы, которая ионизирует газообразный азот и генерирует ионы азота, которые ускоряются и бомбардируют обрабатываемое изделие. Процесс может осуществляться с использованием двух типов источников ионов, которые представляют собой источники плазмы постоянного тока и высоких частот. Источники плазмы постоянного тока способны производить высокоэнергетическую плазму, но требуют высоковольтных источников питания, которые могут быть дорогими и сложными в обслуживании. Источники высокочастотной плазмы, с другой стороны, более экономичны и надежны, но имеют более низкую энергию плазмы, что может ограничивать глубину азотированного слоя. Система нагрева имеет решающее значение для обеспечения контроля температуры в вакуумной камере, что необходимо для обеспечения успеха процесса азотирования.

Панель управления является центральным узлом оборудования для ионно-плазменного азотирования, позволяя оператору контролировать и контролировать весь процесс. Обычно панель включает в себя цифровой дисплей, который показывает температуру и давление в вакуумной камере, скорость потока газообразного азота

и других рабочих газов, настройки мощности электрического заряда, создающего плазму. Для оптимизации процесса ионно-плазменного необходимо тщательно контролировать такие параметры как, температура процесса, давление и состав газовой среды. Обычно предпочтительны более низкие температуры и давление, чтобы предотвратить деформацию и повреждение изделия. Состав газа можно варьировать для достижения различных уровней азотирования.

Ниже приведён перечень изготовителей установок для ионно-плазменного азотирования материалов:

1. *Физико-технический институт НАН Беларуси (ФТИ), Республика Беларусь.* ФТИ занимается как изготовлением оборудования, так и оказанием услуг по ИПА. Созданное в стенах ФТИ НАН Беларуси оборудование уже действует на ОАО «БелАЗ», ОАО «МАЗ», ОАО «Гомсельмаш», ОАО «Могилевлифтмаш», УЧНПП «Технолит», АО «Инжиниринговая компания «АЭМ-технологии — АТТОММАШ» госкорпорации «Росатом» (Волгодонск). Некоторые предприятия следом за первой приобретают вторую, а то и третью-четвертую установку ФТИ.

2. *Компания PVA Industrial Vacuum Systems GmbH, Германия.* Компания производит оборудование, которое представляет собой вакуумные системы для осуществления процессов плазменной диффузии, предназначенных для обогащения поверхности детали азотом и/или углеродом с целью повышения износостойкости и коррозионной стойкости. Диффузионные процессы PlaTeG-PulsPlasma®, в частности, PulsPlasma®Nitriding (PPNTM) и PulsPlasma®Nitrocarburizing (PPNCTM), являются экологически чистыми и ресурсосберегающими процессами плазменной диффузии и дают заказчикам многочисленные преимущества по сравнению с традиционными процессами азотирования, в частности, карбонитрацией в солевой ванне или газовым азотированием.

3. *Официальный представитель в России IONITECH Ltd., г. София, Болгария.* IONITECH Ltd. — один из ведущих мировых производителей оборудования для ионно-плазменного азотирования. Компания выпускает широкий модельный ряд ионно-вакуумных установок, способный удовлетворить потребности любого производства.

ООО «ИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ» является единственным официальным представителем фирмы IONITECH Ltd. на территории России. За весь период многолетнего сотрудничества с IONITECH Ltd.

наша компания успешно внедрила уже более 40 единиц ионно-плазменного оборудования. Среди наших партнеров ведущие промышленные предприятия России и ближнего зарубежья: ООО «Уралмаш НГО Холдинг», ПАО «Калужский турбинный завод», ПАО «Мотор Сич», ПАО «ГАЗ», АО «ОДК». ООО «ИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ» обеспечивает не только поставку и запуск установок, но, что самое важное — осуществляет внедрение технологии упрочнения деталей в производственный процесс предприятия. Ionitech Ltd. является производителем оборудования для плазменного (ионного) азотирования со штаб-квартирой в Китае, и он занимается разработкой передовой технологии плазменного азотирования.

4. *Элан-практик, Российская Федерация.* Компания осуществляет изготовление вакуумных установок для нанесения покрытий на заказ по невысокой цене в Нижнем Новгороде. Все разрабатываемое ими оборудование основано на собственных проектах и решениях в сфере создания магнетронных несбалансированных распылительных систем и реализации технологий ионного азотирования импульсами высокой мощности.

5. *RUBIG GmbH & Co KG Durisolstraße, Австрия.* Компания производит печи и установки для термообработки по индивидуальному заказу. Технология MICROPULS® от RUBIG Industrial Furnaces считается технологией премиум класса в области термообработки.

6. *Changsha Samy Instrument & Equipment Co., Ltd. Кумай.* Компания Changsha Samy Instrument Equipment Co., Ltd. зарегистрирована с 2010 года. После более чем десяти лет развития она стала профессиональной высокотехнологичной компанией, занимающейся исследованиями и разработками, производством и продажей лабораторного оборудования и приборов с собственной интеллектуальной права собственности, независимые бренды и независимые инновационные возможности. Продукция компании широко используется в научно-исследовательских институтах, университетах, банках крови, больницах, биологических продуктах, фармацевтике, биохимических испытаниях, сельскохозяйственных науках, исследованиях в области охраны окружающей среды и нефтехимического производства.

7. *HK furnace 11 # Rd Jiutonglu, Кумай.* Компания производит полную серию промышленных печей, включая печи с выдвижным поддоном, шахтные печи, печи коробчатого типа, печи для отжига, закалочные печи, печи для отпуска, вакуумные печи, печи для азотирования,

печи науглероживания, печи с соляной ванной и другие промышленные печи. Центр исследований и разработок в области термообработки включает в себя более 30 специалистов по термообработке, включая докторантов и магистров, а также нанятых известных университетских профессоров в области термообработки в качестве консультантов.

8. *Beijing Sevenstar Electronics Co., Ltd, Kumaï.* Эта компания специализируется на производстве оборудования для ионной имплантации, источников ионов и другого оборудования для плазменной обработки для различных отраслей промышленности, включая производство полупроводников, солнечных батарей и светодиодов.

Заключение. Таким образом, ионно-плазменное азотирование является универсальной и эффективной технологией улучшения свойств металлических материалов и широко применяется в различных отраслях промышленности. Благодаря наличию передового оборудования и технической поддержки со стороны производителей все больше компаний внедряют эту технологию для получения более качественных и долговечных изделий. Исходя из вышеизложенной информации можно сделать вывод, что ионно-плазменное азотирование применяется в различных отраслях промышленности, а также в многих странах. Номенклатура производителей оборудования для ионно-плазменного азотирования довольно велика. Следовательно, процесс ионно-плазменного азотирования является перспективным и преимущественным в научных исследованиях как Республики Беларусь, так и других стран. После анализа рынка производителей оборудования было выяснено, что Китай так же использует ионно-плазменное азотирование для повышения характеристик металла в машиностроении, производит свои установки для азотирования и проводят научно-исследовательскую деятельность в этой отрасли. Это говорит о хорошем уровне развития этой отрасли в Китае.

Список цитируемых источников

1. *Босяков, М. Н.* Энергетические параметры процессов ионного азотирования на промышленном оборудовании / М. Н. Босяков, А. А. Козлов // Доклады БГУИР. — 2013. — № 3(73). — С. 76—82.

Р. А. Лизакова¹, Сяньи Ву²

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, ¹kaf_mark@tut.by,
²D虎.W翼47293663*

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ КИТАЙСКИХ КОРПОРАЦИЙ

В статье рассматриваются вопросы важности корпоративной культуры в формировании стратегического плана развития компании. На примере белорусского отделения китайской логистической компании показана важность формирования миссии компании и ее корпоративных ценностей.

Ключевые слова: корпоративная культура; корпоративное управление; КНР.

R. A. Lizakova¹, Xian Wu²

*Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
¹kaf_mark@tut.by, ²D虎.W翼47293663*

THE ROLE OF CORPORATE CULTURE IN THE STRATEGIC BUSINESS MANAGEMENT OF CHINESE CORPORATIONS

The article discusses the importance of corporate culture in the formation of a strategic development plan of the company. Using the example of the Belarusian branch of a Chinese logistics company, the importance of forming the company's mission and its corporate values is shown.

Key words: corporate culture; corporate governance; PRC.

Введение. В современном мире ни одна компания, если она собирается задержаться на рынке на длительный срок не обходиться без стратегических планов развития. Определение стратегии развития компании в целом начинается с разработки миссии, видения, целей. Миссия определяется таким образом, чтобы она охватывала широкие горизонты развития, включала прямо или косвенно положительные социальные аспекты, а также была актуальна и через 20—30 и более лет. Когда закладывается миссия компании одновременно

формируется и основа корпоративной культуры коллектива, который будет осуществлять данную миссию в социуме. На формирование корпоративной культуры влияет большое количество внешних и внутренних факторов маркетинговой среды, но если присутствует личная культура руководителя, ценности компании, выработан стиль поведения, то такая корпоративная культура заслуживает уважения. Корпоративное управление — один из определяющих факторов в принятии инвестиционных решений: «Свыше 80 % инвесторов заявляют о своей готовности платить больше за акции компаний с хорошим качеством корпоративного управления по сравнению с компаниями, где управление находится на низком уровне» [1].

В современной цифровой сверхконкурентной глобальной бизнес-среде даже инновационные IT-стартапы вынуждены привлекать сотни миллионов заемных средств инвесторов. Это обуславливает выработку четких алгоритмов управления бизнесом и протоколов, как внешних, так и внутренних коммуникаций компании. Таким образом одной, пусть даже успешной концепции бизнеса, в современных рыночных условиях бывает недостаточно, а стандарты корпоративного управления и системно-ценностного подхода к управлению компанией, становятся залогом не только необходимого привлечения средств, но нивелирования значительной части управленческих, а как следствие и коммерческих рисков.

Основная часть. Модели корпоративного управления в основном представлены следующими.

Модель внешнего управления Соединенного Королевства и Соединенных Штатов. Англо-американская модель — это модель, основанная на внешнем надзоре. Англо-американский модельный совет имеет различные специальные комитеты, в том числе: исполнительный комитет, комитет по вознаграждениям, комитет по аудиту и т. д. В англо-американской модели отсутствует наблюдательный совет, подчеркивающий роль независимых директоров, и в основном полагающийся на внешние силы для осуществления контроля над управлением, включая рынки капитала, рынки управляющих, рынки продуктов и т. д.

Модель внутреннего управления (Германии и Япония). В немецко-японской модели власть банков очень сильна.

1. Основная банковская система Японии означает, что японские компании обычно получают кредиты от крупного банка, который

также является важным акционером предприятия, а банк использует свой статус акционеров и кредиторов для контроля над предприятием.

2. Deutsche Bank, как хранителю акций миноритарных акционеров, предоставляет право голосовать по доверенности, банк избирает представителей в качестве надзорных органов и осуществляет контроль над менеджерами, что характеризуется разделением исполнительных и надзорных функций немецких компаний, а также созданием исполнительного совета директоров и наблюдательного совета, также известного как двухуровневая система правления. Важной особенностью, отличающей корпоративное управление в Германии от других стран, является система участия сотрудников в принятии решений.

Корпоративное управление Китая не может механически копировать иностранные модели, у Китая свой путь реформы корпоративного управления, который соответствует национальным условиям этой страны. Основу современного китайского управления заложил еще Конфуций и Сунь-Цзы (VI—V века до н. э.). Управление, как известно, состоит из четырех составляющих (функций), основной из которых является планирование. Китайские компании предусматривают решение двух задач — это цели организации и ресурсы для достижения данных целей. Как было уже отмечено выше, корпоративное планирование предполагает определение миссии, как в китайских, так и в других компаниях. Но китайские компании имеют свои особенности: в процесс управления включены все, а не только руководители, для китайцев трудовой коллектив является большой семьей.

Корпоративная культура должна основываться на корпоративных ценностях, которых будут придерживаться все СБЕ данной корпорации. Китай имеет, как уже отмечено, давние традиции формирования корпоративной культуры, которая основана на ценностях традиционной культуры. Например, такими традиционными ценностями, что люди должны обладать моралью, руководитель обязан быть справедливым. Естественно, современные реалии требуют прагматичного решения вопроса при формировании будущих доходов, однако и сегодня основными принципами формирования в Китае корпоративной культуры являются: всесторонняя моральная поддержка сотрудников друг другом, развитие потенциала каждого работника на основе традиционных ценностей, укрепление

конкурентоспособности корпорации за счет развития корпоративной системы ценностей, и донесения этой системы до целевой потребительской аудитории.

В Республике Беларусь в 2015 г. было зарегистрировано ЗАО «Чайна Мерчанте СиЭйчЭн-БиЭлАр Коммерческая и Логистическая Компания» (далее ЗАО «Логистическая кампания»). Согласно данным ЗАО, наибольшую долю услуг занимает деятельность логистического центра (47 %), второе место — хранение и доставка грузов (29 %), третье место — международная логистика (18 %). Это международное совместное акционерное предприятие, главным акционером которого является китайская сторона. Компания принадлежит China Merchants Logistics, главный офис которой расположена в зоне свободной торговли Цяньхай в городе Шэньчжэнь и владеет крупнейшим проектом в Китайско-белорусском индустриальном Парке на строительство торгово-логистического центра на протяжении следующих 10 лет.

На сайте ЗАО «Логистическая кампания» есть раздел «Корпоративная культура», который имеет заголовок: «Основные ценности и работа в духе верблюда» [2]. Китайская компания пропагандирует «дух верблюда» и источником своего развития и процветания считает уверенность в том, что «на выходе из пустыни всегда будет оазис». «Дух» верблюда — это непоколебимая вера, твердая воля, выносливый характер, стойкость. Корпоративная культура включает следующие ценности:

- миссия команды: следуя стратегии «Один пояс, один путь», искать пути развития за рубежом;
- командные ценности: патриотизм, вера в устремления, преданность, работа на первой линии;
- командная культура: смело брать на себя ответственность, преданность работе и ответственность, стремление к совершенству, сплоченность и толерантность;
- стиль команды: твердая воля, смелость в выполнении задач, строгость и эффективность, работа с душой;
- основные компетенции команды: высокая мобильность, сильная профессиональная организация [2].

Помимо этого, корпорация показывает, что она соперничает трудностям других людей и в разделе «Корпоративная культура» есть два подраздела.

1. Благотворительность, где показаны текущие спонсорские мероприятия.

2. Тимбилдин, то есть создание, построение команды из отдельных профессионалов, объединенных одной целью. Такое формирование осуществляется через различные совместные мероприятия научного, культурного, спортивного и т. д. характера.

Для белорусской логистической компании ЗАО «Чайна Мерчанте СиЭйчЭн-БиЭлАр коммерческая и логистическая компания» был принят слоган: «Наша главная ценность — помочь клиентам добиться успеха!». На нынешнем этапе становления белорусской компании и с учетом местных реалий, с нашей точки зрения, это хороший вариант, да и в дальнейшем можно произвести ребрендинг, но только в рамках корпоративного стиля.

Помимо мотивации к высокопроизводительному труду в китайских компаниях обращают внимание на то, чтобы каждый работник совершенствовал свое профессиональное мастерство. Подходы к данному аспекту могут заключаться в следующем:

- непрерывность и постоянство обучения сотрудников на протяжении всего периода их трудовой деятельности в той или иной компании;

- акцентирование на практичности и конкретности, получаемых во время обучения, знаний, на развитии профессиональных навыков, связанных с повышением производительности труда, на развитии готовности персонала к технологическим инновациям;

- проведение ежегодных аттестаций сотрудников, предполагающих оценку их знаний и формирование индивидуальных и командных программ развития;

- организация обучения, как в рамках внутрифирменных учебных центров и корпоративных университетов, так и непосредственно на рабочих местах сотрудников;

- использование механизмов ротации и карьерного роста в качестве стимулирования профессионального обучения и развития [3].

Карьерный рост — это сознательное стремление к личностному росту путем расширения самосознания, знаний и улучшения личных навыков. Группе менеджеров ЗАО «Чайна Мерчанте СиЭйчЭн-БиЭлАр коммерческая и логистическая компания» необходимо разработать и внедрить стратегии по сохранению и развивать сотрудников в рамках своего бизнеса. Сотрудники предприятия предоставляют продукты и услуги корпоративным клиентам и потребителям.

