

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ – 2025**

Сборник научных трудов

Брест 2025

УДК 330(476)
ББК 674.480.46
А 43

Рецензенты: **Сплошнов С. В.** – к. э. н., доцент, заведующий кафедрой цифровых технологий и менеджмента в производстве ГУО ИНСТИТУТ «КАДРЫ ИНДУСТРИИ» (г. Минск, Республика Беларусь)
Давыдова Н. Л. – к. э. н., доцент, заведующий кафедрой банкинга и финансовых рынков учреждения образования «Полесский государственный университет» (г. Пинск, Республика Беларусь)
Варакулина М. В. – к. э. н., доцент, преподаватель Брестского филиала ЧУО «Колледж бизнеса и права» (г. Брест, Республика Беларусь)

Редакционная коллегия: Проровский Андрей Геннадьевич – заведующий кафедрой мировой экономики, маркетинга, инвестиций БрГТУ, к. т. н., доцент
Кисель Елена Ивановна – доцент кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций БрГТУ, к. т. н., доцент
Надеина Надежда Григорьевна – доцент кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций БрГТУ, к. т. н., доцент
Бережная Галина Геннадьевна – старший преподаватель кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций БрГТУ
Хутова Елена Ивановна – старший преподаватель кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций БрГТУ
Зацепина Елизавета Владимировна – доцент кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций БрГТУ

А 43 Актуальные проблемы современных экономических систем – 2025: сборник научных трудов; редкол.: А. Г. Проровский [и др.]. – Брест : Издательство БрГТУ, 2025. – 224 с.

ISBN 978-985-493-660-4

Сборник научных трудов посвящен 30-летию экономического факультета Брестского государственного технического университета.

В нем анализируются проблемы современных экономических систем различных сфер деятельности и вырабатываются рекомендации по их развитию. Сборник научных трудов интересен специалистам, преподавателям высшей школы, аспирантам, магистрантам и студентам экономических специальностей.

УДК 330(476)
ББК 674.480.46

ISBN 978-985-493-660-4

© Издательство БрГТУ, 2025

ПРЕДИСЛОВИЕ

Современные экономические системы сталкиваются с множеством вызовов, которые отражают сложность глобализированного мира, технологический прогресс и социально-политические трансформации. Проблемы современной экономической системы включают несколько ключевых аспектов:

- геополитическая нестабильность, санкции, ограничение доступа к ресурсам и технологиям, а также доминирование финансового спекулятивного капитала над производственным создают дополнительные риски для устойчивого развития;

- высокий уровень инфляции и низкая производительность труда;

- неравномерное развитие отраслей и регионов;

- монополизация и сложности для малого и среднего предпринимательства;

- растущее неравенство, структурная безработица и снижение уровня жизни в условиях медленного экономического роста;

- чрезмерная эксплуатация природных ресурсов (воды, лесов, полезных ископаемых) угрожает устойчивости экосистем;

- роботизация и ИИ вытесняют работников из традиционных секторов (производство, логистика), создавая структурную безработицу;

- протекционизм (например, санкции, тарифы) разрушает международное сотрудничество и замедляет рост

- неолиберальные реформы снижают доступность образования, здравоохранения и пенсий, особенно в развивающихся странах.

Таким образом, современные экономические системы сталкиваются с комплексом производственных, распределительных, финансовых и социальных проблем, требующих комплексных решений и адаптации к новым глобальным условиям.

Республика Беларусь демонстрирует восстановление инвестиций в основной капитал и постепенный рост инновационной активности. Для повышения конкурентоспособности белорусской экономике необходимы структурные изменения в области цифровизации и высвобождения экономических механизмов. В Республике Беларусь в 2025 году основные экономические проблемы связаны с высокой инфляцией, ограничениями из-за санкций, отрицательным сальдо торгового баланса, ужесточением денежно-кредитной политики и рисками рецессии в экономике.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А. Г. Проровский
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье проведен анализ развития белорусской экономики. Сделаны выводы и предложения по развитию белорусской экономики для снижения влияния турбулентности мировой экономики.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, мировая экономика, цифровизация.

ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF BELARUS IN CONDITIONS OF INSTABILITY OF THE GLOBAL ECONOMY

A. G. Prarouski
Brest State Technical University
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article analyzes the development of the Belarusian economy. Conclusions and suggestions are made on the development of the Belarusian economy to reduce the impact of global economic turbulence.

Keywords: investments, innovations, world economy, digitalization.

Введение

Мировая экономика в настоящее время находится в состоянии наложения циклических кризисов рыночной экономики на системный кризис, вызванный структурными диспропорциями.

Основные причины нестабильности в мировой экономике [1].

1. Геополитические конфликты, которые в условиях экономической нестабильности будут происходить чаще и масштабы их будут расти.

2. Тарифные войны приведут к повышению издержек для мировой экономики и фрагментизации единых экономических систем.

3. Инфляция и жесткая монетарная политика приводят к замедлению экономического роста и изменению структуры потребления.

4. Последствия пандемии COVID-19 продолжают сказываться на мировой экономике из-за значительного повышения суверенных долгов и дисбалансов на рынках труда.

5. Климатические изменения отрицательно влияют на инфраструктуру и сельское хозяйство. А переход к «зеленой» экономике требует огромных инвестиций, что создает риски для традиционных отраслей.

6. Финансовые пузыри привели к перегревам на фондовом рынке и рынке недвижимости.

7. Технологические сдвиги в области искусственного интеллекта и автоматизации меняют структуру занятости.

Все эти факторы приводят к снижению темпов экономического роста, обострения социальных проблем, миграционным кризисам, снижения эффективности деятельности мировых экономических институтов.

Мировая экономика в 2023 и 2024 годах растет. Но в ведущей экономике Европейского Союза, в Германии, по итогам 2023 и 2024 год падение ВВП составило 0,5 %. ВВП Японии упал в 2024 г. без перспективы активного роста на 2025–2026 гг. Страны с формирующимся рынком и развивающиеся страны в среднем показывают рост 4,2 %, но этот рост неоднороден и неустойчив (рисунок 1).

(Реальный ВВП, годовое процентное изменение)	ОЦЕНКА	ПРОГНОЗЫ	
	2024	2025	2026
Мировой объем производства	3,2	3,3	3,3
Страны с развитой экономикой	1,7	1,9	1,8
США	2,8	2,7	2,1
Зона евро	0,8	1,0	1,4
Германия	-0,2	0,3	1,1
Франция	1,1	0,8	1,1
Италия	0,6	0,7	0,9
Испания	3,1	2,3	1,8
Япония	-0,2	1,1	0,8
Соединенное Королевство	0,9	1,6	1,5
Канада	1,3	2,0	2,0
Другие страны с развитой экономикой	2,0	2,1	2,3
Страны с форм. рынком и развивающиеся страны	4,2	4,2	4,3
Страны с форм. рынком и развивающиеся страны Азии	5,2	5,1	5,1
Китай	4,8	4,6	4,5
Индия	6,5	6,5	6,5
Страны с форм. рынком и развивающиеся страны Европы	3,2	2,2	2,4
Россия	3,8	1,4	1,2
Латинская Америка и Карибский бассейн	2,4	2,5	2,7
Бразилия	3,7	2,2	2,2
Мексика	1,8	1,4	2,0
Ближний Восток и Центральная Азия	2,4	3,6	3,9
Саудовская Аравия	1,4	3,3	4,1
Страны Африки к югу от Сахары	3,8	4,2	4,2
Нигерия	3,1	3,2	3,0
Южная Африка	0,8	1,5	1,6
Для справки:			
Страны с форм. рынком и страны со средним доходом	4,2	4,2	4,2
Развивающиеся страны с низким доходом	4,1	4,6	5,4

Рисунок 1 – Годовое изменение ВВП, % [2]

Валовой внутренний продукт Республики Беларусь в первой половине 2022 года упал, потом произошла стабилизация (рисунок 2). В 2023–2024 гг. в Республике Беларусь ВВП растет уверенными темпами. Но с августа 2024 года темпы роста ВВП начали снижаться.

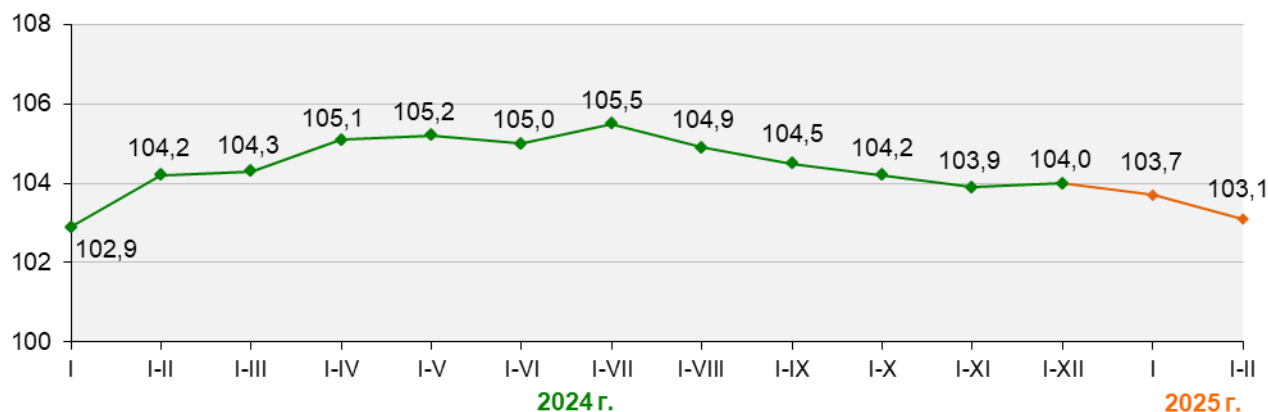


Рисунок 2 – Валовой внутренний продукт Республики Беларусь [3]

Глобальные потоки прямых иностранных инвестиций в мире (ПИИ) снижаются (рисунок 3). Особенно очевидна эта тенденция в секторе «Проектного финансирования».

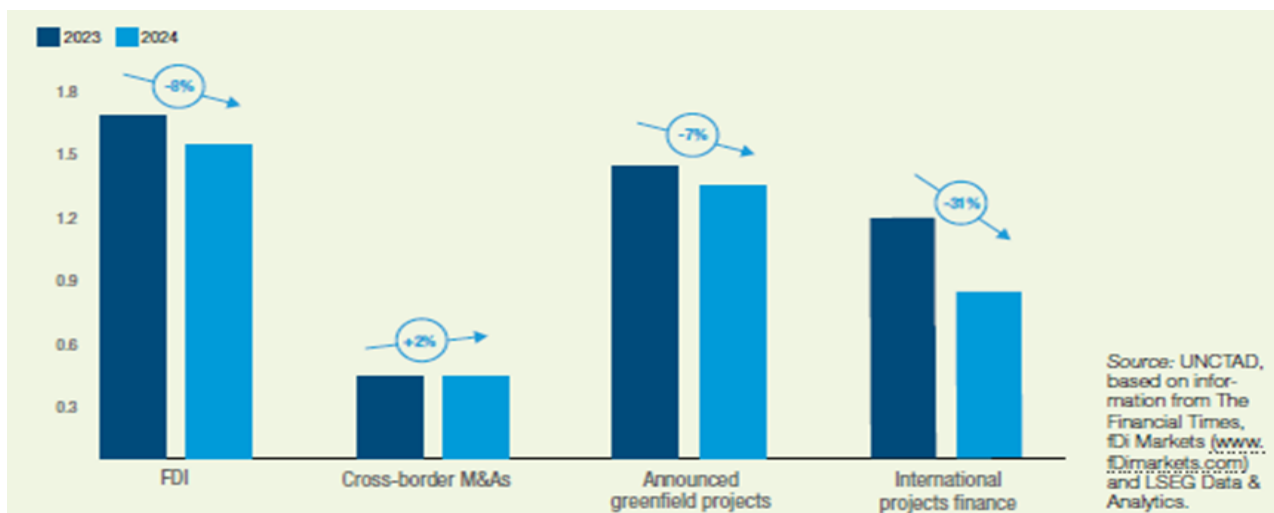


Рисунок 3 – Прямые иностранные инвестиции в мире (миллиардов долларов США) [4]

В Республике Беларусь в 2024 году продолжился рост инвестиций в основной капитал после падения в 2022 году (рисунок 4).

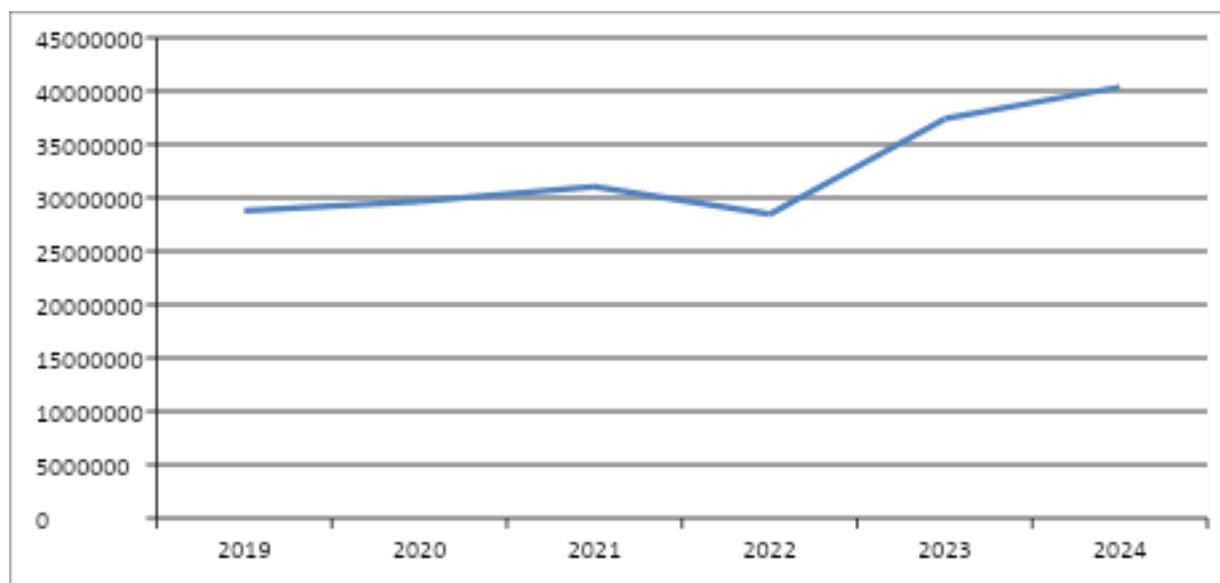


Рисунок 4 – Объем инвестиции в основной капитал в Республике Беларусь (млрд руб.) [3]

Но в условиях ограниченных финансовых ресурсов Республике Беларусь необходимо сосредоточиться на инвестировании в цифровизацию, что позволит структурно изменить ее экономику.

Реальная заработная плата в Республике Беларусь растет более быстрыми темпами, чем производительность труда (рисунок 5). В долгосрочной перспективе эта тенденция станет проблемой. В условиях дефицита трудовых ресурсов стране необходимо инвестировать в значительное повышение производительности труда. Этого можно добиться через повсеместную цифровизацию и использование искусственного интеллекта.

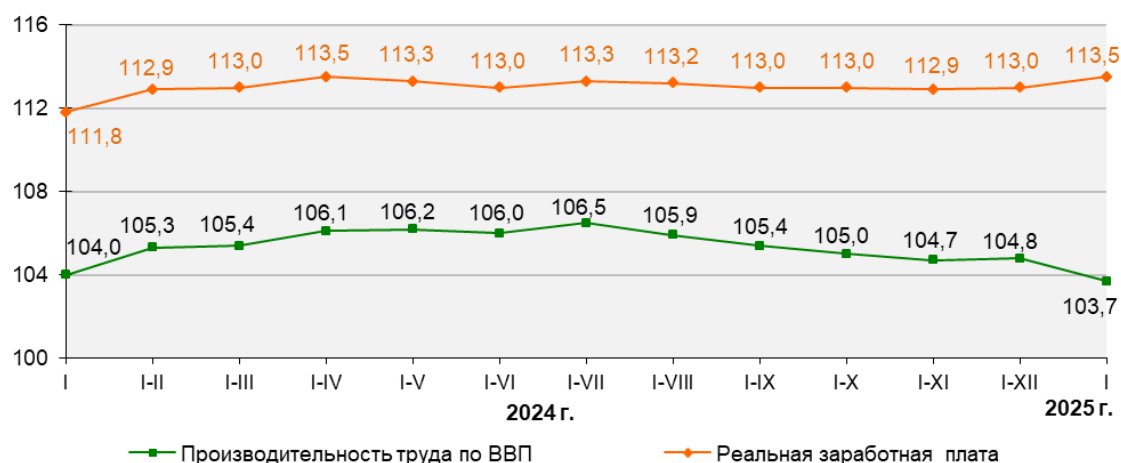


Рисунок 5 – Производительность труда и реальная заработная плата (в % к соответствующему периоду предыдущего года) [3]

Производство продукции сельского хозяйства растет (рисунок 6), но темпы роста снижаются. Значительных структурных различий в темпах производства продукции сельского хозяйства не наблюдается.

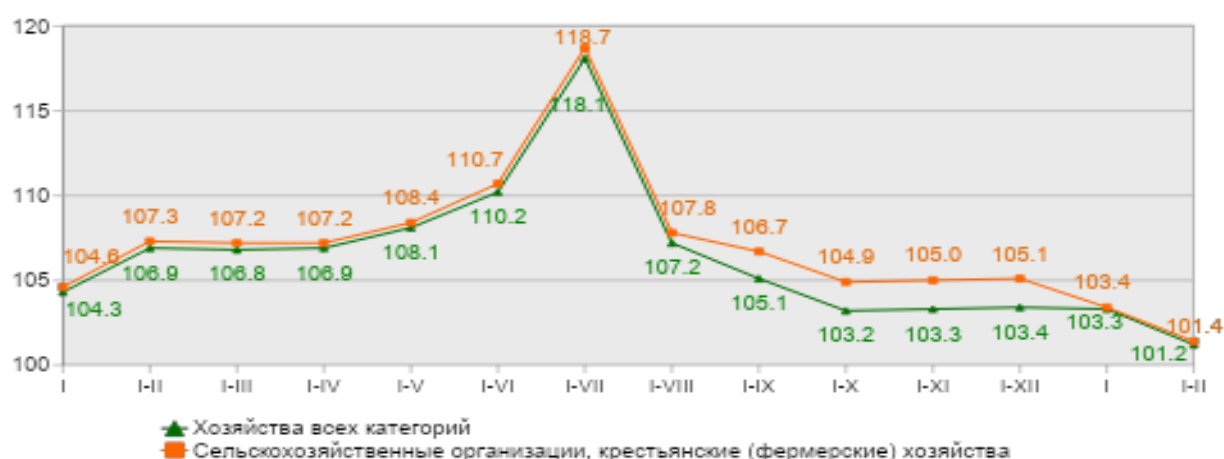


Рисунок 6 – Производство продукции сельского хозяйства (в % к соответствующему периоду предыдущего года; в сопоставимых ценах) [3]

Темпы промышленного производства в Республике Беларусь достигли пика в мае 2024 г. (рисунок 7). Но несмотря на это, рост продолжается.

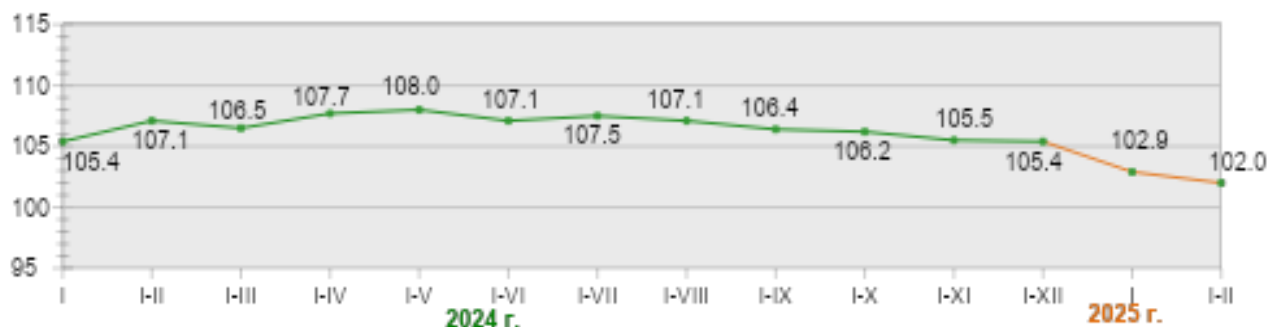


Рисунок 7 – Промышленное производство (в % к соответствующему периоду предыдущего года; в сопоставимых ценах) [3]

Объем подрядных работ растет и темпы роста в начале 2025 г. повысились (рисунок 8).

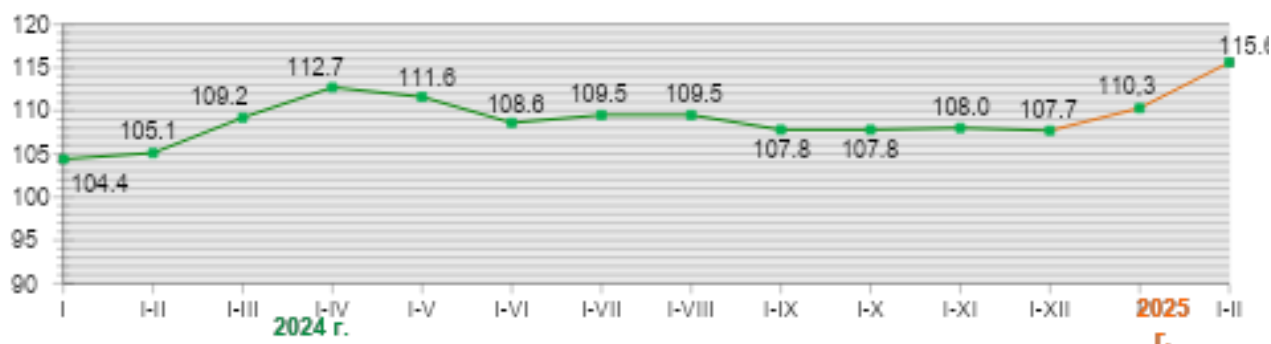


Рисунок 8 – Индексы объема подрядных работ (в % к соответствующему периоду предыдущего года; в сопоставимых ценах) [3]

Грузооборот после роста в 2024 г. показал отрицательные значения роста в 2025 г. (рисунок 9). Этот показатель является одним из индикаторов состояния экономики.

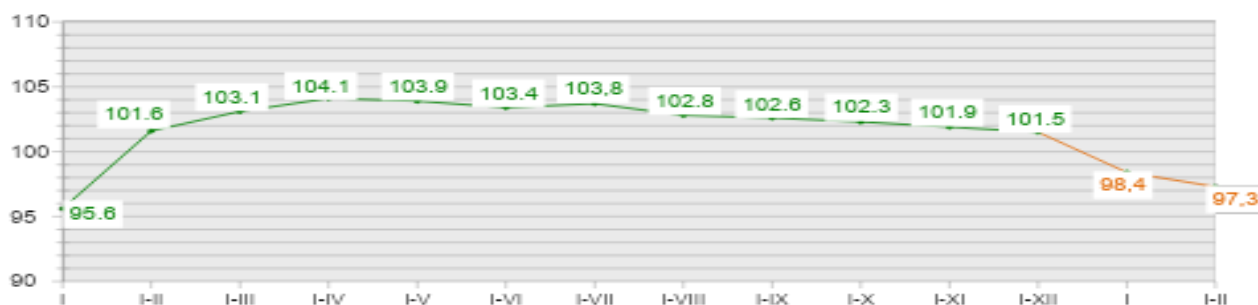


Рисунок 9 – Грузооборот транспорта (в % к соответствующему периоду предыдущего года) [3]

Оптовый товарооборот так же, как и грузооборот, после роста в 2024 г. снижается в 2025 г. (рисунок 10).



Рисунок 10– Оптовый товарооборот (в % к соответствующему периоду предыдущего года; в сопоставимых ценах) [3]

Розничный товарооборот растет в Республике Беларусь на протяжении 2024–2025 гг. (рисунок 11). Товарооборот непродовольственных товаров растет более высокими темпами.

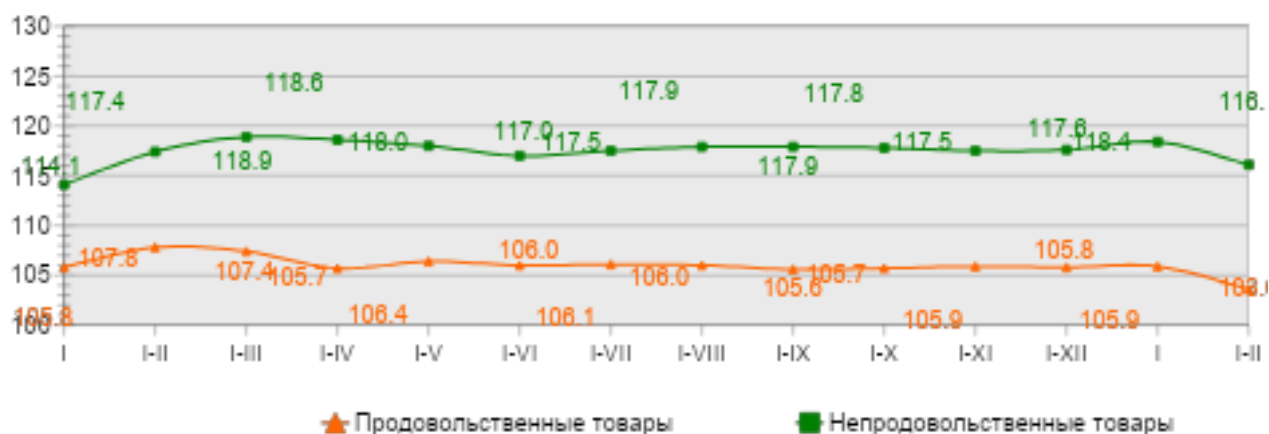


Рисунок 11 – Розничный товарооборот продовольственных и непродовольственных товаров (в % к соответствующему периоду предыдущего года; в сопоставимых ценах) [3]

Импорт товаров стал превышать экспорт во внешней торговле Республики Беларусь в июле 2024 г. (рисунок 12). Эта тенденция резко ухудшилась в 2025 г. Отрицательное сальдо торговли товарами частично покрывается положительным сальдо торговли услугами.

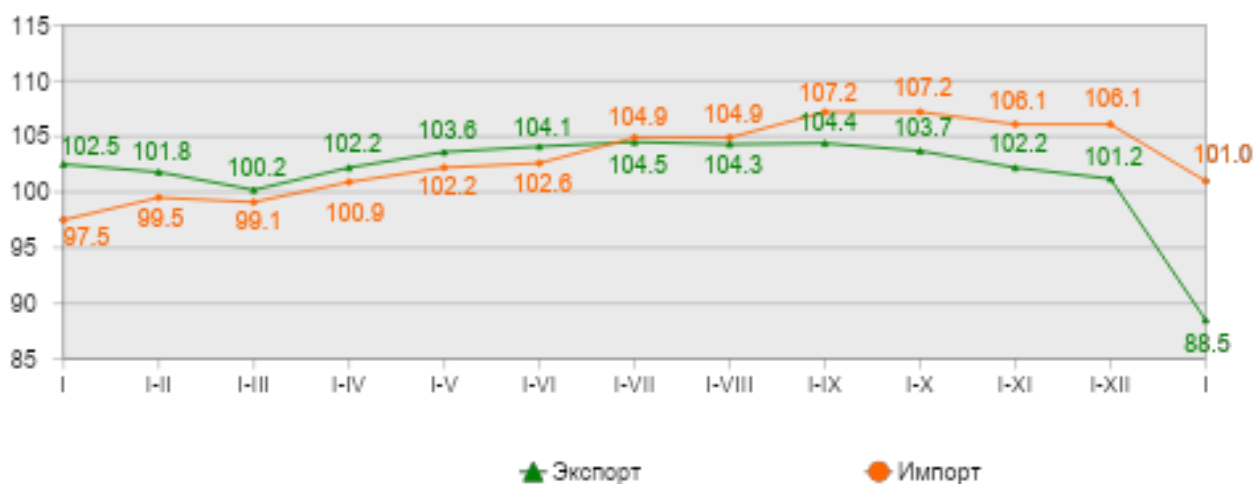


Рисунок 12 – Экспорт и импорт товаров (в % к соответствующему периоду предыдущего года) [3]

Анализируя результаты деятельности организаций государственной и с долей государственной собственности 50 % можно прийти к следующим выводам (таблица 1):

1. В этих организациях работает 38,4 % списочной численности работников.
2. Государственный сектор сфокусирован на работу на внутреннем рынке.
3. Объем промышленного производства и объем подрядных работ показывает большую долю, чем количество занятых в секторе.
4. Государственный сектор вышел из торговли и общественного питания.

Таблица 1 – Удельный вес организаций государственной и с долей государственной собственности 50 % и более в основных экономических показателях Республики Беларусь январь – декабрь 2024 года (в процентах) [3]

	Республика Беларусь
Списочная численность работников в среднем за январь – декабрь 2024 г.	38,4
Экспорт товаров	32,7
Импорт товаров	9,8
Экспорт услуг	16,0
Импорт услуг	19,4
Объем промышленного производства	55,7
Объем подрядных работ	42,7
Розничный товарооборот организаций торговли	4,0
Товарооборот общественного питания	7,1
Инвестиции в основной капитал	54,9
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	49,0

Республике Беларусь в условиях турбулентности мировой экономики необходимо добиться значительного прогресса в инновационной сфере, в первую очередь в области цифровых технологий. Это решит сразу несколько проблем [5].

1. Повысит производительность труда.

2. Позволит сосредоточить усилия на направлениях экономики с высокой добавленной стоимостью в условиях фрагментизации мировой экономики.

3. Повысит конкурентоспособность всех отраслей белорусской экономики.

Повышение уровня цифровизации в Республике Беларусь требует комплексного подхода, включающего государственные инициативы, развитие инфраструктуры, образования, поддержку предпринимательства и сотрудничества на международном уровне.

Для этого необходимо следующее.

1. Развитие цифровой инфраструктуры (дальнейшее расширение доступа к Интернету, обеспечение высокоскоростной интернет на всей территории, развитие сети 5G и оптоволоконного соединения, развитие сети data-центров для хранения информации и поддержки облачных технологий).

2. Развитие цифровых навыков населения (различные образовательные программы по цифровой грамотности в школах и вузах, развитие сотрудничества с IT-компаниями для создания стажировок и образовательных проектов).

3. Электронное правительство и цифровые госуслуги (цифровизация госаппарата, развитие открытых данных (open data) для контроля за госрасходами и решениями, внедрение блокчейна для контроля в госзакупках).

4. Поддержка IT-сектора и стартапов (налоговые льготы для IT-компаний и стартапов, создание технопарков и инновационных кластеров, упрощение процедур регистрации IT-стартапов, привлечение иностранных инвестиций через улучшение бизнес-климата, создание государственного фонда для поддержки стартапов, продвижение белорусских IT-решений на международных рынках).

5. Цифровизация ключевых отраслей экономики.

6. Повышение кибербезопасности.

7. Международное сотрудничество.

8. Финансирование цифровизации.

9. Пропаганда цифровых технологий.

10. Мониторинг и оценка (внедрение КРІ (ключевых показателей эффективности) для цифровых проектов, сбор статистической информации и регулярные отчеты о прогрессе на ресурсах Национального статистического комитета Республики Беларусь).

Для успеха важно сочетание политической воли, инвестиций в инфраструктуру и образование, а также вовлечение всех слоев общества. Цифровизация должна быть ориентирована на улучшение качества жизни граждан, рост экономики и повышение конкурентоспособности страны на глобальном уровне. Без грамотных и своевременных действий риски будут расти.

Заключение

Белорусская экономика успешно развивается, но в условиях турбулентности мировой экономики она сталкивается с рядом рисков и угроз. И необходимо предпринять ряд шагов для повышения конкурентоспособности белорусских предприятий на мировом рынке и повышения эффективности деятельности за счет повышения производительности труда.

Список использованных источников

1. Проровский, А. Г. Экономическое развитие Республики Беларусь в условиях внешних рисков / А. Г. Проровский // Социально-экономические предпосылки и результаты развития новых технологий в современной экономике : материалы VI Междунар. науч. конф., г. Нижний Новгород, 14 февр. 2024 г. – Н. Новгород : Нац. исслед. Нижегородский гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского, 2024. – С. 154–161.

2. International Monetary Fund. – URL: <https://www.imf.org/ru/Publications/WEO/Issues/2025/01/17/world-economic-outlook-update-january-2025> (date of access: 06.05.2025).

3. Национальный статистический комитет : [сайт] – URL: https://www.belstat.gov.by/-ofitsialnayastatistika/publications/izdania/public_bulletin/index_148793/ (дата обращения: 06.05.2025).

4. UN Trade and Development. – URL: <https://unctad.org/publication/global-investment-trends-monitor-no-48> (date of access: 06.05.2025.)

5. Проровский, А. Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в регионах Республики Беларусь / А. Г. Проровский // Предпринимательство и национальная безопасность. – Минск : Акад. управления при Президенте Респ. Беларусь, 2024. – С. 151–173.

О СПЕЦИФИКЕ ЭКОНОМИКИ ВОЕННОГО ВРЕМЕНИ: ОПЫТ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

А. В. Золотов

**Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н. И. Лобачевского,
Нижний Новгород, Российская Федерация**

Аннотация. В статье выявлены основные тенденции экономики военного времени: структурный сдвиг в производстве, уменьшение фонда накопления, дефицит трудовых ресурсов, привлечение к труду в производстве подростков и женщин, централизация регулирования экономики. Сделаны выводы об актуальных мерах по обеспечению обороноспособности страны.

Ключевые слова: военная экономика, трудовые ресурсы, централизованное регулирование экономики.

ON THE SPECIFICITY OF WAR-TIME ECONOMY: THE EXPERIENCE OF THE GREAT PATRIOTIC WAR

A. V. Zolotov

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod,
Nizhny Novgorod, Russian Federation

Abstract. The article identifies the main trends of the wartime economy: a structural shift in production, a reduction in the accumulation fund, a shortage of labor resources, the involvement of adolescents and women in production, and the centralization of economic regulation. Conclusions were drawn on current measures to ensure the country's defense capability.

Keywords: war economy, labor resources, centralized regulation of the economy.

80-летие Победы советского народа в Великой Отечественной войне дает основание обратиться к анализу опыта военной экономики стран антигитлеровской коалиции. Очевидно, что международная обстановка актуализирует для России значимость этого опыта.

Подготовка к широкомасштабным военным действиям требует изменения структуры экономики в пользу приоритетного развития отраслей, прямо или косвенно обеспечивающих производство вооружений. Как показывает опыт второй мировой войны, это изменение охватывает целый ряд лет и приостанавливается, когда становится очевидным победоносное завершение войны.

В результате подобного структурного сдвига изменяется соотношение между фондами накопления и потребления в пользу последнего. Дело в том, что вооружения не возвращаются в производство в качестве тех или иных средств производства, поэтому с экономической точки зрения они входят в состав фонда потребления. Как следствие в данном фонде возрастает доля вооружений и уменьшается доля предметов личного потребления, что снижает уровень материального благосостояния большинства членов общества или тормозит его рост. Не удивительно, что в странах – союзниках по борьбе с фашистской Германией и милитаристской Японией была введена карточная система распределения товаров народного потребления.

Подобное расширение фонда потребления ограничивает потенциал для инвестиций в производство. Поэтому эффективность экономики военного времени во многом определяется предвоенными достижениями в области машиностроения и особенно – станкостроения. В СССР к началу войны удалось создать развитое станкостроение, обеспечившее промышленность сотнями тысяч современных станков.

Массовая мобилизация в вооруженные силы ведет к дефициту рабочей силы в экономике. Даже в США и Англии с их высоким уровнем предвоенной безработицы развитие военного производства потребовало привлечения дополнительных трудовых ресурсов: из числа женщин-домохозяек и подростков. Так, в США общая численность занятых возросла с 56 млн до 65 млн. Рабочая сила централизованно перераспределялась в пользу военных производств. К сезонным сельскохозяйственным работам привлекались миллионы горожан: женщин и подростков, – и сотни тысяч мексиканских мигрантов.

Потребность в новых трудовых ресурсах в СССР была еще острее с учетом того, что в вооруженные силы за годы войны были призваны 29 млн человек в дополнение к 5 млн, которые несли воинскую службу накануне агрессии фашистской Германии. Кроме того, страна временно утратила территории, на которых проживало свыше 50 млн человек. За годы войны в состав рабочей силы, наряду с уже занятыми, удалось привлечь еще 12 млн человек (женщин, подростков, людей пожилого возраста), из которых 7 млн участвовали в сезонных работах [1, с. 158].

Новые работники даже после прохождения производственного обучения в массе своей были менее квалифицированными, чем призванные на фронт. Понадобилось упростить трудовые функции посредством широкого использования поточного производства, что позволило резко повысить производительность труда на советских промышленных предприятиях.

Обеспечивать потребности военного производства при дефиците рабочих кадров приходилось и за счет удлинения рабочего времени. Продолжительность рабочей недели в США достигла пика в 1943 году [2]. В СССР затраты труда в расчете на месяц увеличились в период Великой Отечественной войны на 22 %, кроме того, были отменены отпуска [3].

Мотив патриотизма был основным в трудовой мотивации советских рабочих, в том числе благодаря работе партийных, профсоюзных и комсомольских организаций на предприятиях. Осуществлялось материальное поощрение эффективного труда. Поэтому в СССР получило широкое распространение движение стахановцев, когда отдельные рабочие и бригады перевыполняли сменные нормы в несколько раз.

Патриотизм был значим и для работников США и Англии. Вместе с тем в этих странах давали о себе знать трудовые конфликты, немыслимые в социалистической экономике. Так, в США происходили стачки против привлечения темнокожих рабочих на высококвалифицированную работу [4]. В Англии, по сообщению министерства авиастроения, рабочие часто считали, что их борьба за улучшение собственного положения имеет приоритет перед стахановским движением [5, с.140].

То, что в СССР, как социалистической стране, военное производство осуществлялось по единому плану, закономерно. Вместе с тем в США и Англии – крупнейших капиталистических странах того времени – роль государства также стала ключевой в организации военной экономики. Так, доля государственных расходов в ВВП Англии достигла в 1943 году рекордных 49,7 %, был отклонен принцип «Бизнес как обычно» [6].

Страны антигитлеровской коалиции по объему выпуска вооружений многократно превосходили своих врагов, что стало экономической основой разгрома фашистской Германии и милитаристской Японии.

Из бесценного опыта регулирования экономики в период Великой Отечественной войны и, в целом, второй мировой войны можно извлечь следующие уроки.

1. Подготовка к масштабной войне включает изменение структуры производства в пользу машиностроения и особенно – станкостроения.

2. В условиях развертывания боевых действий придется столкнуться с дефицитом рабочих кадров в экономике, и особенно, в оборонном производстве. Поэтому понадобится привлечь в производство тех, кто прежде не был в нем занят.

3. Возможность быстрой мобилизации необходимых трудовых ресурсов предполагает практику производственного обучения всего молодого поколения. При выборе молодыми людьми профессий, не связанных с трудом на производстве, целесообразно продолжать такой труд в порядке сочетания с основной работой.

4. Требованиям военного времени соответствует экономика, централизованно управляемая на основе единого плана, принцип «Бизнес как обычно» не обеспечивает обороноспособность.

Список использованных источников

1. Масюк, В. И. Трудовое законодательство СССР в годы Великой Отечественной войны / В. И. Масюк // Вестник Кузбасского университета. – 2015. – № 2 (23). – С. 155–160.
2. Whaples, R. Wake Forest University / R. Whaples // Hours of Work in US History. – URL: <https://eh.net/encyclopedia/hours-of-work-in-u-s-history/> (date of access: 24.05.2025).
3. Вознесенский, Н. Военная экономика СССР в период Отечественной войны / Н. Вознесенский. – М. : ОГИЗ. – 1947. – 190 с.
4. Harper, M. World War II & The American Home Front: A National Historic Landmark Theme Study / M. Harper // National Park Service, Washington, DC. – 2007. – URL: <https://www.nps.gov/articles/000/wwii-american-home-front-economy.htm> (date of access: 24.05.2025).
5. Croucher, R. The Second World War: Remaking the British Working Class? / R. Croucher // Historical Studies in Industrial Relations. – 2021. – Vol. 42, N. 1. – P. 133–143.
6. Broadberry, S. Howlett P. Lessons Learned? British Mobilisation for the Two World Wars / S. Broadberry : Draft paper for conference to honour Mark Harrison : Economic History of Coercion and State Formation, University of Warwick, 31 March – 1 April 2014 y.

ЧТО В РЕАЛЬНОСТИ СТОИТ ЗА ТАРИФНОЙ ВОЙНОЙ Д. ТРАМПА

А. В. Киевич

**Полесский государственный университет,
Пинск, Республика Беларусь**

Аннотация: В статье анализируется состояние дел в глобальной экономике после введения Д. Трампом импортных пошлин; подчеркивается, что перед нами всеми стоят очень большие вызовы в силу сложившихся факторов и обстоятельств на всех рынках, повсеместной неопределенности и нарастания геополитического напряжения.

Ключевые слова: нарастание геополитического напряжения, торговые войны, глобальный кризис, импортные пошлины, инфляция, спад экономики, монетарная политика.

WHAT'S REALLY BEHIND D. TRUMP'S TARIFF WAR

A. V. Kievich

Polesky State University, Republic of Belarus

Abstract. The article analyzes the state of affairs in the global economy after the introduction of import duties by D. Trump; it emphasizes that we all face very big

challenges due to the prevailing factors and circumstances in all markets, widespread uncertainty and growing geopolitical tension.

Keywords: rising geopolitical tensions, trade wars, global crisis, import duties, inflation, economic slowdown, monetary policy.

Как нам известно, 2 апреля 2025 г. Президент США Д. Трамп объявил об импортных пошлинах, которые запустили обвал всех мировых рынков. Инвесторы по всему миру сразу же начали опасаться глобального финансового кризиса и последующей рецессии мировой экономики [1].

Так, с 5 апреля вступила в силу минимальная базовая ставка 10 % для всех стран. С 9 апреля начали работать более высокие ставки для стран, которые подпали под зеркальные пошлины. Но в этот же день Трамп отложил введение масштабных пошлин на 90 дней более чем для 75 стран. Комментируя свое решение, президент США сказал, что эти государства обратились к Вашингтону с просьбой обсудить введение торговых барьеров. С другой стороны, он признал, что распорядился о паузе в ответ на падение на мировых рынках и рассказал, как следил за ситуацией, назвав ее «очень сложной» и «вызывающей тошноту» [2].

В то же время, для Китая все ранее введенные пошлины были сохранены, и общий тариф сейчас составляет 145 %. При этом Китай ответил США тарифами на уровне 125 %.

Паника нарастала постепенно.

Приведем только некоторую информацию на третий день после введения санкций (день третий – 7 апреля, понедельник), и это будет говорить о многом.

В понедельник утром 7 апреля, рынки по всему миру открылись широко-масштабным обвалом. Азиатские фондовые индексы потеряли 7–13 %, европейские – 3–4 %.

До открытия основной сессии в США фьючерсы на основные биржевые индексы теряли в среднем около 2 %. На открытии негативная динамика только усилилась S&P 500, NASDAQ Composite и Dow Jones Industrial Average упали на 4–5 %.

Таким образом, индекс широкого рынка за первые три дня обвала рухнул более чем на 13 %. И, как отметил Bloomberg – это худший трехдневный результат с марта 2020 года (пандемия COVID-19), а совокупные потери инвесторов составили более 6 трлн долларов!

Что происходило на сырьевых рынках?

Опасения по поводу того, что торговая политика Д. Трампа негативно повлияет на мировую экономику, стали одной из причин обвала цен на нефть Brent – до минимумов за четыре последних года.

На торгах в понедельник 7 апреля, цена июньских фьючерсов на Brent на бирже ICE Futures впервые с апреля 2021 г. упала ниже \$63 за баррель. Во вторник, 8 апреля, стоимость нефти опустилась ниже \$62 за баррель. В среду, 9 апреля, цена нефти Brent упала уже ниже \$60, а потом и ниже \$59 за баррель. С момента, когда Д. Трамп объявил о введении импортных пошлин, цена барреля нефти рухнула более чем на \$16,5 в абсолютном выражении. Согласно данным Argus, 9 апреля цена российского экспортного сорта нефти Urals упала ниже \$50 за баррель впервые с июня 2023 г.

Что происходило на валютных рынках?

Торговая политика Д. Трампа также нанесла удар по доллару на мировом рынке. В день объявления об американских пошлинах индекс доллара

Bloomberg Dollar Spot Index, который отражает динамику валют десяти крупнейших торговых партнеров США по отношению к доллару, показал худшую динамику, как минимум, с 2005 г., когда начался расчет этого индикатора.

10 апреля участники торгов продолжили распродавать американскую валюту. Индекс доллара DXY, который показывает стоимость американской валюты по отношению к шести другим валютам стран – основных торговых партнеров США, снизился на 1,94 %, до 100,913 пункта, а на следующий день на минимуме опускался до 99,014 пункта – это минимальный уровень с 5 апреля 2022 г. А 11 апреля американская валюта упала до десятилетнего минимума по отношению к швейцарскому франку, снижение составило 1,2 %, до 0,8141 швейцарского франка.

Ослабление доверия инвесторов к экономике США способствовало и тому, что они стали отказываться от американских активов в пользу активов-убежищ, таких как швейцарский франк, иена и евро, а также золото.

И так, по приведенному выше материалу, мы уже четко наблюдаем: из-за торговой политики Д. Трампа США движутся к «экономической ядерной зиме», которую США сами и спровоцировали.

Более того, бывший министр финансов США Лоуренс Саммерс подсчитал, что пошлины Д. Трампа потенциально обойдутся американской экономике в \$30 трлн. Он ожидает дальнейшей турбулентности на рынке, подобной кризисам 1987 и 2008 годов. Есть большая вероятность, что рынки ждет еще больше потрясений, потери для экономики будут такими же, как если бы цены на нефть удвоились, считает он, высказываясь за отмену такой торговой политики Д. Трампа [3].

А по мнению аналитиков JPMorgan, новые пошлины значительно повысили риски экономического спада в США и во всем мире. Они оценивают вероятность рецессии в этом году в 60 % по сравнению с 40 % до введения пошлин, а новые пошлины приведут и к росту инфляции и затормозят и без того слабеющую экономику США.

В свою очередь, мы также отмечаем, что торговые потрясения воздействуют на экономику не сразу, и это означает, что полный размер ущерба может проявиться еще нескоро. Например, компании могут некоторое время полагаться на свои запасы: сейчас усилился спрос на таможенные склады, которые позволяют фирмам хранить товары вблизи портов и платить таможенные пошлины только при их выгрузке.

В тоже время, согласно опросу, проведенному Далласским отделением ФРС, объем промпроизводства США в апреле упал до рекордно низкого уровня. А данные, опубликованные 30 апреля, показали, что ВВП США сократился на 0,3 % в годовом выражении. Торговый дефицит увеличился, поскольку компании поспешили нарастить запасы иностранных товаров до вступления пошлин в силу [4].

И для нас с вами это, скорее всего, пища для размышлений – ведь то, как это решение воспринимается, и то, какие у него будут последствия, это две разные вещи.

А для начала давайте определимся: кто на самом деле платит таможенные пошлины? Сам Д. Трамп прямым текстом заявляет, что их платить будут иностранные государства. А на все контраргументы о том, что платить их будут американцы, он лишь отнекивается.

Но реальность состоит в том, что повышенные пошлины и торговые войны, в том числе, еще один способ залезть в карман своего же налогоплательщика.

Торговые тарифы сначала уплачивает в госбюджет компания – импортер в США, а уже затем их оплачивает конечный потребитель в США. Просто потому, что эти пошлины включаются в конечную стоимость (если, конечно, импортер не филантроп). В итоге, все эти +145 % пошлин на китайские товары платит местный фермер Джон, а не товарищ Си из Китая.

Да, кто-то может сказать, что эти пошлины сократят спрос на иностранные товары, и что они вернут потребителя к американским товарам. Однако на начальном этапе все мы увидим не самую лучшую конкурентную среду – местному производителю в моменте будет проще делать товары хуже и дороже. А все потому, что выбора у потребителя не будет.

Но и не факт, что даже с пошлинами местные товары будут выгоднее, т. к. стоимость труда в США и в каком-нибудь Вьетнаме отличается на порядок. То, что в Азии делают за \$2, в США будут делать за \$20, а то и за все \$200.

Так зачем же Трамп это затеял? Поделимся с вами «любимой теорией заговора» на эту тему!

