

рованное. Дополнительное подразделяется на дополнительное образование детей и молодежи, дополнительное образование взрослых. Таким образом, в стране на практике обеспечивается реализация принципа «образование через всю жизнь».

В заключение отметим: образование для устойчивого развития — это концепция, включающая в себя все аспекты информированности общества, образования в целях расширения понимания взаимосвязи между вопросами устойчивого развития и развитием знаний, которые дадут возможность людям любого возраста принять на себя обязательства по созданию устойчивого будущего и обладанию им и позволяет людям понять характер и масштаб проблем в области устойчивого развития.

Источники

1. Human development report 2021–22 [Электронный ресурс] // UNDP. — Режим доступа: <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2021-22>. — Дата доступа: 26.10.2023.

2. Образование в Австралии: особенности и преимущества [Электронный ресурс] // Научные статьи.Ру. — Режим доступа: <https://nauchniestati.ru/spravka/sistema-obrazovaniya-v-avstralii/>. — Дата доступа: 27.10.2023.

3. Особенности образования в Новой Зеландии [Электронный ресурс] // Forbes.ru. — Режим доступа: <https://education.forbes.ru/authors/new-zealand>. — Дата доступа: 27.10.2023.

4. Национальный обзор Республики Беларусь о выполнении повестки дня в области устойчивого развития до 2030 года [Электронный ресурс] // High-Level Political Forum on Sustainable Development. — Режим доступа: <https://hlpf.un.org/sites/default/files/vnrs/2022/VNR%202022%20Belarus%20Report.pdf>. — Дата доступа: 24.10.2023.

5. Система образования Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/social/education>. — Дата доступа: 26.10.2023.

А. П. Кривецкая, Н. Н. Шуляк

Научный руководитель — кандидат экономических наук Ю. М. Зенович

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ

Социальные сети в данной статье подразумевают пространство, где можно обмениваться разной информацией в различном виде. Как и любой ресурс, социальные сети можно использовать на благо организации. Для того чтобы определить, как правильно внедрять их использование в деятельность организации, нужно прежде всего узнать у самих работников их мнение по поводу данного процесса. Собственно, именно это и легло в основу данной статьи, для написания которой было проведено исследование на тему «Использование социальных сетей для улучшения внутренних коммуникаций».

На данный момент около 4,74 млрд человек по всему миру являются активными пользователями социальных сетей [1]. Рост популярности социальных сетей, их разнообразие и широкий спектр предлагаемых функций делают социальные сети привлекательной средой для упрощения коммуникаций между людьми. Люди проводят в социальных сетях по 6–8 часов в день [2, с. 27]. В процессе размышления о том, как можно использовать социальные сети с целью упрощения работы в организации, было принято решение провести исследование на тему «Использование социальных сетей для улучшения внутренних коммуникаций».

Цель исследования: изучение отношения участников организации к использованию социальных сетей для повышения эффективности внутренних коммуникаций.

Для исследования данной темы был проведен опрос. Опрос проводился во второй половине марта и первой половине апреля 2023 г. при использовании Google Forms. Для упрощения восприятия информации в опросе понятия «социальные сети» и «мессенджеры» использовались как равнозначные.

В опросе приняло участие 107 респондентов, среди которых 41,1 % — представители профессий вне сферы образования; 27,1 % — студенты БГЭУ; 18,7 % — преподаватели БГЭУ. Большинство респондентов — женщины (70,1 %).

По результатам опроса, наиболее популярными социальными сетями стали Telegram, Instagram, YouTube. В то же время они же являются наиболее удобными, однако количество голосов все же уменьшилось, что говорит о неполной удовлетворенности респондентов.

Для большинства респондентов (45,8 %) социальные сети являются досугом, также 47,7 % ответили, что социальные сети для них — это помощь в случае необходимости; для 45,8 % — ежедневная потребность; а для 26,2 % — трата времени. Социальные сети чаще всего используются для беззаботного времяпрепровождения (62,6 %), а также в рабочих (53,3 %) и учебных (32,7 %) целях, для поиска вдохновения (35,5 %) и для хобби (35,5 %). Чаще всего социальными сетями пользуются дома (87,9 %), на работе (40,2 %) и учебе (31,8 %). Как можно заметить по данным сведениям, преимущественно социальные сети рассматриваются респондентами как средство для внерабочей деятельности.

На вопрос: как часто Вы пользуетесь социальными сетями? — 49,5 % респондентов ответили 3–6 часов в день, 1–2 часа — 29 %, 7–8 часов — 11,2 %, более 8 часов — 10,3 %. Среди участников считают себя зависимыми от социальных сетей 36,4 % опрошенных.

Для большинства респондентов основными недостатками социальных сетей являются реклама (72 %) и спам мошенников (46,7 %). Также многими были указаны: недостоверность информации (27,1 %), лаги самих социальных сетей (26,2 %), ненадежное хранение персональных данных (26,2 %) и др.