Чтобы оставаться конкурентоспособным, руководство должно продвигать стабильные, долгосрочные стратегии управления талантами для их привлечения, найма, развития и удержания. Корпоративным духом должны проникнуть не только работающие китайские специалисты, работающие в ЗАО, но и белорусские работники, т. к. они пришли в компанию, учредитель которой имеет уже устоявшиеся традиции.

Центральным системообразующим элементом в построении эффективной кадровой политики в системе корпоративного управления ЗАО «Чайна Мерчанте СиЭйчЭн-БиЭлАр коммерческая и логистическая компания» должно стать планирование индивидуальной карьеры сотрудников (рисунок 1).



Рисунок 1 — Система планирования управленческой карьерой

Менеджеры могут применять успешные стратегии для снижения текучести кадров, улучшая опыт работы сотрудников и сохраняя таланты для создания позитивной рабочей среды. Удержание улучшается благодаря вовлеченности сотрудников, самостоятельности в принятии решений, профессиональному развитию и непрерывному обучению. Менеджмент должен соответствовать потребностям и ожиданиям своих сотрудников и продвигать их через постоянное обучение

и карьерный рост возможностей. Потеря квалифицированных кадров будет является проблемой для логистической отрасли, так как она оказывает непосредственное влияние на отношения с клиентами, удовлетворенность и предоставление услуг.

При этом понятие корпоративная карьера, как для философии компании в целом, так и для каждого сотрудника в отдельности, должна является категорией, в первую очередь, нравственной. Данный систематизирующий принцип культуры фирмы должен отражать приоритетные ценности на всех уровнях корпоративных взаимодействий:

- основной миссией всей компании в целом и каждого ее работника является способствование объединению предприятий, экономик и народов, посредством повсеместной оптимизации всех аспектов логистического сервиса;

- каждый сотрудник должен стремиться максимально усердно и эффективно выполнять своим обязанности, обеспечивая наиболее возможный уровень организационно-коммерческого и потребительского сервиса, как ключевого критерия оценки следования компанией своей миссии;

- все сотрудники компании осуществляют внешние и внутренние коммуникации на основе корпоративных, партнерских, юридических, а главное общечеловеческих критериев взаимоуважения, осознавая перманентную корпоративную и личную ответственность в рамках поддержания высоких стандартов международного бизнес-сотрудничества;

- компания прилагает системные усилия для раскрытия и развития максимального потенциала сотрудника, формируя совокупность целевого кейса персональной и корпоративной конкурентоспособности;

- сотрудники стремятся достичь максимального личного профессионального уровня, непрерывно совершенствуя собственные умения и навыки, стараясь принести наибольшую пользу компании и ее клиентам.

Заключение. Корпоративное управление является основой функционирования предприятия, оно обеспечивает среду для различных внутренних управленческих мероприятий в рамках предприятия. Чтобы оставаться конкурентоспособным, руководство должно продвигать стабильные, долгосрочные стратегии управления талантами

для их привлечения, найма, развития и удержания В этой связи кадровая стратегия как составной элемент системы корпоративного управления — это процесс самосовершенствования посредством таких действий, как улучшение навыков трудоустройства, повышение сознательности и накопление богатства, что также ведет к саморазвитию персонала.

Список цитируемых источников

1. Цена корпоративного управления. Вестник MacCinsey [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vestnikmckinsey.ru/organizational-models-and-management-systems/cena-korporativnogo-upravleniya>. — Дата доступа: 01.01.2023.

2. ЗАО «Чайна Мерчанте СиЭйчЭн-БиЭлАр Коммерческая и Логистическая Компания» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ea-cmcb.com/>. — Дата доступа: 13.01.2023.

3. Модель менеджмента в Китае. JobGrade Сайт о труде и менеджменте [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.jobgrade.ru/2021/12/11/>. — Дата доступа: 23.02.2023.

УДК 336.74

В. В. Лукьянович¹, М. М. Хованская²

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, ¹lykianovichvladislav@gmail.com,
²machulj@tut.by*

КРИПТОВАЛЮТА: МОШЕННИЧЕСТВО И ВИДЫ

В работе речь пойдет о криптовалюте, популярность которой значительно увеличилась во время пандемии Covid-2019, но вместе с этим вырос и объем мошенничества с ней. Криптомошенничества принимают различные виды, поэтому важно, с одной стороны, точно представлять, как работают новые схемы обмана, а, с другой стороны, предпринимать меры по предупреждению их появления. Для борьбы с криптомошенничеством нужен комплексный подход: повышение финансовой грамотности населения, экономические, правовые и иные меры.

Ключевые слова: криптовалюта; криптомошенничества; виды; блокчейн; майнинг.

CRYPTOCURRENCY: FRAUD AND TYPES

The paper will focus on the cryptocurrency, the popularity of which increased significantly during the Covid-2019 pandemic, but at the same time the volume of fraud with it also increased. There are various types of crypto fraud, so it is important, on the one hand, to understand exactly how new deception schemes work, and, on the other hand, to take measures to prevent their occurrence. To combat crypto fraud, a comprehensive approach is needed: improving the financial literacy of the population, economic, legal and other measures.

Key words: cryptocurrency; crypto fraud; types; blockchain; mining.

Введение. Как только люди начинают использовать и изучать новые денежные механизмы, такие как криптовалюты, они понимают, что все финансовые операции и транзакции связаны с определенными рисками. Интернет, откровенно говоря, является благодатной почвой для мошенничества.

Основная часть. На протяжении многих лет криптовалютам удалось избежать жестких регулирующих мер, с которыми сталкиваются государства и крупные финансовые учреждения. Несмотря на множество ограничений, связанных с наиболее популярными монетами, в целом децентрализованная экосистема по-прежнему остается достаточно свободным пространством для инвестиций и трейдинга.

С одной стороны, такая ситуация на крипторынке является преимуществом, но, с другой стороны, ее приемлемость и доступность привлекают тысячи криптовалютных «новичков» и мошенников, мечтающих быстро заработать.

В современном мире криптовалюты являются невероятно ценными активами для преступников, потому что это ликвидно, портативно, и после того, как пользователь совершит транзакцию, отменить ее практически невозможно. В связи с этим и родилась совершенно новая волна аферы, охватившая мир цифровых валют. Мошенники появляются там, где есть деньги, а в криптовалютном бизнесе много денег. И всегда будут новички, которые наивно верят в самый простой способ заработка.

Один из распространённых видов мошенничества — это мошенничество в социальных сетях. Для привлечения аудитории и пользователей своих проектов криптостартапы используют социальные сети. Твиттер является самой популярной площадкой для криптоэнтузиастов. Однако мало кто может реально оценивать проект, его фундаментальную и техническую базу, и из-за этого неопытные инвесторы доверяют свои средства «не тем людям». Мошенники могут утаивать гивэвей, разные предложения, где надо будет отправить им всего 1 BNB/BTC/ETH, и они обещают вернуть в 10 раз больше. Это кажется слишком заманчивым, чтобы быть правдой, но новички верят в такие уловки [1].

Также мошенники могут использовать Twitter, чтобы писать посты от имени авторитетных лиц. Боты и фальшивые аккаунты знаменитостей публикуют твиты с привлекательными предложениями многочисленных преимуществ и инвестиций «без проблем». Мошенники создают страницы в одном и том же стиле, как у популярных людей криптоиндустрии с одинаковым изображением профиля и очень похожими никнеймами. Никнеймы выбираются максимально похожими, изменяя буквально пару символов, и при быстром чтении ленты в Твиттере эти изменения можно не заметить. К сожалению, данные махинации являются достаточно распространёнными среди мошенников [2].

Среди криптомошенничества набирают популярность такие виды, как фейковые сайты и приложения. Именно на поддельные мобильные приложения попадают многие новички-инвесторы, которые только начинают разбираться в рынке криптовалют. Обычно они размещаются на самых популярных платформах по скачиванию приложений. Хотя такие приложения достаточно быстро распознаются и удаляются, тысячи людей становятся жертвами этой аферы.

Даже если следовать советам опытных пользователей, всегда есть риск посетить поддельные сайты и столкнуться с мошенниками. Сегодня в Интернете довольно много сайтов, которые в точности дублируют самые известные страницы криптопроектов.

Чтобы обнаружить поддельные сайты, нужно внимательно посмотреть на адресную строку. Обычно иконка отображается на официальном сайте в виде ключа. Если адрес страницы не начинается с обычного “https” и не имеет значка, надо насторожиться. И даже если сайт не предупреждает об опасности, пользователь может быть

перенаправлен на совершенно другую платформу во время оплаты, и есть риск потерять вложенные средства.

Еще один из способов мошенничества, который берет свое начало с 90-х, — это финансовая пирамида. Мошеннические схемы с финансовыми пирамидами дошли и до криптовалюты. Финансовые пирамиды — это мошеннические проекты, имитирующие прибыльные инвестиции. Финансирование происходит за счет постоянного привлечения новых участников. Люди вкладывают деньги, привлекают новых людей — пирамида растет. В то же время вершина пирамиды действительно может зарабатывать деньги. А низы ничего не получают — они наивно жертвуют деньги тем, кто на ступеньку выше. Финансовые пирамиды не являются финансовыми организациями, так как не имеют лицензии уполномоченного органа по регулированию и развитию финансового рынка. Они не вправе привлекать инвестиции от обычных людей, не имеют права принимать доверительное управление и осуществлять инвестирование привлеченных средств.

Криптовалютные пирамиды почти ничем не отличаются от классических и имеют узнаваемые характеристики, по которым их можно вычислить:

1. *Гарантия высокой доходности.* 1 % в день, 50 % в неделю это очень много. Реальные инвестиционные проекты такой прибыли не дают. Хотя организаторы финансовых пирамид утверждают обратное. Они обосновывают это уникальностью проекта — своего рода чудо-алгоритмом, позволяющим «обогрывать» рынок. Но людям, разрабатывающим алгоритмы, быстро разбогатевшие с небольшими вложениями, инвесторы не нужны. Поэтому никогда не стоит доверять свои деньги тому, кто обещает золотые горы с минимальными вложениями.

2. *Привлечение новых пользователей.* Без вкладов инвесторов и постоянного денежного потока финансовая пирамида рухнет. Поэтому, чтобы соблюсти принцип пирамиды, организаторы мошеннических схем стремятся привлечь как минимум 1—2 участников.

3. *Анонимности и лицензии.* Организаторы финансовых пирамид просят пополнять счета через электронные кошельки, где движение средств сложно отследить. Также в интернете нет достоверной информации об организаторах финансовой пирамиды.

Анализируя историю самых известных блокчейн-пирамид можно отметить 3 проекта.

OneCoin. Общий ущерб — от €4 млрд. до €15 млрд., по разным оценкам. Криптовалюта позиционировалась как «убийца биткойна», которая через три года станет самым популярным способом оплаты на планете. В то же время у проекта не было блокчейна и майнинга. Этим делом занимались сами учредители, а платежи и переводы разрешались только на подконтрольных им площадках. Третий год подряд регуляторы разных стран предупреждают людей о том, что проект имеет все признаки финансовой пирамиды. Основательница проекта Ружа Игнатова внезапно исчезла на четвертом году работы и до сих пор находится в розыске. Были арестованы только главный адвокат и два второстепенных организатора.

PlusToken. Общий ущерб составил \$3 млрд. Китайская пирамида рекламировала свой 30 % ежемесячный доход плюс бонусы за привлечение друга. PlusToken залистился на таких криптобиржах, как Bithumb, Huobi, где инвесторы и хранили свои средства. Поиски жертв проводились посредством обучающих занятий для новичков в криптовалюте. Пострадало более 4 млн. человек в Японии, Китае и Европе. Есть подозрение, что основатель манипулировал ценой биткойна благодаря накопленным средствам. Шесть организаторов были задержаны и приговорены к длительным срокам тюремного заключения. Деньги, хранящиеся на криптовалютном кошельке компании, вернуть не удалось. Все аккаунты были опустошены после закрытия проекта неизвестным лицом.

Bitconnect. Нанесенный ущерб — более 1 млрд. долларов. Криптокомпания продвигала децентрализованную одноранговую монету BCC. Инвесторам обещали 90 % годового дохода при депозитах от \$10 тыс., заморозку депозита на 300 дней и 40 % в месяц. В 2018 году цена монеты упала на 93 %, поскольку мошенническая деятельность была официально признана регулирующими органами США. В том же году токен был исключен из списка всех бирж, а анонимная команда основателей исчезла вместе со всеми деньгами [3].

Десять крупнейших краж криптоактивов в 2022 году принесли преступникам \$4,28 млрд. Первое место занимает Ronin Network (Axie Infinity) — в 2022 году злоумышленники украли цифровых активов на сумму \$620 млн. Второе место — Poly Network: эта атака принесла \$610 млн., а взлом Binance в октябре 2022 года замкнул тройку лидеров: убытки составили около \$570 млн. Четвертое место — инцидент с Coincheck: хакерам удалось украсть активы на сумму

\$532 млн. Обанкротившаяся крипто биржа FTX занимает пятое место. Атака принесла киберпреступникам \$477 млн. Инцидент с MT Gox занял шестое место и принес убытки в размере \$470 млн. В десятка также вошли атаки на Wormhole (\$326 млн), KuCoin (\$281 млн), PancakeBunny (\$200 млн) и BitMart (\$196 млн).

В настоящее время крупные государства начинают серьезнее относиться к данной сфере и применяют средства защиты информации правовыми методами. Государства могут запрещать или ограничивать использование систем шифрования отдельными лицами, но некоторые документы государственной важности и другая конфиденциальная информация хранятся в зашифрованном виде.

Так в Великобритании необходимо в обязательном порядке сообщить правоохранительным органам свой пароль от своего компьютера или телефона в случае судебного расследования. Отказ в выдаче средства расшифровки является преступлением.

В России использование криптографии ограничено компаниями и индивидуальными предпринимателями. Деятельность по выпуску и продаже программ шифрования требует наличия лицензии.

США включили стандарт AES, который требует, чтобы конфиденциальная правительственная информация хранилась в зашифрованном виде. Спецслужбы могут потребовать от производителей устройств и разработчиков программного обеспечения выдать ключи дешифрования [4].

Пока в Беларуси отсутствует отдельная статья в Уголовном кодексе Республики Беларусь о мошенничестве с криптовалютами, поэтому к этому виду правонарушений применяется статья 212 Хищение имущества путем модификации компьютерной информации, наиболее серьезным наказанием по которой является лишение свободы на срок от пяти до двенадцати лет со штрафом и с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью или без лишения [5].

Многие схемы криптомошенничества очень сложны и выглядят убедительно с точки зрения пользователя. Надо знать и применять защиту от мошенников. Самое главное, если не понятно, как работает криптовалютный проект, как он устроен, имеет ли он фундаментальную основу и есть сомнения в ее надежности, то лучше потратить время на то, чтобы узнать о проекте больше, прежде чем принимать инвестиционное решение. Криптовалюта несет за собой

много рисков. В связи с тем, что рынки криптовалют являются относительно новыми и менее регулируемыми, чем другие финансовые рынки, они более рискованные и более уязвимы для рыночных манипуляций. Это связано с тем, что существующие криптовалюты не имеют ключевых атрибутов денег, ничем не обеспечены, имеют высокую волатильность, не имеют правовой защиты и обычно необратимы. Глобальные криптовалюты могут подрывать национальный финансовый суверенитет, поэтому необходимо максимально ужесточить правила работы с ними. Так же ввиду усиливающейся роли финансового рынка и усложнением его инструментов необходимо повышение финансовой грамотности населения.

Заключение. Страны постепенно признают правовой статус своих монет и токенов, а Сальвадор делает биткойн своей второй национальной валютой. Через PayPal жители США, Великобритании, а вскоре и всего мира смогут оплачивать регулярные покупки в магазинах, кафе и проезд криптовалютой. Называть все криптовалюты пирамидами также некорректно с юридической точки зрения. Однако мошенники продолжают использовать технологию блокчейн для раскрутки старых и создания новых схем, поэтому важно всегда быть начеку.