Причина якобы в том, что через шесть месяцев подойдет срок, когда США нужно будет осуществить крупный платеж по госдолгу – тело и проценты (общей суммой на триллионы долларов). Обычно такие суммы ранее выплачивали, выпуская и продавая новые облигации на такой же объем. Но сейчас ставки ФРС США выше, чем хотелось бы властям, да и платеж необычно большой. Если ранее, в предыдущие годы очередная серия облигаций (которую надо погасить), выпускалась чуть ли не под 0 % ставку доходности, то сегодня это 3–4 % годовых. Так что цель Д. Трампа, как считают многие – устроить ручную глобальную рецессию, при которой все инвесторы побегут скупать американские облигации (как это было ранее – тихая гавань), и тем самым собьют доходность этих бумаг. После чего власти смогут занять достаточно денег и на более выгодных условиях, чем сейчас.

Но все бы ничего, если не учитывать пару моментов:

- инвесторы не дураки, они видят, что творят власти, и в ответ затребуют такую доходность за риск, что итоговая ставка останется на высоком уровне;

- тарифы приведут к новому витку инфляции, а это заставит ФРС США поднимать ключевую ставку, а за этой ставкой потянется и рыночная доходность гособлигаций.

В итоге, чтобы эта «сумасшедшая теория» сработала, нужно, чтобы экономика США одновременно попала в экономический спад и избежала инфляции, и роста процентной ставки (а еще лучше – ее снизить). И все это ради того, чтобы сэкономить несколько сот миллиардов бюджетных расходов под новые облигации. Звучит просто гениально!

А может у Д. Трампа (точнее, у команды, которая стоит за Д. Трампом) стоит и вовсе другая задумка – посредством значительной инфляции частично уничтожить госдолг США.

Понимая все это, инвесторы из облигаций и акций устремились в золото. Так, 21 апреля 2025 г. июньский фьючерс на золото (в Лондоне) показал новый исторический хай – \$3509,90 за тройскую унцию (рисунок 1).

И все же, на сегодня очень популярное мнение гласит, что гигантский госдолг нависает над экономикой США подобно Дамоклову мечу, и даже небольшое изменение может привести к его падению (см. рисунок 2 слева вверху).

Люди также хотят услышать правдоподобную историю и о том, как экономика США собирается идти по пути Аргентины или Греции. Противоположная точка зрения заключается в том, что если непосредственной угрозы катастрофы пока и нет, то проблему госдолга можно еще и игнорировать.



Рисунок 1 – График фьючерса на золото апрель – май 2025 г., в долл. США [5]

Итак, на утро 5 мая 2025 г. он составил \$36,810 трлн, и каждые 28 секунд добавляется еще по \$1 млн. Очевидно, что госдолг США уже вырос сегодня до таких размеров, что проблему нужно как-то решать, но как это сделать на сегодняшний момент – не знает никто.

Конечно, какое-то еще время процесс может находиться как бы в замороженном состоянии, но как долго, сказать сейчас не берется никто (Здесь особо подчеркнем, что в данной статье мы не будем рассматривать совокупные долги США плюс деривативы. Эти суммы вообще не подаются какому-то адекватному и воображаемому восприятию на фоне реального ВВП США) [6].

Как видим, цифра действительно очень большая, более того, она является просто неподъемной, ведь на каждого налогоплательщика США уже приходится более \$280 тыс., и обслуживать такой госдолг в большинстве случаев просто не представляется возможным.



Рисунок 2 – Показатели госдолга США [7]

Традиционные опасности высокого и растущего госдолга заключаются и в том, что более высокий государственный долг приводит к более высокому потреблению и меньшему сбережению. Сокращение сбережений может уменьшить частные инвестиции, оставив для будущего меньший капитал, более высокие процентные ставки и более низкий уровень ВВП.

Иными словами, большая часть сегодняшних государственных заимствований приносит пользу нынешним налогоплательщикам за счет будущих, объясняют эксперты [8].

Кроме того, устойчиво высокий уровень государственных заимствований также может подпитывать другие проблемы. Высокий уровень дефицита бюджета во время пандемии был одной из причин увеличения скачка инфляции в 2021–2022 гг. А высокие процентные платежи по прошлым заимствованиям снижают будущую гибкость бюджета: эти платежи уже превышают размер корпоративного подоходного налога, а через несколько лет, вероятно, превысят весь оборонный бюджет.

Хотя эти сценарии вряд ли реализуются в ближайшие летние месяцы 2025 г. (хотя многие эксперты и говорят, что США уже могут быть всего в нескольких неделях от мощного экономического шока), было бы безрассудно предполагать, что они невозможны. В каждом случае глубина возникшего кризиса будет в решающей степени зависеть от последующих ответных мер контролирующих органов.

Конечно, экономика США – это пока еще могучая экономика. Это не Аргентина, размер экономики которой сопоставим с экономикой штата Вирджиния, или Греция, где национальная экономика примерно равна штату Невада. Но мы бы не слишком спешили отмахиваться от более экстраординарных и экстремальных сценариев. И низкая вероятность в любой момент времени, особенно в течение десятилетий, не означает, что этот риск можно разумно и долго игнорировать.

Список использованных источников

1. Kievich, A. V. De-dollarization of the world economy as the factor of the aggressive politics of the USA / A. V. Kievich // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сб. науч. статей IX междунар. науч.-практич. конфер. по вопросам банковской экономики, г. Пинск, 25–26 окт. 2018 г. ; редколлег.: К. К. Шебеко (гл. ред.) [и др.]. – Пинск : Полесский гос. ун-т. –2018. – С. 58–62.

2. РБК : [сайт]. – URL: <https://www.rbc.ru/quote/news/article/67f3b3569a7947150ea526fa?from=newsfeed> (дата обращения: 21.04.2021).

4. Финам : [сайт]. – URL: <https://www.finam.ru/publications/item/amerika-mozhet-byt-vsego-v-neskolkih-nedelyakh-ot-moshchnogo-ekonomicheskogo-shoka-20250503-1330/> (дата обращения: 04.05.2025).

5. Финам : [сайт]. – URL: <https://www.finam.ru/quote/commodities7/gc/> (дата обращения: 05.05.2025).

6. Киевич, А. В. Неуправляемый госдолг США как главный индикатор возрастающей турбулентности и глобальной неопределенности / А. В. Киевич // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сб. науч. статей XIII междунар. науч.-практич. конфер. по вопросам финансовой и банковской экономики, г. Пинск, 28 окт. 2022 г. : в 2 ч. / Мин-во образ. Респ. Беларусь [и др.] ; редкол.: В. И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2022. – Ч. 1. – С. 103–109.

7. US debtclock : [сайт]. – URL: <http://www.usdebtclock.org/> (дата обращения: 05.05.2025).

8. Финам : [сайт]. – URL: <https://www.finam.ru/publications/item/ssha-eto-ne-argentina-i-negretsiya-no-damoklov-mech-zavis-i-nad-nimi-20250215-1400/> (дата обращения: 05.05.2025).

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

Л. И. Архипова

Белорусский государственный университет информатики
и радиоэлектроники,
Минск, Республика Беларусь

Аннотация. В данной статье рассматриваются ключевые факторы успеха и роль современных цифровых технологий и инструментов в повышении эффективности профессиональной деятельности маркетологов в условиях цифровизации бизнеса.

Ключевые слова: цифровизация, цифровой маркетинг, программирование, цифровые инструменты, большие данные, аналитика.

FACTORS OF DIGITAL MARKETING DEVELOPMENT

L. I. Arkhipova

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus

Abstract. This article examines the key success factors and the role of modern digital technologies and tools in improving the effectiveness of professional activities of marketers in the context of business digitalization.

Keywords: digitalization, digital marketing, programming, digital tools, Big Data, analytis.

Введение

Сегодня специалист цифрового маркетинга взаимодействует с аналитическими системами, автоматизирует бизнес-процессы, внедряет инструменты MarTech, работают с API и др. Это обуславливает необходимость формирования у специалиста базовых технических знаний, включая понимание принципов программирования и функционирования цифровых бизнес-экосистем и платформ.

Анализ и обсуждение проблемы

Boston Consulting Group представила матрицу, описав компетенции, которые нужны компаниям, для того чтобы они стали цифровыми. В этой матрице объединены шесть ключевых направлений деятельности с приставкой «цифровой/digital», которые напрямую или косвенно связаны с маркетингом (рисунок 1) [1].

Активности и ответственность цифрового маркетинга в полной мере здесь связаны с такими направлениями деятельности, как **цифровой бизнес, цифровые продукты, цифровая аналитика и новые способы мышления**. Факторами цифрового развития и успеха в данной области являются: кадры, инфраструктура и инструменты, процессы и продукты, данные, способы передачи информации (взаимодействия), а также цифровая культура.

Основные тренды в развитии цифрового маркетинга, обозначенные в исследованиях консалтингового агентства Gartner, фокусируются именно на этих составляющих цифровой трансформации бизнеса (рисунок 2) [2].



Рисунок 1 – Матрица компетенций в цифровой трансформации бизнеса [1]

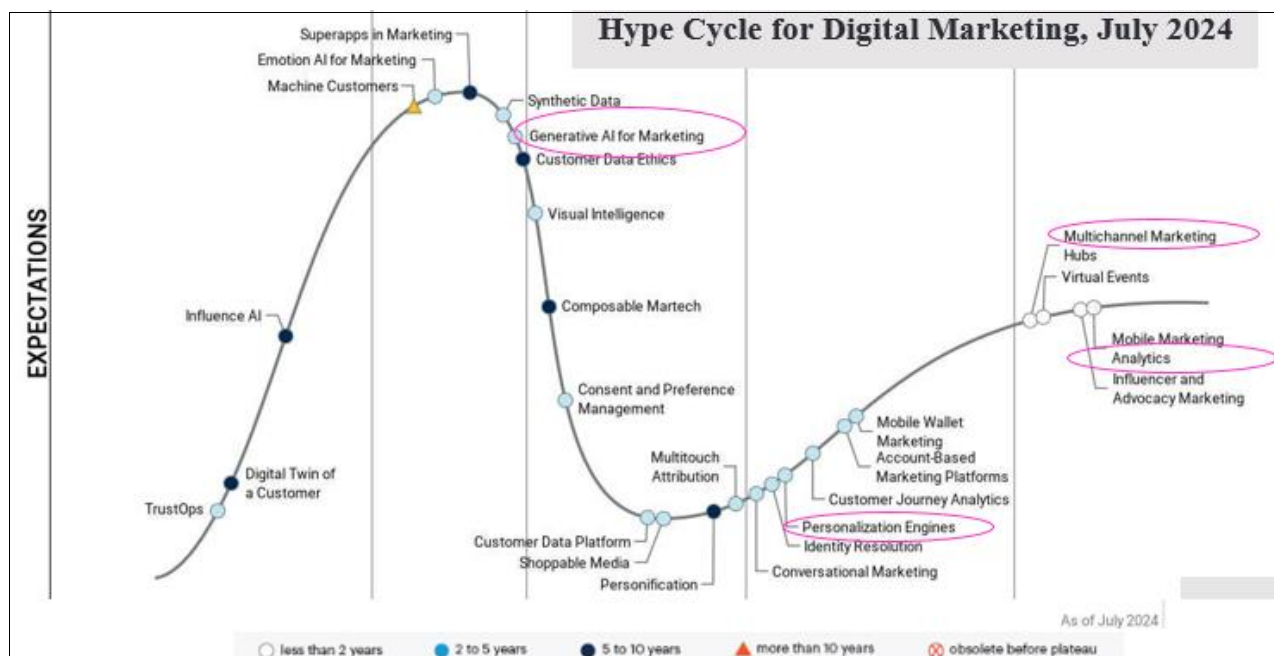


Рисунок 2 – Развитие цикла зрелости технологий для цифрового маркетинга (прогноз агентства Gartner от июля 2024 года)

Цифровой маркетинг развивается с учетом повышения зрелости цифровых технологий, связанных с омниканальностью, персонализацией, аналитикой данных, а также применением GenAI (генеративного искусственного интеллекта).

Следует особо отметить, что в опубликованных агентством Gartner прогнозах по развитию маркетинга в 2025 году выделено шесть трендов, которые фокусируются на том, как искусственный интеллект постепенно изменяет маркетинговую среду и требует корректировок в компетенциях специалистов [3].

1. Создание полномасштабных программ AI-экспериментирования, встроенных в планы развития мобильных приложений (AI experimentation in mobile app roadmap).

2. Инвестирование в обучение и развитие персонала, а также в изменение и корректировку стратегии создания контента (включая основы SEO), чтобы адаптироваться к поиску на базе GenAI (GenAI-powered search). Это потребует также инвестирования в повышение квалификации специалистов в области SEO и использования GenAI, чтобы не «упустить» развивающиеся алгоритмы поиска.

3. Изменения в распределении бюджетов, предусматривающих смещение в сторону подписных социальных платформ (subscription-based social platforms). Сегодня подписные каналы демонстрируют показатели с признаками роста – популярные создатели контента выходят на новые цифровые платформы (ожидается, что потребители последуют их примеру).

4. Формирование доверия к бренду за счет использования единых цен (uniform pricing), предлагаемых в рамках омниканальных бизнес-экосистем (в том числе и при динамическом ценообразовании). Получая краткосрочную выгоду, необходимо учитывать вероятность повышения риска для долгосрочной репутации бренда.

5. Увеличение офлайн-инвестиций для поддержания новых моделей потребления контента (new content consumption patterns) в рамках бизнес-экосистем. Новые модели потребления контента потребуют от маркетологов разработки более адаптивных маркетинговых стратегий и переосмысления инвестиционных решений, чтобы охватить наиболее ценных клиентов через омниканальный, а не просто цифровой клиентский опыт.

6. Изменение бизнес-процессов маркетинга с учетом внедрения автоматизированных взаимодействий с применением AI-ассистентов и агентов (automated interactions led by AI agents), где потребуются значительные усилия для того, чтобы определить, когда и как доверять ИИ-агентам действовать от имени бренда и клиентов в ключевых областях, измерять их производительность. Именно здесь важно «включать» критическое мышление для ограничения рисков в принятии решений при работе с цифровыми агентами.

Тенденции, определяющие успех бизнеса и торговли в 2025 году, также связаны с цифровыми возможностями по трем ключевым направлениям [4].

Цифровые технологии – обеспечение сотрудников и потребителей инструментами, которые повышают качество обслуживания, производительность и удовлетворенность.

Инновации и сотрудничество – повышение гибкости и кросс-функционального сотрудничества с помощью новых технологий и более быстрого принятия решений.

Омниканальность – устранение разрозненности и объединение физических и цифровых операций для обеспечения бесшовного взаимодействия с клиентами.

Искусственный интеллект – аналитика рынка и потребителей на основе искусственного интеллекта является важнейшим компонентом трансформации торговли.

Цифровая среда быстро меняется, и современный маркетолог должен обладать не только аналитическим мышлением и творческими навыками, но и технической грамотностью. Базовые знания программирования становятся все более востребованными, обеспечивая конкурентное преимущество и расширяя возможности в работе.

Для того, чтобы современный маркетолог уверенно осваивал данные технологии и смог применять их в практической деятельности, ему необходимо

иметь определенные базовые знания и навыки, связанные с IT-решениями для бизнеса. В таблице 1 представлены требования по каналам продвижения, где сегодня в наибольшей степени востребованы технические навыки.

Таблица 1 – Технические навыки специалиста в области цифрового маркетинга

Канал продвижения	HTML/CSS	JavaScript	Python	API	SQL	GenAI
SEO	■	■	●	●	●	▼
Контекстная реклама	●	●	■	■	■	■
Email-маркетинг	■	■	■	●	●	▼
SMM	●	●	■	■	●	■
Product-маркетинг	■	■	■	■	■	▼
Контент-маркетинг	●	●	▼	▼	●	■
Agile-маркетинг	■	●	▼	▼	●	▼
Data Driven-маркетинг	●	●	■	■	■	■
Разное...	■ ● ▼					
Обозначение: ■ – высокий уровень требований ▼ – средний уровень требований ● – низкий уровень требований (по необходимости)						

На основании проведенного анализа, сформулированы некоторые дополнительные требования, которым должен удовлетворять современный специалист в области цифрового маркетинга.

1. Понимание принципов работы цифровых инструментов. Эффективная работа с аналитическими платформами, такими как Google Tag Manager, Meta Pixel, Яндекс.Метрика и Google Analytics, требует понимания основ веб-технологий. Для корректной настройки триггеров событий необходимо знать HTML и JavaScript. Эти знания позволят маркетологу самостоятельно внедрять и настраивать метрики, минимизируя зависимость от IT-специалистов и ускоряя реализацию маркетинговых задач.

2. Автоматизация рутинных процессов и типовых операций. Знание основ программирования открывает широкие возможности для автоматизации:

- сбор данных с сайтов конкурентов (например, цен) при помощи специальных сервисов;
- анализ больших объемов информации – выявление трендов, расчет ключевых метрик;
- генерация контента с использованием LLM (нейросети);
- интеграция и оптимизация рабочих процессов с помощью low-code/no-code платформ.

Автоматизация перечисленных процессов повышает точность данных и освобождает время специалистов для стратегического планирования и решения креативных задач.

3. Работа с большими данными и аналитика. С развитием технологий маркетологам все чаще приходится иметь дело с Big Data. Excel уже не справляется с объемами информации. В этом случае применяются языки программирования (например, Python). Для обработки и визуализации результатов используются также такие инструменты, как Tableau и Power BI, Metaverse, которые обрабатывают и структурируют данные, формируют дашборды, делают данные доступными и понятными для принятия решений.

4. Эффективная коммуникация с IT-командой. Базовое понимание программирования помогает маркетологу лучше взаимодействовать с разработчиками: грамотно формулировать технические задания, оценивать сложность задач и прогнозировать сроки реализации. Это особенно важно при запуске новых продуктов, когда маркетолог участвует в создании MVP, тестировании и доработке решения. Использование систем управления проектами, таких как Jira или Trello, также способствует более результативной работе команды.

5. Перспективы карьерного роста. Маркетологи, владеющие техническими навыками, имеют больше возможностей для карьерного роста. Они могут претендовать на новые профессии, такие как, бизнес-аналитик или маркетолог-менеджер по продукту, где требуется сочетание аналитики, маркетинга и технического понимания продукта. Знание возможностей CRM-систем со встроенным AI (Битрикс 24, Marketo, Salesforce и др.) также усиливает профессиональный профиль и расширяет возможности для развития и карьерного роста специалиста в области цифрового маркетинга.

Заключение

Таким образом, в условиях цифровой трансформации бизнеса технические навыки специалиста в области цифровых технологий и базовые знания по программированию становятся неотъемлемой частью компетенций современного маркетолога. Владение такими навыками открывает новые возможности в сфере аналитики, автоматизации и эффективного управления цифровыми проектами маркетинга.

Список использованных источников

1. Цифровая трансформация [сайт]. – URL: <https://www.chelidze-d.com/post/digital-transform> (дата обращения: 10.05.2025).
2. Latest Gartner Hype Cycles for Digital Marketing 2009–2024. – URL: <https://www.smartinsights.com/managing-digital-marketing/marketing-innovation/technology-for-innovation-in-marketing/> (date of access: 03.05.2025).
3. The Future of Marketing: 6 Trends and Predictions for 2025. – URL: <https://www.gartner.com/en/marketing/topics/top-trends-and-predictions-for-the-future-of-marketing>. (date of access: 12.04.2025).
4. Top Retail Trends for CIOs in 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://edited.com/resources/gartner-report-top-retail-trends-for-cios-in-2025/> (date of access: 21.04.2025).

ЭФФЕКТ «МУЛЬТИПЛИКАТОРА – АКСЕЛЕРАТОРА» В РЕГУЛИРОВАНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

С. А. Касперович, Н. А. Мацукевич
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. Проведена оценка мультипликатора и акселератора инвестиций в разрезе отраслей (видов экономической деятельности) регионов Республики Беларусь за 2021 – 2023 гг., результаты которой являются аналитической базой для формирования эффективной структуры инвестиционной

специализации региона и принятия решений в рамках реализации его инвестиционной политики.

Ключевые слова: анализ, мультипликатор, акселератор, регион, инвестиционная специализация, инвестиции в основной капитал, валовая добавленная стоимость.

THE EFFECT OF «MULTIPLIER – ACCELERATOR» IN REGULATION OF INVESTMENT SPECIALIZATION OF REGIONS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

S. A. Kasperovich, N. A. Matsukevich
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. An assessment of the investment multiplier and accelerator by industries (types of economic activity) of the regions of the Republic of Belarus for 2021–2023 was carried out, the results of which are the analytical basis for the formation of an effective structure of investment specialization of the region and decision-making within the framework of the implementation of its investment policy.

Keywords: analysis, multiplier, accelerator, region, investment specialization, investments in fixed assets, gross value added.

Проблема устойчивого развития региональной экономической системы в настоящее время имеет большую актуальность и обусловливается наличием ряда дестабилизирующих факторов развития. Неустойчивость стала характерной чертой функционирования таких систем, что приводит к формированию поляризации регионов по уровню их социально-экономического развития.

Особая роль в стабилизации и дальнейшем обеспечении устойчивого положения региональных производственных систем отводится инвестициям и такому их свойству как инвестиционная активность [1], выступающему одним из значимых факторов устойчивого развития и эффективного функционирования социально-экономического комплекса региона. Следует отметить, что высокая инвестиционная активность достигается посредством роста объемов инвестиционных ресурсов и наиболее эффективного их использования в приоритетных для региона сферах экономической деятельности, а существующее межрегиональное инвестиционное неравенство во многом обусловлено влиянием накопленного регионального инвестиционного потенциала, отраслевой инвестиционной и производственной специализацией региональной экономики, обеспеченностью региона природными сырьевыми ресурсами, уровнем развития инфраструктуры и его географическим положением.

В свою очередь инвестиционная активность во много определяется эффективным распределением инвестиций и их концентрацией в отраслях (видах) экономической деятельности (ВЭД), приносящих наибольшую отдачу, а также его инвестиционной специализацией.

С позиции проведения эффективной и обоснованной региональной инвестиционной политики, ориентированной на рост инвестиционной активности, интерес представляет, с одной стороны, анализ инвестиционной специализации

региона, под которой в исследовании понимается сосредоточение (концентрация) инвестиций в основной капитал в определенных видах экономической деятельности (отраслях) (ВЭД) региона с превышением значений результатов исследуемой деятельности в данном регионе над их значением в республиканском масштабе [2], с другой – анализ эффективности вкладываемых инвестиционных ресурсов в отрасли (ВЭД) экономики региона, их отдача и общий мультипликативный эффект от вложений.

Инвестиции целесообразны в том случае, если имеют положительный мультипликативный эффект в виде роста объемов выпуска продукции (услуг) и индуцированных объемов инвестиций, то есть если работает модель «затраты – выпуск (доход, результат)». В последние годы значимость данной модели в реализации региональной инвестиционной политики, прежде всего при выработке инвестиционных решений, повышается вследствие действующих ограничений межстранового движения ресурсов, ограниченности регионального инвестиционного потенциала и внутренних инвестиционных ресурсов, а в результате – и возрастающих требований к инвестиционным проектам в отношении приоритетности направлений их реализации, целесообразности и эффективности, обеспечения высокой и краткосрочной отдачи.

Следует отметить, что различные отрасли (ВЭД) экономики имеют специфический уровень инвестиционной активности, основанный на разных уровнях эффективности инвестиционных вложений и интенсивности инвестиционных процессов в них, что во многом обуславливается различным результатом взаимодействия эффектов инвестиционного мультипликатора и акселератора в отраслях (ВЭД) соответственно.

Механизм «мультипликатор – акселератор», устанавливающий зависимость между ВРП и инвестициями в основной капитал, основан на следующих процессах: необходимость развития экономики стимулируют вложение субъектами хозяйствования регионов инвестиций, которые с мультипликативным эффектом оказывают воздействие на величину дохода (валового регионального продукта (ВРП), как суммы валовых добавленных стоимостей в разрезе отраслей). Прирост ВРП порождает производные (индуцированные) инвестиции в основной капитал, которые превышают прирост ВРП (эффект акселерации). В результате первоначальные инвестиции в основной капитал расширяются, принимая характер кумулятивного процесса, приводящего к росту производства.

Суть эффекта мультипликатора заключается в том, что рост инвестиций на определенную величину может увеличить ВРП (валовую добавленную стоимость в разрезе отраслей) на многократно большую величину, а акселератора, что возросший доход (ВРП) вызовет в будущем (с определенным лагом) опережающий рост инвестиций как фактора экономического роста на рост ВРП и формируют циклы динамики инвестиционной активности региона.

Следует отметить, что эффект мультипликатора может действовать как в сторону увеличения дохода (ВРП или ВДС в разрезе отраслей) вследствие наращивания инвестиций, так в обратную сторону, как и эффект акселератора может вызывать многократно большее снижение инвестиций, чем изменение дохода (ВРП). Необходимо учитывать, что отрасли экономики имеют разный вес в результирующих показателях (ВРП и объеме инвестиций), соответственно и оказывают разный мультипликативный эффект. Так, отрасль с высоким уровнем коэффициента мультипликатора, но имеющая меньший удельный вес в

ВРП, обладает меньшим мультипликативным эффектом по сравнению с более значимой отраслью. Эффекты действия мультипликатора и акселератора создают общий мультипликационный эффект.

В контексте исследования инвестиционной специализации регионов республики интерес представлял анализ динамики мультипликатора и акселератора инвестиций в разрезе отраслей их экономик, которому уделено внимание в данной статье.

В ходе исследования статистических показателей инвестиционной деятельности и динамики ВРП (ВДС) были рассчитаны статические средние коэффициенты мультипликатора и акселератора инвестиций для регионов Республики Беларусь в разрезе ВЭД для временного периода с 2021 года по 2023 год. При этом оценка влияния инвестиций на экономику региона требует принятия во внимание того, что инвестиционный процесс, связанный с воспроизводством основного капитала, во многих случаях занимает значительный период времени (до ряда лет). Применение средних коэффициентов мультипликатора и акселератора позволило учесть не только краткосрочный эффект от вложенных инвестиций, но и накопленный эффект от ввода в действие основного капитала, являющегося результатом инвестирования, в течение ряда лет.

С точки зрения регулирования инвестиционной активности региона на основе анализа инвестиционных процессов в отраслях его экономики имеет значение формируемый в разрезе отраслей положительный мультипликационный эффект в механизме взаимодействия «мультипликатор-акселератор» без учета его величины, зависящей от удельного веса отрасли в результирующем показателе (ВРП, инвестициях в основной капитал).

Показатель мультипликатора инвестиций (коэффициент, характеризующий прирост ВРП, обусловленный приростом инвестиций) рассчитывался по формуле (1)

$$s = \frac{\Delta \text{ВРП}_t}{\Delta I_{t-1}}, \quad (1)$$

где s – мультипликатор инвестиций в период времени t ;

$\Delta \text{ВРП}_t$ – прирост ВРП текущего периода t ($\text{ВРП}_t - \text{ВРП}_{t-1}$);

ΔI_{t-1} – прирост инвестиций предыдущего периода $t-1$ ($I_{t-2} - I_{t-1}$),

а акселератор инвестиций (коэффициент, характеризующий прирост инвестиций, обусловленный изменением ВРП) – по формуле (2)

$$k = \frac{I_t}{\Delta \text{ВРП}_{t-1}}, \quad (2)$$

где k – акселератор инвестиций;

I_t – производные (индуцированные) инвестиции в текущий период времени t ;

$\Delta \text{ВРП}_{t-1}$ – прирост ВРП в предыдущий период $t-1$ ($\text{ВРП}_{t-2} - \text{ВРП}_{t-1}$).

Полученные расчетные данные отображают дифференцированную динамику показателей в разрезе отраслей, что свидетельствует о неоптимальности структуры распределения инвестиционных ресурсов и необходимости ее рационализации.

В целом отрасли экономики регионов республики в зависимости от уровня мультипликатора и акселератора предлагается разделить на следующие четыре группы, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Группировка ВЭД по уровню мультипликатора и акселератора инвестиций

Регион	Уровень мультипликатора и акселератора инвестиций			
	I группа	II группа	III группа	IV группа
	$(s>1, k>=1, s>k)$	$(s>=1, k>1, k>s)$	$(0<k<1, s>1)$	$(0<s<1, k>1)$
Брестская область	1, 14, 17	2, 5, 10, 12	16	4
Витебская область	1, 6, 10, 17, 18, 19	4, 5, 12	9, 16	2
Гомельская область	1, 4	2, 5, 12	6, 11, 14, 15, 17	13
Гродненская область	1, 2, 6, 10, 12, 17, 19	5	9, 11, 14	
г. Минск	4, 9, 17, 18, 19	5, 12	3, 10, 11, 14, 16	
Минская область	1, 13, 14, 17	5	7, 9, 15	4
Могилевская область	10, 17, 18, 19	1, 5, 8, 12	9, 13, 14, 15	

Примечание – Отрасль (ВЭД): 1 – сельское, лесное и рыбное хозяйство; 2 – горнодобывающая промышленность; 3 – обрабатывающая промышленность; 4 – снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом; 5 – водоснабжение; сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений; 6 – строительство; 7 – оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов; 8 – транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность; 9 – услуги по временному проживанию и питанию; 10 – информация и связь; 11 – финансовая и страховая деятельность; 12 – операции с недвижимым имуществом; 13 – профессиональная, научная и техническая деятельность; 14 – деятельность в сфере административных и вспомогательных услуг; 15 – государственное управление; 16 – образование; 17 – здравоохранение и социальные услуги; 18 – творчество, спорт, развлечения и отдых; 19 – предоставление прочих видов услуг. Примечание – Источник: Собственная разработка на основе [5–19].

Наибольшее количество отраслей (ВЭД) со значимым мультипликационным эффектом от инвестиционных вложений (отрасли первой и второй группы) сосредоточено в Витебской области (9 отраслей), наименьшее – в Гомельской и Минской областях (5 отраслей). Во всех областях значимый эффект приносят инвестиционные вложения в отрасль сельского, лесного и рыбного хозяйства, во всех регионах республики – в водоснабжение; сбор, обработку и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений; здравоохранение и социальные услуги (за исключением Гомельской области); операции с недвижимым имуществом (за исключением Минской области). Вложения в горнодобывающую промышленность высокоэффективны для Брестской, Гомельской и Гродненской областей, в информацию и связь – для Брестской, Витебской, Гродненской и Могилевской областей и менее эффективны для г. Минска; в снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом – для Витебской, и Гомельской областей, г. Минска и менее эффективны для Брестской и Минской областей; в творчество, спорт развлечения и отдых – для Витебской, Могилевской областей и г. Минска; в прочие виды деятельности – для Витебской, Гродненской, Могилевской областей и г. Минска. Меньший мультипликационный эффект за счет невысокой степени индуцирования инвестиций имеют вложения в образование, государственное управление, деятельность в сфере административных и вспомогательных услуг, услуги

по временному проживанию и питанию (отрасли третьей группы). Незначительный мультипликационный эффект в регионах республики характерен инвестициям в строительство (за исключением Витебской и Гомельской областей), оптовую и розничную торговлю (за исключением Минской области), транспортную деятельность, складирование, почтовую и курьерскую деятельность (за исключением Могилевской области), обрабатывающую промышленность (за исключением г. Минска).

В рамках регулирования инвестиционной специализации с целью повышения инвестиционной активности региона первоочередное внимание необходимо уделять развитию отраслей, имеющих положительный мультипликационный эффект ($s \geq 1, k \geq 1$) и относящихся к первой и второй группам. С позиции формирования потенциального источника инвестиционных ресурсов значение имеет развитие отраслей третьей группы ($0 < k < 1, s > 1$), а с позиции повышения интенсивности инвестиционной деятельности – отраслей со слабым мультипликативным эффектом, но высоким акселеративным эффектом – отраслей четвертой группы ($0 < s < 1, k > 1$). Особого внимания в аспекте целесообразности дальнейшего инвестирования и формирования направлений развития заслуживают отрасли с потенциалом инвестиционной специализации, имеющие незначительный общий мультипликационный эффект «мультипликатор – акселератор». Прежде всего, это отрасли специализации, имеющие риск ее утраты в связи со значительным снижением эффективности вложения инвестиций ($s < 0, k > 0$ или $k > 1$) за счет низкой отдачи от реализуемых в них инвестиционных проектов (например, снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом – для Гродненской и Могилевской областей; обрабатывающая промышленность – для Витебской, Гомельской и Минской областей и др.) либо преимущественной реализации проектов с длительным сроком окупаемости (творчество, спорт, развлечения и отдых; строительство; транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность; информация и связь), что сужает возможность ежегодного индуцирования инвестиций за счет указанных проектов.

Ввиду двойственной сущности мультипликатора, являющегося с одной стороны показателем эффективности региональных (отраслевых) инвестиций и принятых управленческих решений в данной сфере в рамках региональной политики, с другой – инструментом управления экономикой на региональном уровне, а также отмеченных различий значений мультипликатора для регионов и отраслей, можно сделать вывод о том, что изменяя региональную (отраслевую) структуру инвестиций с помощью разных значений мультипликатора представляется возможным влиять на инвестиционную активность и темпы экономического роста региона. Кроме того, значения мультипликатора и акселератора позволяют оценить возможные последствия реализации инвестиционных проектов в конкретных регионах и отраслях и выявить те регионально-отраслевые точки, реализация инвестиционных проектов в которых наиболее и наименее желательна с позиции распространения мультипликационного эффекта инвестиционных вложений.

Таким образом, полученные в ходе исследования результаты, являясь аналитической базой для рационализации инвестиционной специализации регионов Республики Беларусь наряду с учетом сложившихся особенностей регио-

нальных инвестиционных процессов, специфических условий и факторов, сравнительных преимуществ развития отдельного региона и отраслей его экономики, позволяют формировать эффективную региональную инвестиционную политику, ориентированную на рост инвестиционной активности.

Список использованных источников

1. Мацукевич, Н. А. Методологические аспекты управления инвестиционной активностью региона / Н. А. Мацукевич // Экономика и банки. – 2024. – № 2. – С. 65–75.
2. Белоусова, А. В. Коэффициенты локализации: направления и методические аспекты использования (на примере дальневосточных субъектов РФ) / А. В. Белоусова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2021. – № 12. – С. 117–125.
3. Мультипликатор и акселератор инвестиций. Парадокс бережливости. – URL: <https://moodle.kstu.ru/mod/page/view.php?id=70769> (дата обращения: 20.03.2025).
4. Инвестиции и динамика ВВП. Теория мультипликатора и акселератора. – URL: https://studbooks.net/1843820/ekonomika/investitsii_dinamika_teoriya_multiplikatora_akseleratora?ysclid=m6w9duekba127095347 (дата обращения: 20.03.2025).
5. Статистический ежегодник Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2024. – 317 с.
6. Статистический ежегодник Брестской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Брест. обл. ; редкол.: О. В. Вилавская [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2024. – 344 с.
7. Статистический ежегодник Витебской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Витеб. обл. ; редкол.: Ю. И. Москалев [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2024. – 346 с.
8. Статистический ежегодник Гомельской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Гомел. обл. ; редкол.: Т. В. Кобылянская [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2024. – 341 с.
9. Статистический ежегодник Гродненской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Гродн. обл. ; редкол.: С. Л. Щирая [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2024. – 344 с.
10. Статистический ежегодник города Минска : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление г. Минска ; редкол.: Ю. И. Плакса [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2024. – 216 с.
11. Статистический ежегодник Минской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Минск. обл. ; редкол.: С. Е. Ивашко [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2024. – 339 с.
12. Статистический ежегодник Могилевской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Могилев. обл. ; редкол.: Е. А. Морозова [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2024. – 341 с.
13. Статистический ежегодник Брестской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Брест. обл. ; редкол.: О. В. Вилавская [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2022. – 371 с.
14. Статистический ежегодник Витебской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Витеб. обл. ; редкол.: Ю. И. Москалев [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2022. – 384 с.
15. Статистический ежегодник Гомельской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Гомел. обл. ; редкол.: В. В. Перников [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2022. – 372 с.
16. Статистический ежегодник Гродненской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Гроднен. обл. ; редкол.: С. Л. Щирая [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2022. – 375 с.
17. Статистический ежегодник города Минска : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление г. Минска ; редкол.: Ю. И. Плакса [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2022. – 260 с.

18. Статистический ежегодник Минской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Минск. обл. ; редкол.: С. Е. Ивашко [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2022. – 366 с.

19. Статистический ежегодник Могилевской области : стат. сб. / Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, Гл. стат. управление Могилев. обл. ; редкол.: Е. А. Морозова [и др.]. – Минск : Нац. стат. к-т Респ. Беларусь, 2022. – 376 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА В ТРАНСГРАНИЧНЫХ РЕГИОНАХ

В. В. Зазерская

**Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. В статье рассматриваются аспекты формирования общего финансового рынка в трансграничных регионах. Рассмотрены предпосылки, подходы и преимущества создания ОФР. Представлен механизм формирования общего финансового рынка для трансграничных экономических коридоров развития.

Ключевые слова: общий финансовый рынок, Евразийский экономический союз, гармонизация законодательства в сфере финансового рынка, трансграничный регион, интеграционное финансовое сотрудничество.

FORMATION OF A COMMON FINANCIAL MARKET IN CROSS-BORDER REGIONS

V. V. Zazerskaya

**Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus**

Abstract. The article examines aspects of the formation of a common financial market in cross-border regions. The prerequisites, approaches and advantages of creating a common financial market are considered. The mechanism for the formation of a common financial market for cross-border economic development corridors is presented.

Keywords: common financial market, Eurasian economic union, harmonization of legislation in the financial market, cross-border region, integrated financial cooperation.

Формирование общего финансового рынка (ОФР) в трансграничных регионах, таких как Евразийский экономический союз (ЕАЭС) и Содружество Независимых Государств (СНГ), представляет собой стратегическую инициативу, направленную на углубление экономической интеграции. Это особенно актуально в условиях глобальных вызовов, таких как геополитическая нестабильность, санкционное давление и необходимость усиления финансовой устойчивости.

ОФР является важным направлением интеграции трансграничных регионов макро- и мезоуровней, нацеленным на углубление экономического сотрудничества и создание единого пространства для движения капитала, финансовых услуг и инвестиций. Формирование такого рынка позволяет регионам создать

конкурентоспособную и устойчивую финансовую систему, способную реагировать на глобальные вызовы и экономические потрясения.

К преимуществам общего финансового рынка можно отнести следующие.

1. Упрощение доступа к финансовым услугам. Достигается через гармонизацию законодательства и процедур, снижение барьеров для финансовых институтов.

2. Повышение инвестиционной привлекательности. Единые стандарты и прозрачные правила способствуют привлечению инвестиций и развитию финансовых рынков.

3. Снижение транзакционных издержек при трансграничных операциях путем реализации общих механизмов расчетов и клиринга.

4. Укрепление финансовой стабильности. Координация надзорных органов и обмен информацией способствуют более эффективному управлению рисками.

Мировой опыт показывает востребованность интеграционного финансового сотрудничества. Глобальный финансовый рынок продолжает расти, с увеличением объемов трансграничных капиталовложений и финансовых операций. По данным Международного валютного фонда, в 2024 году наблюдалось увеличение глобальных финансовых потоков, несмотря на экономическую неопределенность. Валовой внутренний продукт (ВВП) стран ЕАЭС в 2019 году составил 1 962,4 млрд долларов США, в 2023 году – 2 406,1 млрд долларов США. Рост составил 22,6 %. Внешняя торговля товарами в ЕАЭС достигла 970,4 млрд долларов США, увеличившись с 2019 года на 12,9 %. Взаимная торговля со странами вне ЕАЭС составила почти 90,4 млрд долларов США, увеличившись по сравнению с 2019 годом на 47,5 % [1]. Рост основных экономических показателей, таких как инвестиции в основной капитал, оборот розничной торговли, говорит о внутреннем росте экономики, повышении покупательской способности, увеличении производительности, расширении производственных мощностей и, следовательно, росте благосостояния в долгосрочной перспективе (рисунок 1).

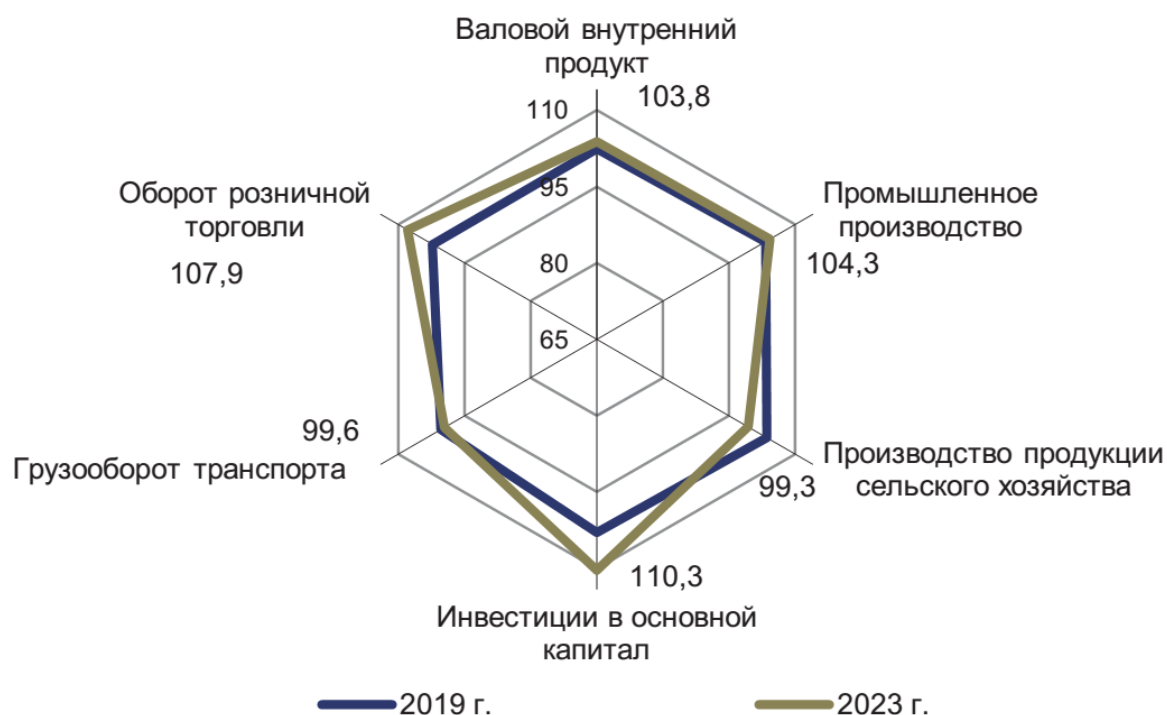


Рисунок 1 – Динамика основных экономических показателей ЕАЭС

Совокупный ВВП стран СНГ относительно 2015 г. в 2020 увеличился на 6 %, а в 2023 г. – на 17 %. Динамика ВВП в 2023 г. составила 4 %. Индексы внешней торговли товарами стран содружества показывают снижение: 2021 год – 135 %, 2022 год – 112 %, 2023 год – 91 % [2]. Отрицательное сальдо имеют такие страны, как Молдова, Кыргызстан, Узбекистан. Финансовые системы стран СНГ демонстрируют разнообразие в уровне развития, что подчеркивает необходимость гармонизации и интеграции финансовых рынков.

Общий финансовый рынок ЕАЭС представляет собой интегрированное пространство, в рамках которого осуществляется свободное перемещение капитала и предоставление финансовых услуг между странами-участницами союза. Его ключевая задача – повысить экономическую эффективность за счет углубления интеграции и стимулирования инвестиционной активности в государствах союза.

Центральными направлениями при формировании такого рынка выступают банковский сектор, страхование, фондовые площадки и пенсионная система. Основу правового регулирования процесса составляют положения Договора о создании ЕАЭС от 29 мая 2014 года, а также «Стратегические направления развития евразийской экономической интеграции до 2025 года», утвержденные Высшим Евразийским экономическим советом 11 декабря 2020 года [3, 4]. Эти документы определяют этапы сближения финансовых систем: от взаимного признания лицензий до унификации надзорных требований и устранения барьеров в предоставлении финансовых услуг.

Создание единого финансового пространства направлено на сбалансированное развитие финансовых институтов союза, повышение уровня доверия со стороны инвесторов, а также расширение доступности финансовых продуктов и услуг для граждан государств-членов. Финансовые связи со странами ЕАЭС осуществляются в основном в трех формах: обслуживание торговых операций (свыше 60 %); денежные переводы (свыше 30 %) и межбанковские операции (чуть меньше 14 %). По информации Евразийской экономической комиссии (ЕЭК), в 2023 году в ряде стран наблюдались позитивные сдвиги: запуск пилотных проектов по признанию лицензий, снижение транзакционных издержек и упрощение трансграничных операций финансовых организаций. В то же время динамика реализации остается неоднородной – этому способствуют различия в экономическом развитии стран, приоритетах внутренней политики и законодательных системах (таблица 1).

Таблица 1 – Хронология формирования ОФР ЕАЭС

Год	Этап / Событие	Описание
2014	Подписание Договора о ЕАЭС	Заложены основы создания общего финансового пространства
2015	Запуск Евразийского экономического союза	Начало институциональной интеграции и координации в финансовой сфере
2016–2019	Аналитическая подготовка, инвентаризация барьеров	Разработка дорожных карт, анализ различий в законодательстве и регулировании
2020	Утверждение «Стратегических направлений развития интеграции до 2025 года»	Зафиксированы ключевые цели: взаимное признание лицензий, унификация регулирования, допуск к финансовым услугам
2021	Начало реализации стратегических инициатив	Старт отдельных проектов по сближению требований к банковскому и страховому секторам
2022	Подготовка к запуску пилотных механизмов	Тестирование трансграничного доступа к услугам и разработка цифровых решений

Продолжение таблицы 1

Год	Этап / Событие	Описание
2023	Пилотные проекты по взаимному признанию лицензий	Пробные запуски в банковском и страховом секторах, снижение транзакционных издержек
2024	Расширение сфер взаимодействия, внедрение инфраструктуры	Работа по унификации фондового рынка, запуск обмена данными между регуляторами
2025	Ожидаемый запуск общего финансового рынка ЕАЭС	Планируется завершение формирования правового и технологического пространства для функционирования ОФР

Формирование и функционирование общего финансового рынка разбито на 2 этапа – до 2025 года и после 2025 года. В период до 2025 года государствам – членам Союза необходимо определить согласованные подходы к взаимному признанию лицензий посредством реализации механизма стандартизированной лицензии для учреждения юридического лица в банковском и страховом секторах, а также к трансграничной поставке финансовых услуг в секторе рынка ценных бумаг. После 2025 года государства – члены ЕАЭС продолжают работу по гармонизации, а также по формированию общего финансового рынка, в том числе определяют согласованные подходы к осуществлению деятельности по предоставлению финансовых услуг без дополнительного учреждения (лицензирования) в качестве юридического лица. Регулирование будет осуществлять наднациональный орган, в задачи которого также будет входить минимизация рисков для финансовой стабильности национальных рынков участников евразийской интеграции и общего финансового рынка ЕАЭС. Ключевое значение в процессе интеграции продолжает играть политическая готовность государств. По оценкам экспертов ЕЭК, укрепление инвестиционного взаимодействия и дополнительный приток капитала могут увеличить внутренние инвестиции между странами на 10–15 % в среднесрочной перспективе. Также ожидается рост использования национальных валют в расчетах и расширение торговли финансовыми активами на региональных биржах. Для достижения этих целей необходимо минимизировать регуляторные расхождения и устранить барьеры, препятствующие полному функционированию единого финансового пространства. Формирование в странах ЕАЭС единых правил игры в страховом, банковском и биржевом секторах заложено в гармонизации законодательства государств Союза. Создание благоприятных условий для населения и бизнеса основа устойчивого экономического роста.

31 января 2025 г. было подписано Соглашение о трансграничном допуске к размещению и обращению ценных бумаг на организованных торгах в государствах – членах ЕАЭС [5]. Оно направлено на развитие общего финансового рынка ЕАЭС, привлечение инвестиций и будет способствовать укреплению экономических связей между предприятиями.

Соглашение предусматривает обеспечение взаимного допуска ценных бумаг из высшей категории листинга на национальной бирже к организованным торгам в других государствах – членах ЕАЭС. Повторная регистрация эмиссионных документов при допуске к размещению или обращению ценных бумаг в принимающем государстве не потребуется. Таким образом, национальные эмитенты смогут инициировать упрощенный допуск таких ценных бумаг к размещению и обращению на фондовых биржах Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызской Республики и России.

Принятое недавно Соглашение о порядке обмена сведениями, входящими в состав кредитных историй в ЕАЭС [6] будет способствовать, с одной стороны, созданию равных условий для резидентов всех стран ЕАЭС при обращении за кредитами в банки на территории других государств-членов, с другой стороны, документ даст банкам возможность адекватно оценивать риски при принятии решений о кредитовании резидентов других государств-членов. Это будет стимулировать развитие трансграничного кредитования в Союзе. Документ устанавливает механизм, порядок и условия обмена сведениями, входящими в состав кредитных историй, а также минимальный перечень информации, подлежащей трансграничному обмену. Кроме того, он определяет основные принципы защиты прав и законных интересов потребителей и поставщиков финансовых услуг при оформлении кредитных отношений, и полномочия органов, регулирующих финансовый рынок государств Союза.

