

Основой для создания конкурентного преимущества является концепция агроэкоусадьбы, выстроенная вокруг идеи национальной идентичности и полного погружения в сельскую жизнь Беларуси. Это подразумевает не декларацию, а реальную практику ведения органического сельского хозяйства, возможность для гостей участвовать в традиционных сельхозработах, знакомство с местными ремеслами и гастрономическими традициями. Превращение гостя из пассивного наблюдателя в активного участника процесса создает глубокую эмоциональную связь и формирует уникальный опыт.

Ярким примером является агроэкоусадьба «Вольный мельник» в Минской области. Важнейшим ее стратегическим направлением является экологическая и социальная ответственность, соответствующая принципам зеленой экономики, реализуемой в Беларуси. Преимущества получают усадьбы, демонстрирующие реальную заботу об окружающей среде: использующие возобновляемые источники энергии, системы сбора дождевой воды, органическое земледелие. Интеграция в локальный контекст через поддержку местных производителей, сотрудничество с краеведческими музеями, проведение совместных мероприятий с местными жителями не только усиливают аутентичность, но и создают положительный имидж усадьбы как социально ответственного бизнеса.

Формирование конкурентных преимуществ агроэкоусадьбы в Беларуси представляет собой комплексный процесс, основанный на триаде «национальная аутентичность — экологическая устойчивость — цифровое присутствие», что соответствует общереспубликанским приоритетам развития.

Источник

1. Соповещание о развитии районов Припятского Полесья // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. — URL: <https://president.gov.by/ru/events/sovesanie-po-razvitiu-rajonov-pripat-skogo-poles-a> (дата обращения: 10.11.2025).

М. А. Кунтикова, В. С. Лесина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. А. Голуб

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФИНАНСЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Современная парадигма финансового менеджмента выходит за рамки традиционного анализа отчетности, интегрируя поведенческие аспекты в систему управления. Альтернативой выступают пове-

денческие финансы, которые не заменяют, а существенно обогащают традиционный инструментарий, позволяя управлять не только цифрами в отчетности, но и скрытыми мотивами клиентов и сотрудников.

Рассмотрим направления применения поведенческих финансов в системе управления на примере туристической организации ООО «Колесо путешествий»:

1. Оптимизация системы мотивации менеджеров по продажам на основе поведенческих стимулов, внедрение нелинейной системы бонусов, где вознаграждение резко возрастает после достижения плановых показателей [1].

2. Поведенчески ориентированное ценообразование и управление денежными потоками. Принимаются меры по сокращению операционного цикла и увеличению предоплат: внедрение системы скидок за раннее бронирование, что мотивирует клиентов оплачивать туры заранее и улучшает прогнозируемость денежных потоков.

3. Управление финансовыми рисками через призму поведенческих предубеждений. Разработка и формализация в учетной политике организации четких правил отражения выручки от реализации туров приводит к повышению достоверности финансовой отчетности и формированию более реальной картины финансового состояния компании [1].

4. Поведенческие аспекты в управлении затратами и себестоимостью тура. Снижение влияния «ментального учета» на неэффективные расходы. Анализ и пересмотр договоров с поставщиками услуг с учетом «эффекта владения»: долгосрочное сотрудничество не должно приводить к необоснованному завышению затрат по инерции. Внедрение системы центров финансовой ответственности (ЦФО), где руководители направлений несут ответственность за маржинальность, что борется с их склонностью к нерациональному завышению затрат на рекламу и продвижение.

5. Интеграция поведенческих инсайтов в финансовое планирование и бюджетирование, повышение точности бюджетов и планов. При разработке бюджета продаж и денежных потоков учитываются «стадный инстинкт» и сезонные поведенческие паттерны клиентов. Использование «преодоления сценария по умолчанию» при планировании: не экстраполяция прошлых тенденций, а активное формирование будущего спроса через управляемые поведенческие триггеры. В результате происходят: повышение обоснованности и точности финансовых планов, снижение отклонений факта от плана [2].

Интеграция инструментов поведенческих финансов в систему управления ООО «Колесо Путешествий» позволяет перейти от пассивного учета финансовых результатов к активному формированию желаемого финансового состояния компании. Управление ценообразованием, денежными потоками, затратами через призму когнитивных искажений создает мощный рычаг для повышения маржинальности, ликвидности и финансовой устойчивости.

Источники

1. *Ревенко, С. Н.* Управление финансовыми рисками: поведенческий аспект / С. Н. Ревенко // Банковский вестник. — 2022. — № 5. — С. 25–32.
2. *Горецкая, В. А.* Поведенческие финансы: применение теории перспектив в управлении финансами / В. А. Горецкая // Финансовый менеджмент. — 2024. — № 4. — С. 45–53.

А. В. Курц
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **М. В. Козловская**

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖЕРА КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР УСПЕХА

Эмоциональный интеллект руководителя проекта является ключевым фактором успешной реализации туристских проектов, поскольку определяет качество управленческих решений и эффективность профессионального взаимодействия. Эмоциональный интеллект — способность понимать свои эмоции, эмоции других и использовать эти данные для управления поведением и взаимодействием. Рассмотрим ключевые компоненты эмоционального интеллекта и их проявление в работе менеджера туристских проектов.

Самосознание позволяет руководителю проекта осознавать собственные эмоциональные реакции и оценивать их влияние на процесс управления. Например, менеджер, заметив собственное напряжение из-за задержки трансфера, сознательно выбирает спокойный тон общения с командой, предотвращая паническую реакцию и нервность среди сотрудников.

Саморегуляция помогает контролировать импульсивные реакции и поддерживать профессиональное поведение в условиях неопределенности. Так, при возникновении задержки поставок рекламных материалов для турпродукта руководитель проекта сохраняет спокойствие, пересматривает план работ и предлагает альтернативные решения, минимизируя негативное влияние на сроки запуска продукта.

Эмпатия способствует точному пониманию эмоционального состояния участников проекта и повышает эффективность взаимодействия. Например, при разработке сезонной программы туров менеджер замечает признаки перегрузки у специалистов по бронированию и временно перераспределяет задачи, предотвращая снижение их работоспособности и риск ошибок при взаимодействии с клиентами.

Развитые социальные навыки позволяют руководителю проекта выстраивать конструктивные отношения с внешними партнерами