Список цитируемых источников

1. Пять распространенных видов мошенничества с криптовалютами и как их избежать [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vc.ru/crypto/270601>. — Дата доступа: 11.03.2023.
2. Виды мошенничества в криптовалютном мире [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tehnoobzor.com/cryptolife/cryptonews/2329>. — Дата доступа: 11.03.2023.
3. Криптовалютные пирамиды [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://finswin.com/kripto/info/kriptoalyuta-piramida.html>. — Дата доступа: 11.03.2023.
4. Криптографическая защита информации [Электронный ресурс] // Официальный сайт Serchinform. — 2023. — Режим доступа: <https://searchinform.ru/services/outsourc-ib/zaschita-informatsii/kriptograficheskaya/>. — Дата доступа: 15.03.2023.
5. Уголовный кодекс Республики Беларусь : науч.-практ. коммент. / Т. П. Афонченко [и др.] ; под ред. В. М. Хомича, А. В. Баркова, В. В. Марчука. — Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2019. — 1000 с.

Хэ Лю¹, Р. А. Лизакова²

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, ¹刘赫87909537@qq.com, ²kaf_mark@tut.by*

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КАК БАЗА ДЛЯ АКТИВИЗАЦИИ ИНТЕРАКТИВНОГО МАРКЕТИНГА

Рассматривается сложившийся уровень развития цифровых технологий в КНР, обозначены основные документы государственной и ведомственной направленности, способствующие как развитию цифровизации во всех сферах, защите личных данных в Интернет-пространстве, принятию мер по сохранению и защите конкурентной предпринимательской среды. Обозначены основные интерактивные инструменты, применяемые китайскими предпринимателями.

Ключевые слова: цифровизация; КНР; интерактивный маркетинг.

He Liu¹, R. A. Lizakova²

*Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
¹刘赫87909537@qq.com, ²kaf_mark@tut.by*

THE DEVELOPMENT OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA AS A BASIS FOR THE ACTIVATION OF INTERACTIVE MARKETING

The current level of development of digital technologies in China is considered, the main state and departmental documents that contribute to the development of digitalization in all spheres, the protection of personal data in the Internet space, and the adoption of measures to preserve and protect the competitive business environment are outlined. The main interactive tools used by Chinese entrepreneurs are outlined.

Key words: digitalization; PRC; interactive marketing.

Введение. Маркетинговая среда на современном этапе развития помимо турбулентности переживает активный процесс качественной трансформации, в результате которого меняется подход к клиенту и основным тезисом становится «клиент-партнер» вне зависимости

от типа рынка (потребительский или деловой). Такие качественные изменения возможны только при соответствующих технологиях, что и позволяют делать цифровые технологии. Интерактивный маркетинг использует инструменты, которые дают возможность в минимальные сроки превращать потенциального покупателя в партнера, что происходит вследствие контактов в онлайн режиме посредством двухсторонней связи. Компании, применяющие инструменты интерактивного маркетинга в своей деятельности автоматически становятся более конкурентоспособными по сравнению с компаниями, использующими элементы традиционного маркетинга при всех равных других условиях. Соответственно, только цифровизация всех сфер экономики и социального пространства в целом позволит вести эффективно современный бизнес и улучшить качество жизни потребителей.

Основная часть. Задачи по реализации политики в сфере цифровизации в КНР закреплены за Государственным Советом при руководящей роли Коммунистической партии Китая. Данная сфера находится в ведении таких структур, как Министерство науки и технологий, Министерство промышленности и информационных технологий, Министерство образования, Центральная ведущая группа по кибербезопасности и информатизации, Комиссия по развитию и реформам, а также подведомственных институтов Китайской академии наук, Китайской академии информационных и коммуникационных технологий.

Нормативно-правовая база в области цифровизации и технологий в КНР начала активно развиваться в XXI веке. В 2016 г. на саммите «Большой двадцатки» (G20) Китай внес предложение о подписании документа «Инициатива по развитию и сотрудничеству в области цифровой экономики G20». Впервые в официальном документе Китая появилось выражение «цифровая экономика». В 2017 г. в отчете о работе правительства было указано: «Углубленное развитие концепции “Интернет+”, стимулирование ускоренного роста цифровой экономики принесет существенную выгоду и предприятиям, и населению». После этого термин «цифровая экономика» стал широко использоваться в Китае [1].

В докладе на XIX Всекитайском съезде КПК в 2017 г. Си Цзиньпин подчеркнул, что «бурное развитие получили цифровая экономика и другие новые производства. В ближайшие годы Китай должен

стать передовой державой в области науки и техники, космонавтики и сетевого пространства, стать передовой страной по качеству выпускаемой продукции, транспортных коммуникаций и цифровых технологий» [2]. Председатель КНР обозначит ключевые задачи для достижения данных целей: снижение налогов на предприятия, оптимизация госсектора, развитие цифровой экономики и ее высокотехнологических отраслей, более активное вовлечение частного капитала.

Китай сделал цифровую экономику важной частью своей национальной стратегии развития. 14-й пятилетний план развития (14-й FYP) содержит подробную дорожную карту и стимулы для укрепления сектора цифровой экономики. Согласно плану, Китай расширит свои возможности в «стратегических областях», таких как датчики, квантовая информация, связь, интегральные схемы и блокчейн, а также будет продвигать такие технологии, как 6G. На 14-ом FYP также была утверждена цель, согласно которой объем производства в основных отраслях цифровой экономики к 2025 году увеличится с 7,8 % в 2020 году до 10 % от национального ВВП. Это число конкретно относится к прямой добавленной стоимости от передачи информации, программного обеспечения и услуг в области информационных технологий [3].

В настоящее время становится довольно ясной проблема монополизации рынка отдельных компаний в Интернет-пространстве. В связи с этим в феврале 2021 года Государственное управление по регулированию рынка (SAMR) опубликовало новые антимонопольные правила, направленные на пресечение монополистического поведения гигантских интернет-платформ и усиление контроля за рынками электронной коммерции. Правила призваны поощрять честную конкуренцию и защищать потребителей [4].

В июне 2021 года вступил в силу Закон о безопасности данных (DSL), ставший новой опорой правовой базы Китая в области информационной безопасности и защиты конфиденциальности данных. Закон фокусируется на требованиях к локализации данных, экспорту данных и защите данных. Вступивший в силу 1 ноября 2021 года Закон о защите личной информации (PIPL), наряду с Законом о безопасности данных и Законом о кибербезопасности, еще больше укрепил правовую сферу безопасности и защиты личной информации.

В январе 2022 года Государственная канцелярия интернет-информации КНР (англ. Cyberspace Administration of China (CAC))

выпустила пересмотренные Административные положения об информационных службах мобильных интернет-приложений, в которых подчеркивается приверженность Китая регулированию конфиденциальности и безопасности мобильных приложений. Одной из подзадач заявлено достижение роста экономики минимум на 2,5 %, снижение до 30 % импорта зарубежных технологий [5].

Статистические данные показывают, что доля цифровой экономики в национальном ВВП, измеряемая совокупной стоимостью технологических продуктов и интегрированных цифровых ресурсов, достигла 39,8 % в 2021 году по сравнению с 20,9 % в 2012 году (рисунок 1).

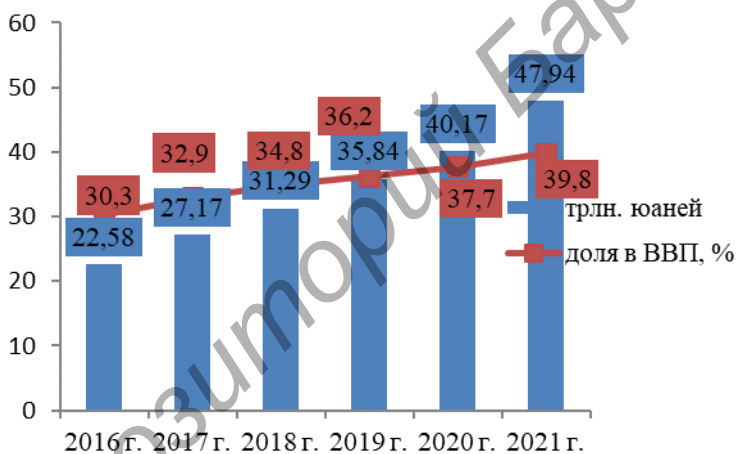


Рисунок 1 — Динамика роста цифровой экономики КНР

Примечание — Источник: разработка автора Лю Хэ на основе [6].

Быстрый рост сопровождается расширением строительства цифровой инфраструктуры. По состоянию на начало марта 2022 года количество базовых станций 5G в Китае составило 1,43 миллиона, а число пользователей 5G превысило 500 миллионов. Китай обладает одними из крупнейших и самых передовых сетевых объектов в мире. Кроме того, страна также ускорила интеграцию больших данных, облачных вычислений и искусственного интеллекта (ИИ). К 2025 году на Китай будет приходиться почти 30 % от общего объема

данных в мире с самым большим разнообразием типов данных. Китай занимает 36-е место из 62 в индексе цифровой эволюции школы Флетчера. Эти индексы являются средними показателями по всей экономике, поэтому нивелируют разнообразие между секторами и регионами в Китае, некоторые из которых гораздо более цифровизированы, например, электронная коммерция и финтех (предоставление финансовых услуг и сервисов с использованием цифровых технологий) [7].

Цифровизация также может способствовать восстановлению экономического равновесия. Быстрое проникновение цифровых приложений способствовало развитию индустрии услуг, так как «суперприложения», разработанные компаниями — «технологические гиганты» предоставляют потребителям универсальный магазин для всех услуг, начиная от развлечений, питания, образования и здравоохранения. Например, Ant Financial разработала Ant Forest, мобильный телефон приложение, которое интегрирует отслеживание выбросов углерода с ежедневной деятельностью пользователя по потреблению. Приложение имеет 288 миллионов пользователей, при этом совокупный объем предотвращенных выбросов углерода достигает (по оценкам в 2019 г.) 2,05 млн тонн, а совокупный объем посаженных деревьев составил 13,14 млн тонн [8].

В последние годы в КНР резко возросла услуга финтех — применение информационных технологий для оказания финансовых услуг. Китай стал мировым лидером в этом направлении. Массовый масштаб этого явления был обеспечен со стороны регуляторов и надзорных органов, которые в первые годы поддерживали развитие финтех в Китае. Используя существующие социальные медиа-платформы, китайские финтех-сервисы включают в себя несколько ключевых областей: сторонние платежи небанковскими цифровыми провайдерами. Крупные, доминирующие финтех-игроки в Китае имеют влияние за пределы своей традиционной ниши на другие области финансовой цепочки поставок, создавая интегрированную экосистему финансовых услуг, которая связывает клиентов с бизнесом.

Развитие цифровых технологий в общественной и экономической сферах в общем, повлекло за собой не просто получение и обработку информации, а позволило развить такое явление как performance-маркетинг, то есть концепции интернет-маркетинга, которая выражается в том, что при использовании цифровых технологий можно

в бизнесе достичь высоких результатов в максимально сжатые сроки. В КНР данная концепция нашла свое подтверждение в бизнес-формате.

По данным Китайского статистического отчета по развитию Интернета в Китае, выпущенному China Internet Network Information Center (CNNIC), по состоянию на июнь 2022 г. в КНР было «в общей сложности 33,8 миллиона доменных имен, из которых 17,86 миллиона заканчивались на «.CN»; Китайская фиксированная сеть пятого поколения (F5G) может охватить более 400 миллионов домохозяйств, и было введено в эксплуатацию 1,854 миллиона базовых станций 5G [9]. Эти цифры говорят о том, что для использования инструментов интерактивного маркетинга создана благоприятная среда.

Основные интерактивные инструменты, применяемые китайскими предпринимателями, являются сегодня следующие.

1. Реклама. Это предполагает покупку рекламного места на онлайн-каналах. Помимо прямой рекламы, размещение продуктов может быть организовано через спонсорство телесериалов и других программ. Компания может полагаться на алгоритмы анализа данных и рекомендации тегов, чтобы точно направлять рекламу на клиентов на различных платформах.

2. Контент-планирование. Контент-планирование — это метод мягких продаж. Планирование контента, ориентированное на симпатии и антипатии целевых потребителей, передает информацию о компании потребителям и использует крючки, чтобы привлечь их внимание.

3. Специальные предложения. Включает использование цен со скидкой, чтобы побудить клиентов купить товар или услугу. Помимо традиционных сезонов продаж, таких как Весенний фестиваль, Национальный день и другие длинные праздники, есть и другие фестивали покупок, инициированные платформами онлайн-покупок, такие как «6.18» (18 июня), «Double 11» (11 ноября) и «Двойной 12 или 12.12». Обычно компании предлагают скидки в сезон распродаж, чтобы привлечь клиентов.

4. Создание подписчиков на бренд. Компания может привлечь внимание потребителей, взаимодействуя со своими клиентами и устанавливая с ними более тесные связи. Обычные методы взаимодействия с клиентами включают игры и онлайн-трансляции для представления и продажи продуктов.

5. Реклама через влиятельных лиц или KOL. Влиятельные лица или ключевые лидеры мнений (KOL) — это люди, у которых много подписчиков в Интернете. Компания может представить потребителям свои продукты и услуги, работая с ними.

6. Социальная розничная торговля. Компании могут использовать социальные круги торговых агентов и клиентов для продвижения продуктов и услуг своим друзьям. С целью исключения финансового мошенничества в Китае введен запрет на многоуровневый маркетинг (MLM), посредством которого организатор или оператор стремится получить незаконную прибыль, нанимая людей, рассчитывая и выплачивая вознаграждение им. Прямые продажи в интернете разрешены.

Заключение. Сейчас Китай входит в топ-3 крупнейших инвесторов в сфере ключевых цифровых технологий, к которым относятся технологии виртуальной реальности, беспилотные транспортные средства, трехмерная печать, робототехника. Развитие цифровой инфраструктуры гарантирует новые рабочие места, что будет способствовать снижению безработицы. Своевременный переход и массовая диджитализация помогут интегрироваться в общий тренд, в противном случае возникает угроза остаться на обочине глобальной мировой экономики. Переход на цифровой формат является вызовом не только для всех сфер экономики не только в Китае, но и во всем мире. Учитывая современное состояние экономики КНР, мировые тенденции развития, наличие человеческого потенциала и ресурсов, а также фундаментальные изменения международного рынке труда, можно сделать вывод о том, что сегодня приоритетным путем развития должен стать именно переход всех отраслей экономики на цифровой формат, максимально инвестируя в развитие цифровых инфраструктур, инновации и современные технологии.

Список цитируемых источников

1. Цифровая трансформация Китая. Опыт преобразования инфраструктуры национальной экономики / М. Хуатэн [и др.] ; пер. с кит. — М. : Интеллектуальная лит-ра, 2019. — 250 с.
2. Полный текст доклада, с которым выступил Си Цзиньпин на 19-м съезде КПК [Электронный ресурс] // ИА СИНЬХУА Новости. — Режим доступа: <https://russian.news.cn/>. — Дата доступа: 13.01.2023.

3. Китайские эксперты о новом пятилетнем плане КНР. Аналитическая записка К6/03/2021 ЦКЕМИ НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://docviewer.yandex.by/view/98216388&lang=ru>. — Дата доступа: 09.05.2022.

4. Антимонопольное регулирование в КНР. Аналитическая записка К8/09/2021 ЦКЕМИ НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://docviewer.yandex.by/view/98216388/?page=1>. — Дата доступа: 09.02.2022.

5. Положение об администрировании рекомендаций по алгоритмам информационных служб Интернета (2022 г.) Ведомственное правило [Электронный ресурс] // Портал законов Китая СЮ. — Режим доступа: <https://ru.chinajusticeobserver.com/law/x/regulations-on-the-administration-of-algorithm-recommendation-of-internet-information-services-20220104>. — Дата доступа: 14.01.2023.

6. National Bureau of Statistics of China, China Statistical Yearbook, China Statistics Press, Beijing [Electronic resource]. — Mode of access: www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2022/indexeh.htm. — Date of access: 28.12.2022.