Гармонизация национального законодательства в финансовой сфере, развитие финансовой инфраструктуры, интеграция основных сегментов финансового рынка (банковский, страховой и рынок ценных бумаг) проходит с разной скоростью, что обусловлено различными моделями и особенностями правового регулирования финансовых рынков государств-членов Союза и степенью имплементации международных стандартов.

Рассмотрим создание механизма формирования общего финансового рынка для трансграничных экономических коридоров развития (например, «Север–Юг», «Запад–Восток», Китай–Центральная Азия–Россия и др.). Они не просто транспортные артерии, а комплексные платформы для устойчивого экономического роста, для обеспечения эффективного функционирования которых необходимо трансграничные инвестиции, проекты и торговые связи.

К этапам механизм формирования общего финансового рынка относятся следующие.

Этап 1. Институциональная гармонизация.

Согласование законодательства в сфере банковской деятельности, фондовых рынков, валютного регулирования и трансграничных расчетов. Создание международных соглашений о взаимной защите инвестиций и предотвращении двойного налогообложения. Установление координационного органа (или совета) по финансовому регулированию в рамках коридора.

Этап 2. Техническая инфраструктура.

Интеграция платежных систем (например, создание единой платформы для расчетов в нацвалютах). Развитие совместных клиринговых центров, кросс-банковских гарантий и трансграничного кредитования. Внедрение цифровых решений – блокчейн для отслеживания операций, цифровые валюты ЦБ, финтех-платформы.

Этап 3. Финансовые институты и продукты.

Создание трансграничных инвестиционных фондов и гарантийных механизмов для инфраструктурных проектов. Разработка региональных страховых механизмов (например, экспортно-кредитного страхования). Формирование единого биржевого пространства для привлечения капитала и торговли ценными бумагами.

Этап 4. Надзор и управление рисками.

Совместный контроль за соблюдением нормативов (например, норм по капиталу, ликвидности). Информационный обмен между финансовыми надзорами стран-участниц.

Формирование ОФР в экономических коридорах:

а) международный транспортный коридор «Север – Юг» (участники: Россия, Беларусь, Иран, Индия, Азербайджан, Казахстан и др.). Для обеспечения быстрой транспортировки грузов между Европой, Россией и Индией необходима координация валютных расчетов между банками стран-участниц, создание платформы для взаимных кредитных линий;

б) коридор Китай – Центральная Азия – Россия – Европа (часть Инициативы «Один пояс – один путь»). Китай активно использует Азиатский банк инфраструктурных инвестиций (АИВ) для финансирования проектов в рамках коридоров. Возможность создания совместных суверенных фондов и гарантийных агентств, чтобы страховать риски проектов. Развитие финтех-сервисов и расчетов в юанях и рублях как альтернативы доллару;

в) Евразийский экономический союз (ЕАЭС) как ядро будущего коридора ЕАЭС. Страны планируют к 2025 году создать общий финансовый рынок с едиными лицензиями, признанием банков и страховых организаций, совместной платежной инфраструктурой (аналог SEPA).

Формирование общего финансового рынка в рамках международных экономических коридоров – это ключевой механизм ускорения трансграничного развития. Он требует скоординированных усилий стран-участниц, институциональной адаптации, а также создания эффективной технической и финансовой инфраструктуры. Такой рынок станет не только катализатором торговли и инвестиций, но и основой для устойчивого и сбалансированного роста в регионе. Создание ОФР внутри трансграничных коридоров развития превратит их в самодостаточные финансово-промышленные оси, способные конкурировать на глобальном уровне, снижать уязвимость от санкций и обеспечивать устойчивое развитие.

Статистические данные свидетельствуют о положительной динамике экономического развития и подчеркивают потенциал для дальнейшего сотрудничества и гармонизации финансовых систем.

Список использованных источников

1. Статистический ежегодник Евразийского экономического союза / Евразийская экономическая комиссия. – М., 2024. – 430 с.
2. Содружество независимых государств в 2023 году : статистич. ежегодник / Межгос. статистич. комитет СНГ. – М., 2025. – 623 с.
3. Договор о Евразийском экономическом союзе : подписан в г. Астане, 29 мая 2014 г. // Евразийский экономический союз. – URL: https://docs.eaeunion.org/docs/ruru/0043610/itia_05062014 (дата обращения: 11.03.2025).
4. О Стратегических направлениях развития евразийской экономической интеграции до 2025 года : решение Высшего Евразийского экономического совета от 11 дек. 2020 г. № 12. – URL: <https://www.alt.ru/tamdoc/20vr0012/> (дата обращения: 11.03.2025).
5. Соглашение о трансграничном допуске к размещению и обращению ценных бумаг на организованных торгах в государствах – членах ЕАЭС. – URL: <https://docs.eaeunion.org/documents/236/9851/> (дата обращения: 14.04.2025).
6. Соглашение о порядке обмена сведениями, входящими в состав кредитных историй в ЕАЭС. – URL: <https://russiancouncil.ru/blogs/young-and-smart/budushchee-eaes-obshchiy-finansovyy-rynok/> (дата обращения: 14.04.2025).

**ЛУЧШИЙ МИРОВОЙ ОПЫТ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ОБУЧЕНИЯ
И ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ И САМЫЙ РЕАЛЬНЫЙ СПОСОБ
БЫСТРО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЕГО НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО
СОТРУДНИЧЕСТВА И УНИКАЛЬНЫХ ХОЗДОГОВОРОВ
ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ТЕХНИЧЕСКИХ КАФЕДР ВУЗОВ**

¹С. А. Радченко, ²С. С. Радченко

¹Тульский государственный педагогический университет
им. Л. Н. Толстого, Тула, Российская Федерация

²ИП Радченко Сергей Сергеевич, Тула, Российская Федерация

Аннотация. Научно обоснована и подготовлена реальная возможность повысить роль университетов в решении проблем обучения и экономических систем в регионах, используя лучший опыт сотрудничества самых знаменитых университетов мира с органами управления, международное сотрудничество и безотказные методы получения хозяйственных договоров кафедрами.

Ключевые слова: международное сотрудничество, проблемы обучения, мировой опыт, хозяйственные договоры кафедр, сотрудничество университетов с администрацией.

**THE BEST WORLD EXPERIENCE IN SOLVING PROBLEMS
OF EDUCATION AND ECONOMICS IN THE REGIONS AND THE MOST
REALISTIC WAY TO QUICKLY USE IT BASED ON INTERNATIONAL
COOPERATION AND UNIQUE BUSINESS CONTRACTS FOR
ECONOMICAL AND TECHNICAL DEPARTMENTS OF UNIVERSITIES**

¹S. A. Radchenko¹, ²S. S. Radchenko²

¹Lev Tolstoy Tula State Pedagogical University, Tula, Russian Federation,

²IP Radchenko Sergey Sergeevich, Tula, Russian Federation

Abstract. A real opportunity has been scientifically substantiated and prepared to enhance the role of universities in solving the problems of education and economic systems in the regions, using the best experience of cooperation between the world's most famous universities and governing bodies, international cooperation and trouble-free methods of obtaining business contracts by departments of universities.

Keywords: international cooperation, problems of education, world experience, negotiation of departments, cooperation of universities with the administration.

Проблемы улучшения обучения и экономики в регионах и способы их решения.

Проблемы технологического и экономического образования и экономических систем в регионах давно и хорошо известны и регулярно обсуждаются на научных конференциях, так же, как и то, что:

1 – по ряду объективных причин пока не удается эффективно решать их во всех регионах за счет использования только традиционных методов даже в случаях получения для этого огромного целевого финансирования из бюджетов всех уровней;

2 – нужны разработка и быстрое массовое внедрение во всех регионах более эффективных методов и средств для быстрого улучшения ситуации и решения этих важных проблем при минимуме затрат [1–13].

35 лет изучения автором лучшего опыта ряда самых знаменитых университетов России и ведущих стран мира (в том числе во время стажировок в Великобритании (в Кембридже и Лидском университете), в США и командировок в Бельгию, Францию, Германию и Данию) по улучшению обучения, быстрого и массового внедрения в регионах новых достижений и многих лучших видов современной продукции, защиты потребителей и более комплексного и наименее затратного решения актуальных экономических проблем регионов и городского хозяйства, предотвращения аварий инженерных систем зданий и уменьшения ущерба от них [2–28] дали автору возможность сделать шесть важных научных и практических выводов, которые помогут быстрее, эффективнее и проще комплексно решать важные проблемы в регионах.

Первый вывод. Для быстрого и наименее затратного решения многих важных проблем улучшения обучения, воспитания и профориентации многих студентов и школьников, стимулирования экономического роста, обеспечения устойчивого развития экономических систем и повышения экономической безопасности в регионах необходимо использовать лучший мировой опыт взаимовыгодного сотрудничества самых знаменитых университетов с органами управления их регионов и городов, позволяющего гораздо быстрее и эффективнее добиться успеха за счет участия некоторых кафедр в региональных и других программах (что дает уникальные возможности получать хоздоговоры и улучшать обучение и развитие [4–6]). Именно улучшение обучения молодежи и массовости и эффективности внедрения в регионах многих новых достижений и лучших видов современной продукции (при минимуме затрат бюджетов всех уровней) является одной из самых актуальных проблем обеспечения в любых регионах необходимых условий для предотвращения огромных неэффективных расходов и повышения экономической безопасности любых хозяйственных субъектов и всего населения.

Поэтому знаменитые университеты России и ведущих стран, опыт которых изучал автор, активно участвуют в решении этих проблем в своих и других регионах и привлекают к этому ведущие кадры технических, экономических и других кафедр (по хоздоговорам и т. д.) [4–6].

Второй вывод. Ведущие зарубежные экономисты давно показали:

1 – невозможность сильного увеличения государственного финансирования для большинства вузов всего мира;

2 – необходимость поиска вузами дополнительных источников бюджетных и внебюджетных денег, так как большинству вузов в мире уже хватает денег в основном только для выплаты зарплаты, и они не могут регулярно обновлять оборудование и успешно развиваться [4–6, 20].

Третий вывод. Знаменитые университеты используют похожие и безотказные во всех странах и регионах законные способы более масштабного и полезного всем сотрудничества с органами управления для решения важных для них проблем, получая при этом хоздоговоры.

Начало и успех такого взаимовыгодного сотрудничества часто обеспечивают, используя:

1) подписание вузом «рамочного» договора о сотрудничестве с администрацией своего региона или регионального центра для реализации комплексной долгосрочной программы их сотрудничества, который: а) похож на обычный протокол о намерениях [26] (в нем нет конкретных финансовых обязательств сторон) и поэтому подписывается администрацией; б) используется указанными в нем кафедрами при работе со структурами администрации для участия в разных программах и постоянного получения ими бюджетных хоздоговоров [4–6];

2) «административный ресурс» и другие возможности администрации без затрат вуза;

3) очень похожие во всех странах методы работы чиновников (для гарантированного постоянного получения кафедрами больших бюджетных хоздоговоров [20], в том числе даже с внесением этого целевого финансирования в бюджеты регионов и городов на многие годы).

Четвертый вывод. Самым перспективным и реальным для любых региональных вузов способом обеспечивать получение большого дополнительного бюджетного финансирования от администраций их регионов и региональных центров (по хоздоговорам с их техническими и экономическими факультетами и кафедрами и другими способами при участии в разных региональных программах) является их участие во внедрении современной продукции и в решении актуальных для администрации проблем, так как гуманитарные и фундаментальные исследования вузов эти администрации всегда финансируют мало [4–6].

Это сразу позволит:

– использовать лучшие методы обучения с учетом современных реалий и с обеспечением получения студентами навыков, повышающих их конкурентоспособность [14–19, 23–25];

– получить уникальные возможности для улучшения обучения и дохода ведущих кадров, которые пока есть только в самых знаменитых университетах России и ведущих стран [20].

Пятый вывод. В ряде ведущих стран мира уже давно разработаны и массово успешно используются методы максимально ранней помощи детям в выборе привлекательных для них должностей с лучшей оплатой труда (с получением заранее достоверной информации о требованиях работодателей к их соискателям, чтобы затем целенаправленно готовиться к их получению при учебе в школах и вузах, что позволяет сильно повышать результативность обучения молодежи и ее воспитания). Поэтому правильное использование такого лучшего мирового опыта сотрудничества семей, школ и вузов будет полезно для улучшения обучения и воспитания молодежи в России и Беларуси, защиты выпускников от возможных проблем при будущем трудоустройстве и работе и своевременной реальной помощи им [14–19, 23–25].

Шестой вывод. Самый быстрый и безотказный способ использовать сотрудничество университетов с любой администрацией (особенно в своем регионе и городе) для получения новых возможностей и дополнительных бюджетных денег (за счет участия экономических и технических факультетов и кафедр по бюджетным хоздоговорам в региональных и других программах) – разработка и утверждение (подписание) университетом двух документов [26]:

1) программы сотрудничества администрации и университета для улучшения обучения, воспитания и профориентации молодежи и эффективности решения важных проблем [4–6];

2) многостороннего «рамочного» договора о сотрудничестве администрации и вуза [26].

Совместное использование опыта и «ноу-хау» автора, в том числе полученных им за три года выполнения функций внештатного помощника заместителя Главы города Тулы Ю. Ф. Бухтиярова и за много лет работы на высших руководящих должностях в трех организациях, изучавших лучший мировой опыт и участвовавших в его внедрении в регионах [4–7, 11–13], может быстро обеспечить это и создать для ряда кафедр уникальные возможности [4–6, 20].

По ряду объективных причин быстро подготовить и утвердить такую привлекательную для любой администрации программу ее взаимовыгодного сотрудничества с университетом и самый эффективный даже при бюджетном дефиците многосторонний «рамочный» договор о сотрудничестве для ее успешной реализации (с постоянным получением экономическими и некоторыми техническими факультетами и кафедрами дополнительных бюджетных денег по хоздоговорам с органами управления образованием и с другими структурами администраций любых регионов и региональных центров) можно в случае, если в качестве главного метода для успешного обеспечения решения всех указанных в них актуальных задач будет указано массовое внедрение в любых школах и постоянное совершенствование с учетом местных условий изобретенного и разработанного нами и успешно применявшегося автором много лет при обучении студентов в Тульском государственном педагогическом университете им. Л. Н. Толстого [4–6, 27–28] нового портативного учебно-тренировочного комплекса:

1) который является единственным в России новым уникальным дополнительным средством для быстрого улучшения обучения в школах и решения актуальных для администраций проблем;

2) награжден в 2024 году дипломом 3 степени «Выставки педагогических инноваций».

Например, при использовании такого портативного учебно-тренировочного комплекса [27–28] при изучении ряда предметов студенты и школьники смогут получать полезные всем знания и практические навыки (за счет самых эффективных методов их индивидуальной и групповой самостоятельной работы с использованием сети Интернет) для повышения их экономической безопасности и защиты от мошенников, в том числе:

1 – во время выбора различных видов продукции и ее надежных продавцов с учетом методов, которые позволят ее избежать покупок по завышенным ценам или некачественного товара, а также обмана и мошенничества;

2 – поиска лучших вакансий в Интернете с учетом их запросов с реальной самооценкой их привлекательности для работодателей и с подготовкой ими резюме [14–19].

Это позволит участвующим в таком многостороннем международном сотрудничестве кафедрам постоянно получать многие годы уникальные бюджетные хоздоговоры:

1) за счет части огромных средств, уже имеющихся в бюджетах их регионов и региональных центров для решения актуальных для них проблем и задач;

2) успешно обеспечив внесение такого целевого финансирования этого сотрудничества в эти бюджеты даже отдельной строкой [20].

Многостороннее международное сотрудничество как способ улучшения ситуации.

Проведенные нами многолетние исследования [2–28] научно обосновали и подготовили новые реальные возможности быстро и малозатратно повысить роль и возможности ряда факультетов и кафедр экономики и управления, экономической безопасности, маркетинга и инвестиций и некоторых технических кафедр белорусских университетов при предлагаемом многостороннем сотрудничестве, которое может быть успешно подготовлено и начато (всего за несколько месяцев!) на основе более эффективных даже при бюджетном дефиците новых многосторонних «рамочных» договоров о международном сотрудничестве [4, 26] с участием этих университетов и органов управления образованием региона и регионального центра, а также (как минимум!) тульской фирмы, которая будет под научным руководством автора:

– постоянно производить и внедрять учебно-тренировочные комплексы [27–28];

– выполнять многие другие необходимые для успеха международного сотрудничества важные функции.

Такое сотрудничество даст участвующим в нем факультетам и кафедрам возможности:

1) гораздо эффективнее сотрудничать с органами управления образованием и другими структурами администраций их регионов и городов и с очень многими школами, получая самыми безотказными законными методами нужную поддержку администрации, бюджетные хоздоговоры и возможности для полезного и выгодного участия в различных программах;

2) быстро получить недоступные ранее дополнительные источники бюджетных денег;

3) максимально приблизить учебный процесс по многим предметам к реальной жизни и использовать наиболее эффективные и малозатратные современные методы для улучшения обучения и профориентации молодежи с учетом мирового опыта и новых достижений [4–7];

4) регулярно получать для использования в учебном процессе в университете и школах достоверную квалифицированно подготовленную информацию о многих новых достижениях и образцах лучшей современной продукции для решения указанных выше важных проблем и для максимальной визуализации обучения в целях повышения интереса обучаемых к нему;

5) создать и успешно использовать в практической деятельности эффективную систему более взаимовыгодного сотрудничества с многими школами и выпускниками, аналогичную давно используемой знаменитыми университетами с максимальной пользой для всех [20];

6) повысить результативность учебной и научно-исследовательской деятельности [20];

7) более быстро, эффективно и массово внедрять в очень многих школах многие новые разработки и достижения их преподавателей (это важно, так как

при традиционных методах сотрудничества вузов и их факультетов и кафедр с органами управления образованием их регионов и городов и школами много достижений преподавателей, показываемых на научно-практических и научно-методических конференциях, используется только ими в их вузах);

8) гораздо эффективнее и полезнее использовать имеющиеся связи с другими вузами и организациями, в том числе за счет эффективных многосторонних «рамочных» договоров о сотрудничестве, для которого не нужны дополнительные затраты и риск их участников [26];

9) получить недоступные ранее по объективным причинам реальные возможности для очень выгодного и полезного участия в региональных, государственных и международных программах и «пилотных» проектах вместе с другими вузами и организациями [4–7, 20, 26];

10) постоянно иметь много лет уникальные по возможностям бюджетные хоздоговоры (сначала за счет некоторой части очень больших денег, которые всегда уже есть в бюджетах всех регионов и региональных центров для решения актуальных для них проблем и задач, а затем – за счет специально внесенного в эти бюджеты целевого финансирования этого очень полезного для всех сотрудничества (это можно реально обеспечить, используя безотказные во всех странах и регионах законные методы, уже много десятилетий успешно применяемые знаменитыми университетами ведущих стран) для массового внедрения в любых школах и дальнейшего совершенствования с привлечением ведущих кадров этих факультетов и кафедр (с учетом местных условий и различных актуальных задач) разработанного нами [27–28] портативного многофункционального учебно-тренировочного комплекса как уникального дополнительного средства для ускорения и облегчения решения многих актуальных для вуза и администрации задач и проблем при минимуме затрат из бюджетов всех уровней, лучше используя возможности для сотрудничества вуза, администрации, школ и семей [4–6, 20].

Это позволит использовать лучший опыт постоянного получения самыми знаменитыми университетами уникальных по возможностям и источникам финансирования бюджетных хоздоговоров сразу для ряда их кафедр и улучшать обучение и доходы ведущих кадров [4–6].

Уникальность таких новых бюджетных хоздоговоров кафедр заключается в следующем.

1. После подписания вузом многосторонних «рамочных» договоров о международном сотрудничестве [26] с администрациями своего региона и регионального центра (так как бюджеты у них разные) при числе сторон в них не менее трех (в том числе тульской фирмы, которая будет производить портативные учебно-тренировочные комплексы и участвовать в их внедрении и совместном совершенствовании [4–6, 27–28]) такие бюджетные хоздоговоры можно получать много лет для ряда экономических, технических и других кафедр, используя безотказный законный метод, успешно применяемый самыми знаменитыми университетами.

2. Участие в выполнении таких бюджетных хоздоговоров ведущих кадров некоторых экономических, технических и других факультетов для решения актуальных проблем и задач в соответствии с утвержденными администрацией

региона и регионального центра и вузом комплексными программами сотрудничества для решения таких проблем и задач [4–6, 20, 26] позволит целенаправленно объединить их усилия и эффективнее использовать их потенциал.

3. Использование эффективных во всех странах методов сотрудничества, позволяющих быстрее добиться успеха и снижающих необходимые затраты и риски всех его участников, которые автор изучал на знаменитых курсах успешного бизнеса в Великобритании и России.

4. Обеспечение при выполнении этих хоздоговоров применения в школах и регулярного дальнейшего обновления, совершенствования и пополнения информации, содержащейся в портативном учебно-тренировочном комплексе [4–6, 27–28], с привлечением ведущих кадров участвующих в таком сотрудничестве кафедр максимально улучшит возможности усиливать межпредметные связи и быстро массово внедрять в школах лучшие разработки этих кафедр.

5. Решение важнейшей проблемы невозможности обеспечить все кафедры и все школы многими образцами современного оборудования и регулярно обновлять их (используя базу данных о них в электронном виде для визуализации и их эффективного изучения [4–6, 27]);

6. Усиление сотрудничества со школами и с многими выпускниками и помощи им.

7. Уникальные возможности улучшать обучение, доходы ведущих кадров и развитие.

8. Использование самых эффективных и малозатратных способов улучшать обучение, профориентацию и конкурентоспособность молодежи на рынке труда, повышая ее интерес и мотивацию учиться и лучше используя возможности вузов, школ и семей обучаемых [13–19].

9. Получение важных возможностей, преимуществ и дополнительных бюджетных денег некоторыми экономическими, техническими и другими факультетами и кафедрами [4–6, 20].

Возможны различные варианты таких бюджетных хоздоговоров:

- с участием кадров только одной кафедры или одного факультета;
- с участием кадров разных факультетов;
- с участием специалистов из разных вузов, в том числе из других регионов и других стран.

Наша готовность к такому сотрудничеству очень большая [2–28], что подтверждают:

1) дипломы 1, 2 и 3 степени, полученные автором в 2023 и в 2024 году на «Выставках педагогических инноваций» в Ишимском педагогическом институте им. П. П. Ершова (филиале) Тюменского государственного университета в номинациях «Практический проект преподавателей ВУЗов» и «Инженерный проект»;

2) диплом 1 степени, полученный автором в 2025 году на «Выставке педагогических инноваций» в секции «Лучший практический проект» за проект «Возможности быстро улучшать обучение в регионах и получать хоздоговоры для многих кафедр педагогических вузов, используя лучший мировой опыт и межрегиональное сотрудничество».

Заключение

Вышеизложенное доказывает, что мы научно обосновали и подготовили [2–28] реальные возможности быстрее, эффективнее и малозатратнее решать ряд проблем в любых регионах России и Беларуси за счет быстрой организации уникального по ряду возможностей межрегионального и международного сотрудничества.

Это может улучшить:

1) обучение по ряду предметов и профориентацию в вузах и любых школах регионов;

2) получение новых бюджетных хоздоговоров рядом кафедр в их регионах и городах;

3) массовость и эффективность внедрения в регионах новых достижений и лучших видов современной продукции для быстрого решения ряда важных проблем при минимуме расходов за счет лучшего использования возможностей любых хозяйственных субъектов и населения (ведь только так в регионах ведущих стран наиболее быстро и малозатратно решают многие актуальные проблемы и задачи, повышая экономическую безопасность любых хозяйственных субъектов и широких слоев населения и защиту потребителей от обмана и ущерба из-за покупки некачественной продукции и ее неправильного применения [8–13], привлекая к такой деятельности по бюджетным хоздоговорам некоторые технические, экономические и другие факультеты и кафедры самых знаменитых университетов [4–6, 20]).

Это поможет наиболее быстро, эффективно и малозатратно для бюджетов всех уровней:

1) повысить роль экономических и технических факультетов и кафедр в обеспечении эффективного стимулирования экономического роста, обеспечении устойчивого развития экономических систем и в повышении экономической безопасности в их регионах и городах;

2) реально создавать для участвующих в таком многостороннем международном и межрегиональном сотрудничестве экономических, некоторых технических факультетов и кафедр региональных университетов уникальные возможности улучшать обучение, доходы ведущих кадров и развитие, которые пока есть только в самых знаменитых вузах мира [4–6].

Список использованных источников

1. Хотунцев, Ю. Л. Проблемы технологического образования в Российской Федерации / Ю. Л. Хотунцев. – М. : Прометей, 2019. – 182 с.

2. Радченко, С. А. Инновационные методы для улучшения обучения по технологии, физике, теплотехнике и охране труда / С. А. Радченко, А. Н. Сергеев // Школа будущего. – 2017. – № 6. – С. 180–187.

3. Радченко, С. А. Комплекс учебных пособий по технологии, теплотехнике и охране труда для улучшения подготовки и работы учителей / С. А. Радченко, А. Н. Сергеев // Физико-математическое и технологическое образование: проблемы и перспективы развития : материалы IV Междунар. науч.-методич. конфер. – М. : МПГУ, 2019. – С. 641–648.

4. Радченко, С. А. Международное сотрудничество – лучший способ эффективного внедрения в вузах и школах образовательных технологий нового поколения / С. А. Радченко // Педагогическая наука и образование: сохраняя прошлое – создаем будущее : материалы Междунар. науч.-практич. форума, посвящ. 110-летию БГПУ, г. Минск, 21 нояб. 2024 г. – Минск : БГПУ им. М. Танка, 2025. – С. 424–427.

5. Радченко, С. А. Возможности быстро улучшать обучение в регионах и получать большие хозяйственные договоры для кафедр педагогических вузов, используя лучший мировой опыт и межрегиональное сотрудничество / С. А. Радченко // Современное технологическое образование : сб. статей, докладов и материалов XXX Междунар. науч.-практич. конфер. – М. : Ассоциация технич. ун-тов, 2024. – С. 10–18.

6. Радченко, С. А. Самый реальный, быстрый и малозатратный способ улучшить в регионах технологическое образование и доходы педагогических вузов и их ведущих кадров / С. А. Радченко, С. С. Радченко // Технологическое образование: достижения, инновации, перспективы : материалы XX Всеросс. науч.-практич. конфер. с междунар. участием. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2023. – С. 54–65.

7. Радченко, С. А. Способ улучшить изучение в вузах и школах современной продукции, эффективность и массовость ее внедрения во всех регионах и защиту потребителей / С. А. Радченко // Проектирование и реализация образовательного процесса на основе ФГОС ВО : материалы XLIII учебно-методич. конфер. профессорско-препод. состава, аспирантов, магистрантов, соискателей ТГПУ им. Л. Н. Толстого. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2016. – С. 272–276.

8. Радченко, С. А. Мировой опыт и российские возможности решения в регионах проблем ЖКХ, энергосбережения, защиты от аварий и ЧС / С. А. Радченко // Реформа ЖКХ. – 2006. – № 1. – С. 20–27.

9. Радченко, С. А. Внедрение современной продукции в ЖКХ: лучший мировой опыт и российские проблемы / С. А. Радченко // Реформа ЖКХ. – 2006. – № 2. – С. 18–22.

10. Радченко, С. А. Аварии систем теплоснабжения и отопления: причины, ущерб и возможности его уменьшения: монография / С. А. Радченко, А. Н. Сергеев, С. С. Радченко. – Тула : ТулГУ, 2016. – 440 с.

11. Радченко, С. А. Комплексная учебно-выставочная деятельность как эффективный метод обучения специалистов и населения современным способам энергосбережения и обеспечения их массового внедрения / С. А. Радченко // Технология, предпринимательство, экономика. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 1999. – Ч. 2. – С. 63–70.

12. Радченко, С. А. Методы и опыт обеспечения правильного подбора и массового внедрения энергоэффективных материалов и оборудования организациями и населением / С. А. Радченко // Энергосбережение и водоподготовка. – 1999. – № 2. – С. 19–25.

13. Евтюхин, А. М. Обучение специалистов современным методам экономии энергоресурсов и материалов / А. М. Евтюхин, Ю. Ф. Бухтияров, С. А. Радченко // Тульский строитель. – 1998. – № 2. – С. 22.

14. Радченко, С. А. Научные основы улучшения подготовки выпускников к трудоустройству с учетом лучшего мирового опыта / С. А. Радченко // Содействие трудоустройству и адаптации к рынку труда студентов и выпускников учреждений профессионального образования Тульской области : материалы VII Региональной науч.-практич. конф. с междунар. участием. – Тула : ТулГУ, 2020. – С. 52–63.

15. Радченко, С. А. Организационно-экономические методы усиления влияния университета и родителей на подготовку детей и молодежи к лучшему трудоустройству / С. А. Радченко, С. В. Митрохина, Н. А. Дунаева // Содействие трудоустройству и адаптации к рынку труда студентов и выпускников учреждений профессионального образования Тульской области : материалы VII Региональной науч.-практич. конф. с междунар. участием. – Тула : ТулГУ, 2020. – С. 104–119.

16. Радченко, С. А. Малозатратный организационно-экономический метод помощи молодежи в целях улучшения ее подготовки к трудоустройству с получением навыков и опыта / С. А. Радченко, С. С. Радченко // Содействие трудоустройству и адаптации к рынку труда студентов и выпускников учреждений профессионального образования Тульской области : материалы V Региональной науч.-практич. конф. с междунар. участием. – Тула : ТулГУ, 2018. – С. 92–96.

17. Радченко, С. А. Способ обучения по индивидуальным траекториям без дополнительных расходов для получения студентами навыков, опыта и стажа работы / С. А. Радченко, С. С. Радченко // Актуальные проблемы проектирования и реализации конкурентоспособных

образовательных программ : материалы XLI учебно-методич. конф. профессорско-препод. состава, аспирантов, магистрантов, соискателей ТГПУ им. Л. Н. Толстого. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2014. – С. 64–71.

18. Радченко, С. А. Инновационные возможности для целевого получения студентами навыков и опыта, способствующих их трудоустройству и адаптации на рынке труда / С. А. Радченко, Н. В. Просперова, С. С. Радченко // Содействие трудоустройству и адаптации к рынку труда студентов и выпускников учреждений профессионального образования Тульской области : материалы II Региональной науч.-практич. конф. с всеросс. участием. – Тула : ТулГУ, 2015. – С. 47–50.

19. Радченко, С. А. Проблемы трудоустройства выпускников вузов, их экономическое объяснение и возможности решения / С. А. Радченко, С. С. Радченко // Технологическое образование: достижения, инновации, перспективы : межвузовский сб. статей XIV Междунар. науч.-практич. конф. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого. – 2013. – С. 384–390.

20. Радченко, С. А. Использование опыта инновационной деятельности ведущих зарубежных вузов – лучший способ комплексного решения задач и проблем вузов и технологического образования / С. А. Радченко : сб. статей X Междунар. науч.-практич. конф., посвящ. 70-летию ТГПУ им. Л. Н. Толстого и 30-летию факультета технологии, экономики и сельского хозяйства ; в 2 ч. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2009. – Ч. 1. – С. 75–81.

21. Радченко, С. А. Создание научно-учебно-производственного комплекса и бизнес-инкубатора – лучший способ быстро повысить аккредитационные показатели и доходы университета / С. А. Радченко, С. С. Радченко // Научная, научно-методическая деятельность администрации и профессорско-преподавательского состава вуза по выполнению аккредитационных показателей учебного заведения в статусе «Университет» : материалы XXXVI науч.-методич. конф. профессорско-препод. состава ТГПУ им. Л. Н. Толстого. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2009. – С. 131–138.

22. Радченко, С. А. Возможности совершенствования естественнонаучного образования с учетом лучшего мирового опыта / С. А. Радченко, С. С. Радченко // Моделирование структур, строение вещества, нанотехнологии : материалы III Междунар. науч. конф. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2016. – С. 296–300.

23. Радченко, С. А. Новые возможности повысить роль учреждений высшего образования, школ и родителей в формировании личности и воспитании детей и молодежи с учетом лучшего мирового опыта / С. А. Радченко // Научные горизонты : сб. материалов фестиваля. – Барановичи : Барановичский гос. ун-т, 2020. – С. 83–85.

24. Будникова, С. П. Планирование и обеспечение успешной карьеры выпускника: Методические рекомендации для студентов всех специальностей / С. П. Будникова, Н. В. Просперова, С. А. Радченко, С. С. Радченко. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2015. – 262 с.

25. Будникова, С. П. Получение практических навыков для безопасности жизнедеятельности, успешности трудоустройства и карьеры : учеб.-методич. пособие / С. П. Будникова, С. А. Радченко, Н. В. Просперова [и др.]. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2016. – 142 с.

26. Радченко, С. А. Многосторонние договора о сотрудничестве – самый быстрый, реальный и малозатратный способ улучшить обучение технологии и доходы вузов и их ведущих кадров, используя лучший мировой опыт / С. А. Радченко // Физико-математическое и технологическое образование: проблемы и перспективы развития : материалы IX Междунар. науч.-методич. конф. – М. : МПГУ, 2023. – С. 215–220.

27. Радченко, С. А. Портативный учебно-тренировочный комплекс для быстрого улучшения обучения, доходов вузов и их ведущих кадров и межрегионального сотрудничества / С. А. Радченко, С. С. Радченко // Проблемы и перспективы технологического и физико-математического образования в России и за рубежом : сб. материалов VI Междунар. науч.-практич. конф. – Ишим : ИПИ им. П. П. Ершова (филиал) ТюмГУ, 2024. – С. 96–103.

28. Радченко, С. А. Разработка многофункционального комплекса для улучшения обучения по естественнонаучным дисциплинам, микроклимата и конкурентоспособности выпускников / С. А. Радченко, С. С. Радченко // Многомасштабное моделирование структур, строение вещества, наноматериалы и нанотехнологии : материалы II Междунар. конф., посвящ. памяти профессора А. Н. Никитина. – Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2013. – С. 316–323.

КОНКУРЕНТНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ТРИАЛЕКТИЧЕСКОГО ПОДХОДА

Н. П. Четырбок

**Брестский областной институт развития образования,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. В статье рассматривается научный подход к определению понятия «конкурентный экономический рост», в ходе которого выявляется каузальность понятий «экономический рост», «инновации» и «конкурентоспособность». Данный подход обеспечивает системное исследование процессов, обуславливающих экономическое развитие.

Ключевые слова: конкурентный экономический рост, каузальность, экономический рост, инновации, конкурентоспособность, триалектика, дуализм.

COMPETITIVE ECONOMIC GROWTH THROUGH THE PRISM OF THE TRIALECTIC APPROACH

Natallia Chetyrbock

**Brest Regional Institute for the Development of Education,
Brest, Republic of Belarus**

Abstract. The article examines a scientific approach to defining the concept of "competitive economic growth", in the course of which the causality of the concepts of "economic growth", "innovation" and "competitiveness" is revealed. This approach provides a systematic study of the processes that determine economic development.

Keywords: competitive economic growth, causality, economic growth, innovation, competitiveness, trialectic, dualism.

Современный взгляд на роль инновационного фактора в развитии экономики возник в эпоху формирования постиндустриального общества. Первый и главный посыл в этом направлении сделал еще в середине прошлого века Нобелевский лауреат Р. Солоу, который по расчетам определил, что более 80 % роста объемов производства обеспечивает научно-технический прогресс.

Совпадающие с его результатами цифровые данные были впоследствии получены другим Нобелевским лауреатом П. Самуэльсоном, который применил репрезентативные данные на все двадцатое столетие. В результате своих исследований ученые пришли к выводу, что лишь 17 % годового роста производительности осуществляется за счет обеспечения работающего средствами и оборудованием, необходимыми для выполнения производственных задач, а оставшиеся 83 % роста – за счет роли научно-технического прогресса [1; 2, с. 741].

Современные ученые подтвердили эту точку зрения. Так академик НАН Беларуси П. Г. Никитенко подчеркивает, что «экономический рост должен обеспечиваться повышением эффективности использования всех ресурсов...», поэтому «роль инновационных решений в процессе стимулирования экономического роста...должна приобрести ведущее значение». Схожих убеждений

придерживаются и знаменитые российские ученые, Ю. В. Яковец заявляет, что инновационный фактор по сути – единственный двигатель экономического подъема, а Л. М. Гохберг и Т. Е. Кузнецова, обобщая, констатируют, что глубинная закономерность экономического развития передовых стран мира связана в основном со становлением инновационной модели экономического роста [3, с. 21, 22; 4, с. 32; 5].

От включения функции инновационной работы можно подытожить, благодаря чему качественно происходит обновление производственных основ предприятий на базе использования энергосберегающих, малозатратных, наукоемких технологий, применения более дешевого, соблюдаемого руководством, экологически безопасного руководства. В результате повышается качество и снижается себестоимость измененных изделий, улучшаются их потребительские свойства и расширяется ассортимент.

Однако, невзирая на формальную ясность вышеизложенного, дуальный метод, содержащийся в данной фразе в качестве исходного, имеет «генетическую слабость», свойственную диалектическому способу изучения, заключающуюся в том, что движущей силой прогресса им рассматривается лишь «борьба противоречий». Отсюда дихотомия, выдвигающая на первый план разделение, а не единство, которое, по мнению русского ученого Е. П. Борзовой, неспособно стать главным субстанциональным компонентом мира [6].

Тогда, не оспаривая когнитивную важность установленной причинной взаимосвязи, следует двигаться дальше и углублять понимание о ней посредством разработанной выдающимся мыслителем современности Г. Гегелем триалектической методологии, в соответствии с которой именно триадичность выступает общим свойством логики, так как «истинное деление...прежде всего, должно быть трехчленным», ибо оно несет в себе представление о системном единстве бытия. При этом триалектика не отрицает, а включает в себя диалектику, увеличивая ее пределы. В ней процесс прогресса рассматривается, прежде всего, не с точки зрения борьбы противоположностей, а с точки зрения их синергетического единства с начальным целеполагающим началом. Поэтому, по мнению российского исследователя П. Я. Сергиенко, триалектику следует рассматривать как философское начало гармоничного развития объективной реальности, являющейся «научной методологией теории познания действительности» [7, с. 414; 8].

Тогда научную категорию «экономическое развитие» можно наглядно изобразить в виде представленной ниже триады (рисунок 1) [9, с. 170].

В соответствии с указанной схемой триада «экономическое развитие» представлена взаимосвязью и взаимодействием понятий: «добавленная стоимость», «инновации» и «конкурентоспособность», это подразумевает, что данные понятия не существуют изолированно, а формируются и развиваются в контексте друг друга, образуя единую систему, где каждое из них влияет на восприятие и понимание другого. В этом контексте экономический рост занимает центральное место, выступая основой для двух других элементов триады. Инновационная деятельность обеспечивает как экономический рост, так и конкурентоспособность, при этом конкурентоспособность рассматривается как условие, необходимое для достижения экономического роста.



Рисунок 1 – Триада «экономическое развитие»

Таким образом, в структуру причинно-следственной связи между инновационной деятельностью и экономическим ростом включается третья составляющая – конкурентоспособность. Без этого элемента связь была бы недостаточно обоснованной, поскольку инновационная деятельность, не имея жестко определенных требований к своим результатам, может не иметь практической ценности. Таким образом, инновационная продукция, не обладающая необходимыми качествами для конкуренции, не может способствовать запланированному росту экономики.

Таким образом, по нашему мнению, можно сделать следующие выводы.

1. Инновации выступают ключевым фактором конкурентоспособности в рыночной экономике, являются одним из главных источников конкурентных преимуществ и стимулятором экономического роста.

2. Компоненты, способствующие успешной конкурентной борьбе компаний, в значительной степени совпадают с теми, что определяют результативность инновационной деятельности.

3. Конкурентоспособность может быть интерпретирована как с узкой, так и с широкой точки зрения. В узком понимании под конкурентоспособностью подразумевается способность национальных компаний бороться за лидерство на глобальных рынках, а их конкурентный потенциал оценивается по уровню их инновационной активности. В широком же понимании акцент делается на факторах, определяющих производительность труда, которые в свою очередь оказывают влияние на ключевые движущие силы экономического роста. Конкурентоспособность в этом случае представляется лишь средством достижения цели, а ожидаемым итогом является экономический рост.

Отсюда можно определить понятие конкурентного экономического роста как «роста добавленной стоимости товаров и услуг, в основе которого лежит синергизм факторов конкурентоспособности и экономического роста; опреде-

ляющим фактором является национальная конкурентоспособность, которая зависит от благоприятных институциональных условий, определяющих инновационное развитие и, как следствие, производительность хозяйствующих субъектов».

Список использованных источников

1. Solow, R. M. Technical Change and the Aggregate Production Function / R. M. Solow // The Review of Economics and Statistics. – 1957. – Vol. 39, No.3. – P. 312–320.
2. Овчинников, Г. П. Микроэкономика. Макроэкономика : монография / Г. П. Овчинников. – СПб: Изд. В. А. Михайлова– 1997. – Т. 1. – 751 с.
3. Никитенко, П. Г. Инновационная деятельность и устойчивое развитие: теория и методология / П. Г. Никитенко, А. В. Марков. – Минск : БИП-С, 2003. – 92 с.
4. Яковец, Ю. В. Грамматика инноваций и стратегия инновационно-технологического прорыва: пособие для молодых инноваторов / Ю. В. Яковец. – М. : МИСК, 2015. – 43 с.
5. Гохберг, Л. М., Инновации как основа экономического роста и укрепления позиций России в глобальной экономике / Л. М. Гохберг, Т. Е. Кузнецова – URL: <https://iorj.hse.ru/data/2012/06/08/1252691614/7.pdf> (дата обращения: 04.03.2025).
6. Борзова, Е. П. Триадология : монография / Е. П. Борзова. – СПб. : СПбГУКИ, 2007. – 672 с.
7. Гегель, Ф. Энциклопедия философских наук. Наука логики / Ф. Гегель. – М. : Мысль, 1975. – Т.1. – 452 с.
8. Сергиенко, П. Я. Триалектика. Начала философии и науки гармоничного развития.– URL: <http://www.trinitas.ru/rus/004/a0407002.htm> (дата обращения: 11.03.2025).
9. Марков, А. В. Эволюционная триада экономического развития : монография / А. В. Марков, Н. П. Четырбок; под науч. ред. А. В. Маркова. – Минск : Колорград, 2022. – 206 с.

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ИТ-КОМПАНИЙ НА B2B РЫНКАХ

И. В. Марахина

**Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
Минск, Республика Беларусь**

Аннотация. В статье рассмотрены особенности работы ИТ-компаний на B2B-рынках, основанные на правильном позиционировании.

Ключевые слова: позиционирование.

FEATURES OF THE WORK OF OTT COMPANIES IN THE B2B MARKETS

I. V. Marakhina

**Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus**

Abstract. The article discusses the specifics of how IT-companies operate in B2B-markets based on proper positioning.

Keywords: positioning.

В современном мире информационные технологии (ИТ) играют ключевую роль в формировании и развитии экономики, создавая новые бизнес-модели и автоматизируя процессы, меняя традиционные отрасли и открывают горизонты

для стартапов и малых предприятий. Согласно прогнозу Gartner [1], ожидается, что мировые расходы на ИТ в 2024 году составят 5,26 трлн долларов США, что на 7,5 % больше, чем в 2023 году. При этом следует отметить, что рынок ИТ-компаний высококонкурентный и имеет ряд особенностей, что требует от компаний выработки особых маркетинговых подходов и инструментов.

Разнообразие ИТ-компаний подчеркивает необходимость более детального анализа специфики отраслей и потребностей целевых аудиторий, что в свою очередь позволит выработать более эффективные модели привлечения клиентов, учитывающие индивидуальные особенности и конкурентные условия на рынке. В рамках такого анализа в таблице 1 приводится разница при работе ИТ-компаний в секторах B2B, B2G, B2C.

Таблица 1 – Разница при работе для секторов B2B, B2G, B2C

Бизнес	Государство	Физическое лицо
Ожидания		
Эксперт и надежный технологический партнер для реализации сложных и долгосрочных цифровых программ	Профессиональный игрок второго плана – эксперт и приемлемый технологический партнер для совершения «цифрового рывка»	Надежная компания, предлагающая продукт в нужном соотношении цена-качество. Могут быть выбраны спонтанно
Целевая аудитория		
Владельцы компаний, топ-менеджеры, менеджеры принимающие решения	Руководители, отдел ИТ, отдел закупок	Физические лица-потребители или покупатели

Примечание – Источник: разработано на основе [2].

Учитывая ограниченный объем исследования, рассмотрим ключевые моменты при работе ИТ-компаний на B2B-рынках, которые будут оказывать влияние на маркетинговые инструменты. Для начала выделим основные особенности и проблемы, которые необходимо учитывать, продвигая ИТ-продукты и привлекая новых клиентов [3].

- Высокая стоимость продукта, которую необходимо подкреплять обоснованием ценности для бизнеса.

- Сложность продукта, что требует информационной поддержки, чтобы донести его возможности и пользу для бизнеса. Программный продукт или оказываемые ИТ-компанией услуги представляют собой сложный для продажи товар за счет специфичности продукта и требования сохранять конфиденциальность. Нельзя детализировать кейсы, описывать рабочие процессы, при этом надо простым и понятным языком объяснять уникальность услуги (продукта) и выгоду от приобретения. Чтобы завоевать доверие, потребуется обладать высокой компетентностью. Только после этого можно будет действительно продавать свои услуги [4].

- Узкоспециализированная ниша, что, например, при рекламе напрямую влияет на показатели кампаний в связи с преобладанием низкочастотных запросов и приводит к низким показателям объема трафика и высокой цене клика.

Вышеуказанные факторы определяют еще одну характеристику.

- Длительный срок принятия решения. Речь не только о самой покупке, но и первичном обращении в компанию. Это связано с целой группой факторов, с которыми придется работать: большое количество лиц влияет на принятие решения, сложность самой услуги, цена и т. д. Более 70 % покупателей взаимодействуют с брендами разными способами, прежде чем совершить покупку [5].

С учетом вышесказанного можно выделить следующие ключевые критерии позиционирования, которые подходят и достаточно часто используют ИТ-компании в своих стратегиях.

- Технические компетенции, глубокие знания, опыт.
- Экспертность, уникальные знания, квалификация сотрудников.
- Современные технологии и инновационность.
- Клиентоориентированность, персонализированный подход, адаптивность под потребности клиентов.
- Безопасность и надежность.

К инструментам, которые часто эффективно используются для позиционирования на основе вышеперечисленных критериев, можно отнести:

- Экспертные статьи.
- Публикация успешных кейсов реализованных проектов и работа с отзывами клиентов.
- Формирования лояльности.
- Формирование имиджа инноватора, в том числе анализ и внедрение новых и инновационных технологий, информирование и релизы об этом.
- Развитие бренда сотрудников, в первую очередь, менеджеров компании.

Отдельно необходимо отметить роль товарной политики в ИТ-компаниях как элемента маркетинга. Такая работа должна включать анализ и постоянную работу над совершенствованием сервиса, повышением инновационности, безопасности, надежности, соответствия требованиям стандартов и законодательства с дальнейшим информированием о достижениях в этих направлениях.

Заключение

В работе представлен анализ основных особенностей и проблем, которые возникают у ИТ-компаний при продвижении продуктов. Для их нейтрализации компании необходимо правильное позиционирование, для реализации которого в работе выделены критерии и инструменты.

Список использованных источников

1. Gartner Forecasts Worldwide IT Spending to Grow 7,5 % in 2024 / Gartner. – URL: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2024-07-16-gartner-forecasts-worldwide-it-spending-to-grow-7-point-5-percent-in-2024> (date of access: 01.10.2024).
2. Кейс: продвижение ИТ-компаний в соцсетях / Точка доступа. – URL: <https://blog.tochkadostupa.pro/kak-prodvigat-b2b-it-kompaniyu-v-sotssetyah/> (дата обращения: 17.09.2024).
3. Продвижение ИТ-компаний: почему реклама не работает / Completo. – URL: <https://www.completo.ru/blog/articles/prodvizhenie-it-kompanii-pochemu-reklama-ne-rabotaet/> (дата обращения: 17.09.2024).
4. Продвижение ИТ-услуг / Интегрис. – URL: <https://integrus.ru/blog/internet-marketing-decisions/prodvizhenie-it-uslug.html> (дата обращения: 17.09.2024).
5. Шесть способов привлечь новых клиентов / Adobe. – URL: <https://www.adobe.com/ru/creativecloud/business/teams/use-cases/6-ways-to-acquire-new-customers.html> (дата обращения: 17.09.2024).

