

#### Список использованных источников

1. Внедрение цифровизации в систему налогообложения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nalog.gov.by/news/18670/>. – Дата доступа: 20.03.2024.
2. Официальный сайт «Федеральная Налоговая Служба России» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.nalog.gov.ru/rn77/about\\_fts/el\\_usl/](https://www.nalog.gov.ru/rn77/about_fts/el_usl/). – Дата доступа: 27.03.2024.

УДК 336

## РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ

*Иванова, Н. Е., студ., Жучкевич О. Н., ст. преп.*

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Появление концепции устойчивого развития вызвано потребностью в ограничении бесконтрольного роста, а также неэффективного потребления ресурсов. В настоящее время особенно важна необходимость стратегического укрепления экономики, сохранения окружающей среды для будущих поколений, решение экологических и социальных проблем.

В Республике Беларусь в 2015 году одобрена Повестка дня в области устойчивого развития до 2030 года, в которой закреплены 17 Целей устойчивого развития [1]. Устойчивое развитие возможно при равновесии трех основных составляющих: экономический рост, социальная ответственность и экологический баланс.

Одним из инструментов достижения целей устойчивого развития являются устойчивые финансы. Устойчивое финансирование обеспечивает ряд преимуществ разным субъектам бизнеса. Для инвесторов: повышение имиджа; высокий уровень конкурентоспособности; увеличение доходов; снижение рисков; долгосрочная стабильность. Для потребителей: снижение социальной напряженности; повышение уровня и качества жизни; высокое качество продуктов и других товаров; сохранение и укрепление здоровья, обеспечение социального благополучия. Для собственников: более выгодные условия финансирования; рост финансовых результатов; технологическое развитие; рыночная привлекательность; рост доходов акционеров; снижение текучести кадров [2]. Рынок устойчивого финансирования в Республике Беларусь представлен такими инструментами, как «зелёные» облигации, «зелёные» инвестиции и «зелёный» банкинг, которые являются перспективным фактором экономического роста.

Анализ ESG-рэнкинга белорусских компаний по использованию факторов устойчивого развития показал, что в ТОП-20 вошли 11 банков, среди которых лидируют ОАО «Сбер Банк», ЗАО «БСБ Банк», ОАО «Белинвестбанк». В настоящее время банки предлагают различные продукты, направленные на решение вопросов экологического и социального развития: финансирование «зеленых» проектов; кредитование приобретения электромобилей; поддержка социального предпринимательства; кредит на оплату медицинской помощи и услуг; овердрафт для работников организаций здравоохранения; кредиты на обучение в учреждениях высшего и среднего специального образования; продукты в рамках поддержки женского предпринимательства; обучающие программы для бизнеса и другие [3].

Таким образом, дальнейшее развитие деятельности субъектов бизнеса для реализации целей устойчивого развития связано с разработкой нормативно-правовой базы и стандартов оценки ESG-критериев; изучением и разъяснением направлений и приоритетов устойчивого развития; совершенствованием системы анализа и управления рисками; применением системы льгот и других стимулов для более активного внедрения инновационных решений экологической и социальной направленности; а также с обеспечением прозрачности и доступности информации для разного круга пользователей.

#### Список использованных источников

1. Цели устойчивого развития в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sdgs.by/>. – Дата доступа: 02.03.2024.
2. Дубкова М. Г. ESG-инвестиции: финансирование устойчивого развития / М. Г. Дубкова, науч. рук. О. Н. Жучкевич // Студенческая научная зима в Бресте-2021 : сборник научных работ студентов и магистрантов XV Международного студенческого научного форума. – Брест: Издательство БрГТУ, 2021. – 249 с. – С. 167–170.
3. Применение ESG-стандартов банками Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bikratings.by/analitika/primenenie-esg-standartov-bankami-belarusi-iyun-2023>. – Дата доступа: 15.03.2024.

УДК 658.8

## НАСТРОЙКА ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ТОДУП «БРАСЛАВСКИЕ ОЗЁРА»

*Герасимова О. О., ст. преп., Антонёнок Л. П., студ.*

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

ТОДУП «Браславские озёра» – это современное туристско-оздоровительное предприятие, основной целью которого является создание высокоэффективного и конкурентоспособного туристического продукта, обеспечивающего удовлетворение потребностей в туристических услугах граждан Республики Беларусь и посетителей из зарубежных стран, выбирающих Браславские озера в качестве места отдыха.

Для привлечения внимания к своему продукту, организация использует различные формы традиционных коммуникаций со своей целевой аудиторией, но не в полной мере использует потенциал SMM маркетинга, несмотря на имеющиеся профили в таких социальных сетях как Instagram и ВКонтакте. В частности весомым упущением компании является отсутствие таргетированной рекламы в социальных сетях.

Таргетинг в соцсетях – это один из эффективных способов коммуникации с целевой аудиторией. По данным всемирного отчета Digital 2023 Global Overview [1] социальные сети активно использует свыше 106 миллионов человек. Значит, практически любой бизнес сможет найти в соцсетях свою целевую аудиторию.

Особенность таргетированной рекламы в том, что она показывается пользователям, которые соответствуют заданным характеристикам. Это могут быть пол, возраст, географическое положение, интересы, поведение.

Эксперты SMM выделяют несколько видов задач, которые решает таргетированная реклама [2]: сбор целевых посетителей, которые интересуются продуктом или услугой и готовы покупать; быстрое донесение информации о продукте, бренде, акциях до целевой аудитории и побуждение посетителей перейти на источник для подробного ознакомления; совершение целевого действия на месте – покупка, заявка, подписка, регистрация и другое.

Согласно отчету Digital 2023 Global Overview по Республике Беларусь [1] наиболее популярной сетью среди белорусов является Instagram (в начале 2024 года количество пользователей составило 3,9 млн чел.). Следовательно, настройку таргетинговой рекламы предлагается провести именно в этой социальной сети.

Целью предлагаемой таргетированной рекламы будет переход на сайт соответствующего подразделения ТОДУП «Браславские озёра».

Предполагаемым результатом данного мероприятия должен стать переход на сайт организации, ознакомление с предлагаемыми услугами, и, следовательно, заказ данной услуги.

Таким образом, таргетированная реклама в социальных сетях повлияет не только на рост выручки от реализации и сокращение убытка от реализации ТОДУП «Браславские озёра», но и позволит привлечь большее количество подписчиков на профили в Instagram, что также в будущем повысит привлекательность и конкурентоспособность услуг организации.