7. The Digital Economy [Electronic resource]. — London: British Computer Society, 2017 // BCS. — Mode of access: http://policy.bcs.org/sites/policy.bcs.org/files/digital%20economy%20Final%20version_0.pdf. — Date of access: 23.08.2022.

8. Джан, Л. Цифровая экономика Китая: возможности и риски [Электронный ресурс] / Л. Джан, С. Чен // Вестн. Междунар. орг.. — Т. 14, № 2. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>. — Дата доступа: 19.01.2023

9. National Bureau of Statistics of China, China Statistical Yearbook, China Statistics Press, Beijing [Electronic resource]. — Mode of access: <https://stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2020/indexeh.htm>. — Date of access: 23.09.2022.

УДК 339.9

А. К. Островская¹, Д. В. Низовец²

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь, ¹perchik2314@gmail.com, ²fromdinara@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ПАРКА «ВЕЛИКИЙ КАМЕНЬ»

В статье рассматривается инновационный проект Китайско-Белорусский индустриальный парк «Великий Камень». Раскрыта деятельность, проблемы и перспективы функционирования китайско-белорусского индустриального парка «Великий камень».

Ключевые слова: инвестиции; индустриальный парк; развитие; сотрудничество.

A. K. Ostrovskaya¹, D. V. Nizovets²
Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
¹perchik2314@gmail.com, ²fromdinara@mail.ru

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE GREAT STONE INDUSTRIAL PARK

The article discusses the innovative project of the Chinese-Belarusian Industrial Park “Great Stone”. The activity, problems and prospects of functioning of the Chinese-Belarusian industrial park “Great Stone” are revealed.

Key words: investments; industrial park; development; cooperation.

Введение. Китай и Беларусь — близкие друзья и всесторонние стратегические партнеры. С момента установления дипломатических отношений в 1992 году две страны всегда уважали друг друга и относились друг к другу одинаково, став образцом дружественного сотрудничества между странами. В настоящее время развитие китайско-белорусских отношений переживает важный этап. 20 января 2022 года Китай и Беларусь отметили 30-летие установления дипломатических отношений. Развитие китайско-белорусских отношений находится на новой исторической отправной точке и будет иметь более широкие перспективы.

Китай и Республика Беларусь 15 сентября 2022 года приняли Совместную декларацию об установлении отношений всепогодного и всестороннего стратегического партнерства [1]. Один из пунктов — развитие Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» (КБИП) по следующим направлениям: привлечение инвестиций, совершенствования традиционной и инновационной китайской медицины и фармацевтики.

Основная часть. Китайская инициатива «Один пояс, один путь» обладает значительным потенциалом в нескольких экономических, политических, культурных и стратегических сферах. Проект «Один пояс, один путь» направлен на перенаправление внутренних избыточных мощностей и капитала Китая на развитие региональной инфраструктуры для улучшения торговли и отношений со странами Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Центральной Азии и Европы. Инициатива «Один пояс, один путь» состоит из

экономического пояса Шелкового пути и Нового морского шелкового пути. Данные концепции предусматривают создание высокоинтегрированного, основанного на сотрудничестве и взаимовыгодного набора морских и сухопутных экономических коридоров, связывающих европейские и азиатские рынки.

Одним из элементов стратегического сотрудничества между Республикой Беларусь и Китай является проект по строительству КБИП, основная идея которого заключается в создании инновационной и высокотехнологичной производственной площадки с высоким экспортным потенциалом.

Обе стороны придают особое значение данному проекту, так как он является «элементом глобального позиционирования Беларуси и точкой опоры для Китая», «одной из ключевых платформ Нового Шелкового пути и единственной в данном регионе», а в долгосрочной перспективе представляет собой «международный умный экогород будущего на 10 000 человек с самым передовым производством, ориентированным на будущее» [2].

КБИП раскрывает потенциал Беларуси как связующего звена между странами России и Азии, а также обеспечивает свободный доступ к рынку Евразийского экономического союза (Россия, Беларусь, Казахстан, Армения, Кыргызстан) общей вместимостью 184 миллиона человек. На территории КБИП строятся промышленные и жилые зоны, офисные, торгово-развлекательные комплексы, финансовые и исследовательские центры.

Целью КБИП является обеспечение максимально комфортных условий для развития современных производственных мощностей. Большая часть территории занята развитием его промышленного и логистического потенциала. Остальная территория предназначена для коммерческой и социальной промышленности. Еще одна цель — вывести сотрудничество между государством и частным бизнесом на качественно новый уровень. В связи с этим, развивается социальная инфраструктура, которая будет использовать механизм государственно-частного партнерства [3].

Выдающимся преимуществом КБИП является его расположение. Выгодное географическое положение обусловлено его непосредственной близостью к Национальному аэропорту «Минск», железной дороге и транснациональной автомагистрали Берлин-Москва. Самым большим преимуществом КБИП для бизнеса является то, что он

пользуется различными льготными мерами и благоприятной инвестиционной средой.

По состоянию на середину ноября 2022 года в КБИП размещалось 99 компаний с заявленными инвестициями на сумму более 1,2 миллиарда долларов, в то время как на конец 2019 года в КБИП было зарегистрировано 60 компаний-резидентов, 33 из которых китайские. В настоящее время, на февраль 2023 года, в КБИП обосновались в общей сложности 107 компаний из 15 стран и регионов, в том числе 50 компаний, финансируемых Китаем, что составляет 46,73 %, и 37 белорусских компаний [4].

Общий объем инвестиций по контракту составляет 1,34 миллиарда долларов, бизнес охватывает производство оборудования, электронную коммерцию, новые материалы, традиционную китайскую медицину, искусственный интеллект и 5G. Одним из примеров крупного производственного проекта является завод MAZ Weichai, специализирующийся на производстве дизельных двигателей для грузовых автомобилей, спецтехники и автобусов.

Согласно более ранним планам Минска, к концу 2019 года число резидентов КБИП должно было составить не менее 100. Причиной невыполнения плана являются сложные условия для получения статуса резидента КБИП. Заявленный объем инвестиций должен быть не менее 5 млн. долларов США. А также есть серьезные ограничения по направлениям деятельности (электроника, фармацевтика, тонкая химия, биотехнологии, машиностроение, новые материалы, логистика). Такие условия призваны ограничить доступ в КБИП компаний-однодневок и компаний, у которых нет современных технологий: взамен на предоставление значительного числа льгот государство ожидает от инвесторов создания современных производств и выпуска продукции, востребованной на рынке. Эта цель была достигнута только в декабре 2022 года. Вопрос качества, а не количества, или, более конкретно, технологий и перспектив компаний, зарегистрированных в КБИП, заслуживает особого обсуждения. Одним из направлений деятельности резидентов КБИП, наиболее активно освещаемых в государственных СМИ в 2021—2022 годах, была традиционная китайская медицина, которую вряд ли можно считать высокотехнологичной отраслью. В целом, производство в КБИП организовано в четырех кластерах: автомобильные компоненты, электроавтомобили и электрооборудование, медицинские изделия и оборудование (фармацевтика), а также интегрированная логистика.

В декабре 2021 года президентом Беларуси А. Г. Лукашенко была подписана директива № 9 «О развитии двусторонних отношений между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой», которая подразумевает расширение торгового, финансового и инвестиционного сотрудничества. В частности, Директива № 9 устанавливает цели увеличения экспорта белорусских товаров в Китай до 2 миллиардов долларов к 2025 году, привлечения китайских кредитов на сумму не менее 0,9 миллиарда долларов для рефинансирования государственного долга в 2022—2024 годах, обеспечения ежегодного привлечения ресурсов Азиатского банка инфраструктурных инвестиций и других банков [5]. Одна из задач, поставленных в Директиве № 9, заключается в поддержке по меньшей мере 170 компаний-резидентов КБИП, включая пять компаний, инвестирующих более 50 миллионов долларов каждая, к 2025 году.

За последние три года строительство КБИП продвигалось быстрее благодаря личной поддержке китайских и белорусских лидеров. Однако, КБИП сталкивается с множеством проблем:

1. Экономическое развитие. В связи с последними событиями мировая экономика стала ослабевать, что привело к сокращению финансовой поддержки Беларуси по некоторым направлениям. Это негативно повлияло на предприятия, которые уже входили в КБИП. А предприятиям, которые могли бы присоединиться, пришлось остаться в стороне.

2. Культурные различия между Китаем и Республикой Беларусь. Необходимо способствовать межкультурному взаимопониманию между КБИП и местным сообществом, а также между сотрудниками из разных стран. Русский и китайский языки входят в число самых сложных языков в мире, а эффективное и своевременное общение играет важную роль в экономическом развитии. Деловая активность — это интенсивные переговоры и общение. А реальность такова, что не все специалисты могут одновременно использовать русский и китайский или английский язык для делового общения.

3. Промышленная база в Беларуси остается слабой. Предприятия КБИП сталкиваются с большими трудностями в поддержке отрасли, так как в Беларуси установлено, что предприятия КБИП должны закупать комплектующие у Беларуси или стран-членов Евразийского экономического союза, а система обеспечения производства и товарная экономика развиты гораздо меньше, чем в Китае. Предприятия

могут не найти на белорусском рынке нужных им деталей или цены на товары слишком высоки, в результате чего вырастут производственные издержки. Беларусь рассчитывает на максимальное содействие китайского правительства в развитии КБИП, но это способствует более сильной зависимости от Китайских финансовых институтов.

4. Существующие условия деятельности КБИП очень ограничены в привлечении известных мировых компаний. Руководству необходимо задуматься о привлечении крупных белорусских предприятий. Это будет способствовать развитию, так как его резидентами станут уже развитые предприятия, что создаст благоприятную обстановку для привлечения мировых компаний.

За последние два года несколько международных и внутриполитических событий негативно повлияли на отношения между Беларусью и Китаем на различных уровнях [6]. Во-первых, пандемия Covid-19, которая препятствовала торговым и инвестиционным отношениям между двумя странами, а также реализации китайской инициативы «Один пояс, один путь». Во-вторых, политический кризис в Беларуси в 2020 году, который привел к западным санкциям и международной изоляции. В-третьих, конфликт между Россией и Украиной в 2022 году, который создал дополнительную напряженность в отношениях между Республикой Беларусь и Западом.

Западные санкции создают значительный барьер для реализации китайской инвестиционной и инфраструктурной инициативы «Один пояс, один путь». Пострадав от односторонних санкций западных стран, некоторые китайские и западные инвесторы отложили свои инвестиционные планы. Другие предприятия, в свою очередь, сталкиваются с таким давлением, как растущие эксплуатационные расходы, плохие каналы финансирования и оплаты, затрудненная логистика и трудности с набором работников. Кроме того, из-за распространения односторонних санкций были нарушены двусторонние платежные каналы между Китаем и Республикой Беларусь, что привело к большим трудностям в поступлении финансовых средств, в результате чего замедлился приток инвестиций. Компании из Европейского Союза начали отказываться от КБИП в 2020 году, вхождение китайских предприятий также замедлилось. В результате администрация КБИП начала смещать свое внимание в сторону сотрудничества с российскими фирмами.

Несмотря на постепенное официальное увеличение числа компаний, зарегистрированных в КБИП, проблемой является технологическая эффективность резидентов и, в конечном счете, прибыльность их проектов и стратегическая миссия КБИП.

Согласно данным Национального статистического комитета Беларуси, в 2022 году чистая прибыль предприятий КБИП достигла 34,1 млн белорусских рублей (13,5 млн долларов), увеличившись в 1,4 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года [7].

Для дальнейшего устойчивого развития КБИП и с учетом изменений во внешней среде было решено сосредоточиться на создании двух платформ, одна из которых заключается в создании промышленных кластеров для углубления сотрудничества в области высоких технологий, цифровой экономики, искусственного интеллекта и больших данных, а другая платформа предназначена для развития новых каналов получения дохода, например, изучение зеленого экологического бизнеса.

Также запланировано открытие площадок по выходу на цифровую торговлю. В ближайшее время планируется открытие белорусского павильона на таких платформах, как JD.COM, Douyin и других.

Создаются новые проекты по развитию транспорта, логистической инфраструктуры. На данный момент в КБИП ведется работа по созданию мультимодального терминала. Также активно проводится работа по выстраиванию сотрудничества с крупными логистическими компаниями и центрами, в том числе из Китая. Кроме того, увеличиваются железнодорожные грузоперевозки из Китая в Республику Беларусь и обратно.

Одним из перспективных направлений развития КБИП может стать развитие сотрудничества с Россией. Уже сейчас довольно часто проводятся деловые встречи с представителями регионов России. Это приоритетное направление не только для КБИП, но и для экономики страны в целом.

Несмотря на непростую ситуацию в мире, Китай и Республика Беларусь продолжают последовательно наращивать взаимодействие во всех сферах. КБИП — это яркий пример того, как общее стремление к инновациям, к взаимной выгоде и движению вперед на практике дает хороший результат.

КБИП сформулировал строгие правила по защите окружающей среды и реализовал хорошо продуманный генеральный

план по строительству экологически чистого и пригодного для жизни нового города.

Стремясь превратить КБИП в международную платформу, Китай и Республика Беларусь прилагают все усилия для привлечения иностранных компаний. В ближайшие годы в связи с геополитической ситуацией основной упор следует сделать на взаимовыгодное сотрудничество Беларуси с Китаем, Россией, АСЕАН и странами Центральной Азии.

Текущие (геополитические) события негативно повлияли на развитие КБИП, но он остается ключевым совместным проектом двух стран.

Заключение. Китай и Беларусь намерены превратить КБИП в международный город, который является экологически чистым, пригодным для жизни, промышленным, динамичным и инновационным, а также знаковым проектом Экономического пояса Шелкового пути. Этим двум странам следует и дальше активно обмениваться мнениями о развитии и реформах, создавать рыночные институты и содействовать промышленной трансформации, внедрить механизм распределения ответственности и должным образом регулировать политические и экономические отношения, а также способствовать всеобъемлющей гармонизации стандартов двух стран и созданию совместных предприятий-посредников.

Список цитируемых источников

1. Китай и Беларусь опубликовали Совместную декларацию об установлении отношений всепогодного и всестороннего стратегического партнерства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://russian.news.cn/20220916/322ae8d4d4c-54030ab90b66ca59b532e/c.html>. — Дата доступа: 07.03.2023.

2. Отношения Беларуси и Китая в 2020—2022 годах [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [19850.pdf \(fes.de\)](https://www.fes.de/19850.pdf). — Дата доступа: 07.03.2023.

3. «Великий камень»: индустриальный парк [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://industrialpark.by/o-parke/obshhaya-informaciya/>. — Дата доступа: 07.03.2023.

4. Китайско-белорусский индустриальный парк связывает Евразию через отрасли [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.globaltimes.cn/page/202303/1286631.shtml>. — Дата доступа: 07.03.2023.

5. На фоне солнечной риторики Китай ограничивает инвестиции в Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://chinaobservers.eu/amid-sunny-rhetoric-china-restricts-investment-in-belarus/>. — Дата доступа: 07.03.2023.

6. Беларусь и Китай: Вместе через толстое и тонкое? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.ips-journal.eu/topics/foreign-and-security-policy/belarus-and-china-together-through-thick-and-thin-6461/>. — Дата доступа: 07.03.2023.

7. Основные показатели деятельности резидентов Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/statistika-malykh-territoriy/osobyе-ekonomicheskie-zony/>. — Дата доступа: 07.03.2023.

УДК 331.108

П. Д. Уголева, И. С. Харкевич

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, polina-ugoleva@mail.ru*

СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрены существующие методы стимулирования персонала на предприятии, выявлены проблемы развития инновационной деятельности персонала на предприятии, определены направления развития методов стимулирования персонала.

Ключевые слова: персонал; инновации; стимулирование персонала; инновационная активность; управленческий персонал.

P. D. Ugoleva, I. S. Harkevich

*Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
polina-ugoleva@mail.ru*

STIMULATING INNOVATIVE ACTIVITY OF PERSONNEL AT THE ENTERPRISE

The existing methods of stimulating personnel at the enterprise are considered, the problems of the development of innovative activity of personnel at the enterprise are identified, the directions of development of methods of stimulating personnel are determined.

Key words: personnel; innovations; personnel stimulation; innovative activity; managerial personnel.