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ КАК ИНВЕСТИЦИЯ: УПРАВЛЕНИЕ ЖАЛОБАМИ В КОНТЕКСТЕ КЛИЕНТОРИЕНТИРОВАННОЙ СТРАТЕГИИ

В. В. Шавель, Д. А. Флорова
**Белорусский государственный университет информатики
и радиоэлектроники,**
Минск, Республика Беларусь

Аннотация. В статье рассматривается важность эффективной обработки клиентских жалоб в условиях высокой конкуренции и цифровой прозрачности. Анализируются причины игнорирования негативной обратной связи, такие как дефицит эмпатии, недостаточная подготовка персонала и излишняя формализация сервиса. Приводятся примеры успешного реагирования на жалобы (LEGO, Ritz-Carlton, Sainsbury's), показывающие, как персонализированный подход может превращать недовольство в лояльность. Предлагаются рекомендации по созданию системы работы с жалобами, включая развитие эмоционального интеллекта сотрудников и использование жалоб как источника роста.

Ключевые слова: клиентский опыт, клиентские жалобы.

FEEDBACK AS AN INVESTMENT: COMPLAINT MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF A CUSTOMER-ORIENTED STRATEGY

V. V. Shchavel, D. A. Flarova
Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus

Abstract. The article discusses the importance of effective handling of customer complaints in an environment of high competition and digital transparency. The reasons for ignoring negative feedback, such as lack of empathy, insufficient staff training, and excessive formalization of service, are analyzed. Examples of successful responses to complaints (LEGO, Ritz-Carlton, Sainsbury's) are given, showing how a personalized approach can turn discontent into loyalty. Recommendations are offered on how to create a complaint management system, including developing employees' emotional intelligence and using complaints as a source of growth.

Keywords: customer experience, customer.

Современный бизнес все чаще провозглашает клиентоориентированность в качестве своей ключевой ценности. Однако на практике это понятие зачастую остается на уровне формальной риторики. Один из наиболее наглядных индикаторов подлинного отношения компании к потребителям – ее реакция на жалобы клиентов. Несмотря на очевидную значимость этого аспекта, многие организации продолжают игнорировать обратную связь, что нередко приводит к репутационным и финансовым потерям.

Жалоба клиента – это не столько выражение недовольства, сколько проявление доверия и надежды на справедливое и внимательное отношение со стороны компании. При отсутствии реакции со стороны компании у клиента усиливаются негативные эмоции – гнев, раздражение, тревога. Эти чувства могут

перерасти в когнитивную руминацию – многократное прокручивание неприятной ситуации в сознании [1], что усугубляет эмоциональное состояние и снижает вероятность повторного обращения к бренду (рисунок 1).



Рисунок 1 – Эмоциональная спираль клиента
Примечание – Источник: собственная разработка.

На рисунке 1 представлена эмоциональная спираль клиента, отражающая, как первоначальное разочарование из-за несбывшихся, на первый взгляд несущественных ожиданий может постепенно усилиться, перерастая в раздражение и гнев, а затем – привести к полной утрате лояльности к бренду.

Исследование Homburg & Fürst подтверждает, что негативный клиентский опыт оказывает в 2–3 раза более сильное влияние на снижение лояльности, чем положительный опыт на ее рост [2]. Однако своевременная и адекватная реакция компании способна не только смягчить негатив, но и превратить недовольство клиента в сторонника бренда. Согласно теории организационной справедливости, признание ошибки и извинения могут снизить уровень агрессии клиента на 47 %, а предоставление компенсации – восстанавливает чувство справедливости и укрепляет приверженность бренду [3].

Для наглядной демонстрации важности реагирования на обращения потребителей на рисунке 2 представлены круговые диаграммы, иллюстрирующие процентное распределение поведения клиентов в зависимости от реакции компании на их жалобы. В частности, согласно исследованию, 78 % потребителей сохраняют лояльность при получении адекватной компенсации, тогда как 89 % прекращают взаимодействие с брендом в случае игнорирования их претензий [4].



Рисунок 2 – Реакция потребителей на различные способы обработки жалоб со стороны компаний

Примечание – Источник: собственная разработка с использованием [4].

Несмотря на приведенные данные, значительное число компаний по-прежнему демонстрирует низкий уровень отклика на обращения потребителей. Такая пассивность обусловлена не только отсутствием должной мотивации, но и наличием внутренних организационных и системных проблем.

Во-первых, наблюдается общее снижение уровня эмпатии среди сотрудников. Исследование Konrath et al. зафиксировало 40-процентное снижение эмпатии у молодежи за последние 30 лет [5].

Во-вторых, сотрудники зачастую не получают достаточной подготовки: компании редко организуют тренинги по развитию эмоционального интеллекта, навыков активного слушания, а также гибкого мышления. В результате персоналу не хватает умения адаптироваться и выбирать подходящий сценарий поведения в зависимости от конкретной ситуации, что снижает качество взаимодействия с клиентами.

В-третьих, подход к клиентскому сервису нередко оказывается чрезмерно формализованным: акцент смещается на количественные показатели – такие как скорость ответов или число обработанных обращений – в ущерб глубине и качеству самих решений.

Еще одной причиной отказа компаний от прямого реагирования на претензии потребителей является опасение юридических последствий признания вины. Предполагается, что публичные извинения или предложения компенсации могут быть интерпретированы как признание ответственности и впоследствии использованы против компании в судебных разбирательствах.

Так, в резонансном инциденте с United Airlines (2017 г.), когда пассажир не по своей воле был удален с борта самолета без видим на это причин, представители авиаперевозчика первоначально воздержались от извинений, ограничившись эвфемизмом «вынужденное пересаживание», чтобы избежать правовых последствий. Только после волны общественного негодования компания пересмотрела свою коммуникационную стратегию, однако это не позволило избежать репутационных издержек [6].

Сходная ситуация имела место в кейсе компании Toyota (2010 г.), когда руководство затянуло с официальным признанием производственных дефектов в

автомобилях, опасаясь последствий в виде массовых судебных исков. Задержка с публичными извинениями и отказ от открытой коммуникации привели к снижению уровня доверия со стороны потребителей и ухудшению общественного восприятия бренда [7].

Аналогичные опасения наблюдаются и среди компаний, действующих на постсоветском пространстве и в странах Восточной Европы. Несмотря на отсутствие задокументированных судебных прецедентов, в которых бы извинения или компенсации были использованы как доказательства признания вины, такие действия рассматриваются как потенциальный риск.

Таким образом, отказ от своевременного и адекватного реагирования на жалобы потребителей обусловлен не столько отсутствием желания со стороны компании, сколько комплексом факторов, включающих дефицит профессиональных компетенций, недостаточную мотивацию персонала и отсутствие выстроенной стратегии управления потребительским опытом.

В то же время передовые компании доказывают, что внимательное отношение к жалобам – это инвестиция, а не издержка. Их практики показывают, как правильно реагировать на претензии и превращать конфликтные ситуации в лояльность.

Так, лидирующие компании мирового рынка выстраивают свою репутацию на клиентоориентированности и умении не просто удовлетворять, но и превосходить ожидания своих потребителей. Одним из ярких проявлений продвинутого клиентского сервиса становятся нестандартные подходы к обработке жалоб и обращений. Здравый смысл, гибкость при принятии решений, доверие сотрудникам, отзывчивость, внимание к деталям и креативность позволяют брендам формировать прочную эмоциональную связь с клиентами и способствовать росту лояльности.

Сеть супермаркетов Sainsbury's продемонстрировала, как даже обращение от самого юного клиента может стать поводом для позитивных перемен. Трехлетняя Лили Робинсон усомнилась в названии хлеба «Тигровый», предложив более логичное – «Жирафовый», так как рисунок на корке напоминал ей пятна жирафа. Компания с теплотой отреагировала: вежливо объяснила выбор названия и согласилась с Лили. Вскоре продукт был официально переименован, а в магазинах появилась благодарность девочке [8]. На рисунке 3 продемонстрирована реакция компании на жалобу клиента.

Этот жест вызвал волну позитивного отклика в цифровых медиа и стал отличным примером того, как здравый смысл и открытость к клиентам, даже самым маленьким, помогают укреплять репутацию и повышать лояльность, в том числе со стороны родителей. При этом изменения не потребовали значительных затрат – лишь внимания и уважения к мнению потребителей.



Рисунок 3 – Реакция Sainsbury's на жалобу клиента

Примечание – Источник: собственная разработка с использованием [8].

Компания LEGO продемонстрировала высокий уровень заботы и персонализированного подхода при работе с клиентскими обращениями. Когда семилетний Лука Эппс потерял минифигурку любимого героя из серии Ninjago и написал письмо с просьбой о замене, LEGO ответила от лица Сенсея Ву, пообещав не только вернуть фигурку, но и добавить аксессуары и противника для новых игр. Такое внимание превратило ситуацию в вирусную, усилив эмоциональную связь с брендом и вызвав широкий общественный отклик (см. рисунок 4).

Безусловно, если бы каждый клиент писал подобные письма, это было бы сложно масштабировать. Однако на практике такие случаи единичны, а их игнорирование не нанесло бы серьезного урона репутации. Тем не менее, когда в основе маркетинговой стратегии лежит человеко-ориентированный подход (H2H – human to human), подобные действия способствуют формированию не только внешней лояльности, но и сильной внутренней культуры заботы о клиенте.



Рисунок 4 – Вирусность ситуации с реакцией LEGO на жалобу Лука Эппса

Гостиничная сеть Ritz-Carlton продемонстрировала высокий уровень эмпатии и креативности, когда ребенок одного из гостей забыл плюшевого жирафа по имени Джоши. Родители успокоили сына, сказав, что игрушка осталась в отеле «в отпуске». Сотрудники не только вернули Джоши, но и приложили фотобуклет с его «приключениями» – отдых в спа, работа в службе охраны – и даже сделали ему персональную карту клиента. Это превратило стрессовую ситуацию в трогательный и запоминающийся опыт, усилив эмоциональную привязанность к бренду.

Подобный подход, конечно, не может быть массовым, но и не требуется для всех гостей. Иногда достаточно небольшого проявления заботы – например, если на стойке регистрации сотрудник заметит признаки простуды и предложит помощь или подскажет ближайшую аптеку. Такие детали формируют культуру внимания к человеку и делают бренд по-настоящему близким.

Эффективность клиенториентированных подходов подтверждается их прямым влиянием на снижение оттока, рост повторных покупок и укрепление эмоциональной связи потребителей с брендом. Однако для широкого внедрения подобных практик бизнесу необходимо системно подойти к организации процессов обработки жалоб.

Во-первых, требуется внедрение стандартизированных процедур работы с обращениями, включающих:

- установление четких сроков реагирования (не более 24 часов);
- обязательное выражение извинений;
- предложение компенсации в случае выявленной ошибки со стороны компании.

Во-вторых, важно развивать у сотрудников навыки эмоционального интеллекта посредством:

- регулярных тренингов по эмпатии и активному слушанию;
- формирования внутренней культуры поддержки внутри коллектива, что способствует переносу этих моделей поведения и на взаимодействие с клиентами.

В-третьих, необходима систематизация мониторинга клиентской обратной связи, включая:

- постоянное отслеживание отзывов в цифровых каналах (социальные сети, маркетплейсы);
- регулярный сбор и анализ показателей удовлетворенности клиентов (таких как NPS, CSAT и др.).

В-четвертых, жалобы следует рассматривать как источник развития, что предполагает:

- проведение анализа повторяющихся проблемных ситуаций;
- внедрение системы нематериального и материального поощрения сотрудников за эффективное разрешение претензий.

Таким образом, реакция компании на клиентские жалобы – это не просто компонент сервиса, а стратегически значимый инструмент удержания и укрепления клиентской базы. Эмпатия, оперативность и готовность признавать ошибки должны рассматриваться не как издержки, а как инвестиции в устойчивое развитие.

В условиях высокой конкуренции и цифровой прозрачности ключевыми факторами дифференциации становятся скорость реагирования, человеческий подход и честность. Компании, нацеленные на долгосрочную эффективность, должны переосмыслить клиентский опыт как стратегическую категорию, внедрять современные инструменты управления обратной связью, инвестировать в обучение персонала и формировать культуру эмпатии на всех уровнях корпоративной структуры.

Список использованных источников

1. Gelbrich, K. Anger, frustration, and helplessness after service failure: Coping strategies and effective informational support / K. Gelbrich // Journal of the Academy of Marketing Science – 2010. – № 38 (5). – С. 567–585.
2. Homburg, C. How organizational complaint handling drives customer loyalty: An analysis in the telecommunications industry / C. Homburg, A. Fürst // Journal of Service Research – 2005. – № 8 (2). – С. 173–187.
3. Fehr, R., When apologies work: How matching apology components to victims' self-construals facilitates forgiveness / R. Fehr, M. J. Gelfand // Organizational Behavior and Human Decision Processes – 2010. – № 113 (1). – С. 37–50.
4. PwC. Future of Customer Experience Survey 2023. – URL: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/consumer-markets/consumer-insights-survey.html> (дата обращения: 24.05.2025).

5. BBC News. Скандал на борту United Airlines: пассажира силой сняли с рейса. – URL: <https://www.bbc.com/russian/features-39562152> (дата обращения: 24.05.2025).
6. Toyota прятала дефект / Газета.ru. – URL: https://www.gazeta.ru/auto/2010/02/15_a_3324453.shtml (дата обращения: 24.05.2025).
7. Konrath, S. H. Changes in dispositional empathy in American college students over time: A meta-analysis / S. H. Konrath, E. H. O'Brien, C. Hsing // *Personality and Social Psychology Review* – 2011. – № 15 (2). – С. 180–198.
8. Дубовик, С. Десять историй о высококлассном обслуживании клиентов. – URL: <https://sergey-dubovik.livejournal.com/67422.html> (дата обращения: 24.05.2025).

ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАЛЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

А. К. Крамаренко, А. В. Алешко
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. Малые организации в предпринимательской деятельности сталкиваются с необходимостью непрерывного повышения эффективности и экономии средств, чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке. Новые технологии являются инструментом для решения таких проблем. В научной статье рассматриваются некоторые цифровые решения для оптимизации бизнес-процессов, повышения производительности труда и снижения издержек в деятельности малых организаций.

Ключевые слова: малые организации, технологии, искусственный интеллект, эффективность.

TECHNOLOGIES FOR SMALL BUSINESS EFFICIENCY

A. K. Kramarenko, A. V. Aleshko
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. Small organizations in entrepreneurial activities face the necessity of continuously improving efficiency and saving resources to remain competitive in the market. New technologies are tools for addressing such challenges. This scientific article discusses some digital solutions for optimizing business processes, enhancing labor productivity, and reducing costs in the activities of small organizations.

Keywords: small organizations, technologies, artificial intelligence, efficiency.

В быстро меняющемся цифровом мире у малых организаций появляется все больше возможностей. Зачастую, они связаны с использованием технологических усовершенствований. Внедрение технологических разработок помогает малым организациям конкурировать, увеличивая объем сделок, улучшая обслуживание клиентов, а также более эффективно организовывать процессы и действия, принимая во внимание возможности автоматизации избыточной работы. В связи с этим, большинству малых организаций приходится делать выбор, который вероятно принесет им наибольшую отдачу. Рассмотрим некоторые

новые технологии, которые сегодня наиболее востребованы малыми организациями:

1. Искусственный интеллект. ChatGPT, появившийся в 2023 г., преобразил многие программные приложения малых организаций. Технология искусственного интеллекта способствует повышению конкурентоспособности предпринимательской деятельности. Это достигается за счет улучшения процесса принятия решений и снижения затрат. Инструменты и алгоритмы, основанные на искусственном интеллекте, позволяют автоматизировать многие повседневные задачи:

- ввод данных;
- обслуживание клиентов;
- контроль за товародвижением и др.

Это высвобождает ценное время сотрудников, которое они могут посвятить более значимой для деятельности задаче. Чат-боты, например, позволяют малым организациям получать круглосуточную поддержку клиентов семь дней в неделю, автоматизировать повседневные административные задачи, управлять встречами, отвечать на электронные письма и многое другое без привлечения дополнительного персонала или затрат на сверхурочную работу. Искусственный интеллект также позволяет извлекать ценную информацию из огромных объемов данных, что помогает оптимизировать процессы, принимать обоснованные маркетинговые решения. Такие инструменты, как Tableau или Power BI, позволяют получать необработанные данные и преобразовывать их в полезную для деятельности информацию. Также бизнес-аналитика – анализ клиентов, продаж, улучшение внутренних процессов и др. – дает ценные знания, которые могут способствовать росту компании. Также и системы кибербезопасности, разработанные ИИ, распознают нежелательную активность и, благодаря этому, предотвращают потери в результате кражи информации. В дополнение ко всему, эти системы могут использоваться для обнаружения нарушений или незаконных действий в других системах, таких как учетные записи [1, 2]. Видится, что со временем инструменты ИИ станут еще проще в использовании и доступнее, и даже самые малые по численности сотрудники предприятия смогут реализовать свой потенциал.

2. Облачные вычисления. Облако – это экономичный и гибкий способ хранения данных и доступа к различному программному обеспечению. Внедрение облачных технологий помогает сэкономить финансовые ресурсы за счет снижения запросов к локальной ИТ-инфраструктуре и затрат на обслуживание. Облачные вычисления повышают уровень безопасности хранения данных, позволяют синхронизировать данные в режиме реального времени и пересылать их при необходимости в другие регионы. Также облачные провайдеры обычно предлагают планы и услуги, адаптированные к потребностям и ресурсам каждой отрасли экономики. Облако облегчает совместную работу, поскольку сотрудники имеют доступ к документам независимо от того, где они находятся.

Фактически, это упрощает получение необходимой информации. Также облачные вычисления, как правило, снижают затраты на обработку ресурсов, поскольку не нужно распечатывать документы и хранить их. Облачные сервисы обеспечивают высокий уровень оперативности бизнес-процессов [3, 4]. Благодаря использованию облачных платформ можно получать доступ к данным в режиме реального времени, поддерживать удаленную и скоординированную работу.

3. Автоматизация. Малым организациям автоматизация процессов необходима для достижения большей эффективности и сокращения усилий и времени, затрачиваемых на выполнение повторяющейся работы. Она может заменить ручное управление. Это сокращает количество ошибок, повышает качество работы и экономит время. Автоматизация подразумевает использование программного обеспечения для выполнения таких задач:

- с высокой повторяемостью;
- требующих больших затрат времени;
- подверженных ошибкам;
- не требующих участия человека и др.

Такие программные инструменты, как Zapier или Microsoft Power Automate, помогают создавать автоматизированные рабочие процессы между приложениями, что оптимизирует процессы в нескольких доменах. Например, если организации необходимо создавать ежемесячные отчеты о продажах на основе данных, хранящихся в Google Таблицах, а затем отправлять эти отчеты региональным представителям по электронной почте. Вместо того, чтобы выполнять это вручную можно использовать инструмент автоматизации для создания данного рабочего процесса. Такая автоматизация экономит усилия и время, позволяет избежать человеческих ошибок.

Зачастую малые организации нанимают сотрудников небольшими группами. Прием на работу – это непростой процесс, и необходимо выполнять следующее:

- опубликовать описание работы;
- оценить потенциальных кандидатов;
- организовать собеседование;
- сделать предложение о будущем сотрудничестве или отклонить его и др.

Несмотря на необходимость контроля со стороны человека, многие из этих процессов могут быть автоматизированы. Например, онлайн-формы для подачи заявок могут автоматически отсеивать заявки по различным критериям. Такие приложения, как Workable, автоматизируют процесс подбора персонала для малых организаций. Если потребуется отсортировать десятки, или даже сотни заявок, это будет очень важно.

Социальные сети также являются важным инструментом привлечения клиентов для малых организаций. Автоматизация значительно упрощает эту задачу. С использованием таких программ, как Buffer или Hootsuite, можно:

- заранее создавать посты;
- синхронизировать публикации между сетями;
- автоматически отвечать на повторяющиеся вопросы;
- оценивать полезность социальных сетей и др.

Благодаря автоматизации этих задач малые организации остаются активными в социальных сетях, но при этом появляется возможность тратить больше времени на создание более качественного контента.

Для малых организаций важной является и автоматизация процесса резервного копирования данных, что обеспечивает постоянную сохранность важной информации.

Для достижения этой цели выполняются следующие задачи:

- регуляризировать резервное копирование всех важных данных;
- хранить резервные копии в защищенном облачном хранилище;

- настроить уведомления о завершении резервного копирования или сбоя;
- проверять целостности резервных копий и др.

Службы резервного копирования, такие как Backblaze или Carbonite, помогают автоматизировать этот процесс.

Применение автоматизированных решений в деятельности малых организаций позволяет оптимизировать использование ресурсов, предлагать более высокий уровень качества обслуживания и продвигать стратегическое направление [5]. Автоматизация особенно актуальна для малых организаций, где каждая единица ресурсов имеет первостепенное значение.

4. Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Это программное обеспечение (ПО), которое помогает малым организациям управлять данными о клиентах, упрощает обслуживание клиентов.

Большинство малых организаций делают это вручную, используя электронные таблицы или простое программное обеспечение для управления контактами. Программное обеспечение CRM помогает решать проблемы, сохраняя все аспекты взаимоотношений с клиентами в базе данных и делая их доступными. Это позволяет отделам маркетинга и продаж получать всю необходимую информацию, когда это необходимо.

ПО, такое как Salesforce, HubSpot или Zoho CRM, позволяет обеспечивать всестороннюю поддержку на протяжении процесса взаимодействия с клиентами – от привлечения потенциальных клиентов до продаж и послепродажной поддержки.

Salesflare – это востребованный CRM-инструмент для малых организаций. Платформа разработана на основе функций: организация, интеграция, коммуникация и автоматизация. CRM Salesflare отображает все данные в одном месте в виде визуального обзора. Ценность платформы заключается в полностью автоматическом заполнении данных о контактных данных [7].

Далее HubSpot – это программное обеспечение CRM, которое ищет экономически эффективные решения. У него – бесплатные тарифные планы для центров CRM, маркетинга, продаж и обслуживания. HubSpot включает и мобильные приложения для iPhone и Android, менеджер контактов, шаблоны электронной почты, уведомления, телефонные звонки, отслеживание сообщений, планирование и др. Более продвинутые функции доступны на одном из платных тарифных планов Growth suite, но малым организациям обычно достаточно ограниченного бесплатного набора функций [6].

Далее Zoho CRM. Оно предназначено для малых организаций, которым требуется систематическое управление продажами и взаимодействие с клиентами. Система охватывает автоматизацию, аналитику, многоканальную коммуникацию и управление взаимоотношениями. Zoho CRM может работать с различными каналами (электронной почтой, телефонными звонками, социальными сетями и чатом) из единого интерфейса. А средства автоматизации позволяют разрабатывать различные сценарии взаимодействия, ускоряя обработку сделок. Имеются и расширенные аналитические панели мониторинга, что позволяет отслеживать эффективность работы [8].

Перечисленные выше инструменты могут быть объединены и с другим программным обеспечением, формируя комплексный стиль ведения бизнеса в условиях цифровой экономики.

Поводя итог, необходимо отметить, что современные технологии создают все больше возможностей для развития малых организаций, повышения конкурентоспособности. Решения на основе искусственного интеллекта, облачных вычислений, автоматизации и систем управления взаимоотношениями с клиентами позволяют малым организациям экономить на расходах, повышать производительность и улучшать качество обслуживания. Поэтому правильный выбор и сочетание технологий становятся решающими факторами успеха в условиях изменения рыночной ситуации.

Список использованных источников

1. Герасимов, В. А. Информационные технологии в управлении предприятием: учеб. пособие / В. А. Герасимов. – Минск : Новое знание, 2021. – 296 с.
2. Заплатин, С. П. Искусственный интеллект: технологии и перспективы / С. П. Заплатин. – М. : ДМК Пресс, 2022. – 248 с.
3. Крамаренко, А. К. Интеграция программного обеспечения в бизнес: процесс, проблемы и перспективы / А. К. Крамаренко, В. Н. Русенко // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2024. – № 1. – С. 232–237.
4. Кравцевич, Г. А. Современные CRM-системы в деятельности коммерческих предприятий: обзор рынка Беларуси и зарубежных стран / Г. А. Кравцевич, А. К. Крамаренко // Проблемы устойчивого развития регионов Республики Беларусь и сопредельных стран : сб. статей XII междунар. науч.-практич. конф., г. Могилев, 26 мая 2023 г. / Мин-во образ. Респ. Беларусь, Могилевский гос. ун-т им. А. А. Кулешова ; редкол.: Н. В. Маковская [и др.]. – Могилев : МГУ им. А. А. Кулешова, 2024. – С. 38–42.
5. Крамаренко, А. К. Инновации в деятельности микро- и малых организаций на рынке / А. К. Крамаренко // Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст : сб. науч. статей / Гродненский гос. ун-т им. Янки Купалы ; редкол.: М. Е. Карпицкая (гл. ред.), С. Е. Витун (зам. гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2023. – С. 82–91.
6. HubSpot. What Is CRM? Definition + Benefits / HubSpot Blog. – URL: <https://blog.hubspot.com/sales/what-is-crm> (date of access: 14.04.2025).
7. Salesforce. Customer Relationship Management Explained / Salesforce Official Website. – URL: <https://www.salesforce.com/what-is-crm> (date of access: 14.04.2025).
8. Zoho CRM. Features and Integrations / Zoho Corporation. – URL: <https://www.zoho.com/crm/features.html> (date of access: 14.04.2025).

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫХ ПРОГРАММ

Ю. Д. Ковалевская, Н. В. Потапова
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. Данная статья исследует роль корпоративной социальной ответственности (КСО) как эффективного инструмента формирования позитивного имиджа организации. На основании анализа эмпирических данных, предложены практические рекомендации по разработке и реализации эффективных коммуникационных стратегий для повышения результативности профориентационных программ в рамках КСО.

Ключевые слова: профориентационные программы, позиционирование, продвижение, корпоративная социальная ответственность, средства массовой информации, специальности, востребованные экономикой, заказчики кадров.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A TOOL FOR POSITIONING AND PROMOTING CAREER GUIDANCE PROGRAMS

Y. D. Kovalevskaya, N. V. Potapova
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. This article examines the role of corporate social responsibility (CSR) as an effective tool for creating a positive image of an organization. Based on the analysis of empirical data, practical recommendations are proposed for the development and implementation of effective communication strategies to improve the effectiveness of career guidance programs within the framework of CSR.

Keyword: career guidance programs, positioning, promotion, corporate social responsibility, mass media, specialties in demand by the economy, personnel customers.

Внедрение корпоративной социальной ответственности (КСО) в практику организаций положительно влияет на ее имидж. Этот тренд, обусловленный глобализацией и принятием мировых стандартов по оказанию помощи в решении проблем социума организациями, находит отражение в сфере профориентации. Заказчики кадров все чаще рассматривают инициативы в области профориентации как инструмент повышения своего имиджа и репутации, а также укрепление лояльности целевой аудитории. Тенденция увеличения числа социальных инициатив в этой сфере свидетельствует о растущем понимании компаниями положительного влияния инвестиций в профориентационные программы на их репутацию.

Это создает благоприятные условия для позиционирования и продвижения профориентационных проектов, которые могут быть интегрированы в более широкую стратегию КСО. Успешное позиционирование таких программ зависит от четкого определения их целевой аудитории, разработки убедительного сообщения. Эффективное продвижение должно основываться на использовании разнообразных коммуникативных каналов, с учетом специфики целевой аудитории и региональных особенностей рынка труда. Поэтому исследование данных аспектов позиционирования и продвижения является актуальной задачей для развития эффективной системы профессиональной ориентации.

Цель исследования – определить наиболее эффективные стратегии позиционирования и продвижения профориентационных программ в контексте корпоративной социальной ответственности и разработать рекомендации по их практической реализации для повышения эффективности программ и укрепления позитивного имиджа организаций.

Сегодня практика профориентации и профориентационных программ становится все более распространенной. В XXI веке профориентация перестала быть исключительно заботой крупных образовательных учреждений и вышла за рамки новых инициатив, став традиционным элементом образовательного процесса. Положительным аспектом является то, что внимание к вопросам профессиональной ориентации проявляют не только школы и вузовские учреждения, но и предприятия из самых различных сфер. Все больше организаций осознают важность реализации программ профориентации, направленных на поддержку

молодежи в выборе карьеры и подготовку квалифицированных специалистов для рынка труда.

Термин «корпоративная социальная ответственность» появился к концу XX века и понимался как этическое отношение организаций к обществу. Сравнительный анализ литературы показывает, что корпоративная социальная ответственность в деятельности организаций делится на два основных блока: обязательное соблюдение законодательно установленных норм и правил ведения бизнеса, а также добровольные меры, которые не являются требованиями со стороны, и направлены на улучшение экологической ситуации, повышение качества жизни и решение различных социальных проблем [1].

Термин «социальные проблемы» изучается не только социологами, но и многими специалистами из других дисциплин, таких как экономика, политология и психология. В Республике Беларусь социальная политика ориентирована на человека, и «приоритетом социальной политики Беларуси является защита интересов простых граждан и поддержка людей, находящихся в сложной жизненной ситуации» [2]. Одной из наиболее острых социальных проблем является безработица, которая требует комплексного подхода и эффективных мер со стороны как государства, общества так организаций и предприятий.

Безработица затрагивает множество аспектов социальной жизни. Это требует комплексного подхода к решению данной проблемы. Одним из эффективных инструментов, способствующих снижению уровня безработицы, является концепция корпоративной социальной ответственности (КСО). Корпоративная социальная ответственность подразумевает активное участие организаций в решении социальных проблем и ответственности бизнеса перед обществом и включает в себя не только улучшение условий труда, но и активные действия по поддержанию занятости [2].

С точки зрения экономики, КСО может способствовать созданию рабочих мест и улучшению качества труда через инициативы по обучению и переобучению. Исследования показывают, что подобные программы не только помогают индивидуумам адаптироваться к требованиям рынка труда, но и положительно сказываются на репутации и устойчивости организации.

С точки зрения социологии, корпоративная социальная ответственность может уменьшить социальное неравенство, способствуя интеграции различных социальных групп в трудовой рынок. Социально ответственная компания может активно участвовать в проектах, направленных на поддержку уязвимых категорий населения, таких как мигранты, люди с ограниченными возможностями и другие [2].

Политологический аспект КСО также важен, поскольку активное вовлечение организаций в решение социальных проблем может стимулировать государственные институты к сотрудничеству и совместному разработке политик, направленных на борьбу с безработицей.

В психологическом контексте, участие компаний в вопросах КСО может повысить моральный дух сотрудников и создать позитивное социальное окружение, что способствует повышению производительности труда и снижению текучести кадров. Кроме того, понимание социальной ответственности может снизить уровень стресса и неопределенности у работников, что является важным фактором в периоды экономической нестабильности.

Для того, чтобы программа корпоративной социальной ответственности (КСО) была эффективной, и решения общественных проблем стали известны широкой аудитории, каждой компании необходимо уделить внимание позиционированию и продвижению инициатив. В данном контексте позиционирование понимается как акцент на конкретном способе решения социальных проблем, существующих в обществе, и создание четкой позиции социального проекта, ориентированного на целевую аудиторию.

Важно, чтобы он был тесно связан с интересами и ценностями целевой группы. Каждый социальный проект должен иметь четко определенные цели и задачи, на достижение которых он направлен.

Продвижение в этом контексте отвечает на вопрос, каким образом и с помощью каких инструментов компания донесет свой месседж до целевой аудитории. На основе анализа теории и практики в данной области можно выделить основные инструменты продвижения КСО-проектов: средства массовой информации, корпоративные сайты, социальные сети и проведение специальных мероприятий. При этом главную роль в информировании общества о проектах социальной ответственности играют СМИ. Уровень освещения социальными медиа проектов компаний напрямую влияет на понимание общественностью значимости социальных программ, реализуемых этими организациями.

Выбор конкретного метода распространения информации о корпоративной социальной ответственности бизнеса обусловлен статусом группы, для которой эта информация предназначена. Например, для экспертов и государственных учреждений наиболее эффективными являются конференции, семинары и форумы. Для прямых участников КСО-программ целесообразно проводить дни открытых дверей и выставки. Что касается более широкой общественности, то наилучшим вариантом будут публикации в печатных и электронных средствах массовой информации. Кроме того, важным инструментом управления КСО выступает отчетность. С ее помощью общественность получает информацию о том, как организация реализует свои инициативы в области корпоративной социальной ответственности и осуществляет свои миссии.

Например, в практике таможенной система КСО – инструмент формирования позитивного имиджа госструктуры, увеличение доверия со стороны общества и инструмент привлечения квалифицированных кадров. На основании анализа корпоративной социальной ответственности таможенных органов, подробно описанных в предыдущих статьях, можно сделать вывод, что таможи могут вести свою активность в нескольких направлениях одновременно [3]. Проанализировав каналы продвижения социальных проектов можно заключить, что используются в основном традиционные каналы распространения информации и продвижения. Таможня активно сотрудничает со средствами массовой информации. Еще один эффективный инструмент, который постоянно используется в продвижении КСО-проектов, – специальные мероприятия: выставки, конференции, лекции, благотворительные акции. Все они привлекают дополнительное внимание к таможенной службе и способствуют формированию позитивного имиджа, что в свою очередь привлекает потенциальных работников.

Таким образом, позиционирование и продвижение являются ключевыми факторами в борьбе с безработицей, так как они способствуют более эффективному взаимодействию между работодателями и потенциальными работниками.

Позиционирование организаций на рынке труда позволяет им определить свою уникальность и привлекательные характеристики, что в свою очередь может привлечь высококвалифицированные кадры, необходимые для поддержания конкурентоспособности и инновационного развития. Поэтому профориентация должна стать важным элементом корпоративной социальной ответственности.

Продвижение предоставляет возможность информирования соискателей о существующих вакансиях, карьерных перспективах и условиях труда, что способствует более эффективному распределению трудовых ресурсов [4]. Использование современных информационных технологий и стратегий маркетинга позволяет повышать видимость вакансий и формировать положительный имидж предприятий.

Таким образом, научно обоснованное позиционирование и активные меры по продвижению рабочих мест не только способствуют снижению уровня безработицы, но и способствуют созданию более гибкого и адаптивного рынка труда, который отвечает требованиям экономической среды и потребностям работников. Это подчеркивает необходимость интеграции маркетинговых подходов в стратегическое управление трудовыми ресурсами как важного инструмента борьбы с безработицей.

Список использованных источников

1. Альшевская, С. О. Освещение КСО-деятельности компаний в средствах массовой информации / С. О. Альшевская // Журналістыка – 2015: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 17-й Міжнар. навук.-практ. канф. 12–13 ліст. 2015 г., Мінск / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 17. – Мінск, 2015. – С. 146–149.
2. Социальная политика Беларуси: ориентация на человека // Беларусь. Факты. – URL: http://belarusfacts.by/ru/belarus/politics/domestic_policy/social_policy/ (дата обращения: 04.03.2025).
3. Ковалевская, Ю. Д. Роль СМИ в формировании позитивного имиджа таможенных органов / Ю. Д. Ковалевская // Инновации и информационные технологии в условиях цифровизации экономики : сб. тез. II междунар. науч.-практич. конф., г. Алчевск, 25–26 апр. 2024 г. / Донбасский гос. техн. ун-т. – Алчевск : ДонГТУ, 2024. – С. 316–318.
4. Потапова, Н. В. Стратегии и инновации социально-ответственного бизнеса / Н. В. Потапова, Е. О. Дружинина, Е. В. Чернооккая // Инновации: от теории к практике : сб. науч. статей VIII Междунар. науч.-практич. конф., г. Брест, 21–22 окт. 2021 г. / Мин-во образ. Респ. Беларусь, Брестский обл. исполнит. комитет, Брестский науч.-технологич. парк, Брестский гос. технич. ун-т ; редкол.: В. В. Зазерская [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2021. – С. 114–119.
5. Al'shevskaja, S. O. Osveshhenie KSO-dejatel'nosti kompanij v sredstvakh massovoj informacii / S. O. Al'shevskaja // Zhurnalistyka – 2015: stan, prablemy i perspektyvy: matjeryjaly 17-j Mizhnar. navuk.-prakt. kanf. 12–13 list. 2015 g., Minsk / rjedkal.: S. V. Dubovik (adk. rjed.) [i insh.]. – Vyp. 17. – Minsk, 2015. – S. 146–149.
6. Social'naja politika Belarusi: orientacija na cheloveka // Belarus'. Fakty. – URL: http://belarusfacts.by/ru/belarus/politics/domestic_policy/social_policy/ (data obrachenija: 04.03.2025).
7. Kovalevskaja, Ju. D. Rol' SMI v formirovanii pozitivnogo imidzha tamozhennyh organov / Ju. D. Kovalevskaja // Innovacii i informacionnye tehnologii v uslovijah cifrovizacii jekonomiki : sb. tez. II mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, g. Alchevsk 25–26 apr. 2024 g. / Donbasskij gos. tehn. un-t. – Alchevsk : DonGTU, 2024. – S. 316–318.
8. Potapova, N. V. Strategii i innovacii social'no-otvetstvennogo biznesa / N. V. Potapova, E. O. Druzhinina, E. V. Chernookaja // Innovacii: ot teorii k praktike: sbornik nauchnyh statej VIII Mezhdunar. nauch.-praktich. konf., g. Brest, 21–22 okt. 2021 g. / Min-vo obraz. Resp. Belarus', Brestskij oblastnoj ispolnitel'nyj komitet, Brestskij nauchno-tehnologicheskij park, Brestskij gosudarstvennyj tehničeskij universitet ; redkol.: V. V. Zazerskaja [i dr.]. – Brest : BrGTU, 2021. – S. 114–119.

ВЛИЯНИЕ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ И ВАЛЮТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ РА

А. Г. Галстян, С. С. Оганнисян

Российско-Армянский университет, Ереван, Армения

Аннотация. Целью данного исследования является анализ влияния монетарного и валютного регулирования на экономический рост в Республике Армения. Результаты анализа показали, что эффективное применение инструментов монетарного и валютного регулирования в рамках контрциклической политики является ключевым фактором экономического роста в РА.

Ключевые слова: монетарная политика, валютный курс, контрциклическая политика, экономический рост.

THE IMPACT OF MONETARY POLICY AND CURRENCY REGULATION ON THE ECONOMIC GROWTH OF RA

A. H. Galstyan, S. S. Hovhannisyan

Russian-Armenian University, Yerevan, Armenia

Abstract. The current study aims to analyze the impact of monetary and currency regulation on economic growth in the Republic of Armenia. The results of the analysis showed that the effective use of monetary and currency regulation instruments within the framework of the countercyclical policy of the Central Bank is a key factor in economic growth in the Republic of Armenia.

Keywords: monetary policy, exchange rate, countercyclical policy, economic growth.

Страны с открытой малой экономикой сильно подвержены к внешним шокам. В связи с этим важным становится эффективность макроэкономической политики для обеспечения устойчивых темпов экономического роста. Многие исследования подтверждают, что для своевременного и эффективного ответа экзогенным шокам наиболее эффективным механизмом воздействия являются монетарное и валютное регулирования, которое может обеспечить быстрый результат в краткосрочном периоде [1–3]. В связи с этим нужно также отметить, что свободно плавающий обменный курс национальной валюты является самым гибким механизмом абсорбции экзогенных шоков [4–5]. С другой стороны, исследования также подтверждают, что как монетарное, так и валютное регулирование имеют значительное влияние на экономический рост и стабильность экономики страны вне зависимости от уровня развития и масштабов экономики [6–7]. В то же время, результаты исследований очень противоречивы: одни утверждают об отрицательном влиянии плавающего режима обменного курса на экономический рост, а другие находят положительные связи [8–10]. В связи с этим целью данного исследования является анализ влияния монетарного и валютного регулирования на экономический рост в Республике Армения.

Основным инструментом денежно-кредитной политики ЦБ Армении является ставка рефинансирования, которая имеет прямое влияние на доступность кредитования и, следовательно, на потребление в целом. На рисунке 1 можно заметить большую волатильность ставки рефинансирования в Армении на протяжении последних 20 лет.

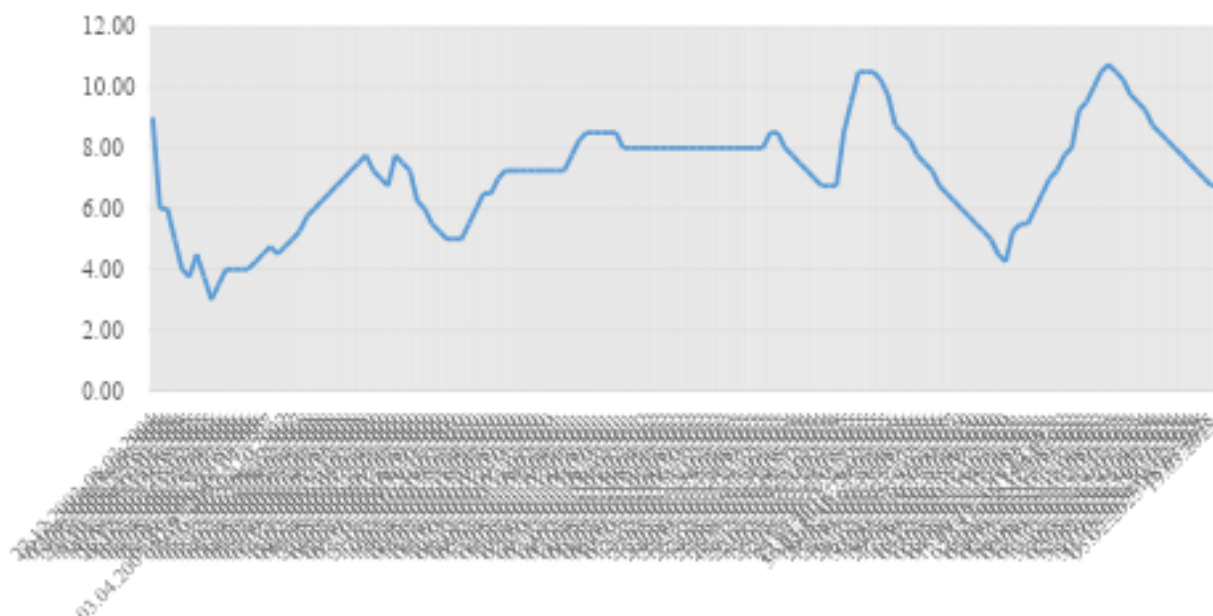


Рисунок 1 – Ставка рефинансирования ЦБ РА, %

Примечание – Источник: URL: <https://www.cba.am/ru/SitePages/statmonetaryfinancial.aspx>.

Анализ динамики данного инструмента показывает, что во время глобального финансового кризиса 2009 года и во время регионального валютного кризиса 2014–2015 гг. ЦБ Армении вел политику дорогих денег постепенно увеличивая ставку рефинансирования. Однако интересным является тот факт, что начиная с кризиса 2020 года ЦБ изменил свою политику и соответственно можно заметить контрциклическую политику во время кризиса пандемии COVID-19 направленную на стимулирование экономического роста в стране. В сентябре 2020 года был достигнут исторический минимум – 4,25 %. С другой стороны, интересным является также тот факт, что в последние четыре года динамика ставки рефинансирования полностью синхронизирована с динамикой ставки рефинансирования Федеральной Резервной Системы США, что привело к дефляционным давлениям в Армении в 2024 году. В связи с этим уже летом того же года ЦБ Армении стал снижать ставку рефинансирования, однако инфляция составила 0,3 %.

Обычно изменения ставки рефинансирования в первую очередь направлены на изменение объемов кредитования. Однако динамика кредитов, выданных резидентам Армении, демонстрирует практически непрерывный рост (рисунок 2). Это может быть связано с высокой долей потребительского кредитования, а также с увеличением объемов ипотечных кредитов в связи с законом о возврате подоходного налога для погашения процентов, а также с ростом цен на недвижимость в Армении. В силу низких заработных плат население Армении вынуждено брать кредиты, и при высоких ставках рефинансирования это число

продолжает расти. И, несмотря на рост номинальной заработной платы, тренд реальных темпов роста заработных плат отрицательно наклонен в связи с тем, что темпы роста не поспевают за инфляцией. Также нужно отметить, что рост кредитования имеет положительное влияние на экономический рост через рост потребления и более высокую инвестиционную активность.

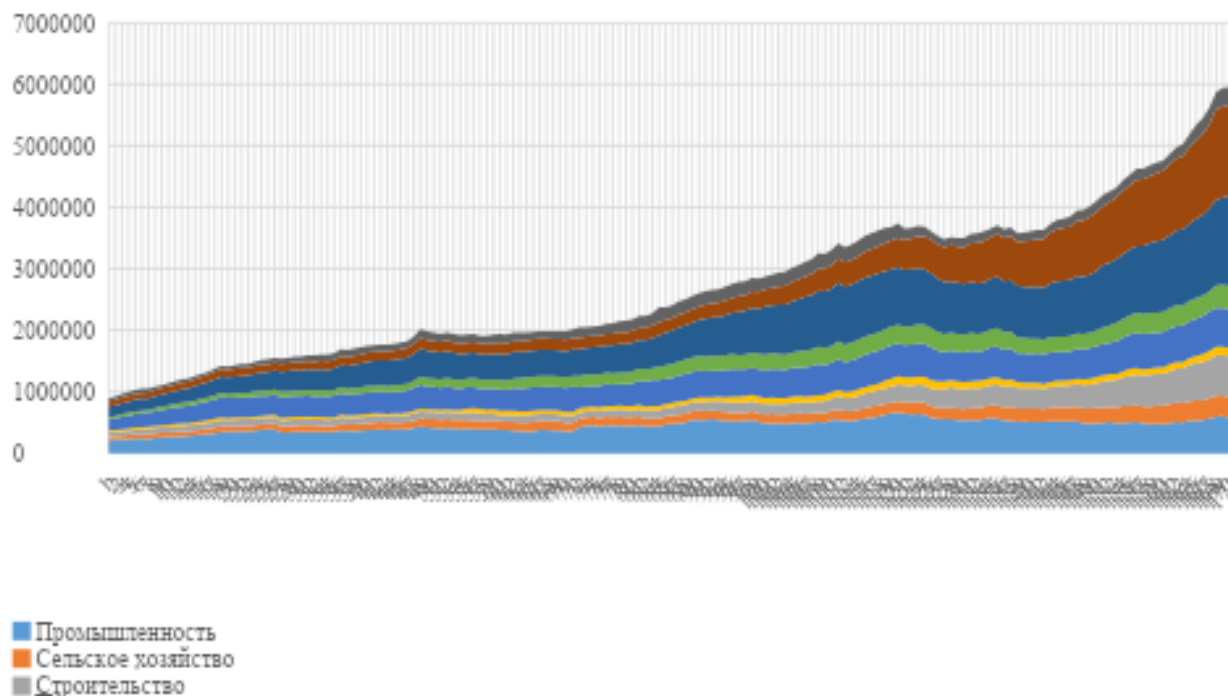


Рисунок 2 – Кредиты выданные коммерческими банками резидентам РА, млн драмов РА
Примечание – Источник: URL: <https://www.cba.am/ru/SitePages/statmonetaryfinancial.aspx>.

Следующим значительным каналом воздействия на экономический рост со стороны ЦБ Армении является валютная политика. На рисунке 3 можно заметить укрепление драма с 2004 по 2008 годы в связи с большим притоком прямых иностранных инвестиций и личных денежных трансфертов. Однако, нужно отметить резкие скачки обменного курса драма в марте 2009 года и декабре 2014 года, которые вынудили ЦБ делать широкомасштабные валютные интервенции для сдерживания обесценения драма. Как уже говорилось выше, в этом промежутке времени ЦБ Армении в основном вел цикличную политику, что сильно сдерживало экономический рост, результатом которого стала экономическая стагнация с 2010 по 2018 годы (см. рисунок 5). Таким образом, до 2019 года включительно, Центральный Банк Армении де-факто вел политику управляемого обменного курса, в основном, применяя два инструмента: прямые валютные интервенции и норму обязательного резервирования. Нужно отметить, что с целью удержания обесценения национальной валюты в декабре 2014 года, норма обязательного резервирования была удвоена, достигнув 24 %. Однако с 2020 года ЦБ Армении перешел на режим плавающего валютного курса де-факто. Более того, в 2022–2024 гг. замечается укрепление курса драма за счет значительного увеличения притока личных денежных трансфертов и прямых иностранных инвестиций из Российской Федерации.

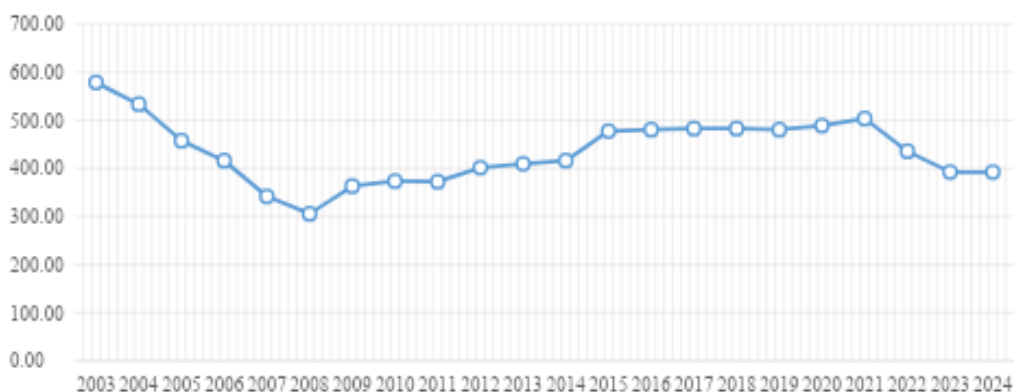


Рисунок 3 – Курс AMD по отношению к USD

Примечание – Источник: URL: <https://www.cba.am/ru/SitePages/statmonetaryfinancial.aspx>.

