

с минимальным бюджетом показывать ей рекламное предложение на основе заданных критериев и автоматическом улучшении параметров кампании в ходе ее работы. Таргетинг в чистом виде заключается в показе объявлений аудитории, задавая в качестве исходных параметров их характеристики. При этом поисковые запросы пользователей могут не учитываться. Главное – установить портрет потребителя.

Медийная реклама помогает повысить узнаваемость товара и улучшить его имидж, ее можно запустить по широкому спектру площадок – от баннеров на сайтах до роликов на билбордах. Рекламодателю доступен большой набор настроек аудитории.

Популярный метод продвижения товара – контекстная реклама. Она берёт за основу объявления, которые показывают в выдаче поисковых систем по определенным запросам. Ее показывают на сайтах тем, кто вводил релевантные запросы в поисковую систему или уже заходил на тот или иной сайт. Смысл в том, чтобы охватить аудиторию, интересующуюся нужной продавцу тематикой, и это не обязательно поиск самого товара.

SMM – продвижение в социальных сетях. При помощи оформления определенной группы или сообщества привлекаются подписчики, а потом осуществляется взаимодействие с ними. Дополнительный канал коммуникации с пользователями позволяет сформировать нужную репутацию бренда и повысить лояльность к нему, а также увеличить охват аудитории. Для того, чтобы потребители чувствовали отклик на их запросы и потребности, необходимо поддерживать постоянную связь с клиентами как существующими, так и потенциальными. Общение с аудиторией равно продажам.

Кроме того, используется такой метод продвижения товара в интернете, как Email-маркетинг. Такой электронный маркетинг действует сразу. Рассылки уведомляют пользователей о событиях на сайте, связанных с его активностью – регистрация, сообщения от администрации и т. д. Применяются серийные рассылки с полезной информацией или рекламные, которые помогают узнать потребителям о новых акциях, позволяют делать персонализированные предложения.

Чтобы успешно вести бизнес в интернете, нужно постоянно следить за трендами и изучать новые технологии продвижения товаров и услуг. Каждый предприниматель выбирает наиболее подходящий вариант для своего бизнеса. Самое главное – постоянно развивать свой сайт, смотреть на него глазами покупателя, не останавливаться в совершенствовании и искать новые способы продвижения.

## Литература

1 Гордовский, Д. Эффективные способы продвижения товара в Интернете [Электронный ресурс] / Д. Гордовский. – Режим доступа : <https://blog.calltouch.ru>. – Дата доступа : 29.03.2021.

**Т. В. Плашкова**  
Науч. рук. **И. В. Глухова**,  
ст. преподаватель

## ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ КОНСОЛИДИРОВАННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Согласно Ст.6 Бюджетного кодекса Республики Беларусь, «... в бюджетную систему как самостоятельные части включаются республиканский бюджет и местные бюджеты» [1]. В свою очередь последние подразделяются на бюджеты первичного, базового и областного

уровня. В данном документе определено понятие «консолидированного бюджета», под которым понимают «... свод бюджетов на соответствующей территории без учета межбюджетных трансфертов» [1]. Консолидированный бюджет Республики Беларусь включает республиканский бюджет, консолидированные бюджеты областей и г. Минска. Согласно бюджетной классификации доходов, к ним относят налоговые доходы, взносы на государственное социальное страхование, неналоговые доходы и безвозмездные поступления.

Доходы консолидированного бюджета Республики Беларусь в 2020 г. составили 39139,7 млн. руб., что выше уровня 2019 г. на 1 %. В структуре доходов консолидированного бюджета преобладали доходы республиканского бюджета (60,26 %), а доходы местных бюджетов находились на уровне 39,74 % [2]. Однако следует отметить, что в 2019 г. соотношение доходов по видам бюджетов выглядело несколько иначе: доходы республиканского бюджета – 50,7 %, местных бюджетов – 49,3 %.

В структуре доходов консолидированного бюджета по территориальному признаку лидирующие позиции в 2019–2020 гг. занимал г. Минск и Минская область, на долю которых приходилось 13,5 % и 8,4 % соответственно [2]. Наименьший показатель имела Гродненская область – 5,7 % в 2020 г. Наметилась тенденция к увеличению вклада Гомельской области в формировании доходной части бюджета, который составил 8,2 % в 2020 г., что выше уровня 2019 г. на 0,5 п.п. При этом следует отметить, что бюджеты всех областей и г. Минска были выполнены на 100 % по отношению к установленному годовому плану.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что г. Минск и Минская область являются регионами, в которых генерируется наибольшее количество доходов консолидированного бюджета страны. Неравномерность формирования доходной части сводного бюджета по областям вызвана многими факторами, среди которых особенности размещения производства по территории страны, инвестиционная привлекательность регионов, имеющийся дисбаланс в уровне социально-экономического развития отдельных территорий и многие другие факторы.

#### Литература

1 Бюджетный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: 16 июля 2008 г., № 412-З: принят Палатой представителей 17 июня 2008 г.: одобр. Советом Респ. 28 июня 2008 г.: в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.– Минск, 2021.

2 Бюллетень об исполнении консолидированного и республиканского бюджета 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://minfin.gov.by>. – Дата доступа : 19.04.2021.

*Д. В. Предкова*

*Науч. рук. Т. А. Шердакова,*

*ст. преподаватель*

### ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ДОХОДОВ УЧРЕЖДЕНИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях хозяйствования здравоохранение в Республике Беларусь имеет важное значение для развития экономики страны. С этой целью разрабатываются национальные проекты, которые направлены на улучшение качества повышение здоровья населения [1]. Важным аспектом в данном случае является финансирование сферы здравоохранения.