Введение. Инновационная деятельность является основополагающим фактором, способствующим устойчивому экономическому развитию, поддержанию конкурентоспособности предприятия и страны в целом, повышению уровня деловой активности и внедрению новейших технологий, необходимых для дальнейшего развития предприятия, ускорения процесса выполнения стратегических задач, достижения высоких, значимых результатов в той или иной области и определения перспектив развития на будущее.

Основная часть. Стимулирование инновационной активности персонала — это применение мер воздействия на сотрудников в целях повышения их инновационной активности. Оно направлено на решение важной задачи, а именно воздействие на поведение персонала для достижения целей инновационного развития организации. Низкая мотивация персонала в рамках инновационной деятельности является препятствием для функционирования инновационных процессов в организациях [1, с. 356].

Инновации связаны с тем, что человек берет на себя инициативу элементарно по предложению идей, по ее внедрению и дальнейшей реализации. Для того, чтобы он был готов проявлять инновационную активность, необходимо его правильно подвести к этому. Многие сомневаются, что их идеи и предложения могут иметь особую ценность. Поэтому для того, чтобы стимулировать инновационную активность сотрудников компании необходимо подготовить «почву». Обычно при сильных изменениях в компании этим занимаются в рамках управления изменениями в организации, это касается той деятельности, которая будет абсолютно новой и сложной для восприятия. Но инновационная деятельность в рамках ежедневной деятельности не требует такой сложной и трудоемкой подготовки. Главное, что объединяет их, это комфортная среда для сотрудников, которая дает возможность проявлять инициативу [2, с. 180].

Менеджер в процессе организации инновационной активности должен создать условия, побуждающие всех участников к продуктивному сотрудничеству и достижению наивысших результатов.

Методами повышения инновационной активности могут быть: заработная плата; премии (дополнительная мотивация); прибыль; дополнительные оплачиваемые дни отпуска; добровольное медицинское страхование; сокращение трудового рабочего

дня; хорошие отношения между начальником и подчиненным; комфортные условия на работе; креативная среда.

В целом все данные методы влияют на материально-финансовое состояние сотрудников, что является в высшей степени мотивацией для их инновационной активности, что впоследствии при реализации данных идей компания может теоретически получить больше прибыль, увеличить работоспособность работников компании, увеличить производительность цехов и т. д.

Но, соответственно, это повышает затраты компании, поэтому необходимо эффективно управлять данными затратами. Иначе затраты на эти методы повышения инновационной активности могут себя не оправдать, а точнее просто стать дополнительными убытками. Чтобы предотвратить это, компании следует заняться качественным управлением затрат и также их учетом. Например, увеличение заработной платы или установление дополнительных премий за инновационную активность может значительно увеличить интерес работников к данной проблеме.

Использование прибыли как мотивации достаточно сложный инструмент, так как в данном случае придется проводить более тщательную оценку влияния инновационных идей сотрудника на соответственно прибыль с реализации этих идей, также необходимо учитывать множество иных факторов. Одним из таких способ является предоставление определенных процентов с прибыли по результатам их инновационной активности. Но в данном методе присутствует субъективность оценки, т. е. руководство должно решить: что является нормальным уровнем вознаграждения.

Дополнительные оплачиваемые дни отпуска могут стать одним из сильнейших стимулов к инновационной активности сотрудников, так как содержит в себе больше чем просто материальное вознаграждение. Это время, которое человек может потратить на свое усмотрение. В современном мире часто людям некогда жить, их жизнь связана с каждодневной трудовой гонкой, где и сгорают жизни людей. Считаю, что данная мотивация может иметь большой успех.

Сокращение рабочего дня также может стать мотивацией, в некоторых странах компании начинают сокращать рабочее время, и статистика показывает, что производительность труда также выросла.

Предоставление социальной гарантии в виде добровольного медицинского страхования может также стать отличной возможностью

к стимулированию инновационной активности. На данный момент в некоторых компаниях используют данный метод для стимулирования деятельности работников в целом.

Нематериальные методы также значительно влияют на деятельность сотрудников, что влияет на их инновационную активность. Так хорошие отношения между начальником и подчиненным могут позволить сотруднику высказывать свои идеи открыто.

Комфортные условия обуславливаются технической оснащенностью, современными устройствами и другими различными приложениями.

Креативная среда позволяет работникам проявить себя и открыто выражать свои мысли, хорошей идеей для повышения инновационной активности является собрания, при котором используют метод «мозгового штурма» [3].

В ходе реализации нововведений в организациях используют поощрения в форме разнообразных премий за различные нововведения:

- текущие премии — за текущие результаты разработки и реализации нововведений;
- стартовые премии — за выдвижение и начальную проработку новой идеи и проекта нововведений;
- поэтапные премии — за успешное решение комплекса задач, составляющих крупный этап нововведений;
- финишные премии — за конечные успешные результаты работы, достижение проектных параметров нововведений;
- экспресс-премии — за новые научно-кадровые идеи и решения, в том числе возникающие в ходе работы [4, с. 23].

Таким образом, опять же все вышеперечисленные методы несут дополнительные затраты для компании, но при эффективном их использовании это может повысить эффективность сотрудников, что влияет на рост прибыли компании в долгосрочной перспективе, на хорошую трудовую атмосферу и на продуктивность сотрудников в целом. Но даже эти затраты можно будет оптимизировать таким образом, что в течении определенного времени их также можно будет снизить. Так стимулирование инновационной активности сотрудников может стать толчком к более быстрому переходу компании к неиндустриальному и инновационному.

Менеджмент предприятий различных отраслей не всегда обладает возможностью управлять проявлением творческих возможностей сотрудников. Во многих компаниях, к сожалению, не созданы

элементарные комфортные условия для стимулирования творческого труда. Рассмотрим, как зарубежные организации создают инновационную среду, способствующую повышению инновационной активности специалистов.

Модели инновационной активности персонала Китая отличаются тем, что они удачно синтезируют западный опыт управления с традиционными национальными особенностями.

Ядром корпоративной организации китайского предпринимательства является семейный бизнес. Китаец предпочитает быть хозяином собственного небольшого бизнеса, чем высокопоставленным служащим в крупной корпорации. Такой подход влияет на формирование системы мотивации труда, в которой главным стимулом становится нематериальное поощрение.

Размер основной зарплаты в китайских компаниях зависит от уровня образования, рабочего стажа работника или просто от договора с персоналом. За качественные результаты работы начисляются бонусы, сумма которых определяется прибылями предприятия за текущий год. Медицинская страховка, расходы на транспорт и телекоммуникации (телефон, мобильный телефон, Интернет), денежная помощь для покупки собственной квартиры, получение образования или повышение квалификации являются типичными компенсациями в передовых китайских компаниях. Для работников важно и то, что за средства, полученные в виде компенсаций, не нужно платить налог [5].

Механизмы моральной мотивации, в отличие от традиционных китайских предприятий, упускающих из внимания необходимость моральной поддержки сотрудников, на передовых предприятиях активно используются. Принято выделить следующие их формы:

– Планирование профессионального карьерного роста для сотрудника. Предприятие определяет точки оптимального соприкосновения векторов развития сотрудника и предприятия в целом, оказывая косвенное воздействие на процессы роста его персональных способностей, повышая в должности, ставя в ряд управленческого резерва, отправляя на учебу и т. д.

– Гибкая организация труда. Основная часть занятых на высокотехнологичных предприятиях сотрудников является работниками интеллектуального труда, которые прежде всего заняты умственной деятельностью. Введение гибкой занятости позволяет им преодолеть

ограничения временного и пространственного характера. Четкий рабочий график и постоянное рабочее место не имеет для таких сотрудников практического значения — работники интеллектуального труда пользуются свободой в плане организации рабочего процесса. Им позволено по собственному желанию вносить организационные коррективы, сокращая или удлиняя рабочее время, гибко и вариативно организуя рабочее место. Таким образом, сотрудники в полной мере могут испытать положительные эмоции от индивидуального планирования рабочих процессов.

– Постановка амбициозных задач, повышение уровня сложности работы и связанной с ней ответственности, содействие в прохождении сотрудниками необходимых тренингов и своевременная обратная связь в ответ на их достижения — все это обеспечивает баланс между стимулированием и прессингом, который испытывает персонал.

– Свободное и беспрепятственное общение, укрепление постоянных коммуникаций между сотрудниками различного уровня, что способствует обмену знаниями и информационному взаимодействию. Зачастую это очень сложно реализуемо в условиях традиционных предприятий со строгой служебной иерархией.

– Толерантная инновационная атмосфера. С одной стороны, высокотехнологичные предприятия поощряют инновации, ослабляют контроль и подталкивают сотрудников к действию; с другой стороны, с искренним пониманием относятся к неудачам сотрудников с тем, чтобы избежать ситуации, когда персонал из страха перед неудачей не решается заниматься инновационной деятельностью [6].

Благодаря использованию инноваций предприятия получают возможность эффективного конкурентирования на рынке, привлечения новых потребителей, улучшения финансовых результатов. Однако активное инновационное развитие организации сталкивается со следующими проблемами:

- недостаточное финансирование инновационной деятельности в условиях высокой стоимости освоения и внедрения нововведений;
- рискованности и долгосрочности вложений;
- нехватка собственных средств предприятия для финансирования разработок;
- ограниченность возможности привлечения внешних финансовых средств;

- отсутствие у организации технологической базы для внедрения разработок;
- износ или отсутствие нужного оборудования;
- отсутствие системы стимулирования инновационной активности сотрудников [7].

Чтобы снизить барьеры на пути к активному инновационному развитию, организации должны внедрять программы стимулирования инновационных мероприятий, направленных на снижение производственных затрат, улучшение технологических процессов и рост конкурентоспособности. Реализация комплекса мероприятий, направленного на повышение инновационной активности персонала, приведет к улучшению инновационной деятельности сотрудников от производственных рабочих до руководящего состава предприятия, а также к привлечению инициативных молодых кадров, которые будут уверены, что их разработки окажутся востребованы и достойно оплачены; обеспечит достижение научно-технического прогресса, способствующего росту эффективности производственного процесса; сократит затраты на производство, что приведет к положительному экономическому эффекту. При этом мероприятия должны быть тщательно продуманы и просчитаны, а размер вознаграждения проявившим активность сотрудникам — экономически и психологически обоснован.

Заключение. Реализация вышеуказанного комплекса мероприятий приведет к инновационной активности от производственных рабочих до руководящего состава предприятия, а также к привлечению инициативных молодых кадров, которые будут уверены, что их разработки окажутся востребованы и достойно оплачены. Обеспечит достижение научно-технического процесса способствующего росту эффективности производственного процесса. Сокращение затрат на производство, что приведет к положительному экономическому эффекту.

Список цитируемых источников

1. Сотниковой, С. И. Экономика и управление персоналом : энцикл. словарь / С. И. Сотникова. — Новосибирск : НГУЭУ, 2012. — 357 с.
2. Батоврина, Е. В. Мотивация инновационного поведения персонала [Электронный ресурс] / Е. В. Батоврина. — Режим доступа: <https://finswin.com/kripto/info>. — Дата доступа: 11.03.2023.

3. Громцова, О. В. Инновационная активность персонала в условиях трансформации экономики : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / О. В. Громцова ; Томский гос. ун-т. — Томск, 2006. — 28 с.

4. Долгова, Н. Г. Сущность мотивации в системе управления организацией / Н. Г. Долгова, А. Г. Оганьян // Инновационные технологии в науке и образовании, 2015. — № 3. — С. 294—296.

5. Развитие персонала в китайских инновационно-активных компаниях [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-personala-v-kitayskih-innovatsionno-aktivnyh-kompaniyah/viewer>. — Дата доступа: 15.03.2023.

6. Исследование зарубежного опыта мотивации трудовой деятельности персонала [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://obe.ru/journal/vypusk-2021-1-mart/ilchenko-s-v-issledovanie-zarubezhnogo-opyta-motivatsii-trudovoj-deyatelnosti-personala/>. — Дата доступа: 15.03.2023.

УДК 664.66.016

М. Хань, Б. Фэн

*Северо-Западный университет сельского и лесного хозяйства,
Янлин, провинция Шэньси, Китайская Народная Республика,
hanmengru@nwfufu.edu.cn*

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ХЛЕБА, ПОЛУЧЕННОГО ИЗ СМЕСИ КИТАЙСКИХ КРУПЯНЫХ И БОБОВЫХ КУЛЬТУР С ПШЕНИЦЕЙ

В Китае китайский хлеб в основном готовят из рафинированной белой муки. В настоящее время, с повышением уровня жизни людей, люди стремятся к здоровому питанию, разнообразию продуктов питания и разумной корректировке структуры рациона.

Белковая сеть является одним из важных аспектов, отражающих качество обработки теста, а характеристики теста играют важную роль в качестве хлеба. Зерна пшеницы, проса, гречихи и маша были отобраны и предоставлены Малой зерновой лабораторией Северо-Западного университета сельского и лесного хозяйства (КНР). Цель этого исследования состояла в том, чтобы изучить поведение белково-крахмального взаимодействия крупяных зерен и пшеничной муки во время приготовления хлеба.

Ключевые слова: хлеб; китайские крупяные культуры; белково-крахмальное взаимодействие.

Mengru Han, Baili Feng
*Northwest A&F University, Yangling, Shaanxi Province,
the People's Republic of China, hanmengru@nwfau.edu.cn*

ANALYSIS OF THE QUALITY OF BREAD OBTAINED FROM A MIXTURE OF CHINESE CEREALS AND LEGUMES MIXTURE WITH WHEAT

In China, Chinese bread is made mainly from refined white flour. Nowadays, as people's standard of living rises, they are striving for a healthy diet, a variety of foods, and reasonable adjustments to their dietary patterns.

Protein network is one of the important aspects reflecting dough processing quality, and dough characteristics play an important role in bread quality. Grains of wheat, millet, buckwheat, and mung bean were selected and provided by the Small Grain Laboratory of Northwestern University of Agriculture and Forestry (PRC). The purpose of this study was to investigate the protein-starch interaction behavior of cereal grains and wheat flour during bread making.

Key words: bread; Chinese cereals; protein-starch interaction.

Введение. В мировом земледелии по посевным площадям и валовому сбору зерна пшеница занимает первое место. В Республике Беларусь среди зерновых хлебов ведущее место принадлежит пшенице (*Triticum aestivum L.*) [1]. В Китае китайский хлеб в основном готовят из рафинированной белой муки. Есть сходство между китайским хлебом и европейским хлебом. Однако в последние годы степень изысканности пищи становилась все выше и выше. Низкое потребление большого количества белка, жира, витамина В, пищевых волокон и минеральных веществ в зернах пшеницы может привести к дисбалансу питания у человека при длительном потреблении, приводя к развитию различных заболеваний, таких как ожирение и диабет [1]. В настоящее время, с повышением уровня жизни людей, люди стремятся к здоровому питанию, разнообразию продуктов питания и разумной корректировке структуры рациона.

Белковая сеть является одним из важных аспектов, отражающих качество обработки теста, а характеристики теста играют важную роль в качестве хлеба. После добавления воды в муку и последующего механического перемешивания глютен действует как природный гидроколлоид, взаимодействуя с молекулами воды, образуя тесто, а гранулы крахмала упаковываются, образуя специфическую

трехмерную сеть. Однако в зерне крупяных культур отсутствуют глиадин и белок глютена, необходимые для других мучных изделий, а взаимодействие между белком глютена и крахмалом слабое, и сложно сформировать сетчатую структуру глютена. Поэтому люди исследовали использование ксантановой камеди, трансглутаминазы и аскорбиновой кислоты (витамин С) в качестве пищевых добавок для повышения стабильности белковой структуры, тем самым улучшая качество полученного хлеба [2]. Приготовление паровых булочек только из цельного зерна может быть сложной задачей.

В настоящее время проведено мало исследований белково-крахмального взаимодействия злаков, таких как злаки (*Gramineae*), гречишные (*Polygonaceae*) и бобовые, на хлебе. В этом исследовании использовались просо с большим потенциалом, гречиха, которая обычно используется в производстве хлеба, и высокобелковая маш или фасоль азиатская. Зерна этих культур богаты микроэлементами, витаминами, пищевыми волокнами и другими.