Дорогая национальная валюта приводит к увеличению импорта за счет более выгодных цен в ущерб ценовой конкурентоспособности отечественных товаров на внешних рынках (рисунок 4). В тоже время нужно отметить, что в это же время в Армении выросли объемы реэкспорта из-за санкций против России. С одной стороны, Армения реэкспортирует российские товары в третьи страны. А с другой стороны, Армения реэкспортирует европейские и американские товары в Россию. Релокация большого числа россиян в Армению также способствовала увеличению потребления импортируемых товаров. Данная тенденция привела к росту импорта и экспорта втрое в течение последних трех лет.

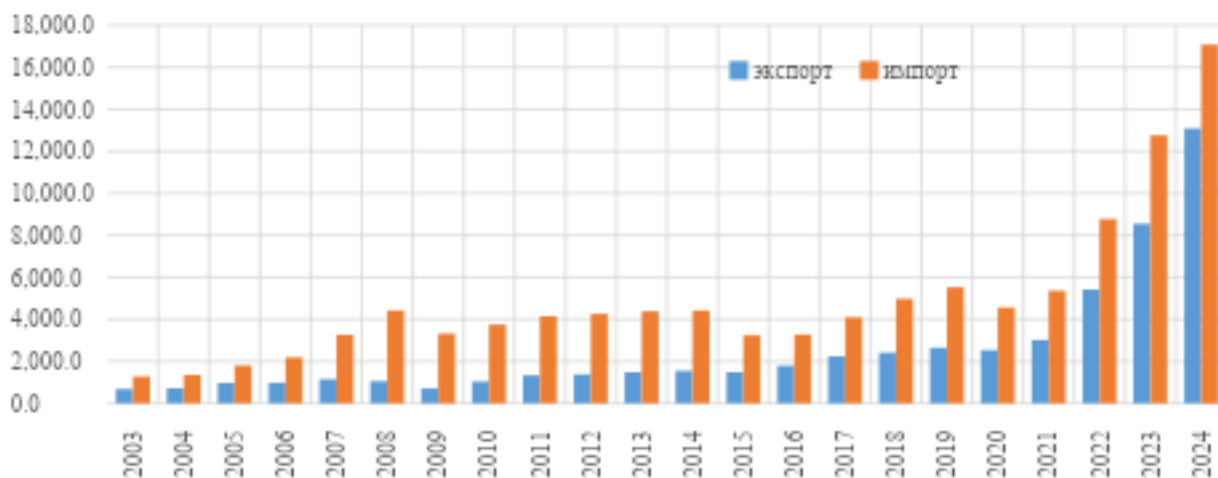


Рисунок 4 – Экспорт и импорт товаров и услуг в Армении, млн долларов США

Примечание – Источник: URL: <https://armstat.am/ru/?nid=12&id=10003&submit>.

Целевым индикатором эффективности макроэкономической политики обычно является рост ВВП. Однако целью ЦБ Армении не является обеспечение экономического роста. ЦБ Армении имеет две цели: стабильность цен и финансовую стабильность. В рамках политики таргетирования инфляции это приводит к противоречивым результатам с точки зрения обеспечения устойчивых темпов экономического роста в стране. Например, после глобального финансового кризиса в стране зафиксирована стагнация в следующие 10 лет с восстановлением докризисного уровня ВВП в 2018 году. Но со сменой политики ЦБ в 2020 году, можно заметить более быстрый восстановительный экономический рост уже в 2021 году. Высокие темпы экономического роста в 2022–2023 гг.

связаны больше с экзогенными факторами, которые привели к росту внутреннего спроса и экспорта.

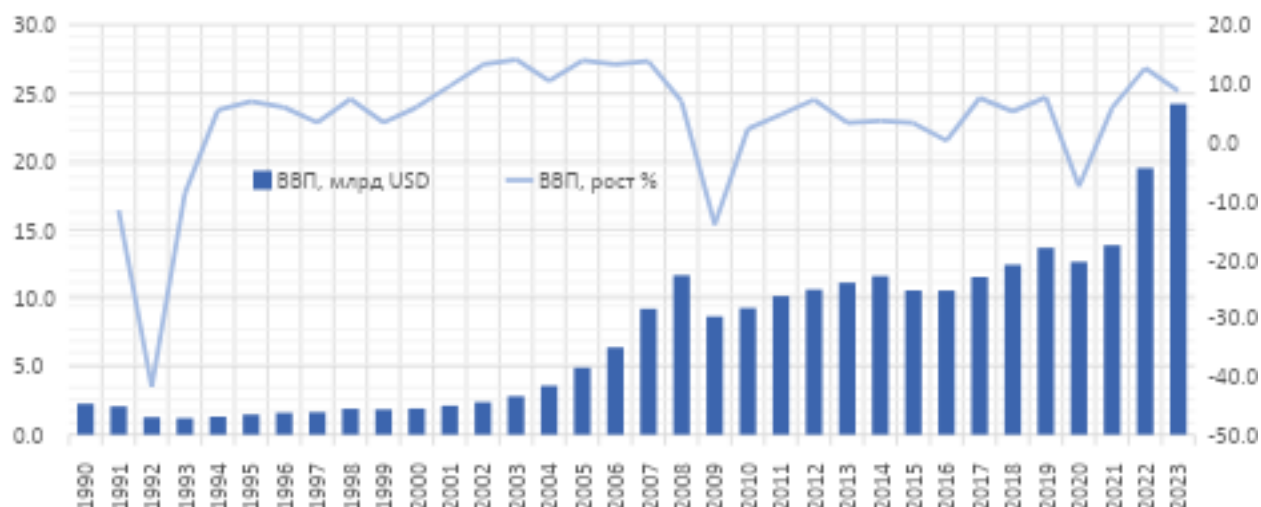


Рисунок 5 – ВВП и экономический рост РА
Примечание – Источник: База данных Всемирного Банка.

В условиях малой открытой экономики, как в Армении, денежно-кредитное и валютное регулирование имеют значительное совокупное влияние на экономический рост. Любое изменение направления монетарной политики ЦБ в краткосрочном периоде отражается на ВВП. В связи с этим гибкая политика процентных ставок и плавающий валютный курс помогают лучше адаптироваться как к внешним, так и к внутренним шокам.

Список использованных источников

1. Fry, M. J. Monetary policy responses to exogenous shocks / M. J. Fry, D. M. Lilien // The American Economic Review. – 1986. – Vol. 76, No. 2. – P. 79–83.
2. Mimir, Y., External shocks, banks, and optimal monetary policy: A recipe for emerging market central banks / Y. Mimir, E. Sunel // International Journal of Central Banking. – 2019. – Issue 58 (June). – P. 1–32.
3. Mumtaz, H., Dynamic effects of monetary policy shocks on macroeconomic volatility / H. Mumtaz, K. Theodoridis // Journal of Monetary Economics. – 2020. – Vol. 114. – P. 262–282.
4. Kohler, K., Flexible exchange rates in emerging markets: shock absorbers or drivers of endogenous cycles? / K. Kohler, E. Stockhammer // Industrial and Corporate Change. – 2023. – Vol. 32, No. 2. – P. 551–572.
5. Carrière-Swallow, Y. Exchange rate flexibility, the real exchange rate, and adjustment to terms-of-trade shocks / Y. Carrière-Swallow, N. E. Magud, J. F. Yépez // Review of International Economics. – 2021. – Vol. 29, No. 2. – P. 439–483.
6. Twinoburyo, E. N., Monetary policy and economic growth: A review of international literature / E. N. Twinoburyo, N. M. Odhiambo // Journal of Central Banking Theory and Practice. – 2018. – Vol. 7, No. 2. – P. 123–137.
7. Habib, M. M. The real exchange rate and economic growth: Revisiting the case using external instruments / M. M. Habib, E. Mileva, L. Stracca // Journal of International Money and Finance. – 2017. – Vol. 73. – P. 386–398.
8. Lartey, E. K. Exchange rate flexibility and the effect of remittances on economic growth / E. K. Lartey // Review of Development Economics. – 2017. – Vol. 21, No. 1. – P. 103–125.
9. Hien, N. P. Remittances, real exchange rate and the Dutch disease in Asian developing countries / N. P. Hien, C. T. H. Vinh, V. T. P. Mai, L. T. K. Xuyen // The Quarterly Review of Economics and Finance. – 2020. – Vol. 77. – P. 131–143.
10. Senadza, B. Effect of exchange rate volatility on trade in Sub-Saharan Africa / B. Senadza, D. D. Diaba // Journal of African Trade. – 2017. – Vol. 4, No. 1. – P. 20–36.

ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

¹Н. А. Коврей, ²В. А. Коврей

¹УП «Минскпроект», Минск, Беларусь

**²Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
Минск, Беларусь**

Аннотация. В статье рассматривается возможность применения механизмов государственного-частного партнерства в жилищном строительстве с целью облегчения бюджетной нагрузки, осуществления комплексного подхода, предполагающего синхронное развитие инфраструктуры, ускорения темпов реализации и повышения качества жилой среды.

Ключевые слова: жилая среда, жилищное строительство, социальная инфраструктура, бюджетное финансирование, государственно-частное партнерство, социально-экономическое развитие, современные районы, экономический рост.

THE POSSIBILITY OF USING THE PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP MECHANISM IN HOUSING CONSTRUCTION IN THE REPUBLIC OF BELARUS

¹N. A. Kovrey, ²V. A. Kovrey

¹UP «Minskproekt», Minsk, Belarus

**²Academy of Public Administration under the President of the Republic of Belarus,
Minsk, Belarus**

Abstract. The article examines the possibility of using public-private partnership mechanisms in housing construction in order to ease the budget burden, implement an integrated approach that involves the synchronous development of infrastructure, accelerate the pace of implementation and improve the quality of the living environment.

Keywords: living environment, housing construction, social infrastructure, budget financing, public-private partnership, socio-economic development, modern districts, economic growth.

Наличие жилья является одной из ключевых потребностей человека, удовлетворение которой сложно отложить.

Жилищное строительство играет ключевую роль в социально-экономическом развитии Республики Беларусь, являясь не только фактором улучшения условий жизни населения, но и важным составляющим экономического роста страны. Кроме того, жилищное строительство формирует спрос в смежных отраслях, способствует территориальному развитию, стимулирует инвестиции и создает новые рабочие места.

Задействованные в строительстве трудовые ресурсы, делают эту отрасль одним из крупнейших работодателей.

По данным официальной статистики объемы строительства жилья демонстрируют ежегодный прирост. Так, в 2023 году в Республике Беларусь было введено в эксплуатацию 3,1 млн м² жилья, что на 4,2 % больше по сравнению с

2022 годом, в 2024 году в стране в эксплуатацию ввели на 4,7 % жилья больше, чем в предыдущем. За четыре года текущей пятилетки введено в эксплуатацию квадратных метров более запланированного – 102 % к плану [1].

При покупке жилья потребитель оценивает не только квадратные метры, но и руководствуется наличием и качеством инфраструктуры.

Для устойчивого развития жилой среды необходимо параллельное строительство социальной инфраструктуры – школ, детских садов, медицинских учреждений, спортивных объектов и транспортной инфраструктуры.

Современное общество требует синхронизации темпов строительства жилья и социальной инфраструктуры.

Основной тенденцией в сфере жилищной политики остается обеспечение жильем состоящих на учете нуждающихся в улучшении жилищных условий. Государственная поддержка строительства жилья в виде льготных кредитов и субсидий в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 8 мая 2013 г. № 215 «О некоторых мерах по совершенствованию строительства (возведения, реконструкции) жилых помещений» стимулирует спрос и поддерживает рынок [2].

Однако в условиях ограниченного бюджетного финансирования темпы строительства социальной инфраструктуры значительно отстают. В результате чего не выдерживаются своевременное освоение территории в соответствии с планировочными параметрами и градостроительными требованиями к застройке территории, качество жилой среды не соответствуют запросам современного общества.

Ограниченность бюджетных средств требует активного привлечения частного сектора через механизмы государственно-частного партнерства.

С целью привлечения частных инвестиций в инфраструктурные и социально значимые объекты в Республике Беларусь создана благоприятная законодательная база для развития государственно-частного партнерства, которая обеспечивает защищенность, предсказуемость и прозрачность в отношениях между государством и бизнесом. Законодательно предусмотрена привлекательность условий для частных инвесторов при одновременном обеспечении интересов государства. Законодательно установлены принципы партнерства, формы реализации, требования к участникам и процедуре отбора проектов, условия концессионных соглашений, прописаны этапы и установлен порядок заключения инвестиционных договоров. Регламентирован порядок предоставления земельных участков инвесторам, а также гарантированно защищены права инвесторов, в том числе иностранных, при реализации долгосрочных проектов.

Основным документом, устанавливающим принципы партнерства, регулирующим отношения между государством и частными инвесторами в рамках ГЧП, является Закон Республики Беларусь от 30 декабря 2015 г. № 345-З «О государственно-частном партнерстве». Указ Президента Республики Беларусь от 25 мая 2011 г. № 216 «О некоторых мерах по совершенствованию инвестиционной деятельности в Республике Беларусь» устанавливает порядок заключения инвестиционных договоров между государством и частными субъектами, а постановление Совета Министров Республики Беларусь от 21 марта 2016 г. № 229 устанавливает порядок подготовки и реализации проектов ГЧП. Земельный кодекс Республики Беларусь регулирует предоставление земельных

участков инвесторам на условиях аренды, без аукциона – при наличии инвестиционного договора или ГЧП-соглашения. Защиту прав инвесторов, в том числе иностранных, обеспечивает Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 53-З «Об инвестициях» [2, 3].

Для улучшения механизмов государственно-частного партнерства, и развития эффективного функционирования законодательная база совершенствуется, в законодательные акты вносятся изменения, направленные повышения гибкости взаимодействия с инвесторами и стимулирование долгосрочности инвестиций.

Возведение социальной инфраструктуры путем привлечения частного партнерства является эффективным инструментом для решения задачи комплексного развития территории, предусмотренного детальными планами, проектами застройки в условиях ограниченных бюджетных ресурсов.

Основными методами привлечения частного инвестора могут выступать следующие.

1. Право на строительство и эксплуатацию объекта.
2. Аренда с инвестиционными обязательствами.
3. Строительство социальных объектов на условиях получения земельных участков для комплексной застройки.
4. Инвестиционные договоры.

Преимуществами привлечения частного партнерства являются:

- 1) снижение нагрузки на бюджет особенно в условиях дефицита;
- 2) скорость и качество реализации (частные партнеры заинтересованы в оптимизации затрат, контроле сроков и качества выполнения работ);
- 3) внедрение инновационных архитектурных и инженерных решений (частный сектор как правило, способен быстрее внедрять современные технологии, инновационные архитектурные решения и подходы к управлению);
- 4) прозрачность и долгосрочная ответственность (государство и инвестор делят риски, связанные со строительством и эксплуатацией);
- 5) создание рабочих мест и стимулирование экономики (реализация крупных проектов в социальной сфере создает занятость, способствует развитию строительной отрасли, стимулирует спрос на материальные услуги).

В Республике Беларусь существуют примеры успешно реализованных проектов взаимодействия бизнеса и государства в сфере жилищного строительства и строительства инфраструктуры.

«Школа будущего» в Новой Боровой (A-100 Development).

В 2020 году девелопер A-100 Development построил современную школу в д. Копище (район Новая Боровая) без привлечения бюджетных средств. Инвестиции составили около \$20 млн. Школа рассчитана на 1020 учеников и включает учебные и творческие пространства, спортивные залы, бассейны, научные лаборатории и зоны отдыха. Проект реализован в рамках комплексного развития территории и служит примером эффективного партнерства государства и бизнеса в социальной сфере [4].

Многофункциональный район «Минск-Мир».

Проект реализуется с 2015 года сербской компанией Dana Holdings на территории бывшего аэропорта «Минск-1». Планируется строительство около трех млн кв. м жилой и коммерческой недвижимости. В рамках проекта предусмотрено возведение социальной инфраструктуры, включая школу и детский сад.

Государство предоставило застройщику налоговые льготы и поддержку в подготовке территории [5].

Жилищное строительство в Республике Беларусь – это не только средство удовлетворения потребности в жилье, но и важный стратегический инструмент социально-экономического развития. При активном вовлечении частного сектора возможно достижение сбалансированного роста: создания современных районов жилой застройки с развитой инфраструктурой, повышения качества жизни населения и устойчивого роста экономики страны. Эффективное партнерство государства и бизнеса позволяет не только строить жилье, но и формировать современную среду для жизни. Кроме того, успешные ГЧП проекты формируют положительный имидж Беларуси как предсказуемого партнера, что в свою очередь может стимулировать приток прямых иностранных инвестиций.

Список использованных источников

1. Беларусь Сегодня, 1998–2025 : [сайт]. – URL: [http:// www.sb.by](http://www.sb.by) (дата обращения: 03.05.2025).
2. Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь: [сайт]. – Минск, 2003–2024. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 03.05.2025).
3. Профессиональные правовые системы : [сайт]. – Минск, 2017–2025. – URL: <http://bii.by/> (дата обращения: 03.05.2025).
4. А-100 Девелопмент : [сайт]. – URL: <https://a-100development.by> (дата обращения: 04.05.2025).
5. Wikimedia Foundation, Inc. : [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 04.05.2025).

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ «ЗОЛОТОГО ЯБЛОКА»: ПУТЬ К ЛИДЕРСТВУ В ОТРАСЛИ

Д. С. Антошечкин
СПбГЭУ, Санкт-Петербург, Российская Федерация

Аннотация: в статье автор рассматривает кейс «Золотого яблока», одного из крупнейших игроков бьюти-ритейла России: какие маркетинговые ходы были использованы для повышения узнаваемости бренда среди потребителей, а также их среднесрочные результаты в финансовом аспекте.

Ключевые слова: маркетинговые стратеги, «Золотое яблоко», бьюти-рынок.

GOLDEN APPLE MARKETING STRATEGY: THE PATH TO INDUSTRY LEADERSHIP

D. S. Antoshechkin
SPbSEU, St. Petersburg, Russian Federation

Abstract. In the article, the author examines the case of «Golden Apple», one of the largest players in the Russian beauty-retail industry: what marketing moves were used to increase brand awareness among consumers, as well as their medium-term financial results.

Keywords: marketing strategists, «Golden Apple», beauty-market.

На момент написания статьи «Золотое Яблоко» является лидером в сегменте бьюти-ритейла на территории Российской Федерации с выручкой в 155,5 млрд рублей за 2024 год [7], а также занимает 73-е место в рейтинге компании Brandlab «ТОП-100 самых дорогих брендов России – 2024» [13], но так было далеко не всегда.

Компания была основана в 1996 году в Екатеринбурге, что уже выделяет ее на фоне других крупных игроков, появившихся в двух столицах: «Л'Этуаль», «Подружка», «Иль дэ Боте» в Москве, «Рив Гош» в Санкт-Петербурге. Более того, долгое время компания не выходила на федеральный уровень – только в 2007 году открылся первый магазин сети в Челябинске [10], в Москве – в 2017 году, а в Санкт-Петербурге – в 2019.

На данный момент на территории Российской Федерации открыто 37 магазинов сети в 19 городах, четыре магазина в трех городах Казахстана и два магазина в столице Беларуси, в Минске.

Компания также открыла для себя ближневосточное направление и активно развивается на внутренних рынках Объединенных Арабских Эмиратов, Катар и Саудовской Аравии [2, 11]. Подобный выбор связан с возросшей популярностью данных стран среди русскоязычных клиентов. Так, по данным «Barnes International» [12], в одном только Дубае проживает свыше 500 000 россиян, приблизительно 15 % от всего населения эмирата, что дает плодотворную почву для развития, ввиду наличия лояльной клиентуры.

Так как же «Золотому Яблоку» удалось стать розничной сетью № 1 в бьюти-сегменте России?

Секрет кроется в маркетинговых стратегиях.

1. Концепция супермаркета.

Клиент не нуждается в сопровождении продавца-консультанта, а может самостоятельно попробовать заинтересовавший его товар. В магазине представлен широкий ассортимент товаров разного ценового сегмента, что дает возможность привлечь разные группы потребителей. Более того, появление на прилавках товаров повседневного спроса позволяет клиентам совмещать необходимое с приятным.

2. Количество не равно качеству.

Количество магазинов, открытых сетью в городах России, существенно уступает другим бьюти-ритейлерам. Так, компания «Л'Этуаль» имеет свыше 1000 магазинов, в то время как у «Золото Яблока» только 37, но это не помешало екатеринбургскому бренду обойти такого крупного игрока по выручке. Компания, следуя концепции супермаркета, арендует крупные площади, чтобы покупатели больше проводили времени в магазине, исследуя этот огромный бьюти-лабиринт.

3. Выгодное расположение.

Максимизировать выгоду от вышеуказанных стратегий позволяет правильное расположение магазинов в точках с высоким людским трафиком – центр города или торгово-развлекательные центры, имеющие в своем активе другие якорные бренды. Например, в Санкт-Петербурге «Золотое Яблоко» открыло только два магазина, расположенных менее, чем в 500 метрах друг от друга, но при этом популярность каждого среди петербуржцев высока. Это можно объяснить тем, что один магазин расположен в торгово-развлекательном центре

«Галерея», куда люди идут целенаправленно и надолго, а другой – в торговом центре «Невский центр», служащий, своего рода, транзитной точкой, где покупатели не намерены проводить достаточное количество времени

4. Оформление точек продаж.

Задачей любой компании является удержание клиента и побуждение его к покупке, на это также влияет оформление точки продаж. Руководство компании решило добавить свежесть и легкость в интерьер магазина, сделав упор на деревянных стеллажах, а также на корпоративных цветах – сочно-лаймовый, розовый и фиолетовый, которые были лишь акцентом для привлечения внимания покупателя к конкретной продукции.

5. Клиентский сервис.

Клиентский сервис играет огромную роль в лояльности клиентов. Многие покупатели неоднократно жаловались на неподобающее поведение со стороны персонала разных парфюмерных сетей – надменное отношение, слежка за покупателем и т. д. Все это оставляло негативные эмоции после похода в магазин. «Золотое Яблоко» же сделало упор на создание положительных впечатлений от похода в магазин – консультанты всегда рядом и готовы помочь, но только тогда, когда клиент испытывает в этом потребность. Более того, помимо продавцов-консультантов, в магазинах работают визажисты, что для российских бьюти-ритейлеров было в новинку.

6. Широкий ассортимент: новые бренды и эксклюзив.

Российские парфюмерно-косметические сети славились широким ассортиментом товаров от западных брендов, в то время как «Золотое Яблоко» решило обратить внимание на азиатские бьюти-компании и завозить их продукцию в Россию, в частности корейские бренды. Их отличительными особенностями было качество, не уступавшее европейским аналогам, и демократическая цена, что привлекало достаточно широкую прослойку покупателей. Также, ряд марок, таких как «Yadah», завозился как «эксклюзив» для российского рынка.

7. Работа с молодой аудиторией.

«Золотое Яблоко» стало первым бьюти-ритейлером, сделавшим ставку на подростках и молодежи в качестве ключевых клиентов. Особое внимание уделялось следующим каналам продвижения.

- Продвижение через социальные сети. Бренд проявляет активность во всех популярных социальных сетях, имея многомиллионные охваты.

- Сотрудничество с блогерами разного масштаба. Особые усилия в данном направлении принимались, когда уральский бренд открылся в Москве и Санкт-Петербурге. Многие крупные блогеры и бьюти-блогеры проводили свои встречи в магазинах «Золотого яблока», снимали обзоры на имеющиеся товары, выкладывали персональные скидочные купоны для своих подписчиков, а также появлялись в социальных сетях марки и делились любимыми бьюти-продуктами.

- Реализация программы лояльности, по которой покупатели могут не только купить продукт со скидкой, но и получить кешбек баллами.

- Наличие креативных рекламных кампаний и маскота бренда. Нестандартные решения, креативность – все это находит отклик у молодежи, поэтому через яркие корпоративные цвета и виральную рекламу бренд привлекает новую молодую аудиторию. Конечно же, не без помощи эльфа, который с недавних времен является маскотом марки, появляющимся во всей рекламной продукции.

8. Построение сообщества вокруг бренда.

Другой значимой маркетинговой стратегией для поддержания устойчивости бренда на внутреннем рынке России стало объединение людей вокруг бренда. «Золотое яблоко» – это теперь не просто магазин, это пространство, причем как онлайн, так и оффлайн, где можно найти сподвижников, оказаться в центре событий, связанных с индустрией красоты, и многое другое. Огромную роль в реализации данной стратегии играют не только социальные сети бренда, но и мобильное приложение.

9. Удобное мобильное приложение.

Удобное мобильное приложение – это еще один важный инструмент для получения высоких продаж. Пониманием этой, казалось бы, очевидной в 2025 году мысли послужили ковидные ограничения, нанешие сокрушительный урон для розничной продажи. Интернет-магазин, а еще лучше, мобильное приложение стали необходимостью для крупных игроков, а их функциональность – залог успеха. «Золотое яблоко» сделало свое приложение, похожим на журнал – помимо товаров покупатель также видит рекламные баннеры с определенной продукцией, входящих в программу «клиентские дни», советы от блогеров, статьи от журнала «Флакон», а с недавнего времени в приложении появился Тамагочи, за которым нужно ухаживать. Все это подталкивает покупателя проводить больше времени в приложении, что увеличивает его покупательскую корзину и прививает лояльность марке, о чем было сказано в пункте 8. Согласно «Forbes», в 2024 году свыше 20,5 млн заказов в «Золотом яблоке» было сделано онлайн, в то время как общее количество превысило отметку в 47 млн. Таким образом, свыше 43 % продаж приходится на электронную коммерцию.

Реализация вышеупомянутых стратегия позволила компании в период с 2018 по 2024 год увеличить выручку более, чем в 14 раз, о чем свидетельствуют данные на рисунке 1.



Рисунок 1 – Выручка крупнейших парфюмерно-косметических сетей России по годам, млрд руб. Российская Федерация [4, 5, 8, 9]

Как можно увидеть на рисунке 1, только у «Золотого Яблока» произошел рост в ковидный 2020 год, в то время как остальные сети просели по выручке на 16–20 %. Как было сказано ранее, этому поспособствовало удобное и эффективное мобильное приложение, а также грамотно выстроенная логистика.

Результаты 2022 и 2024 годов стали лишь следствием запущенных ранее маркетинговых стратегий. Стоит отметить, что конкуренты екатеринбургской после увиденных результатов также стали пытаться привлечь молодую аудиторию и реализовывать схожие маркетинговые стратегии.

Дочки «Золотого яблока» в Беларуси и Казахстане тоже не уступают по росту материнской компании – так, в Республике Беларусь выручка компании увеличилась почти в два раза, с 75 млн белорусских рублей в 2023 до 139,9 млн в 2024 [6], а в Республике Казахстан был зафиксирован рост в 3,5 раза, с 2,17 млн долларов в 2022 году до 7,7 млн в 2023 [3].

Таким образом, можно заключить, что применение инновационных для своего времени маркетинговых стратегий дает существенный толчок в развитии бренда в среднесрочной перспективе, о чем свидетельствуют финансовые результаты «Золотого Яблока» на бьюти-рынке России и стран СНГ. Более того, данный кейс показал, что современный потребитель хочет не только получить качественный продукт, но и иметь продолжительный и положительный опыт взаимодействия с брендом, что приводит к мысли, что человек XXI века живет в эпоху экономики впечатлений.

Список использованных источников

1. Горелова, Е. Без денег, но счастлива: как «Золотое яблоко» собирает толпы в своих магазинах / Е. Горелова // Forbes, 2025. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/530987-bez-denego-po-scastliva-kak-zolotoe-abloko-sobiraet-tolpy-v-svoih-magazinah> (дата обращения: 01.05.2025).
2. Загвоздкина, К. «Золотое яблоко» выйдет на рынок Саудовской Аравии / К. Загвоздкина // Forbes, 2025. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/530688-zolotoe-abloko-vyjdet-na-rynok-saudovskoj-aravii> (дата обращения: 01.05.2025).
3. Пятьдесят крупнейших торговых интернет-площадок // Forbes Kazakhstan, 2025. – URL: <https://forbes.kz/ranking/object/1113> (дата обращения: 01.05.2025).
4. Алькор и Ко, ООО / Онлайн-портал Sabyprofile, 2025. – URL: <https://saby.ru/profile/-7729265128-773601001?anchor=about> (дата обращения: 01.05.2025).
5. Аромалюкс, ООО (Рив Гош) / Онлайн-портал Sabyprofile, 2025. – URL: <https://saby.ru/profile/7810022460-783901001?anchor=about> (дата обращения: 01.05.2025).
6. Лаберко, Я. Белорусы в 2024 году купили у «Золотого Яблока» товаров на более чем \$43 млн / Я. Лаберко // Онлайн-портал Office Life, 2025. – URL: <https://officelife.media/news/-61477-belorusy-v-nbsp-2024-m-godu-kupili-u-nbsp-laquo-zolotogo-yabloka-raquo-tovarov-na-nbsp-bolee-chem-43/> (дата обращения: 01.05.2025).
7. Горелова, Е. Дозрели: сеть «Золотое яблоко» обогнала «Подружку», «Л'Этуаль» и «Рив Гош» / Е. Горелова // Forbes, 2025. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/534066-dozreli-set-zolotoe-abloko-obognala-podruzku-letual-i-riv-gos> (дата обращения: 01.05.2025).
8. Екатеринбург Яблоко, ООО / Онлайн-портал Sabyprofile, 2025. – URL: <https://saby.ru/profile/6670381056-667101001?anchor=owners> (дата обращения: 01.05.2025).
9. Иль ДЭ Ботеез, АО / Онлайн-портал Sabyprofile, 2025. – URL: <https://saby.ru/profile/-7707061530-770501001> (дата обращения: 01.05.2025).
10. Сенников, А. История бьюти-сети «Золотое Яблоко»: как развивался крупный парфюмерный супермаркет / А. Сенников // Онлайн-портал Русбейс, 2023. – URL: <https://rb.ru/longread/history-gold-apple/> (дата обращения: 01.05.2025).
11. Ильин, А. Как парфюмерная сеть «Золотое яблоко» добралась до рынка Катара / А. Ильин // Бизнес-Секреты, 2023. – URL: <https://clck.ru/3LutHP> (дата обращения: 01.05.2025).
12. Российский бизнес за первые 4 месяца 2024 открыл 19 новых точек в Дубае / Barnes International : [сайт]. – URL: <https://barnes-moscow.com/novosti/rossiyskiy-biznes-za-pervye-4-mesyatsa-2024-otkryl-19-novykh-tochek-v-dubae/> (дата обращения: 01.05.2025).
13. Топ-100 самых дорогих брендов России – 2024: рейтинг Brandlab / Brandlab : сайт. – URL: <https://brandlab.ru/blog/top-100/> (дата обращения: 01.05.2025).

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Г. Г. Бережная
Брестский государственный технический университет
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. в условиях растущей потребности частного сектора в маркетинго-социологических проектах необходимо акцентировать внимание на отрасль исследовательских услуг. Статья посвящена выявлению тенденции и перспектив развития исследовательского рынка, а также определению путей решения текущих проблем.

Ключевые слова: искусственный интеллект, маркетинговые исследования, консалтинговые организации, исследовательский рынок, мобильность.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE RESEARCH SERVICES MARKET IN THE REPUBLIC OF BELARUS

G. G. Berezhnaya
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. In the context of the growing need of the private sector for marketing and sociological projects, it is necessary to focus on the research services industry. The article is devoted to identifying the trends and prospects for the development of the research market, as well as identifying ways to solve current problems.

Keywords: artificial intelligence, marketing research, consulting organizations, research market, artificial intelligence, mobility.

Анализ рынка – незаменимый ресурс для любого владельца бизнеса и управленца, позволяющий принимать взвешенные решения, снижать потенциальные потери и повышать результативность маркетинга.

Исследования рынка проводятся для изучения запросов и вкусов потребителей, анализа деятельности конкурентов, выявления рыночных трендов, оценки будущей потребности в продуктах или услугах, формирования и адаптации маркетинговой стратегии, совершенствования предложений, оптимизации ценовой политики, планирования рекламных кампаний и укрепления имиджа бренда.

Сфера маркетинговых исследований включает в себя широкий спектр коммерческих организаций, которые проводят маркетинговые, социологические и статистические анализы, используя современные технологичные решения. Востребованность таких услуг постоянно растет в связи с внедрением инноваций, интеграцией рынков и необходимостью использования удаленных технологий, особенно ярко проявившейся во время пандемии COVID-19.

В настоящее время отрасль исследований уверенно развивается. По данным международных статистических агентств, в 2023 году мировой объем рынка

маркетинговых и социологических услуг составил 670 миллиардов долларов, что на 30 % превышает показатели предыдущего года [1]. Эти данные вселяют оптимизм в отношении перспектив развития данной отрасли.

В Беларуси действует значительное количество компаний, предоставляющих услуги по проведению маркетинговых исследований – по итогам анализа было выявлено 26 организаций (как белорусского, так и зарубежного происхождения). Лидирующие компании на рынке маркетинговых исследований в Беларуси в 2023 году представлены в таблице 1, составленной на основе данных об их доходах и посещаемости корпоративных сайтов.

Таблица 1 – Крупнейшие разработчики маркетинговых исследований в Республике Беларусь в 2023 году [2]

Компания	Сайт	Выручка в сегменте маркетинговых исследований (2023, оценка)	Число посещений в месяц, тыс. (апрель 2024)
Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен	ncmps.by	0.7	47
ASER	aser.by	0.4	12
Satio (Civitta)	satio.by	0.3	5
Sarmont	sarmont.by	0.2	14
Консалтинговый центр БКЦ	bkc.by	0.2	8

Примечание – Источник: Независимое исследование белорусского рынка маркетинговых исследований в 2023 году (Votdoc.com) – для расчета емкости использовалась суммарная выручка компаний по направлению маркетинговых исследований, без учета ее географической структуры.

По предварительным оценкам, общий объем рынка маркетинговых исследований в Беларуси в 2023 году достиг 6,9 млн долларов США, что на 1,5 % превышает показатель предыдущего периода (с учетом исследований, выполняемых иностранными компаниями для белорусских организаций). Причем, более 26 % от общего объема внутреннего рынка Республики Беларусь приходится на пятерку лидеров.

В силу того, что финансовая отчетность белорусских компаний не публикуется в открытом доступе, как это принято в других странах ЕАЭС, для анализа использовались приблизительные данные о доходах и экспертные оценки.

Крупнейшими участниками белорусского рынка маркетинговых исследований являются Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен, ASER, Satio (Civitta), Sarmont и Консалтинговый центр БКЦ. Также к значимым игрокам можно отнести компании Бизнес проектирование и ИПМ-Консалт.

В Беларуси малый и средний бизнес все чаще склоняется к использованию услуг аутсорсинга, а не к собственному производству. Тем не менее, доля затрат на маркетинговые исследования пока остается скромной.

Белорусский рынок исследований, по мнению экономистов, обладает уникальными характеристиками, требующими тщательного изучения при сборе данных. Информация о деятельности предприятий часто бывает ограниченной

или скрытой, что затрудняет получение достоверных сведений. В таких условиях ценными источниками становятся интервью с владельцами, клиентами компаний, а также независимые средства массовой информации.

В целом отечественный рынок исследований отличается своеобразием и некоторыми недостатками. Наиболее развитые маркетинговые фирмы сосредоточены в столице, в то время как в регионах ситуация менее благоприятна. Компании, предоставляющие маркетинговые услуги, можно классифицировать:

1) на консалтинговые фирмы, которые предлагают консультации в области маркетинга и финансов; их доля на рынке не превышает 5 %;

2) компании информационного сервиса, занимающиеся арендой баз данных и продажей справочных материалов;

3) организации, специализирующиеся на независимых аналитических исследованиях широкого спектра.

Для исследовательских организаций важно постоянно внедрять результаты научно-исследовательских работ (НИОКР) и инновационные разработки. На данный момент многие из них уже используют автоматизированные системы для сбора и анализа данных с минимальным участием человека. Западные агентства также внедряют системы «uber-omnibus», которые отличаются простотой использования без человеческого вмешательства.

Таким образом, наблюдается тенденция роста значимости исследовательского рынка в Республике Беларусь при одновременном сокращении числа маркетинговых организаций в регионах. Это связано с тем, что частные компании чаще обращаются за услугами к минским консалтинговым фирмам из-за снижения объема заказов и высокой технологичности выполнения исследований.

С начала 2020 года искусственный интеллект привлек широкое внимание как одно из ключевых технологических достижений нашего времени. Многие эксперты полагают, что он способен в значительной степени автоматизировать работу специалистов в полевых исследованиях. Кроме того, существует мнение, что искусственный интеллект может сгладить конкурентное неравенство между малыми предприятиями и крупными корпорациями, благодаря способности эффективно обрабатывать огромные массивы данных и выполнять задачи, традиционно возлагаемые на операторов колл-центров.

На современном этапе в сфере исследовательских услуг можно выделить следующие основные тенденции.

1. Автоматизация и искусственный интеллект.

Активное внедрение автоматизированных процессов и технологий искусственного интеллекта является одним из наиболее заметных направлений в современных маркетинговых исследованиях, и не только в них.

Программы, основанные на искусственном интеллекте, способны самостоятельно собирать и упорядочивать информацию из различных источников, таких как социальные сети, инструменты веб-аналитики и CRM-системы. Это позволяет исследователям существенно сократить время, затрачиваемое на рутинные задачи, которые ранее выполнялись вручную. Сегодня для извлечения данных с веб-сайтов не требуются специальные навыки программирования – достаточно воспользоваться одним из многочисленных онлайн-сервисов.

Например, <https://www.browse.ai/> – это мощный инструмент для парсинга информации с веб-сайтов, который, к примеру, можно использовать для сбора

данных с сайтов конкурентов, например, для получения каталога цен на широкий спектр товаров.

Искусственный интеллект уже давно используется для анализа больших данных, выявления неочевидных взаимосвязей и прогнозирования будущих тенденций. Нейронные сети способны давать точные прогнозы продаж, оттока клиентов и определять перспективные направления развития. В этом году актуальным является применение искусственного интеллекта для анализа качественных, текстовых данных, в том числе и неструктурированных. Для исследовательских компаний это, прежде всего, означает обработку записей глубинных интервью и фокус-групп.

Пока результаты обработки текстовых массивов GPT-моделями далеки от идеальных и могут выступать лишь "сырьем" для последующей работы с ними квалифицированных аналитиков, однако динамика развития GPT-моделей впечатляет даже в пределах одного 2024 года.

2. Мобильность.

Значительный рост демонстрирует направление «мобильных» исследований – опросов, доступных через смартфоны. Популярность мобильных устройств неуклонно растет из года в год, и потребители проводят в них все больше времени. Это, закономерно, подталкивает спрос на опросы, которые можно заполнить в удобное для них время.

Стоит отметить, что мобильные опросы, как правило, отличаются более высоким процентом завершения по сравнению с классическими. Пользователи с большей готовностью участвуют в них, находясь в движении.

Следовательно, для любой исследовательской компании адаптация платформ для смартфонов становится практически необходимостью.

Мобильность предоставляет новые горизонты для сбора данных. Возможен мониторинг поведения пользователей внутри мобильных приложений, а также анализ посещаемости физических магазинов с использованием геоданных. Подобные решения уже существуют на рынке, но если ранее они казались чем-то необычным, то сегодня они превратились в общепринятую практику.

3. Смещение акцента с «пассивного» сбора данных к «активному».

В последние годы наблюдался бум интереса к анализу данных из социальных сетей, но на данный момент наблюдается постепенное снижение этой вовлеченности. Как и многие другие быстрорастущие тенденции, компании стали более критично оценивать ценность информации, получаемой из социальных сетей, что приводит к уменьшению ее практического применения.

Хотя анализ публикаций в социальных сетях может быть полезен на старте исследования для определения основных тем обсуждения или для быстрого мониторинга общественного мнения о продукте или сервисе (особенно для выявления негативных отзывов), для глубокого анализа это не самый эффективный инструмент – его необходимо дополнять и уточнять с помощью классических исследовательских подходов.

4. Видеоопросы.

Традиционные текстовые опросы все чаще заменяются видеоопросами. Современные онлайн-платформы позволяют участникам отвечать в видео- или

аудиоформате. Это особенно важно для молодых людей, которые гораздо чаще пользуются голосовыми сообщениями в мессенджерах, чем старшие поколения.

На белорусском рынке этот тренд пока не получил широкого распространения, однако некоторые исследовательские платформы уже разрабатывают функционал, позволяющий респондентам диктовать ответы на открытые вопросы (в том числе, при проведении личных интервью СAPI с использованием планшетов).

Согласно мнению ряда иностранных специалистов, видеоопросы вызывают больше положительных эмоций у участников и являются более комфортными, что положительно сказывается на полноте и качестве предоставляемой информации. Кроме того, видеоматериалы гораздо проще поддаются обработке с использованием искусственного интеллекта для распознавания эмоционального состояния и обнаружения неочевидных закономерностей.

В частности, платформа для проведения live-интервью Voxopme утверждает, что видеоответы в среднем на 80 % превосходят текстовые по объему и содержат в два раза больше ценных сведений. По их статистике, 85 % опрошенных предпочитают видеоформат классическим вариантам с выбором ответов из предложенных.

В связи с этим, исследовательским компаниям необходимо пересмотреть свои подходы к сбору и анализу информации, так как традиционные методы устаревают. Основным вектором развития должно стать использование качественных методов анализа, которые обеспечат дальнейший рост и прогресс в отрасли. Рост сложности задач должен стимулировать освоение новых видов деятельности и внедрение передовых технологий на основе искусственного интеллекта. Для успешной адаптации к новым условиям компаниям рекомендуется следующее.

1. Разрабатывать новые подходы к сбору и анализу данных.
2. Расширять географию своей деятельности, осваивая новые рынки.
3. Активно внедрять инновационные решения, включая искусственный интеллект.

Анализ текущего состояния исследовательской отрасли позволяет выделить устойчивые тенденции в работе маркетинговых организаций и определить пути решения существующих проблем. Современные инструменты открывают новые перспективы для более глубокого понимания потребителей и принятия эффективных маркетинговых решений. Чтобы оставаться конкурентоспособными, компаниям необходимо внедрять передовые технологии и подходы в свою исследовательскую деятельность.

Список использованных источников

1. Объем рынка маркетинговых исследований. 2023. ОИРОМ. – URL: <http://oirom.ru/obem-rynka-marketingovyh-issledovanij-2023/> (дата обращения: 20.04.2025).
2. Крупнейшие компании-разработчики маркетинговых исследований в Беларуси: ТОП-5 разработчиков маркетинговых исследований в 2023 году. – URL: <https://votdoc.com/krupnejshie-kompanii-razrabotchiki-marketingovyh-issledovanij-v-belarusi-top-5-razrabotchikov-marketingovyh-issledovanij-v-2023-godu/> (дата обращения: 23.04.2025).
3. Тренды рынка маркетинговых исследований 2024. – URL: <https://adindex.ru/publication/analytics/conjuncture/2024/10/2/326079.phtml> (дата обращения: 23.04.2025).

ИННОВАЦИОННОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

О. Н. Гарбуз, Э. Н. Кравченко
Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
Минск, Республика Беларусь

Аннотация: В статье описываются тенденции инновационного финансирования здравоохранения в части решения задач, актуальных для стратегического планирования социально-экономических систем. В виду необходимости уточнения приоритетов развития в условиях формирования новых глобальных трендов, рассмотрены аспекты, учитывающие изменения на рынке здравоохранения в становлении системы устойчивого развития Беларуси.

Ключевые слова: цели устойчивого развития, инновационные механизмы, инвестиции, финансирование; здравоохранение; социально-экономическое развитие.

INNOVATIVE FINANCING IN HEALTHCARE AS ONE OF THE DIRECTIONS OF SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT

O. N. Garbuz, E. N. Kravchenko
**Academy of Public Administration under the President of the Republic of
Belarus, Minsk, Republic of Belarus**

Abstract. The article describes the trends of innovative financing of healthcare in terms of solving problems relevant for strategic planning of socio-economic systems. In view of the need to clarify development priorities in the context of the formation of new global trends, aspects are considered that take into account changes in the healthcare market in the formation of a sustainable development system in Belarus.

Keywords: sustainable development goals, innovative mechanisms, investments, financing; healthcare; socio-economic development.

Так, на заседании Президиума Совета Министров 24 апреля 2025 года рассмотрена концепция Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2026–2030 годы, обозначен ряд приоритетных целей, среди которых особое место занимает развитие человеческого потенциала, сохранение здоровья и благополучия населения. Модернизация экономики, развитие социальной инфраструктуры и формирование комфортной среды для жизни людей, являются ключевыми задачами в государственном управлении [1]. Укрепление здоровья населения и снижение смертности, повышение рождаемости – являются важными направлениями устойчивого развития, способствующими улучшению демографической ситуации в стране. При этом целевые показатели национального развития взаимосвязаны с ключевыми показателями здоровья населения. Следует отметить, что современное здравоохранение становится все более инновационным, что требует соответствующего финансирования. Данное исследование посвящено актуальным трендам инновационного финансирования в сфере здравоохранения.

Одна из основных целей государственного развития в Беларуси – модернизации экономики и создания комфортных условий для проживания, трудовой деятельности и самореализации людей. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы включает ряд основных целей, в первую очередь, таких, как сохранение здоровья и благополучия населения. На международном и национальном уровнях тесная взаимосвязь между социальным, экономическим, образовательным, технологическим, экологическим и политическим развитием нашла отражение в единой концепции устойчивого развития, что в очередной раз подтвердилось в Резолюции Генеральной Ассамблеи ООН «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года». Резолюция была принята в 2015 г. всеми членами ООН. В Повестке – 2030 сформулированы 17 взаимосвязанных Целей устойчивого развития. Для Республики Беларусь, имеющей определенные Национальные цели развития до 2030 г., отвечающие принципам устойчивого развития, целесообразен поиск решения ключевых задач повышения качества жизни и здоровья населения [1].

Следует рассматривать различные методы решения поставленной проблемы с позиций сектора здравоохранения, учитывая ее первостепенную важность для государства, что и обозначено в Национальных целях, а также необходимости соотнесения с другими важными направлениями развития.

Согласно докладу Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко, об утверждении Государственной инвестиционной программы на 2025 год, на современном этапе обозначены основные цели инвестиционной программы Беларуси на текущий период – содействие инфраструктурному развитию государства: в инженерных, социальных, производственных, оборонной областях [2]. В 2024 году для реализации мер Госпрограммы «Здоровье народа и демографическая безопасность» предусмотрено финансирование в размере 2 362,29 млн рублей, также на капрестроительство – 165,33 млн руб. Объемы денежных средств на платные медуслуги для населения за 2024 год составляют 153,8 млн рублей с темпом роста 117,6 % [3].

В национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2040 года одним из драйверов экономики обозначено ускоренное развитие в сфере ИТ-индустрии (к ВВП до 8 % в 2030 году), инфраструктурного и секторов услуг с высокой добавленной стоимостью, способствующих повышению качества жизни людей, в том числе медицинских услуг и сферы здравоохранения. Достижение высоких стандартов жизни – целевой ориентир в 2031–2040 годах. В стратегии социального развития ключевые цели – развитие с заданными возможностями, способствующими самореализации каждого человека как главной ценности.

Развитие экспорта услуг сферы здравоохранения тоже может стать важным источником доходов. Как сообщил в своем докладе на заседании коллегии комитета по здравоохранению председатель Минского горисполкома И. Юркевич, экспорт медицинских услуг организациями здравоохранения, подведомственными комитету по здравоохранению, в 2024 году достиг 12,4 млн долларов США, демонстрируя темп роста в 109,7 %. Среди стран-импортеров лидирующие позиции занимают Казахстан, Российская Федерация, Сербия, Китай, Черногория, установлено сотрудничество по экспорту медицинских услуг в страны Африки [4].

В контексте социально-экономического развития особую важность приобретают инновационные механизмы, которые способствуют привлечению инвестиций, стимулируют инновационную деятельность. Первоочередным условием реализации данных процессов является адекватное финансирование, в том числе в сфере здравоохранения.