Отвечая на вопрос: что Вам нравится в социальных сетях? — участники опроса выделили следующие преимущества социальных сетей: доступность, скорость, простота, универсальность, возможность отвлечься от реальности,

различный формат информации, наблюдение за жизнью других людей, музыка, многофункциональность, самовыражение, вдохновение, возможность использовать социальные сети как инструмент интернет-продвижения и др.

49,5 % респондентов считают, что социальные сети способны упростить жизнь в какой-то степени, 43,9 % — согласны с этим утверждением, 6,5% — не согласны. Также респондентам был задан вопрос: есть ли среди Вашего окружения люди, которые не пользуются социальными сетями? На данный вопрос большинство ответило «нет», среди положительных ответов наиболее частый ответ «пенсионеры».

Большинство респондентов были согласны со следующими утверждениями: деловое общение в социальных сетях способно снизить барьеры в общении; перенос рабочих моментов в социальные сети будет отнимать их личное время; не хотелось бы переносить ВСЕ коммуникации по поводу работы в социальные сети; использование социальных сетей в рабочих целях не скажется отрицательно на здоровье.

Смешивание личного и рабочего общения в социальных сетях не является проблемой для 51,4 % участников, терпимую, не критичную проблему создает для 34,5 % и для 14,1 % создает определенные неудобства.

Рабочий чат уже есть у большинства респондентов, причем 54,2 % участников отметили, что в нем активно решаются многие рабочие вопросы; 28 % — решаются как рабочие, так и личные вопросы; 4,7 % — только для обсуждения личных вопросов. 4,7 % участников хотели бы иметь рабочий чат и 8,3 % — не хотели бы.

Также респондентами были выделены плюсы и минусы рабочих чатов.

Плюсы: удобный и быстрый контакт; минимизация искажений информации; хранение информации.

Минусы: заспамленность бесполезными сообщениями; личные вопросы; лишняя информация; отсутствие временных ограничений; вторжение в личное пространство; игнорирование важных вопросов.

Также мы предложили варианты использования социальных сетей в рабочих целях.

Наибольший процент (57 %) набрала идея получения плана мероприятий на определенный период. Также были поддержаны идеи получения заданий через мессенджеры (42,10 %) и проведения онлайн-совещаний (38,30 %). Однако в комментариях к опросу те респонденты, на работе которых уже практикуют онлайн-совещания, отметили, что это очень неудобно и они хотели бы вернуться в прежний формат.

Основные причины, почему респонденты были бы против переноса всех или части деловых коммуникаций в социальные сети: люблю живое общение (55,1 %); не хочу, чтобы мой контакт был легко доступен другим людям (31,8 %); не хочу, чтобы меня игнорировали по поводу важных вопросов (30,8 %); плохой интернет (23,4 %); неудобно (18,7 %) и др.

Можно заметить, что большинство респондентов согласны с тем, что социальные сети способны упростить жизнь, однако на практике нет полной удовлетворенности от этого: нарушение личных границ и перегруз рабочих

чатов/групп/сообществ ненужной информацией. Данные проблемы возникают из-за нарушений этических правил деловой переписки. Необходимо заранее оговаривать требования к поведению участников общения.

Таким образом, социальные сети можно использовать для повышения эффективности внутренних коммуникаций, потому что это способно ускорить внутренние контакты и улучшить степень распространения рабочей информации. Однако во избежание получения обратного эффекта необходимо учесть следующие моменты: обозначение этических норм модераторами чатов/групп/сообществ; проведение локальных опросов среди сотрудников перед внедрением новых программ, связанных с социальными сетями; использование платформ, на которых участники смогут скрыть свою контактную информацию от коллег при своем желании; использование наиболее популярных и удобных социальных сетей среди работников; получение работниками рассылки с планом мероприятий на определенный период.

Источники

1. Как меняется аудитория социальных сетей и мессенджеров [Электронный ресурс] // SKILLFACTORYMEDIA. — Режим доступа: <https://blog.skillfactory.ru/auditoriya-soczialnyh-setej-i-messendzherov-v-2022-godu/>. — Дата доступа: 14.10.2023.
2. Ашманов, И. С. Цифровая гигиена / И. С. Ашманов, Н. И. Касперская. — СПб : Питер, 2022. — 400 с.

А. А. Мазур

Научный руководитель — кандидат экономических наук,
доцент З. М. Горбылева

ЗЕЛЕННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ТУРИЗМЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Зеленые инвестиции в туризме становятся все более актуальными из-за растущего осознания необходимости сохранения природы и бережного отношения к окружающей среде.

Туризм является одной из самых быстрорастущих отраслей мировой экономики, но он также может оказывать негативное воздействие на окружающую среду. Зеленые инвестиции в туризме помогают снизить отрицательное воздействие туризма на природу и обеспечить устойчивое развитие отрасли. Кроме того, такие инвестиции могут привлечь больше туристов, разделяющих ценности устойчивого туризма, что приведет к увеличению доходов и созданию новых рабочих мест в туристической отрасли.