Просо (*Panicum miliaceum L.*) как древняя культура используется более 10 000 лет, и в настоящее время несколько исследователей изучают его питательные свойства для широкого использования в пищевой промышленности. Однако пригодность муки проса для обработки и использования в хлебе тщательно не изучалась. Белок гречихи (*Fagopyrum esculentum*) содержит лизин, железо, марганец, цинк и другие микроэлементы и содержит более чем в 10 раз больше пищевых волокон по сравнению с рафинированным рисом. Таким образом, гречка имеет очень высокую питательную ценность и может оказывать ряд полезных эффектов на здоровье человека. Есть некоторые исследования с использованием гречневой муки для замены пшеничной муки в ингредиентах для хлеба, которые показали, что хлеб, приготовленный из гречневой муки, имеет более высокое содержание рутина и кверцетина, а также обладает лучшими антиоксидантными свойствами [3]. Высококачественный белок в маше (*Vigna radiata*) способствует физическому развитию и защищает сердечно-сосудистую систему. Все эти исследования показывают, что все зерна содержат основные элементы, необходимые для поддержания роста и здоровья человека, поэтому исследования и разработки грубых зерен становятся основным направлением исследований в области зерновой промышленности.

Цель этого исследования состояла в том, чтобы изучить поведение белково-крахмального взаимодействия крупяных зерен и пшеничной муки во время приготовления хлеба. Поэтому, чтобы визуализировать взаимодействие белок-крахмал, микроструктуру глютена наблюдали с помощью конфокального лазерного сканирующего микроскопа (CLSM).

Основная часть. Зерна пшеницы, проса, гречихи и маша были отобраны и предоставлены Малой зерновой лабораторией Северо-Западного университета сельского и лесного хозяйства (КНР).

Конфокальный лазерный сканирующий микроскоп CLSM (LEICA TCS SPB, Gerngung) использовали для наблюдения за свежеприготовленными образцами теста и анализа структуры белковой сетки замешанного теста. Для этого к 10 г муки добавляли 4 мл воды и 1 мл раствора родамина Б (0,1 мг/мл) и равномерно перемешивали. Образцы выдерживали в течение 1 ч для равномерного окрашивания теста, затем образец теста переносили на предметное стекло и закрывали покровным стеклом и микроструктуры сканировали с помощью CLSM. Изображения CLSM анализировали с помощью AngioTool 64 версии 0.6a (рисунок 1).

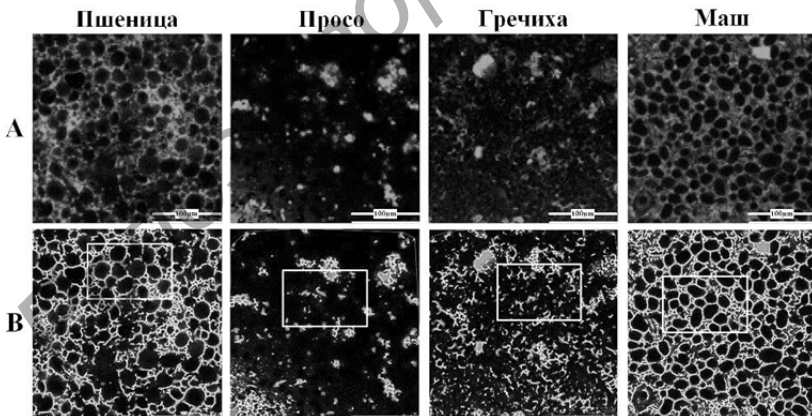


Рисунок 1 — Анализ белковой сети образцов теста из чистой муки с помощью конфокальной лазерной сканирующей микроскопии (CLSM). (А): исходное изображение CLSM с масштабной линейкой 100 мкм; (В): Изображение после обработки изображения с помощью AngioTool (белый = соединения, синий = скелет белка, желтый = контур/область белка).

По сравнению с пшеницей непрерывность и однородность структуры белковой сети проса и гречихи с высоким содержанием крахмала и низким содержанием белка клейковины были плохими на рисунке 1. Маш с более высоким содержанием белка имеют лучшую однородность структуры белковой сети.

Добавление пшеничной муки приводит к существенному изменению структуры белковой сетки муки грубого помола на рисунке 2.

Пшеничная мука улучшала непрерывность и однородность клейковинной сети в пшеничном и гречневом тесте, увеличивая при этом содержание крахмала в тесте из маша.

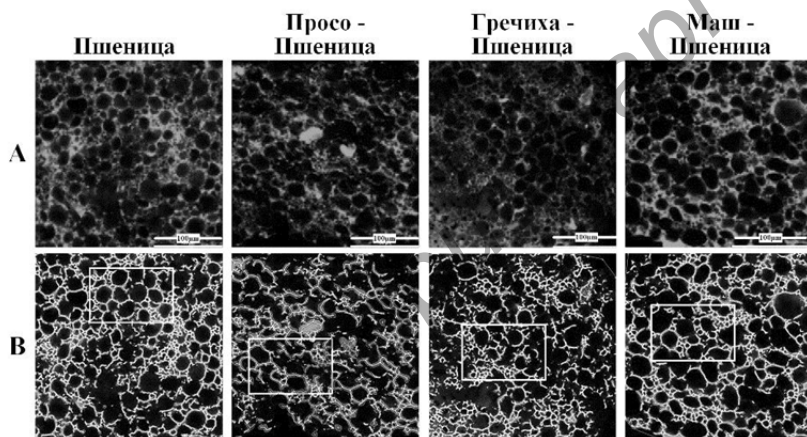


Рисунок 2 — Анализ белковой сети образцов теста из смешанной муки с помощью конфокальной лазерной сканирующей микроскопии (CLSM). (А): исходное изображение CLSM с масштабной линейкой 100 мкм; (В): Изображение после обработки изображения с помощью AngioTool (белый = соединения, синий = скелет белка, желтый = контур/область белка).

Белок глютена может образовывать непрерывную трехмерную сетчатую структуру за счет перекрестной полимеризации. Остатки цистеина, присутствующие в высокомолекулярной субъединице глютенина, могут быть сшиты друг с другом или с низкомолекулярной глютениновой субъединицей с образованием эластичных полимеров.

Заключение. Результаты показали, что замена пшеничной муки мультизерновой мукой улучшила питательные элементы и содержание белка в хлебе, а также способствовала формированию сетчатой

структуры клейковины. Эксперимент дает представление о пригодности мультизерновой муки для производства хлеба и о разнообразии потребительского выбора.

Список цитируемых источников

1. Биологические основы эффективного применения фунгицидов в защите листового аппарата и колоса зерновых культур от болезней : рекомендации / С. Ф. Буга [и др.] ; Ин-т защиты раст. — Минск, 2013. — 60 с.

2. *Monro, J. A. Glycaemic glucose equivalent: combining carbohydrate content, quantity and glycaemic index of foods for precision in glycaemia management / J. A. Monro // Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition. — 2015. — 11(3). — P. 217—225.*

3. The effects of vital wheat gluten and transglutaminase on the thermomechanical and dynamic rheological properties of buckwheat dough / L. Han [et al.] // *Food and Bioprocess Technology. — 2013. — 6 (2). — P. 561—569.*

УДК 69.002.5

А. В. Шах, Е. Г. Шапович

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, shah.al.vas@gmail.com*

СТРОИТЕЛЬНАЯ 3D-ПЕЧАТЬ: БЕРЕМ НА ВООРУЖЕНИЕ ОПЫТ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

В настоящее время строительная отрасль производит огромное количество отходов, и прогресс в области устойчивого развития идет медленно. Из-за сложности цепочек поставок в строительной отрасли меры по охране окружающей среды оказали ограниченное влияние. В строительных проектах могут участвовать тысячи различных компаний, что крайне затрудняет обеспечение устойчивого подхода во всей цепочке поставок.

Но прорывные технологии, такие как 3D-печать, могут изменить способ проектирования и производства продуктов, коренным образом изменив структуру цепочек поставок. Мировой опыт показывает, что 3D-печать может помочь строительной отрасли стать экономичнее, эффективнее и устойчивее.

Ключевые слова: строительство; 3D-принтер; технологии; инновации; Китайская Народная Республика.

CONSTRUCTION 3D PRINTING: LEARNING FROM THE EXPERIENCE OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

The construction industry currently generates a vast amount of waste, and progress towards sustainability is slow. Due to the complexity of supply chains in the construction industry, green management interventions have had a limited impact. Construction projects can involve thousands of different companies, making it extremely difficult to ensure a sustainable approach is used through the whole supply chain.

But disruptive technologies such as 3D printing have the potential to change the way that products are designed and manufactured, fundamentally changing the structure of supply chains. World experience show that 3D printing can help the construction industry become leaner, more efficient, and more sustainable.

Key words: construction; 3D printer; technology; innovation; the People's Republic of China.

Введение. Мало что объединяет развитые, развивающиеся и бедные страны, везде свои проблемы и задачи, но нехватка доступного жилья является общемировой повесткой. Если в бедных странах остро стоит вопрос с ростом количества бездомных из-за нехватки жилья, как такового, то в развивающихся странах необходимо резко ускорить количество возводимого нового жилья для удовлетворения потребностей растущего населения. В развитых же странах проблема, прежде всего, в стоимости жилья, которое подорожало до такой степени, что стало практически недоступным для молодежи. А с одновременным увеличением в этих странах продолжительности жизни эта проблема только усугубляется.

Согласно статистическим данным, представленным на рисунке 1, общая площадь вводимых в эксплуатацию жилых домов с каждым годом только возрастает [1]. В соответствии с постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 20 января 2023 года № 49 «О мерах по выполнению заданий по строительству жилых домов и объектов инженерной и транспортной инфраструктуры к ним на 2023 год» облисполкомам и Минскому горисполкому совместно с Министерством архитектуры и строительства поручено в том числе обеспечить

выполнение заданий на 2023 год по вводу в эксплуатацию общей площади жилых домов в установленных объемах (всего 4,3 млн кв. м в год), создать задел под программу жилищного строительства на 2024 год, принять меры по сдерживанию роста стоимости строительства жилья [2].

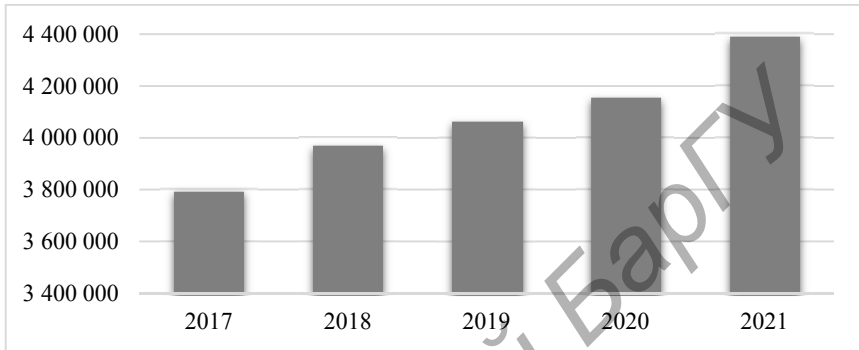


Рисунок 1 — Общая площадь жилых домов, введенных в эксплуатацию в Республике Беларусь в 2017—2021 годах

Таким образом проблема увеличения объемов строительства является актуальной и для Республики Беларусь. Внедрение новых методов и подходов путем применения 3D-принтеров может стать весомым подспорьем традиционным методам строительства, так как эта технология не требует привлечения большого количества людей для выполнения тяжелого труда и достаточно нескольких операторов и мастеров, которые будут обслуживать строительный 3D-принтер. Первые удачные эксперименты по изготовлению строительных деталей и возведению домов были проведены в Китае и ОАЭ.

Параллельно развивается тренд на «зеленую повестку», снижение выбросов CO_2 , строительство из более экологичных материалов и т. д. Но, к сожалению, пока что строительная отрасль является абсолютным лидером по выбросам CO_2 , а также по количеству мусора, который оставляет после себя каждая стройка. Нельзя сказать, что строительная 3D-печать решит все эти проблемы, но, как минимум, она идет в правильном направлении [3].

По данным отчета Research And Markets, мировой рынок строительной 3D-печати в 2022 году оценивается в 354,3 млн. долларов

США, и, по прогнозам, достигнет 11068,1 млн. долларов США к 2027 году, увеличившись на 99,04 %.

Основная часть. Идея 3D-печати родилась еще в 1983 году, когда Чарльз У. Халл использовал для упрочнения покрытия столешниц ультрафиолетовый свет. Этот подход привел к изобретению стереолитографии — первой технологии 3D-печати.

В 1986 году К. Декарт изобрел метод селективного лазерного спекания. Лазерный луч спекает порошок (пластик, металл и т. д.), масса порошка при этом подогрывается в рабочей камере до температуры, близкой с температурой плавления. Основой служит заранее смоделированный на компьютере цифровой макет. После прохождения лазером горизонтального слоя, камера опускается на высоту слоя (как правило 0,1—0,2 мм), масса порошка выравнивается специальным устройством и наносится новый слой.

Самым распространенным на сегодняшний день методом 3D-печати является послойное направление (FDM). Из сопла печатающей головки при помощи шагового двигателя подается материал, печатающая головка перемещается на линейных направляющих по одной или двум осям, так же по одной или двум осям двигается платформа. Основой движения так же служит компьютерная модель. Материал укладывается на платформу по установленному контуру, после чего головка или платформа перемещаются и поверх старого накладывается новый слой [4].

Помимо «классической» области применения 3D-печати, сегодня все чаще можно видеть новости о том, как на 3D-принтере напечатали дом или даже целый парковый комплекс. И это действительно так, несколько компаний по всему миру тестируют или уже частично применяют 3D-печати в строительстве зданий и сооружений. В основном это касается контурной заливки стен (похоже на метод FDM) специальной композитной бетонной смесью.

Процесс не нуждается в длительной и трудоемкой подготовке. Сначала подготавливается строительная площадка. Затем с помощью специальной программы сервопривод экструдера выдавливает строительную смесь со специальными добавками. 3D-печать производится горизонтальными слоями — каждый следующий поверх предыдущего. Наносимый слой уплотняет нижний, увеличивая его способность выдерживать вес конструкции. В местах оконных и дверных проемов экструдер делает пропуски для их формирования.

Дополнительно конструкция возводимого дома упрочняется с помощью армирования.

Схема работы строительного принтера представлена на рисунке 2.

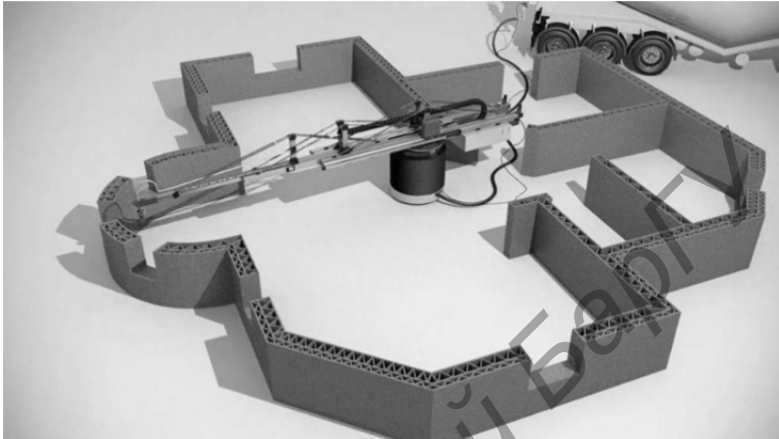


Рисунок 2 — Модель работы вращающегося строительного 3D-принтера

Мобильность принтера считается главным преимуществом, так как его можно перевезти по всему миру, благодаря чему, возможно значительно уменьшить затраты на транспортировку материала и его хранение на стройплощадке.

Экологические факторы так же являются важным критерием при использовании 3D-принтеров в строительстве. В отличие от традиционного бетона, бетон, напечатанный на 3D-принтере, не требует никакой опалубки, которая обычно изготавливается из дерева и выбрасывается после использования. Кроме того, 3D-печать позволяет печатать бетон только там, где это необходимо, используя только необходимое количество материала. Помимо того, что это экологически чистый метод строительства, аддитивное производство также быстрее и доступнее, чем традиционные методы. По сравнению с железобетоном, бетон, напечатанный на 3D-принтере, намного дешевле, особенно из-за этапа моделирования, который позволяет заранее решить технические проблемы и найти оптимальный метод строительства.