Современные тренды инвестиционной активности на рынке здравоохранения Беларуси отражают динамичное развитие отрасли в постоянно меняющихся современных условиях медицинской среды. Увеличение объемов инвестиций в сферу здравоохранения со стороны как крупных корпораций, так и частных инвесторов, связано зачастую с ростом интереса к инновационным технологиям и разработкам в области медицины, а также с повышенным спросом на качественные медицинские услуги. Так, например по данным Института биофизики и клеточной инженерии НАН, белорусскими учеными разработана искусственная кожа, которая призвана помочь при лечении ожогов, ран и других повреждений. Белорусскими специалистами совместно с татарской компанией «Эйдос-медицина», разработан ряд виртуальных симуляторов для начинающих хирургов, позволяющий попрактиковаться в условиях, приближенных к реальным, в проведении лапароскопических операций. На выставке медицинских технологий Беларуси предлагается компьютерный томограф отечественного производства Vantum от компании «Адани», который по качеству не уступает зарубежным аналогам, но будет ощутимо дешевле. Кроме того, производство высокотехнологичных медицинских приборов способствует улучшению качества диагностики, лечения, что в свою очередь повышает конкурентоспособность медицинских учреждений.

Одним из основных трендов современной инвестиционной активности на рынке здравоохранения является развитие цифровых технологий и телемедицины. Инвесторы все больше обращают внимание на стартапы, разрабатывающие программные решения для удаленного диагностирования и консультирования пациентов. Такие технологии не только повышают доступность медпомощи, но и способствуют снижению затрат на ее оказание.

Еще одной важной тенденцией является инвестирование в фармацевтику, особенно в разработку новых технологий производства и лекарств. В Минске в 2025 году прошла 30-я Международная медицинская выставка «Здравоохранение Беларуси – 2025», в которой приняли участие ведущие разработчики медицинских технологий, поставщики IT-решений и лидеры экспортоориентированной медтехники, а также фармацевтической промышленности. Актуальным трендом является инвестирование в медицинское оборудование и технику. А на выставке «Моя Беларусь» в зоне кластера инновационного здравоохранения «Умный город», продемонстрированы разработки резидентов научно-технологических парков страны. Также благодаря научным исследованиям и инновационным разработкам удастся создавать все более эффективные и безопасные лекарства, что привлекает внимание инвесторов. Белорусская компания «Бимед» предложила обезболивающий пластырь – новинку – альтернативу обезболивающим лекарственным препаратам. Кроме того, на выставках были представлены: сервис – доставка и бронирование фармпрепаратов из аптек, инновационная система дистанционного мониторинга пациентов для врачей, лазерные аппараты, аппарат вакуумной терапии; инновационные эндопротезы тазобедренных суставов; веб-приложение GlobalMedGuide, мобильное приложение

«Е-рецепт», NOVAprepr miR-CERVIX-инструмент для выявления рака и предраковых состояний с программным обеспечением, «умная операционная» Сириус, АМИС-Тромболизис, программно-аппаратный комплекс «ОСМОТР Плюс».

Перспективным направлением является инвестирование в проекты, направленные на увеличение продолжительности и качества жизни. Это включает в себя разработку новых методов борьбы со старением, создание инновационных технологий для улучшения когнитивных функций и физической активности, а также разработку персонализированных программ питания и физических упражнений.

Одним из возможных путей является повышение налоговых поступлений или взносов в сектор здравоохранения. Но это возможно только при наличии резервов для увеличения этих платежей. Оптимизация и рационализация затрат в сфере здравоохранения также может существенно увеличить финансовые ресурсы здравоохранения.

Для государств, особенно с низким уровнем доходов населения, внешнее финансирование играет важную роль. Рост объемов международной финансовой помощи для таких стран напрямую способствует увеличению доходов здравоохранения. Увеличение объемов международной финансовой помощи в данном случае напрямую способствует увеличению доходов здравоохранения. Итак, инновационное финансирование здравоохранения разработано с целью увеличения объемов международной помощи; оптимизации ее расходов и рационального применения этих средств. Но, по мнению некоторых исследователей, целевые показатели инфляции и уровня валютных резервов стран могут ограничивать использование поступившей международной помощи по назначению [5].

К механизмам внутреннего международного инновационного финансирования можно отнести: налоги на финансовые операции, сборы с валютных операций (налоги на операции в иностранной валюте); сборы с прибыльных крупных компаний; взносы солидарности с мобильных телефонов, облигации для диаспоры (государственные облигации, ориентированные на граждан, проживающих за рубежом). Такая практика наблюдалась в Индии, Израиле и Шри-Ланке, однако не всегда для целей сферы здравоохранения. Продажа компаниями продуктов или услуг с предоставлением определенных льгот. При этом они получают лицензию на продажу услуг и товаров, а часть прибыли направляют на здравоохранение.

На сегодняшний день, важным трендом остается инвестирование в медицинскую инфраструктуру, включая строительство и модернизацию больниц, клиник и диагностических центров. Где перспективным направлением инвестирования является государственно-частное партнерство (далее – ГЧП), способствующее повышению инновационной активности, созданию современных медицинских учреждений, оснащенных передовым оборудованием и технологиями, привлечению квалифицированных специалистов [6]. Ввиду социально-политической значимости медучреждения не могут быть приватизированы, но и в госбюджете не предусмотрены те объемы финансирования, которые позволят полностью обеспечить функционирование медицинских учреждений. Поэтому использование механизма ГЧП в здравоохранении позволит оптимизировать расходы, увеличить эффективность вложения денежных средств и создать условия устойчивого развития отрасли.

Значительным этапом в процессе вовлечения частного сектора в решение глобальных задач и реализацию концепции устойчивого развития послужила разработка группой из 20-ти крупных инвесторов из различных стран на основе Глобального договора ООН Принципов ответственного инвестирования (Principle for Responsible Investment; ПРИ) [7].

Принципы ответственного инвестирования ознаменовали экспансию в частную экономическую деятельность, ESG-принципы (окружающая среда, социальная ответственность и корпоративное управление), которые все более широко распространяются в частном секторе. Глобальная инициатива по отчетности (GRI) фиксирует, что в 2020 г. BlackRock (компания № 1 мира по объему предоставляемых инвестиций и управляющая 7 трлн долл.) заявила, что экологическая устойчивость становится отныне во главу угла решений об инвестициях [8]. В развитие общей стратегии вовлечения в достижение ЦУР негосударственных игроков, Ассоциация, созданная разработчиками Принципов ответственного инвестирования, опубликовала рекомендации для частного бизнеса по их внедрению [7].

Корпоративные программы медучреждений в рамках социальной ответственности содействует улучшению производительности сотрудников посредством укрепления сплоченности коллектива и улучшению общего состояния здоровья и самочувствия медицинских работников. Сотрудники, пользующиеся преимуществами данной программы, демонстрируют более высокую мотивацию, активность и продуктивность. Это достигается за счет комплексного подхода, включающего в себя не только физическую активность, но и психоэмоциональную поддержку, что способствует снижению уровня стресса и укреплению психического здоровья. Важно отметить, что данная программа выходит за рамки корпоративной среды и охватывает пациентов и жителей местного сообщества посредством проведения различных акций и флэшмобов. Таким образом, здоровье сотрудников медицинских организаций напрямую влияет на здоровье всего населения. Кроме того, социальные проекты охватывают вопросы доступности медицинских услуг для всех слоев населения, реализацию принципов ESG в сфере охраны труда, систематическую оценку рисков, работу над постоянным улучшением системы управления охраной труда на рабочих местах [9].

Инвесторы проявляют интерес к проектам, направленным на развитие медицинского туризма. Это включает в себя создание специализированных медицинских центров, предлагающих широкий спектр услуг для иностранных пациентов, а также разработку программ и сервисов для обеспечения комфортного пребывания и лечения за рубежом.

В целом, инвестиционная активность на рынке здравоохранения продолжает расти и развиваться, отражая стремление инвесторов к получению прибыли и внесению вклада в улучшение здоровья и благополучия людей. Развитие инновационных технологий, персонализированной медицины и профилактических программ создает новые возможности для инвестирования и стимулирует развитие отрасли.

В заключении отметим, что ближайшая пятилетка, с 2025–2029 годы, в Республике Беларусь объявлена пятилеткой повышения качества во всех сферах жизни общества. Касательно здравоохранения, ключевыми направлениями

будут укрепление здоровья населения, цифровая трансформация, развитие высокотехнологичных видов медпомощи и т. д. Современные тренды инвестиционной активности на рынке здравоохранения будут отражать стремление инвесторов к развитию инновационных технологий, повышению доступности и качества медицинской помощи, а также к улучшению медицинской инфраструктуры. Инвестирование в здравоохранение будет становиться все более привлекательным и перспективным направлением для тех, кто готов вложить свои средства в будущее здоровья и благополучия людей.

Список использованных источников

1. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы : Указ Президента Респ. Беларусь от 29 июля 2021 г. № 292 // ЭТАЛОН : информ.-поисковая система (дата обращения 25.04.2025).
2. Об утверждении Государственной инвестиционной программы на 2025 год : Указ Президента Республики Беларусь от 05 февр.2025 г. № 49 // ЭТАЛОН : информ.-поисковая система (дата обращения: 27.04.2025).
3. Об утверждении Государственной программы «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь» на 2021–2025 годы»: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 14 марта 2016 г. № 200 // ЭТАЛОН. Законодательство Респ. Беларусь / Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь.– Минск, 2025.
4. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь : [сайт]. – Минск, 2003–2025. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 27.04.2025).
5. Финансирование здравоохранения: альтернативы для Европы / под. ред. Э. Моссиалос, А. Диксон, Ж. Фигейрас, Д. Кутцин: пер. с англ. М.: Весь Мир. 2002.
6. Довнар, Р. Инновационное развитие медицины с использованием механизма ГЧП как институциональная экстерналия / Р. Довнар, В. Коврей // Наука и инновации. – 2020. – № 3. – С. 41–44.
7. PRI. What are the Principles for Responsible Investment? Ассоциация ПРИ : [сайт]. – URL: <https://www.unpri.org/pri/what-are-the-principles-for-responsible-investment> (дата обращения: 01.05.2025).
8. Scanlan, M. K. Climate Risk is Investment Risk / M. K. Scanlan // Journal of Environmental Law and Litigation. – 2021. – Vol. 36. – № 4. – P. 20–22.
9. МЕДСИ. Устойчивое развитие медицинской организации: международные стандарты качества и принципы ESG : [сайт]. – URL: <https://medsi.ru/about/presscentr/news/ustoychivoerazvitie-meditsinskoy-organizatsii-mezhdunarodnye-standarty-kachestva-i-printsipy-esg/> (дата обращения: 01.05.2025).

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ЭКОСИСТЕМ ЕАЭС: ВЫЗОВЫ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

А. А. Жилин, О. У. Юлдашева

**Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Санкт-Петербург, Российская Федерация**

Аннотация. Информационные технологии играют ключевую роль в повышении конкурентоспособности бизнес-экосистем стран ЕАЭС. В статье рассматриваются основные вызовы и перспективы цифровой трансформации с акцентом на маркетинговые и управленческие аспекты. Анализируются

проблемы цифрового неравенства, дефицита ИТ-кадров, фрагментации данных и отставания нормативной базы. Отмечаются позитивные тенденции: рост использования платформенных решений, внедрение ИИ и big data, цифровизация МСП и движение к унификации цифровых стандартов. Представлены рекомендации по формированию единой цифровой среды ЕАЭС.

Ключевые слова: бизнес-экосистема, информационные технологии, ЕАЭС, цифровизация, менеджмент.

INFORMATION TECHNOLOGIES AS A DRIVER OF EAEU BUSINESS ECOSYSTEM DEVELOPMENT: CHALLENGES AND MANAGEMENT SOLUTIONS

A. A. Zhilin, O. U. Yuldasheva

**Saint Petersburg State University of Economics,
Saint Petersburg, Russian Federation**

Abstract. Information technologies play a key role in improving the competitiveness of business ecosystems of the EAEU countries. The article considers the main challenges and prospects of digital transformation with a focus on marketing and management aspects. It analyzes the problems of digital inequality, deficit of IT personnel, data fragmentation and lagging regulatory framework. Positive trends are noted: the growing use of platform solutions, the introduction of AI and big data, the digitalization of SMEs and the movement towards the unification of digital standards. Recommendations for the formation of a unified digital environment of the EAEU are presented.

Keywords: business ecosystem, information technologies, EAEU, digitalization, management.

В условиях стремительной цифровизации экономики информационные технологии (ИТ) становятся ключевым фактором конкурентоспособности организаций. Особенно актуально это для стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС), где формируются уникальные бизнес-экосистемы, интегрирующие ИТ в процессы маркетинга и менеджмента. Цель данного исследования – выявить актуальные проблемы и перспективы развития ИТ в рамках бизнес-экосистем ЕАЭС с акцентом на маркетинговые и управленческие аспекты. Бизнес-экосистема – это сеть организаций, взаимодействующих между собой через цифровые и физические каналы с целью создания, обмена и монетизации ценности. В рамках этих экосистем ИТ выступают ключевым элементом, обеспечивающим прозрачность, согласованность и гибкость бизнес-процессов. Цифровые платформы, облачные технологии и искусственный интеллект становятся неотъемлемыми компонентами современных бизнес-экосистем.

Несмотря на активное развитие цифровой трансформации в странах ЕАЭС, существует ряд ключевых препятствий, ограничивающих эффективность интеграции информационных технологий в бизнес-экосистемы. Далее рассмотрены наиболее значимые проблемы с точки зрения управления и маркетинга организаций. Одной из наиболее острых проблем остается неравномерное развитие

цифровой инфраструктуры в регионе [1]. В крупных городах наблюдается стабильный рост пропускной способности сетей, развитие облачных сервисов и широкополосного доступа, тогда как в сельских и отдаленных районах продолжают преобладать устаревшие технологии передачи данных. Это приводит к ограниченному охвату аудитории цифровыми каналами маркетинга и снижению качества обслуживания клиентов в регионах. С точки зрения менеджмента, отсутствие устойчивой инфраструктуры затрудняет внедрение цифровых платформ, автоматизированных систем управления и аналитических инструментов. Это увеличивает транзакционные издержки, снижает прозрачность бизнес-процессов и препятствует переходу к гибким организационным структурам.

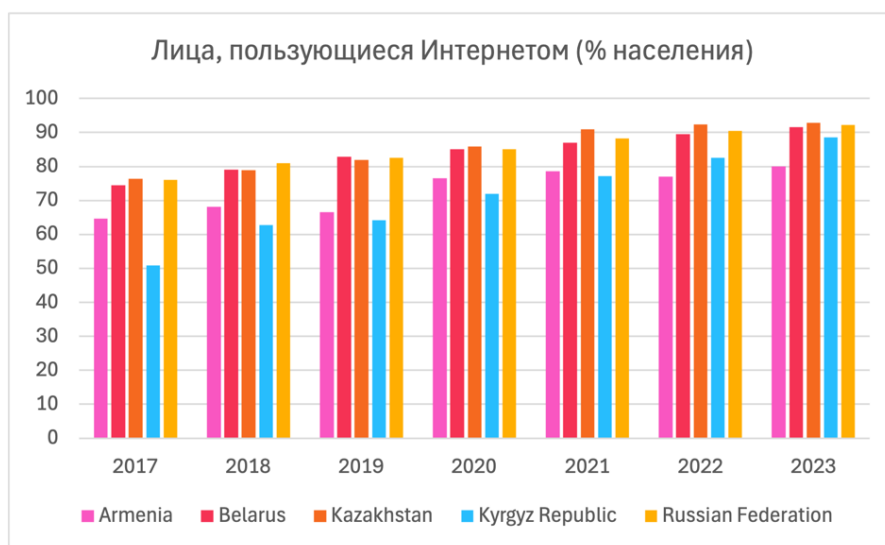


Рисунок 1 – Лица, пользующиеся Интернетом (% населения)

Как видно на рисунке 1, во всех странах ЕАЭС наблюдается рост доли населения, пользующегося Интернетом [2]. Лидерами остаются Россия, Беларусь и Казахстан, где уровень проникновения интернета уже к 2022–2023 годам превышает 90 %. В то же время Армения и особенно Киргизия демонстрируют более низкие значения, несмотря на положительную динамику. В Киргизии, например, только к 2023 году охват приближается к 85 %, тогда как в 2017 году он составлял около 50 %. Эти различия подчеркивают наличие цифрового разрыва, особенно в доступе к онлайн-сервисам в отдаленных районах, что напрямую влияет на эффективность цифрового маркетинга, онлайн-образования и дистанционного управления бизнесом. Таким образом, ограниченный доступ к интернету в ряде стран и регионов ЕАЭС остается серьезным препятствием для равномерного внедрения цифровых решений, что требует дополнительных инвестиций в инфраструктуру и программ цифрового включения.

Также многие организации стран ЕАЭС все еще рассматривают ИТ как вспомогательную функцию, а не как стратегическую основу для конкурентных преимуществ. Информационные системы часто внедряются точечно, без интеграции с другими звеньями цепочки создания стоимости. В результате возникает фрагментация данных, низкий уровень интероперабельности между отделами и партнерскими структурами. Для маркетинга это означает слабую персонализацию предложений, ограниченные возможности сегментации и неэффективную

работу CRM-систем. В области менеджмента наблюдается нехватка единого источника данных (single source of truth), что ограничивает управленческую аналитику, прогнозирование спроса и принятие решений на основе данных (data-driven management) [3].

Проблема дефицита ИТ-специалистов – одна из наиболее актуальных для региона. Согласно отчетам национальных министерств цифрового развития, наиболее остро ощущается нехватка разработчиков, архитекторов цифровых платформ, специалистов по аналитике больших данных, UX-дизайнеров и экспертов по информационной безопасности. Основные причины: отток квалифицированных кадров в другие страны, недостаточная гибкость образовательных программ и медленные темпы переподготовки взрослых [4]. Дефицит кадров напрямую влияет на темпы цифровой трансформации бизнеса. Для маркетинговых подразделений это означает нехватку экспертизы в управлении цифровыми каналами, SEO/SEM, автоматизации коммуникаций и аналитике поведения пользователей. Для менеджмента – замедление внедрения ERP-систем, платформ управления цепочками поставок и цифровых двойников (digital twins).

Многие бизнес-экосистемы в странах ЕАЭС развиваются в изоляции от глобальных технологических платформ. Это связано как с санкционным давлением (особенно в отношении России), так и с отсутствием унифицированных регламентов цифровой торговли, интеллектуальной собственности и трансграничного обмена данными. В результате организации ограничены в доступе к лучшим мировым практикам, инструментам и партнерам [5]. Для маркетинга это означает снижение доступности глобальных рекламных платформ и инструментов работы с международными аудиториями. Для менеджмента – ограничение в использовании интегрированных решений на базе Google, Microsoft, Amazon, SAP и других крупных игроков. Это также снижает привлекательность внутреннего рынка ЕАЭС для иностранных инвесторов.

Регулирование в области ИТ в странах ЕАЭС часто отстает от технологического прогресса. Медленно обновляются законы, касающиеся электронных подписей, защиты данных, цифровых контрактов и ИИ. Также отсутствует единая политика цифрового развития на уровне всего союза. Это препятствует формированию трансграничных платформ и снижает эффективность совместных проектов. С точки зрения бизнеса, это создает регуляторную неопределенность, увеличивает комплаенс-нагрузку и тормозит внедрение инновационных моделей управления, таких как платформенное лидерство, краудсорсинг или цифровая кооперация.

В контексте ускоряющейся цифровизации мировой экономики и формирования глобальных платформенных структур, бизнес-экосистемы стран ЕАЭС сталкиваются с необходимостью адаптации к новым технологическим и управленческим реалиям [6]. Ниже представлены ключевые тенденции, формирующие вектор развития ИТ в ЕАЭС, а также обоснованные прогнозы на ближайшие 5–7 лет. На рисунке 2 представлено, как все страны ЕАЭС демонстрируют устойчивый рост индекса цифровизации в период с 2018 по 2024 годы. Наиболее высокие показатели наблюдаются у России, где индекс достигает 76 % к 2024 году. Беларусь и Казахстан также демонстрируют активную динамику, приближаясь к значениям 70 % и выше. Армения и Киргизия, несмотря

на более низкие стартовые позиции, показывают стабильный рост, что говорит о постепенном устранении цифрового разрыва. Эти данные подтверждают, что цифровизация становится приоритетом национальных стратегий развития, создавая предпосылки для формирования зрелых бизнес-экосистем и ускоренного внедрения инновационных ИТ-решений. Устойчивый рост цифровизации в странах ЕАЭС формирует благоприятную почву для перехода от традиционных иерархических моделей к экосистемному подходу, основанному на платформенных решениях и цифровых сервисах [7].

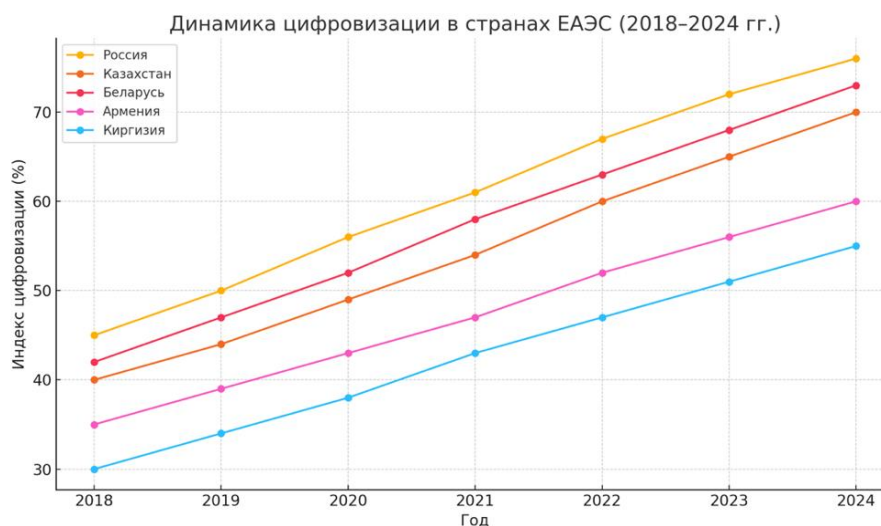


Рисунок 2 – Динамика цифровизации в странах ЕАЭС

Одной из главных тенденций становится переход от иерархических моделей взаимодействия между компаниями к экосистемному подходу, где создаются открытые платформы с вовлечением множества партнеров, клиентов и поставщиков. Такие бизнес-модели уже реализуются в Казахстане (Kaspi.kz), России (экосистемы Сбера, Яндекса), Беларуси (сектор финтех и ПБТ). По прогнозу, к 2030 году более 60 % цифровых компаний в ЕАЭС будут либо частью платформенной экосистемы, либо создавать собственную [8].

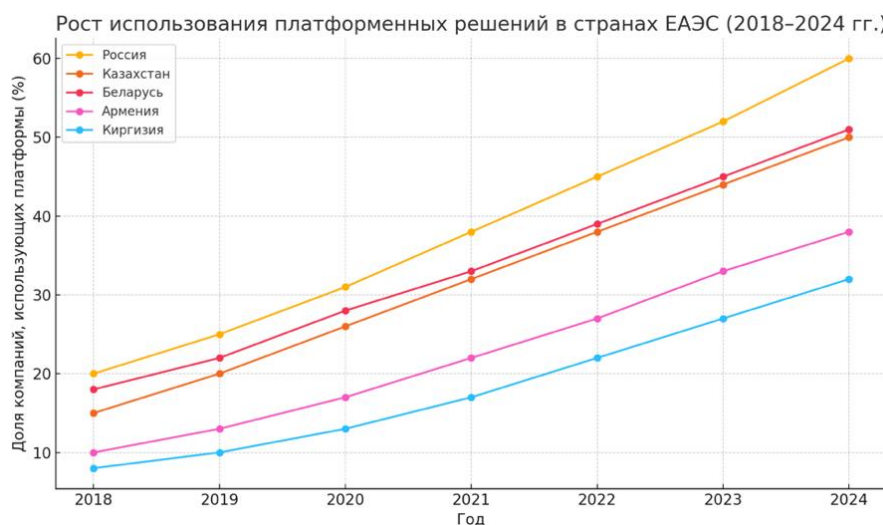


Рисунок 3 – Рост использования платформенных решений в странах ЕАЭС

На рисунке 3 видно, что во всех странах ЕАЭС наблюдается устойчивый рост доли компаний, использующих платформенные решения. Лидером является Россия, где к 2024 году ожидается, что более 60 % компаний будут использовать цифровые платформы. Казахстан и Беларусь демонстрируют схожую динамику с прогнозируемыми значениями около 50 %. Армения и Киргизия также показывают положительный тренд, хотя и с более низкой базой [9]. Эти данные подтверждают тенденцию перехода к платформенным бизнес-моделям и укрепляют предположения о дальнейшем формировании экосистемного подхода в управлении и маркетинге. Рост платформенных решений создает предпосылки для активного внедрения омниканальных стратегий, персонализированных сервисов и гибких моделей управления, особенно в секторах e-commerce, финтеха и логистики.

Также ИИ и аналитика больших данных становятся центральными технологическими драйверами. Их внедрение позволяет организациям выстраивать поведенческие модели клиентов, прогнозировать спрос, автоматизировать рутинные бизнес-процессы. Особенно активно эти технологии внедряются в банковском секторе, ритейле, логистике и производстве. По прогнозу в ближайшие пять лет доля компаний, использующих ИИ-алгоритмы в управлении маркетингом, операциями и персоналом, вырастет вдвое. Большинство крупных платформ в ЕАЭС включают модули машинного обучения и предиктивной аналитики в свои B2B- и B2C-сервисы.

В свою очередь, малый и средний бизнес (МСП), который ранее испытывал трудности с цифровизацией из-за высокой стоимости решений, все чаще прибегает к использованию SaaS, low-code платформ, облачных инструментов и маркетинговых платформ. Это открывает доступ к современным инструментам даже в отдаленных регионах и по прогнозам к 2028 году до 70 % МСП в ЕАЭС будут использовать цифровые инструменты в управлении продажами, логистикой, маркетингом и финансами. Появятся локальные экосистемы, ориентированные исключительно на МСП (аналог Alipay для ЕАЭС) [10].

Необходимость унификации цифровых регламентов между странами союза становится все более актуальной. В ближайшие годы можно ожидать согласования стандартов в сфере электронного документооборота, цифровых подписей, e-commerce, налогового мониторинга и онлайн-платежей. При условии политической воли и технической готовности к 2030 году может быть создана единая цифровая среда ЕАЭС, включающая кросс-границные платформы для бизнеса, что снизит транзакционные издержки и упростит маркетинг в нескольких странах одновременно. Из-за геополитических рисков усиливается акцент на цифровом суверенитете, защите персональных данных, контроле над инфраструктурой и программным обеспечением. Государства ЕАЭС уже разрабатывают инициативы по созданию собственных дата-центров, отказу от зарубежных облачных хранилищ и локализации ПО. Компании будут вынуждены перестроить ИТ-архитектуру под национальные требования, что повлияет на маркетинговые платформы, а также на систему управления рисками в организациях.

На фоне быстрого прогресса цифровых технологий и изменений в глобальной бизнес-среде информационные технологии играют все более важную роль в обеспечении устойчивого роста и повышения конкурентоспособности органи-

заций стран ЕАЭС. Проведенный анализ показал, несмотря на наличие значительного потенциала, интеграция ИТ в бизнес-экосистемы союза сталкивается с рядом серьезных вызовов – от инфраструктурной неравномерности и кадрового дефицита до фрагментированности цифрового регулирования и ограниченного доступа к глобальным технологическим решениям. В то же время наблюдаются позитивные тенденции, такие как развитие платформенных бизнес-моделей, активное внедрение ИИ и аналитики данных, рост доступности цифровых инструментов для МСП, а также движение к унификации цифровых стандартов внутри ЕАЭС. Эти процессы формируют основу для формирования более гибких, устойчивых и инновационных бизнес-экосистем, способных эффективно адаптироваться к вызовам цифровой эпохи. Для достижения устойчивого успеха в ближайшие годы странам ЕАЭС необходимо сосредоточиться на развитии цифровой инфраструктуры, формировании единой регуляторной среды, стимулировании цифрового предпринимательства и подготовке квалифицированных ИТ-кадров. Только при комплексном и скоординированном подходе информационные технологии смогут стать стратегическим ресурсом, обеспечивающим долгосрочную конкурентоспособность и интеграцию региона в глобальную цифровую экономику.

Список использованных источников

1. Ахметова, З. Б. Развитие интернет-маркетинга в странах ЕАЭС / З. Б. Ахметова, А. Н. Тургинбаева, Н. Б. Шуренов // Вестник РУДН. Серия: Экономика. – 2018. – Т. 26. – № 2.
2. Данные World Bank. Individuals using the Internet – 2023. – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS/> (дата обращения: 07.05.2025).
3. Шендо, М. В. Современное состояние отечественных цифровых экосистем как элемента потребительского рынка онлайн-торговли / М. В. Шендо, Е. В. Свиридова, М. В. Липаев, А. П. Володин // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2024. – № 1.
4. Крылов, А. Ю. Проблемы интеграции российского бизнеса в мировой рынок информационных технологий / А. Ю. Крылов // Вестник ГУУ. – 2015. – № 9.
5. Бурнашев, Р. Ф. Ключевые аспекты и перспективы использования информационных технологий в бизнесе / Р. Ф. Бурнашев, М. А. Холикова // Universum: экономика и юриспруденция. – 2023. – № 7 (106).
6. Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК), Годовой доклад об итогах и перспективах социально-экономического развития государств – членов ЕАЭС за 2023 год. URL: https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/ff5/0130q0rsakw0fgm49ktkca65ldh47iti/Annual_report_2023.pdf/ (дата обращения: 07.05.2025).
7. Минаков, А. В. Цифровые маркетинговые технологии и их применение в современных бизнес-моделях / А. В. Минаков, А. Е. Суглобов // Russian Journal of Management. – 2023. – Т. 11. – № 3.
8. Министерство связи и информации Республики Беларуси. Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы. – URL: <https://www.mpt.gov.by/ru/-gosudarstvennaya-programma-cifrovoe-razvitie-belarusi-na-2021-2025-gody/> (дата обращения: 07.05.2025).
9. Министерство цифрового развития кыргызской республики. Отчет о деятельности СРНОС при МЦР КР за 2023–2024 годы. – URL: <https://digital.gov.kg/activities/otchet-o-deyatelnosti-srnos-pri-mczzr-kr-za-2023-2024-gody/> (дата обращения: 07.05.2025).
10. Министерство цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан. Отчет за 2023 год о реализации Концепции цифровой трансформации, развития отрасли информационно-коммуникационных технологий и кибербезопасности на 2023–2029 годы. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mdai/documents/details/645631?lang=ru/> (дата обращения: 07.05.2025).

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ

Н. Н. Флячинская

Брестский государственный технический университет
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье рассматривается оценка конкурентоспособности регионов Беларуси с использованием рангового метода. Проведен анализ динамики интегрального индекса конкурентоспособности регионов за 2017–2022 гг., ранжирование регионов. Построено уравнение регрессии, показывающее влияние значимых факторов на уровень конкурентоспособности региона, а также предложены рекомендации по усилению экономического развития.

Ключевые слова: конкурентоспособность региона, ранговый метод, интегральный индекс, корреляционно-регрессионный анализ, экономическое развитие.

ASSESSMENT OF REGIONAL COMPETITIVENESS

N. N. Flyachinskaya

Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article considers the assessment of the competitiveness of the regions of Belarus using the ranking method. The dynamics of the integral index of regional competitiveness for 2017–2022 and the ranking of regions are analyzed. A regression equation has been constructed showing the influence of significant factors on the level of competitiveness of the region, as well as recommendations for strengthening economic development.

Keywords: regional competitiveness, ranking method, integral index, correlation and regression analysis, economic development.

В современных условиях устойчивое развитие территорий зависит от их способности адаптироваться к изменениям экономической среды, эффективно использовать ресурсы и привлекать инвестиции.

Интегральный индекс конкурентоспособности региона определяется методом нахождения среднегеометрической величины. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика интегрального индекса конкурентоспособности регионов

Регион	Годы					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Брестский	0,38	0,43	0,48	0,45	0,45	0,58
Витебский	0,36	0,42	0,44	0,46	0,36	0,61
Гомельский	0,51	0,57	0,53	0,50	0,58	0,49
Гродненский	0,39	0,52	0,47	0,51	0,54	0,55
г. Минск	0,55	0,57	0,56	0,58	0,53	0,56
Минский	0,48	0,51	0,56	0,59	0,58	0,58
Могилевский	0,44	0,39	0,40	0,44	0,43	0,42

Примечание – Источник: собственная разработка.

Если рассматривать регионы в 2017 и 2022 гг., обращает внимание, что если в начале исследуемого периода часть регионов имела низкий уровень экономического развития, то в 2022 г. практически все показывают средний уровень развития. Индекс конкурентоспособности региона соответствовал достаточно высокому уровню экономического развития в 2021 году лишь для Витебского региона.

На основе интегральных индексов составим таблицу рангов, где региону, показавшему высокий результат, присвоим значение 1, а региону с низким показателем – 7 (таблица 2).

Таблица 2 – Ранжирование регионов

Регион	Годы					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Брестский	6	4	3	6	4	2
Витебский	7	5	5	5	6	1
Гомельский	2	1	2	4	1	5
Гродненский	5	2	4	3	2	4
г. Минск	1	1	1	2	3	3
Минский	3	3	1	1	1	2
Могилевский	4	6	6	7	5	6

Примечание – Источник: собственная разработка.

Основной целью корреляционно-регрессионного анализа является выявление факторов, влияющих на результирующий показатель, который в свою очередь оказывает воздействие на конкурентоспособность региона. Для построения модели проанализированы данные по 22 показателям развития семи регионов Беларуси за 2017–2022 гг.

Используя инструменты корреляционно-регрессионного анализа, можно выявить, какие факторы влияют на динамику ВРП на душу занятого населения. Все необходимые расчеты проводились в программе «Statistica».

В качестве результирующего показателя для оценки регрессионной модели выбран показатель ВРП на душу занятого населения (y), а в качестве факторных признаков примем: эффективность труда (x_1); прирост промышленной продукции (x_2); прирост товарооборота (x_3); рентабельность продаж (x_4); эффективность капитальных инвестиций (x_5); объем капитальных инвестиций в расчете на одно предприятие (x_6); объем иностранных инвестиций в расчете на одно предприятие (x_7); объем затрат на инновации в расчете на одно предприятие (x_8); удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции промышленности (x_9); коэффициент покрытия экспорта товаров импортом (x_{10}); объем экспорта товаров в расчете на одно предприятие (x_{11}); объем импорта товаров в расчете на одно предприятие (x_{12}); удельный вес выпуска специалистов от численности занятого населения трудоспособного возраста (x_{13}); обеспеченность населения жильем (на конец года) (x_{14}); обеспеченность врачами (x_{15}); доступ населения к сети Интернет (x_{16}); уровень фактической безработицы (x_{17}); среднедушевой доход в месяц (x_{18}); объем выбросов в окружающую среду (x_{19}); доля площади особо охраняемых

природных территорий в площади республики (x20); добыча (изъятие) воды из природных источников на одного человека (x21).

Последовательно исключив все факторы, которые оказывали на результирующий показатель несущественное влияние, получили следующие результаты (таблица 3).

Таблица 3 – Корреляционно-регрессионный анализ

Показатели	β	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение
y	–	84777,0	342857,9	0,24727	0,806190
X1	1,452628	547,0	27,2	20,12348	0,000000
X3	0,258790	251659,6	34975,7	7,19528	0,000000
X5	–0,490179	–1202,0	258,8	–4,64412	0,000049
X8	–0,326636	–160,6	25,6	–6,26452	0,000000
X13	0,434622	725300,3	229059,1	3,16643	0,003251
X15	–0,433578	–60907,1	13914,2	–4,37733	0,000108
X18	0,168594	1071,5	460,9	2,32493	0,026181

Примечание – Источник: собственная разработка.

В результате преобразований была построена модель зависимости результирующего показателя и составлено уравнение регрессии

$$y = 84777,0 + 547,0x_1 + 251659,6x_3 - 1202,0x_5 - 160,6x_8 + 725300,3x_{13} - 60907,1x_{15} + 1071,5x_{18}, \quad (1.1)$$

где x_1 – эффективность труда, руб./чел.; x_3 – прирост товарооборота, %; x_5 – эффективность капитальных инвестиций, %; x_8 – объем затрат на инновации в расчете на одно предприятие, руб./ед.; x_{13} – удельный вес выпуска специалистов от численности занятого населения трудоспособного возраста, %; x_{15} – обеспеченность врачами, ед.; x_{18} – среднедушевой доход в месяц, руб.

Таким образом, на ВРП на душу населения наибольшее влияние оказывают семь факторов: эффективность труда, прирост товарооборота, эффективность капитальных инвестиций, объем иностранных инвестиций на одно предприятие, удельный вес выпуска специалистов от численности занятого населения трудоспособного возраста, обеспеченность врачами, среднедушевой доход в месяц.

По всем статистическим параметрам уравнение регрессии является значимым. Построенное уравнение множественной регрессии показывает усредненное влияние факторов на результат, что позволяет прогнозировать значение ВРП. Используя корреляционно-регрессионный анализ можно выявить и другие менее существенные, но весомые показатели. Целенаправленное воздействие на наиболее значимые факторы позволит повысить эффективность конкурентоспособность регионов.

В заключении можно отметить, что конкурентоспособность регионов Беларуси может быть эффективно оценена с использованием рангового метода. Выявленные ключевые факторы, при помощи корреляционно-регрессионного анализа, позволяют определить направления стратегического развития регионов и

целенаправленно воздействовать на показатели, способствующие экономическому росту. Усиление инвестиционной активности, рост эффективности труда и увеличение инновационной составляющей являются ключевыми элементами повышения конкурентоспособности регионов.

Список использованных источников

1. Ханнанов, К. М. Анализ факторов и оценка конкурентоспособности регионов / К. М. Ханнанов // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. – № 8 (127). – С. 156–160.
2. Флячинская, Н. Н. Управление конкурентоспособностью на региональном уровне / Н. Н. Флячинская // Образование. Наука. Производство : сб. докладов XIV Междунар. молод. форума, г. Белгород, 13–14 окт. 2022 г. – Белгород : Белгород. гос. технол. ун-т им. В. Г. Шухова, 2022. – Ч. 17. – С. 777–781.
3. Корреляционно-регрессионный анализ // Энциклопедия экономиста. – URL: <https://www.grandars.ru/student/statistika/korrelyacionno-regressionnyy-analiz.html> (дата обращения: 25.04.2025).

ЗНАЧЕНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ ВНЕШНЕТОРГОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА И СТРАН БРИКС

Т. Г. Шеремет

**Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. М. Туган-Барановского, Донецк, ДНР**

Аннотация. В данной статье проанализированы показатели ВВП стран Союзного государства (СГ), БРИКС в сравнении со странами G7; определены роль данных стран в мировой экономике и значение внешнеторгового сотрудничества СГ и БРИКС; исследована динамика торговли стран БРИКС на мировом рынке и динамика торговли СГ со странами БРИКС. Автором выполнена оценка результативности внешнеторгового сотрудничества данных стран и обоснована дальнейшая диверсификация развития их торговых отношений на основе кооперационных форм торговли в сферах высокотехнологичных производств.

Ключевые слова: союзное государство, БРИКС, внешнеторговое сотрудничество, экспорт, импорт.

THE SIGNIFICANCE AND RESULTS OF FOREIGN TRADE COOPERATION BETWEEN THE UNION STATE AND THE BRICS COUNTRIES

T. G. Sheremet

**Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail
Tugan-Baranovsky, Donetsk, DNR**

Abstract. The GDP indicators of the Union State (US), BRICS in comparison with the G7 countries have been analysed in this article; more over the role of these countries in the world economy and the importance of foreign trade cooperation between the US and BRICS have been defined; the dynamics of trade of the BRICS countries in the world

market and the dynamics of trade between the US and BRICS countries have been studied. The author has assessed the result indicators of foreign trade cooperation between these countries and substantiates further diversification of the development of their trade relations through cooperative forms of trade in the areas of high-tech production.

Keywords: the Union State, BRICS, foreign trade cooperation, export, import.

На международной арене БРИКС является одним из значимых государственных объединений, способствующих экономическому и политическому сотрудничеству стран-членов. Руководствуясь принципами равноправия, данная организация нацелена на политико-дипломатическое продвижение общих социально-экономических идей, реформирование международных финансовых институтов и занимается разработкой возможных решений схожих для данных стран проблем. Как показывает современная международная практика торговых взаимоотношений, принципы экономического развития, подходящие развитым западным странам, зачастую становятся нереализуемыми для развивающихся. Поэтому БРИКС даже как неформальное межгосударственное объединение является достаточно полезным форматом для совместного отстаивания национальных экономических интересов.

Различные аспекты взаимодействия стран БРИКС, их проблемы и перспективы развития в мировой экономике исследованы и представлены в работах российских и зарубежных ученых, таких как А. Дьяков, Е. Гонтмахер, Б. А. Хейфец, Г. Д. Толорая, В. А. Вергун, Джим О'Нил, Г. Старк и др. Их работы дают представление о различных аспектах сотрудничества России с БРИКС, включая экономическое, политическое и научное взаимодействие [1]. Однако присоединение к БРИКС Республики Беларусь в статусе партнера и углубление интеграционных процессов Беларуси и России в рамках Союзного государства обуславливает актуальность выполнения оценки внешнеторговых показателей данных межгосударственных блоков как субъектов взаимодействия, что недостаточно широко представлено в научных публикациях. Поэтому целью данной работы является исследование торгово-экономических показателей стран СГ, БРИКС, оценка их как результата текущего торгового взаимодействия и дальнейших перспектив.

В межгосударственное образование БРИКС изначально (20.09.2006) общими интересами были объединены Бразилия, Россия, Индия, КНР, ЮАР. По состоянию на январь 2025 г. в числе БРИКС уже одиннадцать государств. Кроме стран основателей, членами организации являются Египет, Индонезия, Иран, Саудовская Аравия, ОАЭ, Эфиопия.

Статус партнера Беларуси на платформе БРИКС подразумевает, что страна имеет возможность участвовать в различных мероприятиях данной организации, обмениваться опытом, получать доступ к ресурсам и технологиям, участвовать в совместных проектах, что способствует экономическому развитию и укреплению сотрудничества. Кроме того, данный статус открывает дополнительные возможности для торговли и инвестиций, что особенно важно как для Беларуси, так и для России, стремящихся диверсифицировать свои экономические связи [3].

По членскому составу можно отметить, что БРИКС является платформой взаимодействия между странами, чьи экономики имеют высокий потенциал для роста и оказывают значительное влияние на мировую экономику, а значит и политику (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели ВВП стран Союзного государства и БРИКС в сравнении с G7*

Показатели в ценах 2015 г.	BRICS		РБ		РФ		Мир		G7	
	2010 г.	2023 г.	2010 г.	2023 г.	2010 г.	2023 г.	2010 г.	2023 г.	2010 г.	2023 г.
ВВП, млрд долл. США	12390,7	24324,6	53,2	59,6	1254,6	1543,3	65108,4	93317,2	32702,6	40060,7
Доля в мировом ВВП, %	19,03	26,07	0,08	0,06	1,93	1,65	100,00	100,00	50,2	42,93
Темпы роста 2023 г. к 2010 г., %	-	196,31	-	111,95	-	123,01	-	143,33	-	122,5
Структура общей добавленной стоимости:										
– сельхоз сфера, %	9.25	8.46	10.13	8.28	3.83	4.16	4.06	4.31	1,3 **	1,4**
– промышленность, %	39.33	35.64	40.33	37.14	34.78	35.35	29.04	27.83	24,2**	23,7**
– сфера услуг, %	51.41	55.9	49.54	54.58	61.4	60.49	66.9	67.77	74,6**	74,5**

Примечания – *Составлено по данным [2]; ** среднее значение по группе G7.

Как демонстрируют значения показателей таблицы 1, страны Союзного государства (СГ) несравнимо уступают по своей доле в мировом ВВП, по сравнению со странами БРИКС и странами большой семерки G7. Доля стран БРИКС в мировом ВВП в 2023 г. составила практически четвертую часть мирового рынка (26 %) и за исследуемый период с 2010 г. увеличилась на 7 %, а прирост объемов ВВП в 2023 г. составил по сравнению с 2010 г. 96,31 %, что превышает на 73 % прирост ВВП G7 за такой же период и на 53 % прирост объемов мирового ВВП. Данный факт говорит, что страны БРИКС выступают важными игроками на международной арене несмотря на то, что ВВП G7 все-еще занимает 42,9 % в мировом ВВП, что на 16,87 % больше, чем доля ВВП стран БРИКС (таблица 1).

Структура общей добавленной стоимости (таблица 1) во всех исследуемых странах демонстрирует общемировую тенденцию распределения данной величины в ВВП. Так, наибольшая доля добавленной стоимости приходится на сферу услуг, реальный сектор занимает среднюю величину, по сравнению с агропромышленным комплексом и сферой услуг. В странах БРИКС доля реального сектора снизилась с 39,3 % до 35,6 %, в странах СГ находится на позициях в среднем 36,9 %, а в странах G7 снизилась до уровня 23,7% в 2023 г. Таким образом, общая добавленная стоимость, отражая вклад факторов производства (капитала и рабочей силы) в повышение стоимости продукта и увеличение доходов владельцев данных факторов, сложилась за исследуемый период в стра-

нах СГ и БРИКС так же, как и в наиболее развитых странах группировки G7, т. е. сконцентрировавшись в наибольшем объеме в более высокотехнологичной и доходной сфере.

Как показал анализ выше, страны СГ имеют необходимые параметры для дальнейшего роста экономики. Поэтому при взаимовыгодном сотрудничестве со странами БРИКС, занимающим пятую часть мирового товарного рынка (таблица 2), страны Союзного государства могут сформировать более благоприятные условия для реализации своего экономического потенциала.

Таблица 2 – Показатели экспорта стран БРИКС на мировом товарном рынке

	2010 г.	2015 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Прирост 2010 г. к 2023 г., %
Доля экспорта товаров БРИКС в мировом экспорте, %	19,38	21,34	21,46	22,17	21,69	20,85	1,47
Темпы роста экспорта товаров БРИКС к предыдущему периоду, %	131,40	90,71	98,21	131,73	110,57	91,99	89,03

Примечание – Источник: Составлено по данным [2].

Как видно из данных таблицы 2, динамика экспорта стран БРИКС имеет колебательную тенденцию за исследуемый период. Несмотря на сокращение объемов экспорта в 2023 г. на 8,1 %, за исследуемые последние тринадцать лет товарный экспорт БРИКС на мировом рынке вырос на 89 %. Динамика экспорта товаров стран СГ в БРИКС имеет такие же тренды в торговле со странами БРИКС, как и показатели темпов роста товарного экспорта БРИКС. Так, за исследуемый период снижение экспорта наблюдается в 2015 г, 2020 г., 2023 г. (таблица 2, рисунок 1).



По данным рисунка 1 можно сделать вывод, что темпы роста экспорта товаров стран СГ в страны БРИКС с 2014 г. по 2019 г. и в 2021 г. превышали темпы роста товарного экспорта внутри Союзного государства. Наибольший прирост в экспорте товаров из СГ в БРИКС за исследуемый период произошел в 2011 г. и в 2021 г. составляя соответственно 54,95 % и 44,6 %. В эти годы характерен и максимальный рост товарного экспорта внутри СГ.

За исследуемый период наибольший прирост объемов импорта товаров в СГ из БРИКС произошел также в 2011 г. и в 2021 г. составляя соответственно 29,8 % и 33,97 % (рисунок 2).



Данные рисунка 2 показывают, что темпы роста импорта товаров в страны СГ из стран БРИКС за исследуемый период были практически на том же уровне, что и темпы роста товарного импорта внутри Союзного государства, поэтому можно сделать вывод, что торговые отношения как стран СГ с БРИКС, так и взаимная торговля внутри СГ, развивались за исследуемый период практически с одинаковой скоростью.

Значения коэффициента сбалансированности внешней торговли стран СГ и БРИКС за исследуемый период, представленные на рисунке 2, имеют отрицательные величины, из-за пассивного внешнеторгового баланса, но они приближены к нулю, что говорит о незначительном расхождении объемов экспортно-импортных операций СГ.

Среди стран БРИКС наиболее крупными торговыми партнерами СГ являются Китай, Индия и Бразилия. Экспорт СГ преимущественно состоит из минеральных продуктов, металлов, древесины, а импорт из БРИКС представлен машинами, электрооборудованием, транспортными средствами и продукцией химической промышленности [4].

Дальнейший более детальный анализ внешней торговли товарами стран СГ и БРИКС показал, что на протяжении исследуемого периода в совокупности торговля стран СГ имела отрицательное сальдо внешнеторгового баланса (рисунок 3).

