

(8,1 млн. долл. США). Текущая цифра охватывает баннерную рекламу, спецпроекты, рекламу в социальных медиа и объёмы рекламных вложений только на медиарекламу в сетях Google и Яндекс. Из этой суммы 5,6 млн. долл. США реализованы на площадках, представленных участниками встречи [1]. Результаты замеров IAB Belarus подтвердили прогнозируемую просадку рынка рекламы в пределах 20%. В данном случае это глобальный тренд, и Беларусь тут не исключение [1]. В первые месяцы пандемии и шока рынка от происходящего некоторые крупные бренды также приостанавливали свою активность. Со стороны ряда рекламодателей проговаривалось нежелание рекламироваться в негативном контенте, в период, когда общественный интерес был прикован к теме коронавируса, и большинство трафика приходилось на эти публикации. К счастью, эти перерывы были относительно недолгими, и почти все крупные бренды уже восстановили свою активность.

Заключение. Любые вложения в коммерческую рекламу должны быть окуплены, поэтому одной из важнейших задач, которыми занимаются рекламные агентства и рекламодатели, является оценка показателя эффективности рекламы. Вследствие проведенного анализа эффективности всех видов рекламы было выявлено, что на 2021 г. наиболее эффективной является реклама, размещаемая в социальных сетях. Почти столь же значимой является телевизионная реклама. Эти виды рекламы имеют значительную роль в развитии любой сферы бизнеса в Республике Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Рекламный рынок Беларуси: сегменты и тенденции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/170474/1/LAP-14-SS-2-1.pdf>. – Дата доступа: 08.03.2021.
2. Информационный портал marketing.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.by> – Дата доступа: 08.03.2021.

УДК 005

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ЕГО РАЗВИТИЕ В БЕЛАРУСИ

*А.Н. Ширибало, студентка группы 10507119 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н Монтик*

Резюме – в статье анализируется понятие кросс-культурного менеджмента, необходимость его развития в современном мире и, как следствие, расширения знаний в этой области. Рассматривается степень развития данной науки в Беларуси и непосредственно некоторые культурные различия, которые становятся отправной точкой в изучении кросс-культурного менеджмента.

Resume – the article analyzes the concept of cross-cultural management, the need for its development in the modern world and, as a consequence, ex-

panding knowledge in this area. The degree of development of this science in Belarus and directly some cultural differences, which become the starting point in the study of cross-cultural management, are considered.

Введение. В настоящее время существует большое количество организаций, объединяющих людей различных национальных культур. В большинстве случаев наличие различных культур помогает повысить результативность работы [1]. Поэтому очень важно понимание отличительных особенностей каждой культуры для предотвращения недопониманий. Сегодня кросс-культурный менеджмент становится особенно популярным. Беларусь не является исключением, и интерес к кросс-культурному менеджменту возрастает и в белорусских компаниях. Кросс-культурные особенности ещё недостаточно глубоко изучены в странах постсоветского пространства, так как на исследования такого рода было наложено идеологическое табу. Поэтому для нашей страны кросс-культурный менеджмент является новым и достаточно перспективным направлением.

Основная часть. Кросс-культурный менеджмент появляется тогда, когда менеджер нанимает работника с другой культурой или из другой страны. Белорусские компании довольно часто нанимают на работу иностранных сотрудников, такая практика помогает повысить результативность работы всей команды. Умение управлять и взаимодействовать с командами, состоящими из людей различных культур, является одной из ключевых задач современных менеджеров [1].

Руководителям современных компаний необходимо расширять круг знаний в области кросс-культурного менеджмента, ведение бизнеса в Беларуси имеет ряд особенностей, которые обуславливаются культурой, сформировавшейся на протяжении продолжительного периода [3]. Так же на поведение влияют не только внутригосударственные особенности Беларуси, но и внешнее воздействие различных культур. Таким образом, особую роль следует уделять знаниям не только своей культурной специфики, но и изучению культур других стран. Это поможет избежать конфликтов и недопониманий на основе сложившихся в том или ином обществе устоев. Методы управления компаний у различных культур разные [2]. Например, для белорусов является очень важным почитание взаимоотношений, культурных ценностей и забота о качестве жизни. Большинство относится к работе довольно эмоционально, отдавая большое количество усилий.

Например, во многих жарких странах, как Греция, Италия, Испания, обеденные перерывы, которые еще называются сиестой, длятся примерно с 12–13 до 16–17. Данный период означает закрытые всех торговых центров и офисных зданий. Во многих восточных странах роль старших людей обладает особой важностью, поэтому руководители, поручающие работу людям, которые их старше, проявляют особое уважение. Эти примеры показывают, как национальные культуры обладают отличительными особенностями, которые отражаются и на ведении бизнеса. Обращение с информа-

цией так же отличается. Так, в Беларуси уместно искать потребителей и деловых партнеров, пользуясь Интернетом, но в Японии немного другой подход. Здесь высоко ценятся личные встречи, с потенциальным партнером необходимо встретиться не один раз.

Однако бизнес в Беларуси узконациональный, обычно предприниматель выбирает устойчивость в рамках страны. В области инноваций в нашей стране существует кросс-культурный барьер. В Беларуси имеется большое количество людей, которые обладают идеями о внедрении той или иной инновации, однако осуществить ее реализацию в нашей стране затруднительно, поэтому эти инновационные идеи сначала реализуются в других странах. Именно здесь появляется необходимость в преодолении нацией кросс-культурного барьера для активизации широкого участия белорусского бизнеса в инновациях.

Заключение. Таким образом, такая наука как кросс-культурный менеджмент находится на стадии зарождения в Беларуси, необходима интенсификация научных исследований в этой области, так как он является необходимым элементом успешных деловых отношений, возникающих в поликультурной среде. Он имеет все шансы на довольно успешное развитие, так как в нашей стране живут в мире и согласии много людей с различными культурами. Нужно адаптировать зарубежные стандарты в управлении под реалии Беларуси.

ЛИТЕРАТУРА

1. Управление кросс-культурными коллективами в организациях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ords.rea.ru/wp-content/uploads/2016/12/Zenchenko.pdf>. – Дата доступа: 09.03.2021.
2. Международный менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/5057/Mezhdunarodnyj_menedzhment.pdf?sequence=1&isAllowed=y. – Дата доступа: 10.03.2021.
3. Калинина Е.Г. Кросс-культурные коммуникации: свежий взгляд // Вестник УГТУ-УПИ. 2015. № 9. с. 125-129.

УДК 004.338.46

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ AGILE-МЕТОДОЛОГИЙ

*А.Д. Шклянко, студент групп 10502219 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель Т.А. Петровская*

Резюме – в статье описан сравнительный анализ agile-методологий: scrum и kanban.

Summary – the article describes a comparative analysis of agile methodologies: scrum and kanban.

Введение. Сейчас большую популярность набирают agile-методологии: scrum и Kanban. И для многих разработчиков встает вопрос: чем они отличаются и какой же вариант выбрать?