В марте 2014 года китайской компанией Yingchuang New Materials с помощью одновременного применения четырех 3D-принтеров

удалось за одни сутки напечатать десять однокомнатных домов, площадью 200 квадратных метров каждый. Стены печатали на заводе и готовыми перевозили на стройплощадку для сборки дома. Остальные элементы (перекладины, крыша, окна, двери и т. д.) тоже устанавливали вручную.

В январе 2015 года китайская компания Shanghai WinSun Decoration Design Engineering Co, подняла 3D-печать на совершенно новый уровень. Шанхайские инженеры напечатали 5-этажный жилой дом и первую в мире виллу. Площадь виллы составляла 1100 квадратных метров и сдавалась с внутренней и внешней отделкой [5].

В настоящее время компания Yingchuang Building Technique (Winsun) является мировым лидером в области архитектуры 3D-печати и специализируется на строительстве и отделке крупных общественных зданий, таких как большие театры, стадионы, конференц-залы, коммерческие комплексы, гостиницы, индустриальные парки. Они реализовывали свои проекты в более чем 400 национальных знаковых зданиях, таких как Национальный большой театр, Национальный центр водных видов спорта (Водный куб), Шанхайский выставочный центр, Международный конференц-центр Гуанчжоу Байюнь, здание Phoenix media Beijing, отель Lianxi и многие другие.

В России также существуют примеры 3D-напечатанных зданий: Дом, напечатанный в 2017 году в Ступино площадью 37 м², при помощи строительного 3D-принтера иркутской компании Aris Cor, имеет нестандартную форму, представленную на рисунке 3.

Выбор такой интересной формы, разработчики объяснили желанием показать гибкость возможностей 3D-печати при строительстве зданий. Коробка этого дома была напечатана всего за 20 часов. Время застывания бетона 28 дней. Таков срок выполнения основных работ по возведению каркаса здания. Остальные работы (монтаж кровли и окон, внутренняя и внешняя отделка) заняли еще около трех недель. Строительство «под ключ» (включая фундамент, стены, перекрытия, кровлю, электропроводку, двери и окна, наружную и внутреннюю отделку) обошлось в сумму 593,6 тыс. руб.

Так же в 2017 году в Ярославле был напечатан дом с помощью порталного принтера. Каркас напечатанного здания обошелся в 436 тысяч рублей. Для сравнения такая же коробка дома при традиционном строительстве обошлась бы в 750 тысяч рублей. К тому же сроки ее возведения были бы существенно длиннее [6].



Рисунок 3 — Модель первого в России напечатанного жилого коттеджа

К сожалению, в Беларуси пока нет ни одного прецедента применения 3D-принтера в крупном строительстве так как не созданы условия, необходимые для реализации технологии строительной 3D-печати. К примеру, явный ограничивающий фактор для проведения точных расчетов экономической целесообразности внедрения аддитивных технологий в строительстве — отсутствие ТНПА, регулирующих данный сегмент. Нет СТБ, ГОСТов на строительные материалы для аддитивного строительства, на процесс применения, требования к возводимым конструкциям и т. д.

Однако нельзя сказать, что данное направление в Республике Беларусь не развивается. В 2019 году командой “mARTech” на конкурсе социальных проектов “Social Weekend” был представлен технический проект по созданию объектов городской инфраструктуры и других крупногабаритных объектов с помощью технологии 3D-печати из ПЭТ-бутылок и других видов переработанного пластика.

По словам Михаила Буневича, одного из основателей проекта, команда решила остановиться на производстве уличных скамеек, дизайн и эскизы для которых уже разработаны. Для изготовления полноценной скамьи весом от 23 до 50 кг понадобится до 2000 пластиковых бутылок. Если говорить о временных затратах, то печать одного изделия должна занимать 6—8 часов [7].

Заключение. Экономический эффект от внедрения аддитивной технологии и 3D-печати специалистам пока оценить сложно. Во всем мире технологии еще на начальном этапе развития. Однако, даже по самым осторожным расчетам, себестоимость напечатанных зданий и его частей может быть ниже стоимости изготовленных на заводе или отлитых на стройплощадке. Разница составит от 1,5 до 6 раз — в зависимости от сложности возводимых конструкций. 3D-печать домов и прочих сооружений, без сомнения, будет развиваться, сокращая издержки и сроки производства, что вместе с освоением новых подходов в архитектуре и городском планировании, придаст ощутимый импульс к развитию индустрии в целом.

Опыт Китайской Народной Республики в строительной отрасли сложно переоценить, и возможное международное сотрудничество экологов, инженеров и архитекторов из Беларуси и Китая несомненно окажется продуктивным, даст положительный эффект и поможет раскрыть научный потенциал обеих стран путем внедрения инновационных разработок.

Список цитируемых источников

1. Общая площадь жилых домов, введенных в эксплуатацию [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=181189>. — Дата доступа: 27.02.2023.

2. О мерах по выполнению заданий по строительству жилых домов и объектов инженерной и транспортной инфраструктуры к ним на 2023 год [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 20 янв. 2023 г., № 49 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22300049&p1=1&p5=0>. — Дата доступа: 01.03.2023.

3. Строительная 3D-печать в ожидании прорыва [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/673542>. — Дата доступа: 23.02.2023.

4. История 3D-печати [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://3dmf.ru/wiki/istoriya-3d-pechaty>. — Дата доступа: 24.02.2023.

5. 3D-печать домов: развитие технологии и первые применения в мире [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://npr.by/3d-pechat-domov-razvitie-tehnologii-i-pervye-primeneniya-v-mire>. — Дата доступа: 27.02.2023.

6. Есть ли перспективы у 3D-печати домов в России? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.oknamedia.ru/novosti/est-li-perspektivy-u-3d-pechaty-domov-v-rossii-52305>. — Дата доступа: 01.03.2023.

7. Белорусы строят большой 3D-принтер, чтобы печатать на нем мебель для городских улиц [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2019/12/15/3d-printer-3>. — Дата доступа: 26.02.2023.

A. A. Ostrovskaya¹, Bingkun Liu²

¹Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank, Minsk, the Republic of Belarus, ostrovskayaa.a@mail.ru

²Belarusian State Economic University, Minsk, the Republic of Belarus, liubingkun97@gmail.com

THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC BEHAVIOR OF A SPECIALIST: THE SEARCH FOR A PERCEPTION VECTOR

Within the framework of the mutual interest of China and Belarus in economic cooperation, the article discusses the importance of shaping the economic behavior of young specialists from the two countries. The essence is revealed, significant macro- and micro components of the economic behavior of a specialist are highlighted. A comparative analysis of the perception of satisfaction with the implementation of these components in the practical activities of specialists from the point of view of Chinese and Belarusian youth is also carried out, general vectors of problems are determined.

Key words: economic psychology; economic behavior; financial literacy; economic culture.

А. А. Островская¹, Бинкунь Лю²

¹Учреждение образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», Минск, Республика Беларусь, ostrovskayaa.a@mail.ru

²Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», Минск, Республика Беларусь, liubingkun97@gmail.com

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТА: ПОИСК ВЕКТОРА ВОСПРИЯТИЯ

В рамках взаимного интереса Китая и Беларуси к экономическому сотрудничеству в статье обсуждается вопрос важности формирования экономического поведения молодых специалистов двух стран. Раскрывается сущность, выделяются значимые макро- и микрокомпоненты экономического поведения специалиста. Также проводится сравнительный анализ восприятия удовлетворенности реализации этих компонентов в практической деятельности специалистов с точки зрения китайской и белорусской молодежи; определяются общие векторы проблем.

Ключевые слова: экономическая психология; экономическое поведение; финансовая грамотность; экономическая культура.

Introduction. Today there is no doubt that the economic aspects of solving various issues determine the rational way of life stability of modern society. Therefore, the understanding of the essence and features of the development of the economic behavior of a specialist, as shown in the studies of G. S. Becker, V. I. Verkhovin, I. V. Shcherbakov, allows us to develop measures to effectively regulate his activities in terms of achieving significant goals. At the same time, the problem of formation and further development of the economic behavior of a cooperative specialist is just beginning to acquire its scientific understanding. Accordingly, the concretization of the components of a specialist's economic education and the quality of their development are significant issues of modern economic psychology and determine the purpose of our article.

Main part. Let's define what is meant by economic behavior. V. I. Verkhovin believes that "economic behavior is a system of social actions, which, firstly, are associated with the use of economic values (resources) of different functions and purpose, and, secondly, are focused on making a profit (reward) from their circulation" [1, p. 120].

O. V. Vrublevsky notes that "economic behavior is aimed at subjective optimization when comparing available resources with possible benefits from their use. At the same time, benefits can be economic, that is, materially tangible (money, goods, etc.) and non-economic (psychological, social and etc.)" [2].

Yuan Ling believes that economic behavior is called commercial behavior, which is different from civil behavior and has independent characteristics. He defines economic behavior as follows: "It is a business operation conducted by a business entity for the purpose of making profits. Economic behavior has the commonness of civil behavior, but also has its own characteristics. In countries where civil and business are separated, civil law has general provisions and commercial law has special provisions. The characteristic of commercial behavior lies in its difference from general civil behavior, which is determined by the difference between commercial activities and general civil activities" [3, p. 94].

Peng Zhongyi, Zuo Gaoshan point out: "economic behavior refers to the behavior implemented by the subject of economic law to achieve a certain economic purpose. It mainly includes the behavior of economic management, the behavior of completing certain work, and the behavior of performing certain labor services" [4, p. 104—105].

A. A. Shabunova, G. V. Belekova believe that in the process of economic behavior, people comparing costs and benefits solve a dual task: they pursue their interests and try to join the interests of others according to the “rules of the game” established by legislative acts and cultural norms [5]. And this largely determines the fact that researchers distinguish *economic consciousness and economic culture* in economic behavior.

L. A. Migranova and her like-minded people understand the economic behavior of the population as “a kind of rational choice from possible alternatives in order to minimize costs and obtain maximum benefits, used by the population as a mechanism for adapting to a changing external environment” [6, p. 117].

As for the components of economic culture in more detail, a number of researchers (A. V. Patsula, I. V. Sukhinin, A. A. Shabunova and others) believe that the structure of economic behavior has a complex integrative nature and is a set of interrelated subsystems, including cognitive, volitional, emotional, target, programmatic, institutional, information-instrumental, coordination-subordination, process, resultant and regulatory.

In the presented description of the constitutive characteristics of economic behavior, compiled from the standpoint of various researchers (in addition to the above, we also analyzed the works of I. V. Shcherbakov, E. S. Atyanin, E. L. Dorzhiev, I. V. Rozmarinsky and other scientists), it follows to pay attention to the fact that the common thing in economic behavior is the comparison of income and expenses and the performance of a number of social actions, systematized by motivational, cognitive and emotional activities at the expense of a person’s own resources.

In general, the structure of economic behavior is presented by researchers as complex and diverse complexes, however, we considered it important to distinguish three main directions of the layout of the components of economic behavior: motivational-volitional, cognitive, emotional-activity.

Analyzing the research O. I. Averin, S. M. Vdovin, V. M. Dobrosh-tan, V. Yu. Kalaeva, V. A. Morozova, we have identified two significant macro-components in economic culture that unite all three directions: financial literacy and economic culture (in Table 1 below, positions 1 and 2). Also, summarizing the research data of the presented authors, we singled out separately some significant microcomponents of economic behavior in the composition of macrocomponents (positions 3—8 in Table 1). Note that the selected components of economic behavior

(Table 1) do not claim to be a complete description of economic behavior, but are considered by us as key ones.

Table 1 — Components of economic behavior

Components of economic behavior	Description
1. Financial literacy <i>(significant macrocomponent)</i>	The totality of knowledge, skills and attitudes in the field of human of human finance, leading to improved well-being and improved quality of life
2. Economic culture macro-component <i>(significant macrocomponent)</i>	The system of values and motives of economic activity, the level and quality of economic knowledge, assessments and actions of a person, as well as the content of traditions and norms that regulate economic relations and behavior
3. Economic knowledge	Knowledge that allows you to navigate the cycle of goods and make rational decisions about the use of limited resources
4. Project activity skills	A set of actions aimed at solving a specific problem within the framework of a project, limited by the target setting, deadlines and results achieved
5. System analysis skills	A set of methods of scientific knowledge, which is a sequence of actions to establish structural relationships between variables or elements of the system under study
6. Economic assessment skills	Skills to determine the social utility of resources
7. Forecasting skills	The skill of making forecasts based on past and present data
8. Modeling skills	Skills of theoretical knowledge, consisting in the study of any phenomena, processes or systems by building and studying their models; using models to determine the behavior and characteristics of real systems

In search of a vector of perception of the significance of these components in the development of the economic behavior of specialists, we conducted an expert survey. The experts were 75 students and young professionals in Belarus studying social entrepreneurship and economic psychology (Belarusian State Pedagogical University, Belarusian State Economic University, December—January 2022—2023, n=73), as well as undergraduates studying in Belarus on the same universities from China and young professionals working in organizations in different provinces of the country (n=75). Further, focusing on the methods of a client-oriented approach, including those based on research L. Yu. Pomytkina,

S. G. Sapegina, A. P. Tatarinov, we compiled “perception maps” identified as significant components of economic behavior. Respondents evaluated them on a 10-point system from the position of “significance”, as well as from the position of “satisfaction” with the implementation of young specialists in practice. “Perception maps” are presented in the figures (Figure 1, Figure 2).

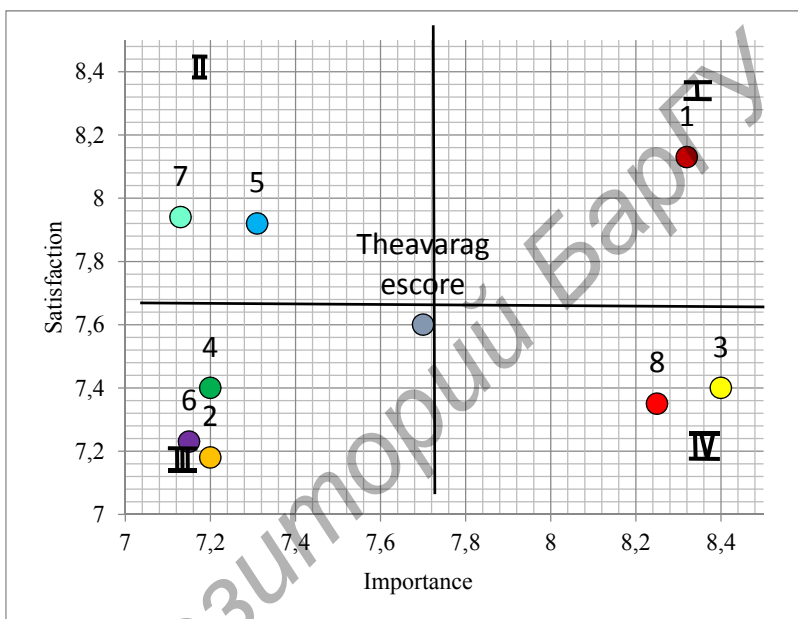


Figure 1 — “Perception map” based on the results of a survey of Chinese youth (the numbers correspond to the numbers in Table 1)

The characteristics of the quadrant I of “Perception maps” are perceived by the respondents as important, and in general, the respondents are satisfied with their implementation in practice. It should be noted that the so-called “qualitative position” in this study on the perception maps of both Chinese and Belarusian youth was occupied by the macrocomponent “Financial literacy” (Figures 1, 2; component 1).

It is interesting that such a microcomponent as “System analysis skills” (component 5) was considered by both Chinese and Belarusian

youth to be unimportant, but quite successfully manifested in the practical activities of specialists (Figures 1, 2; quadrant II).