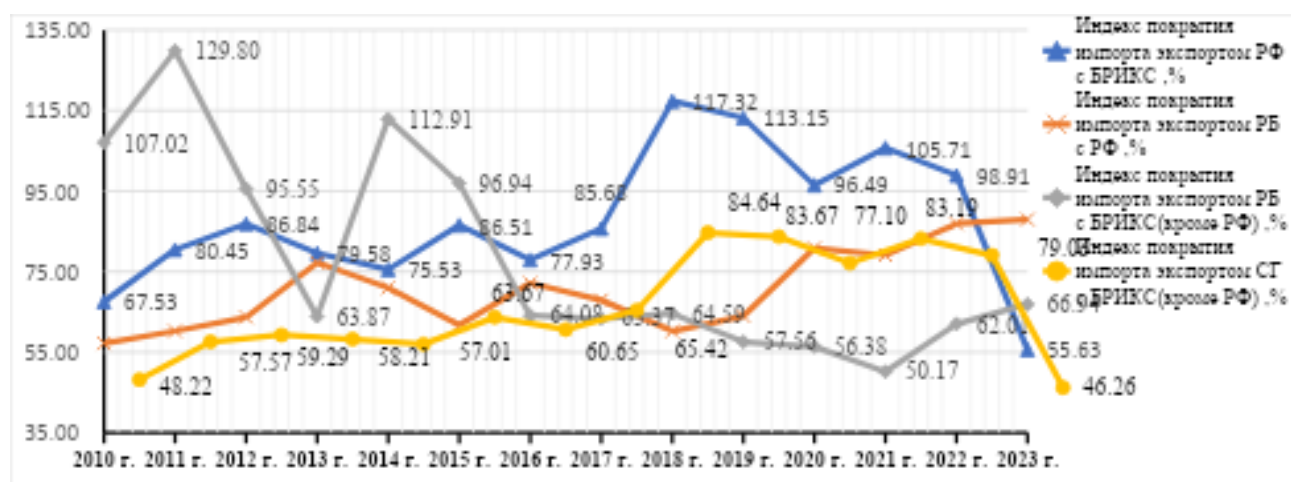


Рисунок 3 – Результативные показатели внешней торговли СГ со странами БРИКС (кроме РФ)

Примечание – Источник: Составлено по данным [2].

Величины индекса покрытия импорта экспортом СГ в торговле с БРИКС за исследуемый период (рисунок 3) имели повышательную тенденцию до 2018 г., когда показатель достиг уровня 84,64 %. На таком уровне импорт покрывался на протяжении последующих четырех лет, до 2022 г., но в 2023 г. индекс снова опустился до 46,26 % практически до наиболее низкого уровня покрытия в 2010 г. Однако, рассматривая индексы покрытия импорта экспортом России и Беларуси отдельно, можно отметить отдельные периоды, когда их величины соответственно 29 %, 12 % (в 2011 г., 2014 г.) и 17 %, 13 %, 5 % (в 2018, 2019, 2021 годах) превышали уровень торговой самообеспеченности региона в торговле с БРИКС. Т. е. можно отметить, что существует потенциал более высокой конкурентоспособности СГ на рынках БРИКС и стабильности во внешнеторговой сфере, что также подтверждается коэффициентом сбалансированности (рисунок 2), величина которого в эти же периоды (с 2018 по 2021 гг.) имела значения, стремящиеся к нулю.

В этой связи статус партнера БРИКС, полученный Республикой Беларусь, является важным элементом ее внешнеэкономической политики, который на данный момент и не противоречит устоявшимся интеграционным обязательствам в СГ, и открывает новые возможности для дальнейшего совместного экономического развития. Последующее присоединение Республики Беларусь к организации БРИКС позволит вместе с Российской Федерацией как субъектом Союзного объединения реализовывать обеим свои интересы на мировых рынках. Кроме того, руководствуясь принципами взаимной поддержки, СГ получит дополнительный механизм БРИКС для участия в построении нового миропорядка.

Современная мировая экономическая система имеет достаточно сложный механизм. В ней нет ни одной страны, которая могла бы полноценно развиваться при отсутствии международной кооперации. Особенно это касается высокотехнологической сферы, которая подразумевает не только кооперационную взаимную торговлю комплектующими, но и проектно-конструкторскую деятельность. Значимость стратегического партнерства СГ и БРИКС может проявляться в возможностях кооперации в сфере высоких технологий, специфика которой взаимовыгодный обмен научными достижениями. Но кооперация и обмен достижениями возможны при достижении технологического суверенитета. В настоящее время в СГ уже существует ряд технологий, формирующих технологические цепочки посредством международной кооперации, поэтому это может стать перспективным направлением в развитии сотрудничества со странами БРИКС высокотехнологичными товарами в форме кооперационной торговли.

Таким образом, исследование торгово-экономических показателей стран СГ, БРИКС привело к выводам, что Российская Федерация как страна – основатель БРИКС и Беларусь, получившая статус партнера в данной организации, имеют не только схожие динамики показателей роста объемов ВВП, внешней и взаимной торговли, но и схожую структуру валовой добавленной стоимости, которая соответствует наиболее экономически развитым высокотехнологичным государствам.

Оценка результатов торгового взаимодействия стран СГ и БРИКС за период с 2010 г. по 2023 г. показала, что в целом торговля СГ имеет отрицательный внешнеторговый баланс в торговле с БРИКС. Наибольшее покрытие (на 84,6 %)

товарного импорта экспортом наблюдалось в 2018 г., хотя имелся потенциал для дальнейшего увеличения, но к 2023 г. показатель снизился до 46,3 %. Несмотря на это, а также геополитические вызовы, сотрудничество стран СГ и БРИКС охватывает широкий спектр не только торговых, но и финансовых, политических направлений. Экономические санкции не ослабили данные формы сотрудничества, а укрепить многостороннее равноправное партнерство и диверсифицировать устойчивую тенденцию к развитию торговых отношений в ближайшей перспективе целесообразно посредством кооперационных форм торговли в сферах высокотехнологичных производств.

Список использованных источников

1. Шеремет, Т. Г. Сотрудничество Российской Федерации со странами БРИКС / Т. Г. Шеремет, А. П. Бродецкая // Национальные экономические системы в контексте трансформации глобального экономического пространства : сб. науч. трудов XI междунар. науч.-практич. конф., г. Симферополь, 4 апр. 2025 г. – Симферополь : ИП Хотеева Л. В., 2025. – С. 621–625.
2. Портал База данных. ЮНКТАД : [сайт].– URL: <https://unctad.org/statistics> (дата обращения: 24.04.2025).
3. Стальбовская, Е. В. Беларусь официально стала страной — партнером БРИКС / Е. В. Стальбовская // Совет Республики Нац. собрания Респ. Беларусь. – URL: [http:// https://sovrep.gov.by/ru](http://https://sovrep.gov.by/ru) (дата обращения: 24.04.2025).
4. Беларусь и Россия совместно наращивают экономическую кооперацию с партнерами по СНГ, ШОС и БРИКС / Портал Евразия Эксперт : [сайт]. – URL: <https://eurasia.expert/> (дата обращения: 24.04.2025).

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ МАРКЕТИНГ: КАК ГЛОБАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ АДАПТИРУЮТ СВОИ СТРАТЕГИИ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ

В. В. Степанюк, А. Г. Проровский
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье проведен анализ развития кросс-культурного маркетинга. Сделаны выводы и предложения белорусским предприятиям по использованию инструментов кросс-культурного маркетинга при выходе на внешние рынки.

Ключевые слова: кросс-культурный маркетинг.

CROSS-CULTURAL MARKETING: HOW GLOBAL BRANDS ADAPT THEIR STRATEGIES IN DIFFERENT COUNTRIES

V. V. Stepaniuk, A. G. Prarouski
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article analyzes the development of cross-cultural marketing. Conclusions and suggestions are made to Belarusian enterprises on the use of cross-cultural marketing tools when entering foreign markets.

Keywords: cross-cultural marketing.

Введение

Глобализация предоставила бизнесу уникальные возможности для расширения своей деятельности за пределами одной страны. Однако при вхождении на зарубежные рынки компании сталкиваются с необходимостью адаптации своих маркетинговых стратегий под требования новой культуры и поведенческих особенностей потребителей.

Маркетинг на внешних рынках открывает множество возможностей для роста бизнеса, но требует тщательного анализа и адаптации стратегий: расширения рынков сбыта, выхода на нишевые сегменты, локализации продукта, цифрового маркетинга, использования глобальных платформ, локальных дистрибуторов, анализа регуляторной среды, социальной ответственности, ценовой стратегии, локализации платежей, государственной поддержки, аналитики, рисков и барьеров.

Для успеха выхода и работы на внешних рынках критически важны гибкость, глубокое понимание локальной специфики и долгосрочное планирование.

Для эффективной работы на внешних рынках необходимо решить следующие задачи кросс-культурного маркетинга.

1. Разобраться в культурных различиях. Каждая культура обладает уникальной системой ценностей, традиций и поведенческих моделей, которые напрямую влияют на восприятие рекламы. Для этого необходимо тщательно проанализировать национальные особенности и потребительские привычки на целевых рынках.

2. Необходимо детально изучить культурного контекста и ценностей целевой группы. Эффективная локализация рекламы требует не только языкового перевода и замены визуальных элементов, но и глубокого погружения в менталитет аудитории.

3. При выборе рекламных каналов необходимо учесть региональную специфику. В одних странах ключевыми платформами становятся соцсети, в других – традиционные СМИ. Компаниям важно адаптировать медиамикс, ориентируясь на предпочтения локальной аудитории.

4. Изучить законодательные требования к рекламе, т. к. они значительно различаются в разных государствах. Нарушение местных нормативов может нанести ущерб репутации бренда и повлечь финансовые санкции. Поэтому юридическая экспертиза – обязательный этап подготовки международных кампаний.

5. Уметь быстро реагировать на изменения – важное конкурентное преимущество в глобальном маркетинге. Культурные тренды динамичны, и маркетинговые стратегии должны своевременно корректироваться. Это касается не только контента, но и дизайна, тональности коммуникаций.

Эффективный кросс-культурный маркетинг требует комплексного подхода, сочетающего культурные исследования, адаптацию контента, грамотный выбор каналов коммуникации и строгое соблюдение законодательства [1].

Основные проблемы неудачного кросс-культурного маркетинга.

1. Проблемы перевода и адаптации контента.

При попытке адаптировать слоган «Come alive with the Pepsi generation» («Оживись с поколением Pepsi») для тайваньского рынка компания столкнулась с серьезной культурной ошибкой. Дословный перевод был воспринят как

«Pepsi, дай жизнь своим предкам», что в китайской культуре прозвучало крайне неуважительно. Упоминание предков в таком контексте вызвало негативную реакцию, поскольку в традиционных восточных ценностях почитание старших поколений имеет особое значение. В итоге Pepsi пришлось полностью пересмотреть слоган, чтобы избежать дальнейшего ущерба репутации.

Аналогичный провал произошел с американской сетью KFC в Китае. Популярный слоган «Finger-lickin' good» («Настолько вкусно, что пальчики оближешь!») при дословном переводе на китайский превратился в угрожающую фразу «Мы будем откусывать ваши пальцы!». Вместо аппетитного призыва клиентов попробовать хрустящие крылышки, компания невольно создала ассоциации с каннибализмом, что, естественно, вызвало недоумение и отторжение у местной аудитории.

2. Недостаточное понимание культурных особенностей.

Американский производитель спортивного инвентаря потерпел неудачу на японском рынке из-за элементарного незнания местных культурных кодов. Компания выпустила упаковки с четырьмя мячами для гольфа, не учитывая, что в Японии число 4 ассоциируется со смертью (из-за схожести произношения с иероглифом «смерть»). Такой неосмотрительный подход сделал продукт непривлекательным для местных потребителей.

Компания Proctor & Gamble перенесла успешную европейскую рекламу на японский рынок без должной адаптации. Ролик, изображавший супружескую пару в ванной комнате, вызвал резкое отторжение у японской аудитории. В местной культуре подобная демонстрация интимных моментов семейной жизни была воспринята как вульгарное нарушение личных границ. Этот пример показывает, что даже безобидный для западного зрителя контент может оказаться провальным без учета культурных норм целевого рынка.

3. Проблема расовых и национальных различий.

Компания Sony, решив расширить цветовую гамму своей игровой консоли PSP, столкнулась с серьезным кризисом восприятия. Если черный цвет оригинальной модели был нейтральным, то рекламная кампания для новой белой версии привела к неожиданным последствиям. Так, маркетологи изобразили противостояние двух цветовых вариантов консоли через серию поединков между представителями разных рас: европеоидной и негроидной. Несмотря на возможные творческие замыслы, такая подача вызвала волну возмущения среди потребителей.

Удачные примеры кросс-культурного маркетинга.

1. McDonald's мастерски адаптирует свое меню под гастрономические предпочтения разных стран. В Индии, где корова считается священным животным, сеть полностью исключила говядину из меню, предложив вместо этого популярные вегетарианские варианты вроде бургера McAloo Tikki. В Японии посетители могут попробовать бургеры с соусом терияки, отвечающие местным вкусам, а в Германии некоторые рестораны сети даже включают в меню пиво. Такой гибкий подход позволяет компании оставаться верной своему глобальному бренду, одновременно уважая местные кулинарные традиции.

2. Не менее впечатляющие примеры культурной адаптации демонстрирует Coca-Cola. Компания не просто переводит свои рекламные кампании на местные языки, но и наполняет их культурно значимыми образами. В Индии реклама

Coca-Cola обыгрывает тему семейных ценностей и традиционных праздников, таких как Дивали. Упаковка напитка также подвергается тщательной локализации — на банках появляются надписи на местных языках, традиционные орнаменты и символы, изображения национальных праздников. В Китае новогодние кампании бренда делают акцент на семейном единении, что соответствует конфуцианским ценностям.

3. Nike демонстрирует выдающиеся примеры кросс-культурного маркетинга, тонко подстраивая свои продукты и коммуникации под особенности разных регионов мира. На Ближнем Востоке компания проявила особую чуткость к культурным нормам, разработав специализированную коллекцию спортивной одежды. В арабских странах, где важны традиции скромности в одежде, Nike предложила спортивные туники и леггинсы, позволяющие женщинам комфортно заниматься спортом, соблюдая местные обычаи. Рекламные кампании в регионе делают акцент на местных спортсменах и используют узнаваемые культурные символы, что усиливает эмоциональную связь с аудиторией. В Китае маркетинговая стратегия Nike строится вокруг популярного среди молодежи баскетбола. Компания не только продвигает этот вид спорта через масштабные кампании, но и регулярно выпускает продукты, вдохновленные богатым культурным наследием страны. Ярким примером стали кроссовки Air Force 1 Low Year of the Dragon из ограниченной коллекции к Китайскому Новому 2024 году. Модель, украшенная изображениями драконов – мощных символов в китайской мифологии, и выполненная в золотых тонах, традиционно ассоциирующихся с удачей и процветанием, идеально соответствовала праздничному настроению и культурным ожиданиям местных потребителей.

4. Шведский мебельный гигант IKEA демонстрирует впечатляющие примеры кросс-культурной адаптации, тонко подстраивая свои продукты и магазинный опыт под особенности различных стран. В США, где типичные жилища отличаются большими размерами, IKEA делает акцент на просторных диванах и вместительных шкафах, отвечающих потребностям американских семей в хранении многочисленных вещей. Совершенно иной подход компания применяет в Китае, где предлагает компактные кухонные гарнитуры, специально разработанные для малогабаритных квартир. Эти решения учитывают не только размеры жилья, но и особенности местной кулинарии – с возможностью удобного размещения оборудования для готовки на пару и варки.

5. Проникновение Nestlé на японский кофейный рынок представляет собой блестящий пример кросс-культурного маркетинга. Компания столкнулась с уникальным вызовом: в отличие от западных стран, где кофе воспринимался как повседневный энергетический напиток, в Японии он ассоциировался исключительно с элементами западной роскоши и статусного потребления. Осознав эту культурную особенность, Nestlé разработала двухуровневую стратегию продвижения. Во-первых, компания позиционировала кофе как престижный аксессуар современного образа жизни, делая акцент на изысканности и статусности продукта. Это позволило сохранить восприятие кофе как особенного напитка, соответствующего японским представлениям. Во-вторых, Nestlé совершила нетривиальный маркетинговый ход, обратившись к детской аудитории – совершенно нехарактерной для кофейного рынка на Западе. Компания разработала линейку сладких кофейных напитков, специально адаптированных под вкусовые предпочтения японских детей. Этот стратегический шаг преследовал

долгосрочную цель: формирование культуры потребления кофе «с молодых ног-тей». Результатом стало успешное внедрение кофе в японскую потребительскую культуру - от статусного напитка до повседневного продукта, сохраняющего при этом элементы престижа и западного шика.

Стратегии адаптации белорусских брендов на китайском рынке.

Выход на китайский рынок требует сложного процесса трансформации бизнес-стратегии с учетом культурных, социальных и экономических особенностей страны. Для белорусских экспортеров успешная локализация бренда требует не только грамотного маркетинга, но и глубокого понимания китайских традиций, потребительской психологии и цифровых трендов.

1. Лингвистическая адаптация бренда. Китайский язык тональный, и неудачное название может иметь двусмысленное или негативное значение. Поэтому стоит провести фоносемантический анализ названия с привлечением местных лингвистов и маркетологов для проверки названия на ассоциации и благозвучность, чтобы избежать скрытых негативных коннотаций.

2. Культурные коды и потребительское поведение. Изучение культурных особенностей. Китайцы ценят "сохранение лица" (面子 miànzi) – статусные товары (премиум-сегмент) должны подчеркивать престиж. Важность использования красного цвета (символ удачи) и избегание белого (траур).

3. Предпочтения в цифровых платформах. Вместо Google и Facebook стоит использовать Baidu, WeChat, Douyin (TikTok в Китае), Little Red Book (Xiaohongshu).

4. Юридические и логистические аспекты.

5. Регистрация товарного знака. Китай работает по принципу «first-to-file» (кто первый зарегистрировал, тот и владелец). Поэтому необходимо зарегистрировать товарный знак через CNIPA (Китайское ведомство по патентам и товарным знакам).

6. Таможенные правила и сертификация. Также требуется CCC-маркировка (China Compulsory Certification) для многих товаров, а, следовательно, партнерство с локальными дистрибьюторами для ускорения процессов.

7. Ценообразование и каналы сбыта. Китайцы чувствительны к цене, но готовы платить за трендовые товары. По этой причине использование гибкой ценовой политики будет хорошим вариантом (например скидки на 11.11. – Singles' Day).

8. Выбор правильных каналов дистрибуции. B2C: Tmall, JD.com, Pinduoduo. B2B: Локальные оптовые рынки (например, Yiwu).

Адаптация белорусских брендов к китайскому рынку требует синергии культурного понимания, цифровых стратегий и юридической подготовки. Этот подход позволит не просто «войти» в Китай, но и закрепиться на одном из самых сложных и перспективных рынков мира [2].

Так, кросс-культурный маркетинг открывает новые возможности для компаний в исследовании и понимании мировых рынков. Он способствует культурному обмену и сближению различных культур, что может привести к развитию новых идей и инноваций в маркетинге и рекламе.

Успешный кросс-культурный маркетинг и реклама требуют от компаний долгосрочной стратегии и преданности целям, которые они ставят перед собой на глобальном рынке. Это может потребовать времени и усилий, но в итоге

может привести к укреплению бренда и расширению рынка, что делает кросс-культурный маркетинг важным элементом в современном мире международного бизнеса.

Заключение

Кросс-культурный маркетинг и реклама представляют собой важное направление для международных компаний, стремящихся успешно продвигать свои продукты и услуги на мировом рынке. Адаптация культурных контекстов, учет менталитета и ценностей, а также соблюдение местного законодательства становятся ключевыми факторами в достижении успеха в кросс-культурной рекламе и маркетинге.

Список использованных источников

1. Черниченко, Е. В. Понятие и виды кросс-маркетинга / Е. В. Черниченко // Молодежь и системная модернизация страны : сб. науч. статей 4-й Междунар. науч. конф. студентов и молодых ученых, г. Курск, 21–22 мая 2019 г. – Курск : Юго-Западный гос. ун-т, 2019. – Т. 2. – С. 122–124.
2. Проровский, А. Г. Тенденции развития глобальной экономики / А. Г. Проровский // Социально-экономические предпосылки и результаты развития новых технологий в современной экономике : материалы V Междунар. науч. конф., г. Нижний Новгород, 15 февр. 2023 г. – Н. Новгород : Нац. исслед. Нижегородский гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского, 2023. – С. 197–203.

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ В ЭПОХУ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Э. Э. Ермакова

**Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. Рассматриваются основные вопросы управления интеллектуальной собственностью в условиях совершенствования технологий искусственного интеллекта, определены проблемы правового статуса результатов интеллектуальной деятельности, созданных с использованием нейросети.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, искусственный интеллект, авторское право, патентное право, законодательство.

INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT IN THE ERA OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGY DEVELOPMENT

E. E. Ermakova

**Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus**

Abstract. The main issues of intellectual property management in the context of improving artificial intelligence technologies are considered, and the problems of the legal status of the results of intellectual activity created using a neural network are identified.

Keywords: intellectual property, artificial intelligence, copyright, patent law, legislation.

Технологии искусственного интеллекта продолжают повсеместное внедрение во все сферы деятельности человека, оказывая значительное влияние на изменение общества и экономики, в том числе в сферу интеллектуальной деятельности, в сферу творчества. Процесс цифровой трансформации требует разработки и внедрения новых правовых решений и цифровых инструментов, позволяющих более эффективно решать задачи управления интеллектуальной собственностью.

Проблема интеллектуальной собственности (ИС) в историческом аспекте выступала исключительно юридической наукой и лишь с середины XX столетия последовательно и постепенно стала обращать на себя внимание представителей и других научных дисциплин – экономистов, социологов, политологов, историков, философов. Новую историческую эпоху называют часто интеллектуальной экономикой, экономикой знаний или информационной экономикой, потому что в ней главным ресурсом и двигателем роста становятся не материальные активы и физические ресурсы, а информация, технологии и интеллектуальная собственность. Современная эпоха, характеризующаяся высокими темпами развития технологий, отражает принципиально новый взгляд на интеллектуальную собственность, т. к. затрагивает и авторские права, и патентное право, и товарные знаки, и другие аспекты. Однако, сложившаяся относительно недавно классическая концепция интеллектуальной собственности не рассчитана на современные цифровые вызовы.

На сегодняшний день системы искусственного интеллекта (ИИ) могут создавать потенциально охраноспособные результаты интеллектуальной деятельности. Наиболее ярко в настоящее время это проявляется в области авторского права. ИИ активно используется при создании музыкальных, литературных произведений и произведений изобразительного искусства. И если генерация текста, изображений, звуков и компьютерного кода искусственным интеллектом уже не является чем-то невероятным, то изобретение, созданное ИИ и соответствующее критериям патентоспособности, продолжает вызывать дискуссии, как в научной среде, так и в обществе в целом. Искусственный интеллект уже трансформирует изобретательскую деятельность, широкое использование наблюдается в фармацевтике, биотехнологиях, электронике, химической промышленности, энергетике, робототехнике.

Развитие искусственного интеллекта создает новые вызовы в управлении интеллектуальной собственностью, среди которых:

- определение авторства и права собственности, роль человека в создании объектов авторского права с использованием нейросети;
- патентоспособность изобретений, созданных искусственным интеллектом;
- ответственность за нарушение прав интеллектуальной собственности;
- проблемы коммерциализации и лицензирования;
- гармонизация национальных законодательств в сфере управления ИС.

Традиционное авторство требует творческого вклада человека, согласно Бернской конвенции по охране литературных и художественных произведений.

Закон Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах» определяет, что автором может выступать физическое лицо (лица), творческим трудом которого создано произведение [1]. Такого же принципа признания авторства придерживаются в большинстве стран.

Авторское право на произведения, созданные с помощью нейросетей, зависит от степени творческого участия человека. В связи с этим, если человек грамотно формулировал сложные запросы для нейросети, редактировал, выбирал варианты, т. е. внес творческий вклад, создал произведение, используя нейросети как инструмент в своем интеллектуальном труде, то произведение может быть защищено авторским правом.

Действующее законодательство большинства стран, включая Республику Беларусь, не признает ИИ автором изобретения. Для патентной системы автором изобретения может быть только человек, однако, в 2021 году Южно-Африканская Республика (ЮАР) стала первой страной в мире, выдавшей патент, в котором в качестве изобретателя (автора) была указана система искусственного интеллекта DABUS. После регистрации патента DABUS в ЮАР, Федеральный суд Австралии постановил, что системы искусственного интеллекта могут быть юридически признаны изобретателями в заявках на патенты.

Если с правовой и общественной точки зрения решение о признании авторства искусственного интеллекта является уже сегодня дискуссионным в академической и экспертной среде, а также требует комплексного рассмотрения на уровне национального законодательства, то с экономической точки зрения ситуация немного проще – получателем экономической выгоды по-прежнему являются люди, напрямую или опосредованно, учитывая, что заявителем в процессе подачи заявки на регистрацию интеллектуальной собственности и правообладателем могут быть как физические, так и юридические лица. Так и в случае упомянутого изобретения, автором которого заявлен ИИ, в качестве правообладателя в заявке на патент был указан разработчик ИИ-системы DABUS Стивен Талер [2].

Функционирование искусственного интеллекта (ИИ) представляет собой своеобразное явление, которое недостаточно изучено с правовой точки зрения, что приводит к разным оценкам последствий его использования. Главной его особенностью является способность к самообучению, позволяющая принимать различные решения в одних и тех же ситуациях, в зависимости от ранее выполненных действий. В этих условиях возникает закономерный вопрос о наличии правовых оснований для юридической ответственности в случае причинения вреда при использовании подобных технологий [3].

Право интеллектуальной собственности чрезвычайно динамично из-за технологий, глобализации и новых форм творчества. Гражданское, уголовное, административное – более стабильны, так как регулируют базовые общественные отношения. Финансовое, корпоративное право – тоже динамичны, но изменения чаще связаны с экономикой, а не технологиями.

Гармонизация законодательства в сфере интеллектуальной собственности и искусственного интеллекта требует координации нескольких международных организаций, разрабатывающих стандарты, рекомендации и правовые рамки для регулирования отношений, возникающих в связи с созданием и использованием объектов ИС с помощью искусственного интеллекта. Основная организация, занимающаяся вопросами ИС, включая влияние ИИ – Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС). ВОИС изучает тенденции патентования ИИ-технологий, выносит на международное обсуждение вопросы патентования и авторского права. Всемирная торговая организация (ВТО)

регулирует международные аспекты ИС через Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) разрабатывает рекомендации по регулированию ИИ, включая аспекты ИС. Ключевую роль в регулировании отношений, связанных с созданием объектов ИС с помощью искусственного интеллекта играют национальные законодательства, которые на сегодняшний день создают конфликт, в связи с разным отношением к определению авторства объектов ИС.

Пока единого международного договора по ИИ и ИС нет, но работа ведется в формате рекомендаций, дискуссий и региональных законов. Возможно, в ближайшие годы будут разработаны более четкие международные подходы.

Использование искусственного интеллекта имеет огромный коммерческий потенциал. Сегодня искусственный интеллект применяется практически во всех сферах деятельности – от мониторинга сельскохозяйственных угодий до управления космическими аппаратами.

Искусственный интеллект уже трансформирует изобретательскую деятельность благодаря способности анализировать огромные объемы данных, находить неочевидные паттерны и генерировать инновационные решения.

В сфере создания изобретения ИИ оптимизирует процессы, что приводит к экономии ресурсов и ускорению инноваций. Кроме этого, у исследователей появляется возможность сократить время на патентные исследования и повысить их качество за счет автоматизации процесса анализа данных, снизить затраты на исследования и разработки, сократив число дорогостоящих экспериментов и испытаний.

Наиболее значимое влияние искусственный интеллект оказывает на сферу фармацевтики и биотехнологии, электроники и полупроводников, материаловедении и химической промышленности, автомобилестроении и аэрокосмосе, энергетике, машиностроении и робототехнике.

Использование искусственного интеллекта открывает новые возможности, но и несет риски потери прав, судебных исков и репутационного ущерба, риск замещения трудовых функций человека и многое другое.

Таким образом, стремительное развитие технологий влияет на все сферы жизни общества, в частности, на сферу интеллектуальной собственности. Искусственный интеллект – быстро развивающаяся область, развитие технологий опережает законотворческий процесс.

Развитие искусственного интеллекта требует пересмотра традиционных принципов интеллектуальной собственности. Необходимы:

- четкие критерии авторства и патентоспособности для объектов интеллектуальной собственности, созданных с использованием искусственного интеллекта;
- обновление законодательства с учетом автоматизированного творчества;
- международные соглашения для унификации подходов в сфере управления интеллектуальной собственностью.

Без этих изменений возможны конфликты между инновациями и защитой прав создателей. Существует необходимость усовершенствования текущего законодательства, а также выработки методологии в данной области.

По мере того, как ИИ становится стратегической возможностью, оказывающей значительное влияние на экономике, многие государства – члены ВОИС и

ведомства ИС ищут способы стимулировать инновации в сфере ИИ, преодолеть технологический разрыв и способствовать экономическому росту [4].

Очевидно, что число патентных заявок на основе ИИ будет расти, поскольку искусственный интеллект переживает беспрецедентное развитие и уже играет важную роль в жизни нашего общества.

На людей возлагаются важнейшие роли обучения машин выполнять определенные задачи, объяснять результаты выполнения этих задач, особенно когда они нелогичны или противоречивы, поддерживать ответственное использование машин. Искусственный интеллект расширяет возможности людей, усиливая их когнитивные способности, высвобождая время для решения задач более высокого уровня и расширяя физические возможности человека.

Список использованных источников

1. Об авторском праве и смежных правах : Закон Респ. Беларусь от 17 мая 2011 г. № 262-З (с изм. и доп. вступ. в силу с 13.11.2023) // *ilex* : информ. правовая система (дата обращения: 26.04.2025).

2. Абрамян, Г. А. Управление интеллектуальной собственностью в экономике знаний: правовое регулирование и коммерциализация : монография / Г. А. Абрамян – Ростов н/Д. : Южный федеральный ун-т, 2023. – 348 с.

3. Романова, И. Н. Проблемы юридической ответственности за вред, причиненный при использовании технологий искусственного интеллекта / И. Н. Романова // *Человек: преступление и наказание*. – 2022. – Т. 30 (1-4), № 1. – С. 72–77.

4. Искусственный интеллект и изобретения / Дискуссия ВОИС по тематике ИС и передовых технологий // Информ. бюллетень Отдела ИС и передовых технологий. – URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo-pub-rn2023-11-ru-ai-inventions.pdf> (дата обращения: 28.04.2025).

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЛИНГВИСТИКИ В МАРКЕТИНГЕ

А. Д. Артюнин, О. У. Юлдашева

**Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Санкт-Петербург, Россия**

Аннотация. В статье рассматривается актуальность применения методов компьютерной лингвистики (Natural Language Processing, NLP) в сфере маркетинга. Авторы анализируют возможности использования NLP для обработки больших объемов неструктурированных текстовых данных, автоматизации взаимодействия с клиентами, выявления рыночных трендов и поддержки принятия стратегических решений. Выделяются ключевые направления применения NLP в маркетинговых задачах, а также основные преимущества и вызовы, связанные с внедрением этих технологий. Отмечается перспектива дальнейшего развития и интеграции NLP в маркетинговую деятельность.

Ключевые слова: компьютерная лингвистика, обработка естественного языка, NLP, маркетинг, анализ текста, большие данные, автоматизация, персонализация, анализ тональности, искусственный интеллект, поведение потребителей.

RELEVANCE OF THE APPLICATION OF NATURAL LANGUAGE PROCESSING METHODS IN MARKETING

A. D. Artyunin, O. U. Yuldasheva
St. Petersburg State University of Economics,
St. Petersburg, Russia

Abstract. The article examines the relevance of applying natural language processing (NLP) methods in the field of marketing. The authors analyze the opportunities for using NLP to process large volumes of unstructured textual data, automate customer interactions, identify market trends, and support strategic decision-making. Key areas of NLP application in marketing tasks are highlighted, as well as the main advantages and challenges associated with the implementation of these technologies. The prospects for further development and integration of NLP into marketing activities are also noted.

Keywords: computational linguistics, natural language processing, NLP, marketing, text analysis, big data, automation, personalization, sentiment analysis, artificial intelligence, consumer behavior.

Введение

В последние несколько лет методы компьютерной лингвистики, или обработки естественного языка (NLP, Natural Language Processing), шагнули далеко вперед и представляют собой не только сложные математические модели узкого применения, но и полноценный генеративный искусственный интеллект, доступный миллионам пользователей по всему миру. Закономерным следствием такого бурного развития становится пристальное внимание к этому новому и по-своему непредсказуемому направлению со стороны научного и профессионального сообщества. Одновременно с крупными техническими прорывами в этой области в последние годы, NLP методы оказываются все более востребованными в различных прикладных сферах, не связанных напрямую с программированием, искусственным интеллектом или компьютерной лингвистикой. Одной из таких сфер, заинтересовавшейся новыми технологиями обработки языка, является маркетинг.

Современный рынок характеризуется огромным объемом генерируемых текстовых данных – это сообщения в социальных сетях, отзывы клиентов, запросы в службу поддержки, электронные письма, публикации в СМИ и т. д. Выделение ценной информации из этого массива является для маркетологов необходимостью в большом количестве задач: контент-маркетинг (и SMM), анализ поведения потребителей, сегментация целевой аудитории, исследование потребительских настроений, автоматизация коммуникаций, обработка обратной связи и даже настройка таргетированной рекламы, – этот список практических задач возможно пополнять с той скоростью, с которой методы NLP усваиваются современным маркетингом.

В условиях стремительной цифровизации бизнеса и повышения конкуренции предприятиям необходимо быстрее конкурентов реагировать на изменения настроений покупателей, персонализировать коммуникации и адаптировать продуктовые предложения. Традиционные методы анализа часто оказываются недостаточно эффективными и требуют существенных временных и человеческих ресурсов, в то время как методы NLP позволяют выявлять скрытые

тенденции и строить более точные потребительские профили на огромных массивах информации, которые невозможно охватить человеческим разумом.

Таким образом, изучение и развитие применения компьютерной лингвистики в сфере маркетинга представляется крайне актуальным. Это не только открывает новые возможности для понимания потребителя, но и в перспективе способно оказать значительное влияние на эффективность маркетинговых стратегий, что делает данное направление перспективным для дальнейших исследований и практического внедрения.

Переход к Big Data и данным на естественном языке. Маркетинг, основанный на данных (data-driven marketing), представляет собой подход, при котором решения на всех уровнях – от оперативных до стратегических – принимаются на основании комплексного анализа информации [1, 2]. Такой подход позволяет уйти от интуитивных догадок в пользу объективной аналитики, что значительно повышает точность и результативность маркетинговых мероприятий.

Конечно, стремление к объективной аналитике, основанной на анализе данных, является полностью оправданным, однако в противовес устаревающим Small Data (традиционные маркетинговые данные) маркетологи все чаще стремятся обратиться к Big Data – гигантским объемам неструктурированных динамических данных [3]. Прежде всего, речь идет о различных проявлениях естественного языка в цифровой среде. Такие данные зачастую имеют стратегическую важность для определения контекста поведения потребителя, но их объем и разнообразие требуют совершенно новых инструментов и подходов для анализа. К таким данным можно отнести, например, данные из социальных сетей, большие блоки неструктурированной информации из CRM, данные мобильных приложений, сенсоров и IoT-устройств, массивы поисковых запросов пользователей и т. д. Неструктурированные качественные данные часто требуют применения современных методов искусственного интеллекта и машинного обучения; именно здесь на первый план выходит роль компьютерной лингвистики (NLP) для обработки и анализа текстовой информации.

В условиях стремительного роста объема неструктурированных текстовых данных — особенно в соцсетях — значимость NLP для маркетинга становится исключительно высокой: только автоматизированные лингвистические методы способны своевременно и качественно извлекать ценную информацию, необходимую для принятия эффективных маркетинговых решений.

Методы компьютерной лингвистики. Определение. Компьютерная обработка естественного языка (NLP) представляет собой обширную область, охватывающую множество подходов, методов и исследовательских направлений. В рамках NLP решаются самые разные задачи, которые принято делить на три основные категории:

- задачи, связанные с обработкой текста;
- задачи, связанные с разговорной речью;
- смешанные подходы [4].

К задачам, ориентированным на работу с речью, относится, например, автоматическое преобразование устной речи в текст (speech-to-text, STT) и синтезирование речи на основе текстовых данных (text-to-speech, TTS). Среди текстовых задач выделяют автоматическую генерацию текстов (natural language generation, NLG, например, технологии больших языковых моделей), а также широкий спектр инструментов для анализа текстовой информации.

Можно заметить, что визуализация четко разбита на два крупных кластера, соединенных множеством связей. Это говорит о двух доминирующих направлениях исследований и практических подходов сегодня.

- Левый (красный) кластер – это сфера задач, связанных с анализом и обработкой текстовых данных. Здесь преобладают термины, характеризующие конкретные методики и объекты аналитики: отзывы, комментарии, тексты из соцсетей, эмоции, мнения.

- Правый (зеленый) кластер – посвящен интеграции NLP и результатов анализа в управленческие и стратегические процессы маркетинга. Здесь также отражены ключевые вопросы использования искусственного интеллекта, машинного обучения и бизнес-эффективности.

Связи между кластерами иллюстрируют тесную интеграцию аналитических задач с бизнес-целями и стратегическим планированием. В центре красного кластера выделяются сразу несколько базовых направлений:

1. «Sentiment analysis» и «opinion mining». Наиболее крупные и плотные узлы (sentiment analysis, opinion mining, opinion, review) говорят о том, что автоматический анализ эмоций и отношения клиентов к брендам и продуктам – это безусловный приоритет. Такой анализ позволяет выявлять ожидания аудитории, моментально реагировать на негатив, отслеживать изменение отношения к продукту (например, после запуска рекламных кампаний). Сюда же примыкают задачи определения эмоций, аспектов мнений, анализа отдельных фраз и смысловых конструкций.

2. Социальные медиа как источник данных. Крупные узлы «social media», «twitter», «forum» и «customer feedback» подтверждают, что основной массив данных для анализа в маркетинге поступает именно из цифровых источников: соцсетей, форумов, платформ отзывов и чатов. Здесь собираются и анализируются репутационные риски, динамика интересов потребителей, мощности viral-маркетинга и influencer-маркетинга.

3. Автоматизация извлечения информации. Узлы «information», «text», «task», «survey», «identification» указывают, что применение NLP в маркетинге – это не только анализ настроений, но и извлечение из огромных текстовых массивов разных данных: имен брендов, событий, новых тем или трендов.

4. Структурирование и категоризация. «categorization», «subcluster», «vocabulary», «parsing» акцентируют внимание на необходимости приведения огромного массива данных к пригодному виду для анализа: автоматически разбивать крупные потоки информации на осмысленные части, распознавать важные языковые сущности (имена, бренды, локации, продукты). Очевидно, тема кластеризации является одной из самых важных, с прикладной точки зрения.

5. Многообразие форм коммуникации. Узлы, связанные с «speech», «forum», «knowledge», «student», «answer», подтверждают использование NLP не только для анализа маркетингового контента, но и в образовательных или консультационных целях.

Теперь перейдем к зеленому кластеру. Зеленый кластер концентрируется на системных изменениях, связанных с использованием NLP в высших эшелонах маркетингового управления.

1. Интеграция ИИ и machine learning. Самый крупный узел «machine learning» в сочетании с «artificial intelligence» показывает, что современные задачи марке-

тинга сложно решать без массивных вычислений и «умных» нейросетевых моделей. NLP в этом контексте неотделима от всего комплекса ИИ-технологий, обеспечивающих автоматическую обработку больших объемов информации.

2. Стратегии, их внедрение в организацию, а также оценка эффективности. Узлы «strategy», «implementation», «successful implementation», «efficiency», «operational efficiency», «impact» и «return» свидетельствуют о смещении фокуса от экспериментов к практической выгоде: маркетинговые исследования с применением NLP все больше касаются вопросов, как достигается максимальное влияние принятых на бизнес-цели маркетинга: увеличение конверсии, возврата инвестиций, операционной эффективности кампаний.

3. Персонализация и предиктивная аналитика. Термины «predictive analytics», «hyper personalization», «customer engagement», «ai technology» показывают широкое применение NLP для построения персонализированных предложений (например, динамическая генерация рекламных материалов, индивидуальные рекомендации), а также для построения прогнозов поведения потребителей на основе больших массивов текстовой информации.

4. Мониторинг рынка и конкурентный анализ. «Landscape», «campaign», «conversion rate», «concern» связаны с тем, что на базе NLP ведется регулярный мониторинг информационного поля (брендов, рынков, конкурентов), анализируется динамика откликов на маркетинговые кампании, оцениваются репутационные риски и общие настроения на рынке.

5. Этические, правовые, технологические аспекты. Узлы «ethical consideration», «risk», «trust», «implementation», «ai technology» подчеркивают, что научное сообщество озабочено не только технологиями и выгодой, но и вопросами надежности, прозрачности использования ИИ в маркетинговых процессах – здесь исследуются вопросы ответственности при использовании алгоритмов и регулирования применения NLP и нейросетей в коммерческой практике.

Обилие пересечений между красным и зеленым кластерами говорит о том, что результаты глубинного анализа текстов (потребительских настроений, трендов и т. д.) напрямую интегрируются в решения по построению стратегий, автоматизации процессов и повышению эффективности маркетинга. То есть, текстовая аналитика, ставшая доступной благодаря NLP, часто лежит в основе разработки стратегии: помогает бизнесу принимать обоснованные решения, быстро реагировать на изменения среды, внедрять инновационные форматы коммуникаций с потребителями.

По итогам анализа карты можно заключить, что сегодня NLP решает следующие задачи маркетинга.

- Автоматическая обработка больших потоков потребительских отзывов, выявление эмоций и эмоциональных оценок, поддержка и мониторинг репутации.
- Сбор и анализ информации из соцсетей, выявление трендов, лидеров мнений, раннее обнаружение изменений в интересах аудитории.
- Категоризация, структурирование и ускоренная обработка клиентских запросов (например, в службах поддержки).
- Извлечение ключевой информации и особенностей контента для наполнения CRM и поддержки Data-driven marketing.
- Персонализация и интеллектуальная сегментация предложений и рекламных кампаний на основе анализа поведения клиентов и их профилей.

- Прогнозирование поведения и потребностей клиентов на базе собранных текстовых данных.
- Контроль и повышение эффективности маркетинговых стратегий через аналитическую поддержку.
- Внедрение интеллектуальных агентов (чат-ботов, автогенерация ответов и описаний), повышающих качество и скорость обслуживания клиентов.
- Поддержка этики, прозрачности и доверия к цифровым маркетинговым технологиям за счет объяснимых и контролируемых ИИ-моделей.

Таким образом, NLP становится для маркетинга не только инструментом оперативного текстового анализа, но и фундаментом для более эффективного, интеллектуального и персонализированного взаимодействия с рынком, что отражено в последних англоязычных публикациях по теме.

Заключение

Проведенный анализ подтверждает высокую актуальность и значимость методов компьютерной лингвистики (NLP) для современных маркетинговых исследований и практики. В условиях огромного и стремительно возрастающего потока текстовых данных из различных цифровых источников традиционные подходы к обработке информации становятся недостаточно эффективными. Именно поэтому внедрение NLP-технологий позволяет бизнесу переходить к более глубокому, структурированному и оперативному анализу рыночных настроений, предпочтений и поведения потребителей.

Методы компьютерной лингвистики находят применение как в прикладных задачах: автоматизации обработки отзывов, классификации обращений клиентов, мониторинге репутации бренда и выявлении новых трендов в социальных медиа, – так и в стратегическом управлении маркетингом. Отдельно стоит отметить важную роль NLP в обеспечении персонализации коммуникаций и предложений и прогнозирования поведения потребителей.

В современных условиях NLP становится связующим звеном между анализом неструктурированных данных и бизнес-целями компании. Применение компьютерной лингвистики способствует не только более глубокому пониманию клиента, но и созданию устойчивых конкурентных преимуществ на рынке, быстрой адаптации к изменениям спроса, формированию более релевантных предложений и комплексному управлению репутацией.

Очевидно, что перспективы дальнейшего применения и развития методов компьютерной лингвистики в маркетинге исключительно широки. С ростом сложности рынков и объемов цифровых коммуникаций инновационные решения на основе NLP будут востребованы все больше, а их освоение и интеграция в бизнес-процессы станут одним из ключевых факторов успеха компании в цифровую эпоху.

Список использованных источников

1. Юлдашева, О. У. Цифровая революция и Data Driven маркетинг / О. У. Юлдашева, О. А. Конникова, Д. Е. Пирогов // Опыт дистанционного образования и перспективы расширения образовательных технологий в вузах : сб. материалов XXV Всеросс. науч.-методич. конф. заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью и смежных направлений ; под общ. ред. В. А. Евстафьева. – 2021. – С. 219–227.
2. Конникова, О. А. Феномен естественной цифровой информации и его роль в процессе проведения современных маркетинговых исследований / О. А. Конникова, О. У. Юлдашева // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2021. – № 1. – С. 4–16.

3. Laney, D. 3D data management: Controlling data volume, velocity, and variety / D. Laney // Application Delivery Strategies. – 2001. Vol. 949. – P. 4.
4. Комалова, Л. Р. Современный ландшафт компьютерной лингвистики / Л. Р. Комалова // Вестник Московского гос. лингвистич. ун-та. Гуманитарные науки. – 2022. – № 6 (861).
5. Акжолов, Р. К. Предобработка текста для решения задач nlp / Р. К. Акжолов, А. В. Верига // Вестник науки. – 2020. – № 3 (24).
6. Родионов, Д. Г. Методология системного анализа информационной среды / Д. Г. Родионов, Е. А. Конников, О. А. Конникова // Экономические науки: научно-информационный журнал. – М., 2021. – N 3 (196). – С. 160–174.
7. Курицин, С. В. Исследование оценки понимания нарративных и экспозиторных текстов с применением латентного семантического анализа / С. В. Курицин, В. М. Воронин // СПЖ, 2009. – № 33.
8. Оськина, К. А. Оптимизация метода классификации текстов, основанного на TF-IDF, за счет введения дополнительных коэффициентов / К. А. Оськина // Вестник Московского гос. лингвистич. ун-та. Гуманитарные науки, 2016. – № 15 (754).

ЦИФРОВЫЕ НАВЫКИ СОВРЕМЕННОГО БУХГАЛТЕРА: НАУЧНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ КОМПЕТЕНЦИЙ

Н. В. Потапова

**Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. Профессия бухгалтера занимает ключевое место в функционировании любого бизнеса, обеспечивая учет финансовых операций, соблюдение налогового законодательства и формирование отчетности. Однако в современном социо-экономическом контексте наблюдается противоречие между объективной потребностью рынка труда в квалифицированных бухгалтерах и снижением престижности данной специальности в образовательной сфере. В рамках рассмотрения различных систем оценок обсуждается вопрос о включении в оценку цифровых навыков тех видов и уровней цифровых навыков, которые необходимы современным бухгалтерам с целью актуализации и повышения конкурентоспособности профессии. Виды оценки цифровых навыков подразделяются на три категории, а именно на самооценку, оценку на основе знаний и оценку на основе результатов, при этом определяются функция и цель каждого из этих видов оценки.

Ключевые слова: цифровые навыки, цифровая бухгалтерия, бухгалтерская профессия, цифровой учет.

DIGITAL SKILLS OF A MODERN ACCOUNTANT: A SCIENTIFIC APPROACH TO COMPETENCY DEVELOPMENT

N. V. Potapova

**Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus**

Abstract. The accounting profession occupies a key place in any business, including accounting for financial transactions, compliance with tax legislation and reporting. However, in modern socio-economic decades, there is a contradiction between

the objective need of the labor market for qualified accountants and the decline in the prestige of this specialty in the educational sphere. In the context of the consideration of various systemic assessments, the issue of including in the assessment of digital skills those types and levels of digital skills that are necessary for modern accountants in order to update and increase the competitiveness of the profession is discussed. The types of assessments of digital functions are divided into three categories, namely self-assessment, knowledge-based assessment and performance-based assessment, with this functional function and the purpose of each of these types of assessments.

Keywords: digital skills, digital accounting, accounting profession, digital accounting.

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в сферах бухгалтерского учета и аудита продолжают увеличиваться в количественном отношении, становясь все более сложными и комплексными. Такие технологические достижения стимулируют перемены на рынках труда, что приводит к возникновению и росту потребности в специалистах по бухгалтерскому учету, владеющих цифровыми навыками. Для удовлетворения кадровых потребностей в сфере бухгалтерского учета и обеспечения профессиональной подготовки специалистов с цифровыми навыками и компетенциями необходима система оценки как текущего уровня цифровых навыков. Это позволит определить нынешние и спрогнозировать будущие потребности в цифровых навыках бухгалтеров, определить векторы развития сферы образования в области бухгалтерского учета.

В условиях стремительного развития цифровых технологий бухгалтерская профессия претерпевает значительные трансформации. Внедрение искусственного интеллекта, облачных вычислений, анализа больших данных и автоматизированных систем учета изменяет роль бухгалтера в организации [1].