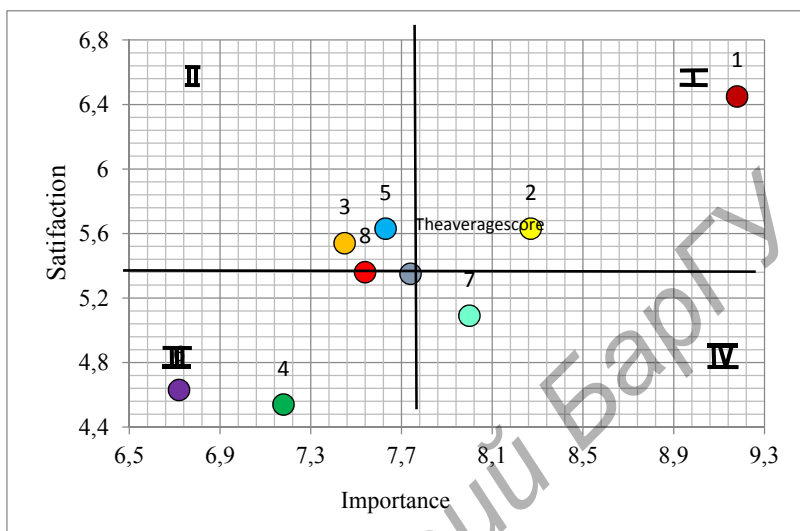


Figure 2 — “Perception map” based on the results of a survey of Belarusian youth

The microcomponents “Project activity skills” (4) and “Economic assessment skills” (6) were not taken into account by the respondents of both countries as important, and at the same time they spoke negatively about their implementation in practice (Figures 1, 2; quadrant III). The Chinese youth have the same attitude towards the development of economic culture (Figure 1; quadrant III, component 2).

The Belarusian youth also speaks quite positively about the manifestation of “Economic culture” in practice (Figure 2, quadrant I, component 2).

Respondents from China considered the “Forecasting skills” component unimportant, but quite successfully demonstrated in practice (Figure 1, quadrant II, component 7). However, such components as “Economic knowledge” (component 3) and “Modeling skills” (component 8), from the point of view of Chinese youth, turned out to be important, but poorly manifested in practice (Figure 1, quadrant IV).

Belarusian respondents believe that economic knowledge and modeling are unimportant in practice, but they manifest themselves well (Figure 2, quadrant II, components 3 and 8). But at the same time, they are critical of the development of forecasting skills in the economic sphere (Figure 2, quadrant IV, component 7).

Conclusion. Thus, researchers agree that the development of economic behavior of a specialist allows us to develop measures to effectively regulate his activities in terms of achieving significant goals. Matrix analysis of the survey results of Chinese and Belarusian youth revealed common and different “perception vectors” on this issue.

Of course, the results of the study cannot claim to be unambiguous in interpretation due to the small sample size. However, for the universities where the respondents study, the results obtained and the methodology used can serve as guidelines for the development of programs for young professionals, as well as become the basis for discussions and round tables. The proven methodology also helps to determine approximate vectors of perception of various problems.

In the future, it is important to specify the components of the economic behavior of a specialist (primarily in terms of the hierarchy in the system) and develop joint guidelines based on the experience of our countries in shaping the economic behavior of young people.

References

1. *Верховин, В. И.* Экономическое поведение как предмет социологического анализа / В. И. Верховин // Социологические исследования. — 1994. — № 10. — С. 120—126.
2. *Врублевский, В. О.* Изменение экономического поведения личности в условиях снижения доходов перспективы [Электронный ресурс] / В. О. Врублевский // Молодой ученый. — 2022. — № 52 (447). — С. 331—333. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/447/98346/>. — Дата доступа: 18.02.2023.
3. *Ling, Y.* An institutional analysis of the behavior of Chinese entrepreneurs / Y. Ling. — China : Hunan University Pres, 2017. — 54 p.
4. *Zhongyi, P.* Economic behavior: an ethical normative analysis / P. Zhongyi, Z. Gaoshan. — China : Hunan People’s Publishing House, 2018. — 356 p.
5. *Шабунова, А. А.* Экономическое поведение населения: теоретические аспекты / А. А. Шабунова, В. Э. Белехова. — Вологда : ИСЭРТ РАН, 2012. — 136 с.
6. *Мигранова, Л. А.* Экономическое поведение: анализ и перспективы [Электронный ресурс] / Л. А. Мигранова, В. В. Тореев, А. В. Ярашева // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2014. — № 1 (131). — С. 116—124. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskoe-povedenie-analiz-i-perspektivy/viewer>. — Дата доступа: 18.02.2023.

Shiming Zhang

*Belarusian State Economic University, Minsk, the Republic of Belarus,
markzhang221@gmail.com*

EXPONENTIAL ORGANIZATIONS AS NEW HIGH-TECH BUSINESS MODELS IN CHINA

The article analyzes the socio-psychological factors that ensure the competitive success of fast-growing (exponential) organizations. Examples of China's experience in this direction are given, the situation with the perception in practice of the implementation of exponential development in one of China's organizations is examined, "problem points" and prospects for training specialists are identified.

Key words: exponential organization; exponential development; socio-psychological factors; management.

Шиминь Чжан

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», Минск, Республика Беларусь, markzhang221@gmail.com

ЭКСПОНЕНЦИАЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК НОВЫЕ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ В КИТАЕ

В статье анализируются социально-психологические факторы, обеспечивающие конкурентный успех быстрорастущих (экспоненциальных) организаций. Приведены примеры опыта Китая в этом направлении, рассмотрена ситуация с восприятием на практике реализации экспоненциального развития в одной из организаций Китая, выявлены «проблемные точки» и перспективы подготовки специалистов.

Ключевые слова: экспоненциальная организация; экспоненциальное развитие; социально-психологические факторы; менеджмент.

Introduction. In an era of intense disputes about the quality, originality and measurability of innovations, business attention to the existence and development of Exponential Organizations (ExO) is becoming increasingly obvious. Such organizations choose an ambitious but

specific focus of development, in other words, ExO can present to the world clear, convincing and impressive data of achievements and success. The quantitative criterion for the identification of ExO is at least a 10-fold excess of performance indicators compared to the industry average for 4—5 years [1]. ExO focus on scale and in a short time turn into powerful companies. The best-known examples at the moment are companies like Netflix, Tesla, WhatsApp, Uber and Bitcoin as well as a number of start-ups. In China, there are many similar organizations and products. Organizations include Huawei, Alibaba, Tencent, Toutiao, Meituan, Xiaomi, etc.

The secret of ExO's success lies in rapidly developing breakthrough technologies that can provide exponential growth and exponential cost reduction in accordance with G. Moore's law. But it's not just about technical aspects. P. Diamandis, the developer of the ideas of ExO, argues that survival in the face of rapid changes requires organizations of a radically new type with "the highest level of technological competence, adaptability and involvement" [1, p. 15]. An example is the experience of the Brazilian company Semco, which introduced the model of concentric circles into its organizational structure as a new vision of active participation of all personnel. As R. Semler notes, such a system allowed to increase productivity seven times and profit five times, "maximize the capabilities of each employee and minimize supervision" [2, p. 20]. Thus, participation and involvement as the key foundations of exponential development primarily speak of the psychological saturation of the economic policy of rapidly developing and productive organizations.

At the same time the issues of psychological support for successful breakthrough growth are located in the field of a number of contradictions of theory and practice. Among them, the most obvious is the contradiction between the active attention of science to the technical aspects of breakthrough growth and the insufficient development in modern research of the conceptual ideas of the developers of the ExO on the interaction of socio-psychological factors of competitive success at the macro- and microeconomic level. This contradiction particularly acutely affects the problem of adapting the widely popularized ideas of Western Europe and America on the intensification of "breakthrough growth" to the economic realities of the countries of Eastern Europe and Asia, including China and Belarus. And even though Belarus, and

China today demonstrates significant success in economic development, the high dynamics of social, political and industrial processes in the world directs to a constant search for reserves in the direction of success.

The vast majority of the latest ExO research was conducted within the framework of economic or sociological science, where the principles of the psyche were not reflected with the necessary degree of correctness. This has given rise to many common cliches that are questionable from the point of view of economic psychology. For example, that the system of distributed leadership in [3]. Management is always uniquely interesting to managers for the effective management of ideas. At the same time, the problem of the affected ambitions of formal leaders who are personally responsible for the economic success of organizations has not always been taken into account and highlighted. In this regard, our research focuses not only on solving the problem of developing ExO ideas through the most productive disposal of the main resource — human. The scientific problem is connected with the development of forms of social investment relevant for the exponential growth of organizations in coordination of this process with the influence of psychological factors. Thus, we are talking about socio-psychological factors.

Main part. Human society has been pushed from one era to another due to the invention of new technologies. The hunter-gatherer era entered the agricultural age due to the discovery of seeds, entered the industrial age due to the invention of the steam engine, and entered the information age due to the invention of the computer. Many researchers note that during the change of two eras, labor productivity increased significantly. The change period has caused the output of some organizations to increase exponentially. These organizations have adopted new technologies and new organizational models in time to operate and become exponential organizations.

Exponential organizations all have one thing in common: they all have a lofty and aspirational goal. This goal is “Massive Transformative Purpose” (MTP). The most classic theory of exponential thinking is “Moore’s Law”, which is similar to the power curve of mathematics. An exponential organization refers to an organization that uses a new organizational method of high-speed development technology to allow a disproportionately large increase in influence or output (at least 10 times).

Analyzing the works of R. Dandan, P. Diamandis, S. Ismail, L. Guangdou, we have identified the following features of ExO:

1. MTP: They have a great vision and goal, solve a certain pain point of users or subvert a certain industry.

2. Market: Good market capacity and development potential, especially such a huge consumer group in China gives these products unlimited possibilities.

3. Change: They have used a lot of modern information technology, new business theories and marketing models, and changes in technology and thinking are prerequisites.

4. Users: Everything is user-centered, which is the core of business operations, plus appropriate algorithms for push or dissemination, replacing traditional means of communication, and can rapidly undergo fission and growth.

5. Creativity: Adding new elements, such as technology, social networking, culture, etc., combined with the needs of consumer groups in the new era, creating the ultimate product model.

6. Experience: Excellent user interface experience or product experience, smart cooperation between online and offline, and the marginal cost of software products is almost zero. These are the basis and prerequisites for acquiring users.

7. Sharing: The goal of these products is to build a large platform to promote and develop in a sharing mode, such as sharing technology, sharing economy, sharing cars, etc.

8. Ultimate: extremely high cost performance and efficiency, the ultimate supply chain, capital flow, and logistics chain guarantee the ultimate experience and supply of organizations and products.

9. Organization: Their organizational management is very flat, and they can communicate and act very efficiently. Everyone is self-organizing.

10. Social factors: the strong development of economy (including China), the continuous transfer of consumer groups, the development of Internet technology, various uncertain environments, changes in modern human nature, etc. These social background factors enable the existence and development of all organizations and products basis and premise.

In order to identify points of contact for the problems of exponential organization in China, we turned to the expert survey method,

modifying the previously identified characteristics (Table 1). As experts, we have identified Chinese specialists (n=75) working in the exponential organization Didi Taxi. We asked the experts to rate them in terms of “importance” and “satisfaction” with the implementation in practice. The data obtained were processed according to the methodology developed by L. Yu. Pomytkina, S. G. Sapagina, A. P. Tatarinov [4]. Based on the results of processing the received data, we determined the first 5 positions for improving the identified criteria (factors) in the management practice of this organization (Table 1).

T a b l e 1 — Results of a survey

FACTORS	Chinese specialists	
	Rating “importance” / Rating “satisfaction”	Improvement Rating
Explosive effect in the industry	9,01 / 8,39	5
Unlimited market opportunities	7,13 / 7,02	
Use of new technologies	8,16 / 8,09	
Orientation to the client	7,92 / 7,13	4
Creativity	8,34 / 7,20	2
Affordable product testing	7,91 / 6,15	1
Sharing	6,56 / 5,72	3
High efficiency	7,28 / 7,14	
Self-organization	7,19 / 7,07	
New social factors	8,72 / 8,64	

As can be seen from the table, the most “problematic” position is “affordable product testing”.

Difficulties are also caused by such positions as turning to creativity, orientation to the client. And although, in general, the analyzed factors have a “close relationship” between “importance” and “satisfaction”, the positions highlighted in the rating focus on the problem of further development of theoretical and methodological positions on the formation of exponential orgasm. This can be actively used, among

other things, in the training of specialists from China in Belarus, which has definitely become more and more popular in recent years.

Conclusion. So, exponential organizations have their own set of modern ideas, which are called “exponential thinking”. By applying “exponential thinking” any organization is able to reach a new level of development and increase its productivity.

Summarizing the above, we note that:

- an exponential organization refers to an organization that uses a new organizational method of high-speed development technology to allow a disproportionately large increase in influence or output (at least 10 times);

- organizational culture helps them achieve exponential growth. Their organizational management is very flat, they can communicate and act very efficiently, and everyone is self-organizing. In this structure, the key figure is a visionary leader who is fully supported by the board of directors and senior management;

- in a market economy, exponential organizations prove to be efficient and competitive, they have good market potential and development potential. This is especially important in China’s market conditions, where the consumer group is particularly large;

- exponential organizations play a big role in the development of the economy. The pace of change that society is experiencing today is significantly faster than ever before. Under these conditions, organizational agility and acceleration become key factors in competitiveness. Economic growth is no longer incremental, it is destructive and non-linear, and therefore organizations that adapt to these conditions show greater competitiveness than traditional organizations. Exponential organizations respectively ensure exponential growth of the economy.

The essence of ExO is to focus on accessible and operational methods of economic regulation based on business psychology as mastery of the art of effective management of productive forces and purposeful improvement of industrial relations. One of the most important features of ExO is the comprehensive and continuous development of the quality of the work teams involved in the production process. ExO — the flowering of unity of interested work and creative ideas. A high level of adaptability to the market economy is ensured in the ExO through the maximum use of its own resources and readiness to further increase the

value of its “human capital”; orientation to values such as individual freedom; a tendency to rely on its own activity as a necessary and natural condition for life success. The organizational culture of Eco is built on the principle of psychological competitiveness, which includes the factor of social responsibility of the business, the factor of equal participation in the release product of organization and the factor of mobility.

The vectors of “problem” positions of exponential development of one of the Chinese organizations identified in our study make it possible to determine the lines of contact in the cooperation of our countries in the training of joint specialists.

References

1. *Ismail, S.* Exponential organizations: why new organizations are ten times better, faster, cheaper than yours [Electronic resource] / S. Ismail, Yy. Van. Geest, M. Malone. — 2014. — 250 p. — Mode of access: https://books.google.by/books?id=OprNBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Salim+Ismail%22&hl=ru&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false Kindle Edition. — Date of access: 18.02.2023.

2. *Semler, R.* Maverick: The success story behind the world’s most unusual workplace / R. Semler. — Grand Central Publishing, 2014. — 352 p.

3. *Островская, А. А.* Проектный менеджмент в учреждениях общего среднего образования: распределенное лидерство. Инструменты эффективного менеджмента идей / А. А. Островская // Нар. асвета. — 2020. — № 8. — С. 3—7.

4. *Помыткина, Л. Ю.* Сравнение различных подходов в оценке удовлетворенности клиентов / Л. Ю. Помыткина, С. Г. Сапегина, А. П. Татаринов // Вопросы экономики и управления. — 2017. — № 2. — С. 54—59.

Научное издание

**БЕЛАРУСЬ И КИТАЙ:
МНОГОВЕКТОРНОСТЬ
СОТРУДНИЧЕСТВА**

Сборник статей по результатам
VI Научно-практического круглого стола

(Барановичи, 22 марта 2023 года)

Ответственный за выпуск А. Ю. Сидоренко
Технический редактор М. В. Гансецкая

Подписано в печать 29.09.2023. Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.
Отпечатано на копировально-множительной технике. Усл. печ. л. 11,4. Уч.-изд. л. 10,3. Тираж 30 экз.
Заказ 535.

Издатель и полиграфическое исполнение:
Учреждение образования «Барановичский государственный университет»
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных
изданий № 1/424 от 09.09.2016. Ул. Войкова, 21, 225404, г. Барановичи.
Тел. 8 (0163) 64 34 77, e-mail: rig@barsu.by .