Несмотря на это, профессия теряет свою привлекательность на рынке труда из-за относительно невысокого уровня заработной платы и автоматизации рутинных задач, что создает угрозу сокращения рабочих мест. Многие специалисты рассматривают другие направления, такие как финансовая аналитика, аудит или консалтинг, которые предлагают более конкурентоспособные условия. Однако бухгалтерский учет остается необходимым для бизнеса, поскольку он формирует основную информацию о финансовом состоянии предприятия.

Современные научные исследования в области цифровых технологий и бухгалтерского учета подтверждают, что расширение цифровых компетенций не только повышает эффективность труда, но и способствует повышению статуса бухгалтера как стратегического аналитика. В данной статье рассмотрены уровни цифровых навыков, их влияние на профессию, а также перспективы их развития с научной точки зрения.

Цифровые навыки, иногда также называемые цифровой компетентностью или цифровыми компетенциями, включают знания и навыки, необходимые для того, чтобы человек мог использовать ИКТ для достижения целей в своей личной жизни и профессиональной деятельности [2].

С учетом темпов изменения технологий и возможностей работы в цифровом формате цифровые навыки обозначают расширяющийся спектр навыков, меняющийся со временем. Цифровые навыки включают комбинацию знаний и

опыта, аналитических способностей, не только технического, но и когнитивного характера, для работы с цифровыми технологиями. Это работа с компьютерами, ноутбуками, мобильными телефонами и другими подключенными к интернету устройствами. Некоторые из этих навыков могут быть связаны с конкретным устройством, например, использование клавиатуры, другие могут носить более универсальный характер, например, эффективное использование поисковых запросов в Интернете.

Цифровые навыки с точки зрения уровня подразделяются на три категории: базовые, промежуточные и продвинутые [2]. Это позволяет получить траекторию обучения, начиная с овладения базовыми навыками, перехода к промежуточным и продвинутым навыкам. Базовые навыки бухгалтера позволяют эффективно взаимодействовать в цифровой среде. Промежуточные навыки помогают автоматизировать учет, систематизировать данные и оптимизировать процессы. Продвинутые навыки позволяют анализировать финансовые показатели, прогнозировать тенденции и внедрять передовые технологии.

Основные навыки: использование клавиатуры или сенсорного экрана для управления устройством; использование программного обеспечения для загрузки приложений и создания документов; выполнение базовых онлайн-операций, таких как поиск в интернете, отправка и получение сообщений электронной почты, заполнение форм.

Эти навыки могут приобретаться в ходе формального обучения, посредством самостоятельного изучения или с помощью коллег. Базовые навыки способствуют общению между людьми, а также упрощают доступ к электронным услугам.

Промежуточные навыки по мере изменения и развития технологий продолжает увеличиваться и расширяться. Они приобретаются в ходе формального образования, с помощью коллег или посредством самостоятельного изучения (например, посредством онлайн-учебных пособий).

Продвинутые навыки – узкоспециализированные, используются в определенных профессиях (компьютерное программирование, разработка программного обеспечения, анализ данных и управление сетями). Их число и объем, а также виды трудовой деятельности, требующие их применения, продолжает расти. К числу наиболее современных наборов навыков относятся: искусственный интеллект (ИИ), большие данные, кибербезопасность, цифровое предпринимательство, интернет вещей (IoT), виртуальная реальность (VR). Продвинутые навыки, как правило, приобретаются в рамках формального образования высшего уровня, на учебных курсах для начинающих по кодированию или в процессе онлайн-обучения.

Объединенный исследовательский центр Европейской комиссии впервые опубликовал систему цифровой компетенции граждан (DigComp). Система включает пять областей компетенции:

- 1) грамотность в области информации и данных;
- 2) коммуникацию и совместную работу;
- 3) создание цифрового контента;
- 4) безопасность;
- 5) решение задач.

В этой системе также определяются необходимые для каждой компетенции знания, навыки и установки и выделяются восемь уровней владения. DigComp, которая была разработана для государств – членов Европейского союза (ЕС) и используется в основном ими, послужила основой для разработки стратегии, образовательных программ и инструментов оценки в более чем 20 странах Европы и всего мира [3].

В целях обеспечения более широких возможностей применения DigComp в развивающихся странах в разработанной Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) Глобальной системе цифровой грамотности (DLGF) были использованы эмпирические исследования, проведенные в странах с различным уровнем экономического развития.

В итоге в DLGF имеющаяся система DigComp была дополнена двумя новыми областями компетенции, такими как «устройства и функционирование программных средств» и «профессиональные компетенции», а также одной новой компетенцией в рамках компетенции «решение задач», а именно компетенцией «вычислительное мышление» [3].

Исходя из этого проанализируем цифровые навыки бухгалтера на современном этапе.

1. Базовые цифровые навыки являются фундаментом цифровой грамотности бухгалтера.

Базовые цифровые навыки представляют собой минимально необходимый уровень компетенций, обеспечивающий бухгалтеру возможность эффективно функционировать в цифровой среде.

Ключевые навыки.

- Использование офисных приложений (Microsoft Word, Google Docs).
- Электронная почта и ведение деловой переписки (Outlook, Gmail).
- Видеоконференции (Zoom, Microsoft Teams, Skype).
- Поиск информации в Интернете.
- Работа с облачными сервисами для хранения данных и для удаленного управления учетными системами.

Овладение этими навыками помогает бухгалтеру выполнять повседневные задачи, общаться с клиентами и коллегами, а также эффективно использовать онлайн-ресурсы. Работа удаленно при этом, например, позволяет решать ряд задач по сокращению затрат на организацию рабочего места бухгалтера.

2. Промежуточные (средние) цифровые навыки связаны с автоматизацией бухгалтерского учета.

Средний уровень цифровых компетенций охватывает работу с специализированным программным обеспечением и базами данных, что позволяет автоматизировать рутинные процессы учета и повысить аналитические возможности бухгалтера.

Ключевые инструменты.

- Microsoft Excel – построение финансовых моделей, анализ данных, визуализация отчетов.
- SQL – структурированное управление базами данных, обработка финансовых транзакций.
- Программы для учета (1C, SAP, QuickBooks) – автоматизация процессов бухгалтерии.

Исследования в области цифровых технологий (Brynjolfsson & McAfee, 2014) доказывают, что автоматизация не заменяет специалистов, а повышает их продуктивность, позволяя сосредоточиться на сложных аналитических задачах [4]. Автоматизация учета позволяет снизить затраты на административные процессы. По данным Международной федерации бухгалтеров (IFAC, 2023), внедрение облачных бухгалтерских решений увеличивает скорость обработки финансовых операций на 35 % [5]. Использование этих инструментов помогает бухгалтеру минимизировать ошибки, ускорить процессы учета и повысить точность отчетности. При работе бухгалтера с большим объемом данных использование SQL помогает систематизировать финансовую информацию, а инструменты Excel – визуализировать отчетность и анализировать тенденции расходов и доходов.

3. Продвинутые цифровые навыки связаны с формированием нового подхода к бухгалтерской профессии как аналитика бизнес-процессов.

Высокий уровень цифровых компетенций включает навыки стратегического анализа данных, прогнозирования финансовых показателей и управления рисками на основе цифровых технологий.

Ключевые технологии.

- Power BI, Tableau – динамический анализ данных и визуализация финансовых отчетов.
- Python – автоматизация анализа больших данных, прогнозирование трендов.
- Блокчейн – обеспечение прозрачности и безопасности финансовых операций.
- Искусственный интеллект (AI) и машинное обучение – автоматизация сложных аналитических процессов.
- Обеспечение кибербезопасности.

Согласно отчету McKinsey Global Institute (2022), использование аналитики данных позволяет финансовым специалистам повысить точность прогнозирования на 50 %, что делает их ключевыми игроками в управлении бизнесом [6]. Бухгалтер использует Power BI для визуализации финансовых данных, что помогает руководству компании быстрее принимать стратегические решения. Компания, особенно связанная с финансовым рынком, может использовать искусственный интеллект для выявления аномалий в бухгалтерских отчетах. В результате вероятность ошибок в расчетах снизилась на 60 % (Deloitte, 2023) [7].

Знание аналитики данных, финансового программного обеспечения, программирования (Python, SQL), кибербезопасности и облачных вычислений может помочь бухгалтерам повысить эффективность и предоставить стратегическую информацию. Технологии позволяют бухгалтерам получать доступ к данным в режиме реального времени, предоставляя клиентам и менеджерам по бухгалтерскому учету информацию, необходимую для принятия максимально точных и актуальных решений. Технологии также могут помочь бухгалтерам в решении таких задач, как: понимание налоговых позиций своих клиентов; управление запасами клиентов и принятие решений о закупках; предоставление ясности относительно последствий, связанных с изменением цен, развитием потребительских предпочтений и потенциальных последствий принятия стратегических и тактических управленческих решений.

Таким образом, автоматизация рутинных операций позволяет бухгалтерам сосредоточиться на анализе и стратегическом планировании. Обладание цифровыми навыками делает бухгалтера более востребованным специалистом и повышает уровень оплаты труда. Интеграция искусственного интеллекта и аналитики данных трансформирует бухгалтера в финансового стратегического консультанта.

По данным Международного валютного фонда (IMF, 2024), к 2030 году 80 % бухгалтерских операций будут автоматизированы, но спрос на специалистов с продвинутыми цифровыми компетенциями увеличится [8]. Исследование PwC (2023) показывает, что внедрение цифровых технологий может повысить прибыль компаний до 20 % за счет оптимизации учетных процессов [9].

Цифровая трансформация бухгалтерского учета создает как вызовы, так и новые возможности для специалистов. Расширение цифровых компетенций позволит бухгалтерам преодолеть барьер невысокой заработной платы и выйти на уровень стратегического управления финансами. Будущее профессии зависит от готовности образовательной среды, бизнес-среды и самих специалистов в области бухгалтерского учета адаптироваться к цифровым изменениям [10].

Существует несколько методов оценки цифровых навыков, которые могут применяться как в образовательных учреждениях, так и в корпоративной среде. Они подразделяются на три основные категории:

1. **Самооценка цифровых навыков** основывается на субъективном восприятии человеком своих умений в работе с цифровыми инструментами.

Ключевые характеристики метода.

- Использование анкет, опросников и форм самоанализа.
- Возможность быстрого и массового сбора информации.
- Учитывает уровень уверенности человека в своих цифровых компетенциях.

Преимущества: простота и удобство применения, низкие затраты на проведение оценки – позволяют выявить области для саморазвития.

Недостатки: высокая субъективность и риск завышенной/заниженной оценки – не дают точных данных о реальном уровне цифровых навыков.

2. **Оценка на основе знаний:** тестирование цифровых компетенций. Данный метод основан на объективном тестировании знаний и понимания цифровых технологий.

Ключевые элементы.

- Онлайн- или офлайн-тесты с вопросами о цифровой грамотности.
- Проверка понимания принципов работы программного обеспечения.

Включает вопросы по кибербезопасности, обработке данных и цифровой коммуникации.

Преимущества: дает объективные результаты, позволяет оценить уровень знаний перед обучением, может использоваться в образовательных и корпоративных средах.

Недостатки: не всегда отражает реальный уровень практических навыков, может потребовать значительных ресурсов для разработки тестов.

3. **Оценка на основе результатов:** проверка практических навыков. Этот метод направлен на анализ реального применения цифровых навыков в профессиональной деятельности.

Основные характеристики.

- Оценка работы сотрудников в реальных условиях.
- Анализ выполненных проектов и качества их реализации.
- Применение кейсов и практических задач для тестирования.

Преимущества: позволяет оценить реальные навыки, а не просто знания, более точно показывает профессиональную готовность специалиста, подходит для отбора кадров и профессионального развития.

Недостатки: требует длительного наблюдения и экспертного анализа, сложно применять массово.

Выводы

В современных условиях именно расширение цифровых компетенций может вернуть профессии бухгалтера престиж, повысить их ценность на рынке труда и сделать эту сферу более инновационной.

С одной стороны, профессия бухгалтера характеризуется высокой степенью ответственности, необходимостью строгого соблюдения нормативно-правовых актов, а также относительной ограниченностью возможностей карьерного роста и уровнем заработной платы, который часто не соответствует уровню квалификации и нагрузке. Эти факторы способствуют снижению привлекательности бухгалтерского образования среди студентов и молодых специалистов.

С другой стороны, эволюция бухгалтерского учета в направлении цифровизации открывает перспективы трансформации данной специальности. Внедрение автоматизированных систем учета, развитие искусственного интеллекта и технологий анализа данных позволяют расширить компетенции бухгалтера, включив навыки программирования, аналитики и управления цифровыми процессами. Однако рынок труда, имея традиционный взгляд на роль бухгалтерии, зачастую не готов к интеграции специалистов с расширенными цифровыми компетенциями, поскольку это подразумевает увеличение затрат на оплату их труда, при этом бухгалтерия воспринимается как вспомогательная функция, не создающая прямую добавленную стоимость.

Таким образом, дисбаланс между необходимостью модернизации профессии бухгалтера и консерватизмом рынка труда требует комплексного подхода, включающего изменение образовательных программ, переосмысление роли бухгалтерии в стратегическом управлении бизнесом и адаптацию работодателей к новым требованиям цифровой экономики.

Список использованных источников

1. Потапова, Н. В. Интеллектуальная экономика: проблемы и преобразования в бухгалтерском учете / Н. В. Потапова // Перспективные направления инновационного развития и подготовки кадров, 2024. – № 2. – С. 136–138.
2. Цифровая компетентность в новой Беларуси. – URL: [https://learn4belarus.online/wp-content/uploads/2023/_\(дата обращения: 01.05.2025\).](https://learn4belarus.online/wp-content/uploads/2023/_(дата обращения: 01.05.2025).)
3. Руководство по оценке цифровых навыков. – URL: https://academy.itu.int/sites/default/files/media2/file/200227_1f_Digital_Skills_assessment_Guidebook_R.pdf / (дата обращения: 01.05.2025).
4. Brynjolfsson, E. The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies / E. Brynjolfsson, A. McAfee, W. W. Norton [at al.]. – URL: <https://psycnet.apa.org/record/2014-07087-000/> (date of access: 03.05.2025).

5. The 22nd World Congress of the International Federation of Automatic Control. – URL: <https://www.ifac2023.org/index.html> (date of access: 03.05.2025).
6. The 2022 McKinsey Global Payments Report. – URL: <https://www.mckinsey.com/~/-media/mckinsey/industries/financial/> (date of access: 02.04.2025).
7. Отчет о тенденциях в области проектирования качества за 2023 год. – URL: https://ai.gov.ru/knowledgebase/tekhnologii-i-produkty-ii/2023_otchet_o_tendenciyah_v_oblasti_proektirovaniya_kachestva_za_2023_god_deloitte_quality_engineering_trends_report_deloitte/ (дата обращения: 12.04.2025).
8. Устойчивость перед лицом перемен : Годовой отчет МВФ, 2024. – URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2024/russian/> (дата обращения: 22.04.2025).
9. ESG тренды в 2023. – URL: <https://www.pwc.com/kz/en/assets/global-internal-audit-study-rus.pdf> (дата обращения: 22.04.2025).

ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВИЗАЦИИ

В. В. Бех, Д. В. Линский
Крымский федеральный университет им. В. И Вернадского,
Симферополь, Российская Федерация

Аннотация. В работе исследованы преобразования социально-экономических систем под влиянием цифровизации. Рассмотрены возможные вызовы и угрозы человечеству и предприятиям в соответствии с развитием процессов цифровизации, а также сформированы основополагающие стратегические ориентиры развития цифровизации.

Ключевые слова: социально-экономическая система, цифровая трансформация, цифровизация.

TRANSFORMATIONS OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS UNDER THE INFLUENCE OF DIGITALIZATION PROCESSES

V. V. Beh, V. D. Linskiy
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Simferopol, Russian Federation

Abstract. The paper examines the transformation of socio-economic systems under the influence of digitalization. It considers possible challenges and threats to humanity and enterprises in accordance with the development of digitalization processes, and also forms fundamental strategic guidelines for the development of digitalization.

Keywords: socio-economic system, digital transformation, digitalization.

Социально-экономические системы являются самоорганизующимися системами, генезис которых основывается на органических процессах преобразования предпосылок к росту и переменных, формирующих основу подсистемы воспроизводства товаров согласно уровню развития комплекса взаимоотношений относительно народнохозяйственного кругооборота. На каждой развития

эволюции социально-экономических систем имеется комплекс основополагающих параметров, которые определяют направленность их развития, насыщенность и сбалансированность эволюционных процессов, адаптационный потенциал к трансформации среды деятельности, целесообразность стремительной трансформации от одного положения к другому, формирующих конкурентные позиции систем и возможность аккумуляции их структурного и функционального единства.

Зачастую, этапу скачка системы из одного равновесного состояния развития в иное предшествует молниеносное образование параметров, являющихся основополагающими в будущем и демонстрирующих прямое воздействие на особенности технико-технологической основы системы и ее воспроизводственный потенциал. Существенное воздействие на создание комплекса параметров, формирующих эволюционный процесс социально-экономических систем и рост производительного потенциала общества, обеспечивает научно-технический прогресс.

Трансформацию социально-экономических систем целесообразно исследовать с позиции изменения основных параметров развития, демонстрирующих базовые отличительные особенности систем, и механизмы адаптации уже сформированных видов систем к фундаментальным преобразованиям параметров развития и предпосылкам к базовой эволюции технико-технологических основ и институциональной среды. В соответствии с экономической методологией выделяют три основных стадии развития экономической системы, формирующих уровень развития производительного потенциала общества: аграрная экономическая система, базой которой является труд человека, индустриальная экономическая система, основывающаяся на превалировании промышленности, и постиндустриальная экономическая системы, факторы производства которой сосредотачиваются на сфере обслуживания и роста важности «креативного труда».

Переход к постиндустриальной экономической системе ознаменовался преобразованием многих элементов социально-экономических систем, повсеместным использованием нововведений по всем направлениям жизнедеятельности, ростом уровня компьютеризации системы общественного производства, ускоренным ростом сферы обслуживания при неизменном росте промышленности, рост профессиональных компетенций граждан и трансформацией их потребностей, вызванной увеличением капиталовложений в приращение человеческого капитала [2].

Дефиниция «цифровая экономика», используемая в научной литературе в современных условиях, выступает предметом диалектики. При этом не сформировано не только единая интерпретация его внутренней сущности, но и единая теоретико-методическая доктрина исследования проблематики использования цифровизации в системе общественного производства и социально-экономического развития. Стремительное развитие информационно-коммуникационных инноваций обуславливает необходимость говорить о цифровой диффузии нововведений не только в экономике, но и во всех направлениях деятельности общества, и о появлении противоречий, вызванных эволюцией системы взаимоотношений экономических агентов [3].

Параллельно с дефиницией «цифровая экономика» в научной литературе используется понятие «цифровая трансформация». Под цифровой трансформацией понимается процесс движения социально-экономических систем на совершенно новый уровень применения цифровизации согласно стратегии изменения объектов цифровых технологий в соответствии с новой моделью развития и использования главных векторов образования цифровой экономической системы [1].

Под объектами цифровой трансформации выступают товары, разработанные на базе применения информационных технологий; процессы, которые связаны с использованием цифровизации; индивиды, функционирование которых взаимосвязано с применением цифровизации и систем, в рамках которых происходит коммуникация индивидов, процессов и товаров. Следовательно, цифровизация формирует основу цифровой экономической системы.

Масштабный переход социально-экономических систем к цифровой экономической системе целесообразен только при условии осуществления их региональными и хозяйственными подсистемами конкретного уровня компьютеризации и развития информационной инфраструктуры, обеспечивающего целостность вертикально-горизонтального объединения их составляющих в общую информационную среду, технологическую способность информатизации основных экономических процессов и создания эффективной институциональной среды, формирующей нормативы цифровой трансформации социально-экономических систем и отличительные характеристики взаимоотношений экономических агентов в рамках повсеместного применения цифровизации в деятельности людей и существенного преобразования коммуникационной системы.

Результаты анализа дают возможность сделать выводы, формирующие сущность движения социально-экономических систем от традиционной экономической системы к цифровой:

- цифровизация представляет собой реальный процесс изменения социально-экономических систем, обусловленный повсеместным применением информационных технологий, использованием инновационных моделей взаимоотношений экономических агентов, объективно формирующих важные изменения концепции социально-экономического развития;

- цифровая экономическая система – это не только преобразования в производственном процессе, но и в системе производственных взаимоотношений; эндогенное строение экономической системы при использовании цифровых технологий неизменно, изменяется только организация производительных сил, уровень развития инфраструктуры и компьютерных технологий;

- отличительная характеристика стадий процесса воспроизводства определяет целесообразность создания и внедрения процессно-ориентированных информационных технологий, адекватному их эндогенному содержанию и характеристикам организации, дающее возможность сформировать эффективное взаимодействие и гармонизацию осуществления процессов народнохозяйственного кругооборота экономических ресурсов;

- при значительной дифференциации технического и информационного развития отдельных комплексов, отраслей и территориальных образований в соот-

ветствии с программой развития цифровой экономической системы затруднительно использовать системный подход к внедрению стратегии цифровизации экономической системы, необходимо создание комплекса одновекторных стратегий цифровой трансформации разнообразных социально-экономических систем на базе применения сквозных информационных технологий;

– особенности функционирования определенных направлений деятельности и отраслей общественного производства обуславливает применение разнообразных цифровых платформ, дающих возможность внедрять систему функций и задач и гарантировать продуктивные взаимоотношения субъектов цифровой экономической системы в границах унифицированного информационного пространства и образования цифровых экосистем;

– неточности при оценивании возможностей цифрового развития социально-экономических систем, определении приоритетов, некорректность выбранных целей в соответствии с возможностями обособленных систем являются следствием малоэффективного применения лимитированных денежных средств и дискредитируют идеи цифровой трансформации экономической системы государства;

– внедрение стратегии образования национальной цифровой экономической системы обуславливает необходимость использования программы создания индивидуальной элементной базы внедрения масштабных информационных технологий для уменьшения потребности в иностранных контрагентах и увеличения национальных возможностей для цифровой трансформации;

– регулирование цифровой трансформации необходимо рассматривать как управление развитием социально-экономических систем, что обуславливает необходимость усовершенствования теоретико-методологической базы управления процессами развития с использованием изменяющейся концепции социально-экономического развития;

– повсеместное использование цифровых технологий реального сектора даст возможность осуществить рост производительности труда и обеспечит существенное уменьшение численности рабочих в традиционной экономической системе, что обусловит необходимость разрешения проблемных аспектов безработицы населения и его регулирования.

Список использованных источников

1. Мухина И. В. Цифровизация как ключевой тренд развития социально-экономических систем / И. В. Мухина, Л. В. Славнецкова // Научное обозрение: теория и практика. – 2024. – Т. 14, № 9(109). – С. 1689–1700.

2. Гримашевич, О. Н. Стратегические приоритеты развития социально-экономических систем в условиях цифровизации / О. Н. Гримашевич, М. А. Матушкин, М. В. Уманская [и др.]. – М. : Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 268 с.

3. Шайтура, С. В. Анализ процессов цифровизации социально-экономических систем / С. В. Шайтура, Н. П. Семичевская, Л. П. Белю // Вопросы региональной экономики. – 2024. – № 4(61). – С. 197–212.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Е. О. Дружинина

**Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. В статье рассмотрена значимость информации по экологической, социальной, этической деятельности организаций, представленной в нефинансовой отчетности, которая позволяет заинтересованным сторонам с позиции рисков и ожиданий оценить ее влияние на общество и окружающую среду.

Ключевые слова: информация, нефинансовая отчетность, корпоративная социальная ответственность, заинтересованные стороны, международные стандарты.

INFORMATION COMPONENT OF NON-FINANCIAL REPORTING FOR VARIOUS USERS

Y. O. Druzhynina

**Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus**

Abstract. The article examines the importance of information on environmental, social, and ethical activities of organizations presented in non-financial reporting, which allows stakeholders to assess its impact on society and the environment from the standpoint of risks and expectations.

Keywords: information, non-financial reporting, corporate social responsibility, stakeholders, international standards.

Нефинансовая деятельность организации и взаимодействие с заинтересованными лицами все больше оказывает влияние на конкурентоспособность продукции на отечественных рынках и за рубежом, эффективное использование ресурсов, инвестиционную привлекательность компании, ее рыночную стоимость. Концепция корпоративной социальной ответственности (КСО) выступает общепринятой в мировом бизнес-сообществе, имеет междисциплинарный характер, сочетает теоретические и практические аспекты.

С каждым годом все больше компаний по всему миру представляют годовые нефинансовые социальные отчеты, охватывающие вопросы устойчивого развития и КСО, проверенные внешними независимыми аудиторами. Документы, руководства, правила и принципы формирования информации по итогам деятельности в рамках корпоративной социальной ответственности выступают методологической базой для социального учета, аудита и отчетности [1].

Целью настоящей статьи является рассмотрение значимости информационной составляющей нефинансовой отчетности в разрезе экологической, социальной,

этической деятельности организации для оценки заинтересованными сторонами ее влияния на общество и окружающую среду.

Нефинансовая отчетность включает информацию о деятельности организации с позиции взаимообусловленных социальных, экологических и экономических аспектов. Необходимо также учитывать этический аспект. Этический аспект предполагает затраты на мероприятия морально-нравственного характера. Это может быть благотворительность, волонтерство, а также расходы на содержание домов-интернатов, детских учреждений.

Белорусские компании, осуществляющие деятельность с учетом принципов КСО, руководствуются международными стандартами. Так, основу формирования и представления нефинансовой отчетности отечественных предприятий составляют Международный стандарт верификации отчетности AA1000, руководство Глобальной инициативы по отчетности Global Reporting Initiative – GRI.

Международный стандарт верификации отчетности AA1000, разработан Британским Институтом социальной и этической отчетности в 1999 г. Стандарт предназначен для повышения качества нефинансовой отчетности, прозрачности, подотчетности и устойчивости бизнеса за счет максимального вовлечения групп заинтересованных сторон и учета их мнений при анализе деятельности компании.

GRI была создана Коалицией за экологически ответственный бизнес в 1997 году. Стандарт предназначен для определения результативности деятельности организации в области устойчивого развития на основе преимущественно количественных показателей по трем блокам: экономика, экология, социальная политика. Организации разных сфер деятельности и масштабов в разных странах мира ежегодно формируют отчеты в области устойчивого развития на основе Руководства GRI.

В основном публикация нефинансовой отчетности является добровольной инициативой бизнеса. В отдельных странах концепция КСО, напротив, интегрирована в национальное законодательство. Так, в Англии, Франции (Bilan Social), Норвегии, Дании, Голландии, Швеции и других странах для определенных категорий компаний публикация нефинансовой (социальной) отчетности осуществляется в обязательном порядке. Белорусские компании - участники Глобального договора ООН также формируют и предоставляют нефинансовые отчеты (по GRI) [2].

В тоже время следует отметить, что научное сообщество критически рассматривает отчеты о корпоративной социальной ответственности таких компаний, как Enron, Royal Dutch Shell, McDonald's, табачных корпораций и другие, указывая на то, что социальные отчеты формируются для отвлечения внимания общественности от их основной деятельности.

Обзор различных методик оценки результативности деятельности организаций в области КСО показывает отсутствие единых подходов к организационно-методическому обеспечению формирования такой отчетности. Так, отчеты даже в одной отрасли и стране различаются по формату, стилю и методике оценки. Соответственно, разные подходы усложняют применение информации для различных пользователей. Предлагаем при формировании системы показателей

нефинансовой отчетности деятельности организации установить интересы различных пользователей – заинтересованных сторон (стейкхолдеров), их ожидания и сопутствующие риски. Учет интересов различных сторон позволяет отвечать на вызовы динамично растущей и все более сложной окружающей среды. Выявление ожиданий заинтересованных сторон позволяет управлять ими, снизить риск из-за нарушения чьих-то интересов. Согласно исследованиям отечественных ученых и стран СНГ к ведущим стейкхолдерам по степени значимости относятся государство, собственники (акционеры), персонал, потребители, сообщество. К ключевым группам следует отнести следующие:

- внутренние – сотрудники;
- внешние – государственные органы власти, местное сообщество, потребители.

Заинтересованные стороны, их ожидания и сопутствующие риски могут быть рассмотрены при формировании системы количественных и качественных показателей социально-экономической оценки деятельности организации в разрезе экономического, социального, экологического аспектов.

В таблице 1 представлены ожидания ключевых заинтересованных сторон.

Таблица 1 – Интересы групп ключевых заинтересованных сторон

Группа	Ожидания
<i>Социальный аспект</i>	
Сотрудники	Безопасность труда; профессиональное и личное развития; социальная защищенность и социальные гарантии (стандарты ИР, SA 8000, OHSAS 18001, ISO 9004 и др.)
Государственные органы, местные сообщества, потребители	Занятость населения в регионах присутствия; поддержка и развитие местного сообщества; создание социальных объектов; обеспечение и развитие инфраструктуры; выполнение законодательных и других обязательных требований; этичное поведение; развитие добросовестной деловой практики; спонсорство; благотворительность; взаимодействие с местным сообществом и местной властью (стандарты ISO 26000, ISO 9004)
<i>Экологический аспект ответственного инвестирования</i>	
Сотрудники	Пригодная среда для работы при производственной деятельности; компенсация за работу в экологически опасных условиях труда; финансовые поощрения природоохранных инициатив (стандарт ISO 9001)
Государственные органы, местные сообщества, потребители	Защита окружающей среды, включая сохранение энергии, природных ресурсов, биологического разнообразия; управление отходами; ресурсосбережение, природоохранная деятельность (стандарты ISO 14001, ISO 9001, ISO 9004)
<i>Экономический аспект ответственного инвестирования</i>	
Сотрудники	Стабильная и достойная заработная плата; наличие системы вознаграждения за интеллектуальный труд; (стандарты ИР, SA 8000, OHSAS 18001, ISO 9004 и др.)
Государственные органы, местные сообщества, потребители	Уплата налогов и неналоговых платежей в бюджет и внебюджетные фонды; удовлетворение потребностей потребителей относительно качества, цен и своевременности поставки продукции, услуг; улучшение системы менеджмента качества продукции; идентификация потенциального воздействия продукции, процессов и деятельности на общество; применение эффективных инновационных технологий; добросовестная деловая практика (стандарты ISO 9001, ISO 9004, нормы SOX и др.)

В таблице 2 рассмотрены риски по группам заинтересованных сторон.

Таблица 2 – Риски ключевых заинтересованных сторон

Группа	Риски
<i>Социальный аспект</i>	
Сотрудники	Дискриминация, неблагоприятные условия труда, асоциальный район, низкая доступность региона, неблагоприятная зона производства; необеспеченность коммуникациями, местами питания, удаленность от населенных пунктов, медпунктов, нехорошая география месторасположения (стандарты ИР, SA 8000, OHSAS 18001, ISO 9004 и др.)
<i>Социальный аспект</i>	
Государственные органы, местные сообщества, потребители	Рост безработицы и миграционного оттока; ухудшение инфраструктуры; невыполнение законодательных и других обязательных требований; безответственная реструктуризация; низкий уровень добросовестной деловой практики; несоблюдение интересов государства (стандарты ISO 26000, ISO 9004)
<i>Экологический аспект</i>	
Сотрудники	Вред здоровью персонала; безответственность в области промышленной безопасности (стандарт ISO 9001)
Государственные органы, местные сообщества, потребители	Негативное влияние на окружающую среду; сокращение биологического разнообразия; ухудшение флоры и фауны; несогласованность действий с Конвенциями по природоохранной деятельности (стандарты ISO 14001, СТБ ISO 9001-2009, СТБ ISO 9004-2010)
<i>Экономический аспект</i>	
Сотрудники	Низкий уровень заработной платы (стандарты ИР, SA 8000, OHSAS 18001, ISO 9004 и др.)
Государственные органы, местные сообщества, потребители	Увеличение финансовой нагрузки на государство в виду переложения ответственности за экологический ущерб, снижение качества продукции (услуг); снижение инвестиционной привлекательности; снижение конкурентоспособности продукции (стандарты ISO 26000, ISO 9004 и др.)

Заинтересованные субъекты информацию нефинансовой отчетности могут использовать в следующих целях:

инвесторы – сведения для определения возможности реализации социально-ответственного подхода при инвестировании, путем минимизации потенциального риска нанесения ущерба экологии и социуму;

кредиторы – сведения о целесообразности финансирования проекта с учетом выполнения принципов и требований в области КСО;

собственники предприятия – сведения о результативности деятельности предприятия в разрезе экономической, социальной и экологической сфер с учетом реализации принципов КСО;

общественность – сведения для определения социальной и экологической значимости результатов деятельности организации;

государство, регулирующие органы – для определения необходимости компенсации социальных и экологических расходов; сведения о возможностях предоставления государственной поддержки в связи с социальной и (или) экологической значимостью результатов деятельности организации;

менеджеры – как сведения для оценки социального и экологического эффекта и рисков деятельности организации; для обоснования выбора технологий, технического оснащения и их инновационности;

покупатели, заказчики и поставщики – как сведения для оценки социально-экономической позиции организации;

работники предприятия – сведения о возможности и способности предоставления социальной защиты и социальных гарантий.

Динамичное развитие экономики и неизбежное влияние деятельности хозяйствующих субъектов на качество окружающей среды и жизнедеятельность общества предопределили необходимость дополнения оценки деятельности организации определением соответствия социальных и экологических параметров требованиям корпоративной социальной ответственности. Для этого с позиции социально-ответственного подхода выявлены ожидания и риски заинтересованных сторон, которые необходимо учитывать при формировании соответствующих количественных и качественных показателей для раскрытия нефинансовой информации деятельности организации, следуя принципам устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности.

Список использованных источников

1. Дружинина, Е. О. Формирование отчетности в области корпоративной социальной ответственности / Е. О. Дружинина // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XIV Междунар. науч.-практич. конф., г. Минск, 20 мая 2021 г. / Мин-во образования Респ. Беларусь, Белорусский гос. экономич. ун-т ; редколлег.: В. Ю. Шутилин (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГЭУ, 2021. – С. 282.

2. Участники Глобального договора ООН. – URL: <https://unglobalcompact.by/participants/> (дата обращения: 02.05.2025).

МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВАЯ ОСНОВА ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ТУРКМЕНИСТАНА

Г. Р. Бегмырадова, Н. К. Аннабердиева

**Научно-образовательный центр «ИТ-Нурлы Шохле» государственного
энергетического института Туркменистана
Мары, Туркменистан**

Аннотация. В статье рассматривается международно-правовая основа деятельности энергетической отрасли Туркменистана и направления ее развития.

Ключевые слова: международно-правовая система, энергетика, Туркменистан.

THE INTERNATIONAL LEGAL FRAMEWORK OF TURKMENISTAN'S ENERGY INDUSTRY

N. K. Annaberdieva, G. R. Begmyradova

**IT-Nurly Shokhle Scientific and Educational Center of the State Energy
Institute of Turkmenistan
Mary, Turkmenistan**

Abstract. The article examines the international legal basis of the energy industry of Turkmenistan and the direction of its development.

Keywords: international legal system, energy, Turkmenistan.

В эру Возрождения новой эпохи и могущественного государства под чутким руководством многоуважаемого Президента Туркменистана во всех отраслях страны уверенно достигаются все новые вершины развития. Эти преобразования также коснулись энергетической отрасли, т. к. одним из главных направлений внешнеполитической стратегии Туркменистана является сотрудничество в энергетической сфере, устойчивый доступ к энергетическим ресурсам. Этому свидетельствуют слова Аркадаглы Героя Сердара: «Мы высоко оцениваем потенциал сотрудничества между Центральной Азией и Европейским Союзом в экономике и инвестициях, энергетике, транспорте, торговле, считаем эти направления приоритетными» [1].

Сотрудничество в секторе энергетики является ключевым фактором стабильных и поступательных мировых процессов. Сегодня важнейшей задачей является обеспечение глобальной энергетической безопасности, которая охватывает как сферу производства энергоносителей, так и их транспортировку, и конечное потребление. Такой комплексный подход лежит в основе энергетической политики Туркменистана [2].

Достижение положительных показателей в результате претворяемых в жизнь задач во многом зависит от совершенной и устойчивой законодательной базы. В связи с чем и продолжают в настоящее время проводиться по инициативе Главы государства работы по совершенствованию национального законодательства, соответствующего требованиям признанных нашей страной международных норм.

Среди источников энергетического права важную роль играют международно-правовые нормы, о чем свидетельствует и закрепление значения этих норм в Конституции Туркменистана. Согласно ст. 9 Основного Закона, Туркменистан признает приоритет общепризнанных норм международного права [3]. Из этой нормы вытекает, что принимаемые Парламентом страны законодательные акты должны соответствовать общепризнанным нормам международного права. Такие международные соглашения можно разделить на две группы:

- а) общие международные соглашения в сфере энергетики;
- б) международные соглашения, направленные на регулирование отношений по поводу отдельных видов энергетических ресурсов, например, нефти и газа.

К общим международным соглашениям в сфере энергетики можно отнести Энергетическую Хартию. Энергетическая Хартия с момента подписания Заключительного документа Гаагской Конференции по Европейской Энергетической Хартии (Гаага, 17 декабря 1991 г.), со временем трансформировалась в сложное правовое явление, которое охватывает национальные правовые системы и область международно-правовых отношений. Как целостное правовое явление Энергетическая Хартия может быть идентифицирована в разных значениях, в том числе как сложный комплекс юридических документов, как международная организация, как система международно-правовых отношений, реализуемых в сфере энергетики.

«Европейская Энергетическая Хартия и Договор Энергетической Хартии (1994 г.) стали первыми международно-правовыми документами, позволяющими международному сообществу в определенной степени решать взаимосвязанные задачи — экономического роста энергетики, энергетической безопасности

и защиты экологии» [4]. Основная цель Договора Энергетической Хартии – укрепление правовых норм в вопросах энергетики путем создания единого поля правил, которые должны соблюдать все участвующие правительства, таким образом, сводя к минимуму риски, связанные с инвестициями и торговлей в области энергетики. Положения Договора Энергетической Хартии сосредоточены на пяти областях: защите и поощрении иностранных инвестиций в энергетику на основе расширения национального режима или режима наибольшего благоприятствования; свободной торговле энергетическими материалами, продуктами и связанным с энергетикой оборудованием на основе правил Всемирной торговой организации; свободе энергетического транзита по трубопроводам и сетям; сокращении неблагоприятного воздействия энергетического цикла на окружающую среду путем повышения энергоэффективности; механизмах разрешения споров между государствами или инвестором и государством.

Договор Энергетической Хартии и Протокол по вопросам энергетической эффективности и соответствующим экологическим аспектам, подписанный в г. Лиссабоне Туркменистаном, ратифицирован 12 июня 1997 года [5].

Еще одним из значимых актов международного масштаба является принятая в декабре 2008 года и в мае 2013 года по инициативе лидера нации Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН «Надежный и стабильный транзит энергоносителей и его роль в обеспечении устойчивого развития и международного сотрудничества». Данные резолюции приняты с целью развития международного партнерства в транспортировке энергоносителей на международные рынки по трубопроводам и с использованием других систем поставок. Тем самым, государствами – членами Объединенных Наций были полностью поддержаны инициативы Туркменистана по обеспечению глобальной энергетической безопасности и выражена заинтересованность в ведении совместной работы по частичному претворению в жизнь данных документов.

Две вышеуказанные резолюции имеют основополагающее значение для создания и ведения деятельности Международной экспертной комиссии (МЭК) ООН, главной целью которой является разработка новых международно-правовых инструментов по обеспечению глобальной энергетической безопасности. Как отмечено в Программе Президента Туркменистана по социально-экономическому развитию страны на 2019–2025 годы, по предложению туркменской стороны МЭК будет осуществлять свою деятельность в трех направлениях, связанных, во-первых, с созданием правовой основы в системе обеспечения надежной и стабильной доставки энергоресурсов на мировой рынок, во-вторых, с созданием новой институциональной основы необходимой для осуществления международно-правовых норм по вопросу транзита энергоресурсов и в-третьих, с созданием новой информационной основы, которая будет способствовать обеспечению мониторинга и надзора за исполнением международных обязательств в системе доставки энергоресурсов в транснациональном уровне [6].

Еще одним не менее значимым международно-правовым актом является Ашхабадская декларация, принятая на Международной конференции высокого уровня по вопросу о роли транзитных транспортных коридоров в обеспечении международного сотрудничества, стабильности и устойчивого развития, которая

была проведена 3 и 4 сентября 2014 года в туркменской столице совместно с Европейской экономической комиссией, Экономической и социальной комиссией для Азии и Тихого океана и Международным союзом автомобильного транспорта.

Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН «Роль транспортных и транзитных коридоров в обеспечении международного сотрудничества в целях устойчивого развития», принятая 19 декабря 2014 года по инициативе Президента Туркменистана успешно дополняет международно-правовую базу. В положениях данной резолюции отражены ключевые элементы Ашхабадской декларации 2014 года, предусматривающей формирование комплексного подхода к развитию транспортных и транзитных коммуникаций.

Данный факт, а также избрание нашей страны председателем Конференции Энергетической Хартии в 2017 году, свидетельствуют о всеобщей поддержке и высокой оценке политики независимого нейтрального Туркменистана со стороны мирового сообщества. В рамках председательства Туркменистана в этой крупной международной организации в том же году на 28-й сессии конференции Энергетической Хартии была принята в качестве стратегического среднесрочного документа Ашхабадская декларация.

Действуют также международно-правовые документы регионального характера. Так, на состоявшемся в г. Ашхабаде под председательством Президента Туркменистана заседании Совета глав государств Содружества Независимых Государств 11 октября 2019 года была принята Декларация о стратегическом сотрудничестве государств-участников СНГ, также касающихся отношений в сфере энергетики [7]. В ней, в частности, говорится о том, что целями стратегического экономического сотрудничества государств – участников СНГ являются дальнейшее укрепление фундаментальных основ Содружества, его интеграции в мирохозяйственные связи в качестве пространства, на котором осуществляются крупнейшие транспортные и энергетические проекты. А приоритетными направлениями деятельности для достижения этих целей обозначены: создание стабильных систем международных энергетических поставок; участие в рамках ООН в разработке механизмов развития сотрудничества в энергетической сфере; углубление сотрудничества в области энергетики; сотрудничество в области добычи, транспортировки и транзита углеводородов и др.

В состоявшейся в рамках заседания встрече между Президентами Туркменистана и Республики Беларусь лидеры двух стран также обсудили нынешнее состояние и ключевые вопросы сотрудничества, уделив первостепенное внимание практической реализации договоренностей, достигнутых на высшем уровне и закреплённых в солидном пакете двусторонних документов.

Международную законодательную базу также составляют двухсторонние договора, заключённые Туркменистаном с некоторыми зарубежными государствами. К примеру, действуют Договор о дружбе и сотрудничестве между Туркменистаном и Российской Федерацией, заключённый 31 июля 1992 года в г. Москве [8], Договор о взаимопонимании, дружбе и сотрудничестве между Туркменистаном и Французской Республикой, заключённый 28 апреля 1994 года в г. Ашхабаде [9], Договор между Туркменистаном и Республикой Беларусь о дружбе и сотрудничестве, заключённый 17 мая 2002 года в г. Ашхабаде [10] и др.

Названные договоры устанавливают обязанности сторон развивать между собой отношения сотрудничества во всех областях, в т. ч. в области управления системами энергетики, способствуя сохранению, рациональному использованию и развитию сложившихся в этой области комплексов и единых систем.

Как уже отмечалось, существуют также международные соглашения, направленные на регулирование отношений по поводу отдельных видов энергетических ресурсов, которые успешно реализовываются в рамках, взятых на себя нашей страной обязательств.

Социальная направленность реализуемых программ симметрично пронизывается и гармонично сочетается с Целями устойчивого развития, которые были приняты в сентябре 2015 года всеми странами – участниками ООН до 2030 года. Одной из существенных целей, предусмотренных в ЦУР, является обеспечение доступной и чистой энергии (7 цель). Для достижения этой и других целей необходимы совместные усилия Правительства, частного сектора, неправительственных организаций и гражданского общества. Принимая во внимание всю важность энергосистем в жизнедеятельности цивилизованного общества необходимо последовательно совершенствовать как управление, так и организацию деятельности данного стратегического комплекса, а также зачастую принимать конструктивные решения, в целях недопущения перебоев в работе входящих в него предприятий, учреждений и организаций, а также предотвращения нежелательных экономических и социальных последствий [11].

Таким образом, вышеизложенные шаги по укреплению и совершенствованию правовых норм служат ярким подтверждением эффективности государственной политики, проводимой под руководством Президента Туркменистана и направленной на углубление политического диалога Туркменистана с мировым сообществом, расширение международного сотрудничества, упрочение добрососедских связей, контактов в гуманитарной сфере во имя всеобщего мира, устойчивого развития и процветания народов планеты.

Список использованных источников

1. Нейтральный Туркменистан. – 2025. – 5 апреля. – С. 1.
2. Бердымухамедов, Г. Туркменистан на пути достижения Целей устойчивого развития / Г. Бердымухамедов. – Ашхабад : Туркменская гос. издат. служба, 2018. – С. 182.
3. Конституция Туркменистана. – Ашхабад : Туркменская гос. издат. служба, 2023. – С. 16.
4. Ковалев, А. А. Международно-правовые аспекты обеспечения энергетической безопасности / А. А. Ковалев, Н. Л. Шилова // Московский журнал международного права. – 2008. – № 3. – С. 65.
5. О ратификации Договора к Энергетической Хартии и Протокола по вопросам энергетической эффективности и соответствующим экологическим аспектам : постановление Меджлиса Туркменистана от 12 июня 1997 г. № 236-1 // Ведомости Меджлиса Туркменистана, 1997. – № 2. – С. 23.
6. Программа Президента Туркменистана по социально-экономическому развитию страны на 2019–2025 года. – Ашхабад : Туркменская гос. издат. служба, 2019. – С. 73–74.
7. Декларация о стратегическом сотрудничестве государств – участников Содружества Независимых Государств // Нейтральный Туркменистан. – 2019. – 14 окт. – С. 1.
8. О ратификации Договора о дружбе и сотрудничестве Туркменистаном и Российской Федерацией : постановление Меджлиса Туркменистана от 30 сент. 1992 г. № 757-XII // Ведомости Меджлиса Туркменистана, 1992. – № 9. – С. 88.

9. О ратификации Договора о взаимопонимании, дружбе и сотрудничестве между Туркменистаном и Французской Республикой : постановление Меджлиса Туркменистана от 13 мая 1994 г. № 948-ХП // Ведомости Меджлиса Туркменистана, 1994. – № 1-2. – С. 9.

10. О ратификации Договора между Туркменистаном и Республикой Беларусь о дружбе и сотрудничестве : постановление Меджлиса Туркменистана от 5 июля 1992 г. № 129-II // Ведомости Меджлиса Туркменистана, 2002. – № 2. – С. 26.

11. Наши вклады в достижение целей устойчивого развития до 2030 года. – Ашхабад : Туркменская гос. издат. служба, 2018. – С. 9.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Н. Г. Надеина, Е. М. Соболюк

**Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. В статье рассмотрены взаимосвязи целей устойчивого развития экономики Беларуси с целями ценовой политики на современном этапе развития. Определены преимущества и проблемы управления ценами. Выполнен анализ изменения ценовых факторов и индексов потребительских цен. Сделаны выводы об эффективности применения механизмов рыночного ценообразования и государственного регулирования цен.

Ключевые слова: стратегические цели, ценовая политика, факторы, цены, индексы цен, механизмы ценообразования, управление, регулирование цен, потребители.

PRICING POLICY AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF BELARUS

N. G. Nadeina, K. M. Sabaliuk

**Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus**

Abstract. The article describes the relationship between the goals of sustainable development of the economy of Belarus and the goals of pricing policy at the current stage of development. The advantages and problems of price management are identified. The analysis of changes in price factors and consumption price indexes is carried out. Conclusions are drawn regarding the efficiency of market pricing and government price regulation.

Keywords: strategic goals, pricing policy, factors, prices, price indexes, pricing mechanisms, management, price regulation, consumers.

Стратегической целью устойчивого развития Республики Беларусь до 2030 года является обеспечение высоких жизненных стандартов населения и условий для гармоничного развития личности на основе перехода к высокоэффективной экономике, основанной на знаниях и инновациях, при сохранении благоприятной

окружающей среды для будущих поколений. Поставленная стратегическая цель предусматривает два этапа ее реализации (рисунок 1).

В рамках достижения указанных целей определены и следующие основные направления ценовой политики:

- рациональное использование внутренних возможностей и инструментов, препятствующих росту цен на всех сегментах национальной экономики;
- достижение реальной ценовой стабильности путем нейтрализации внутренних и внешних факторов, стимулирующих инфляционные процессы.

Для достижения поставленных целей ценовой политики приоритетными задачами являются:

- максимальное сужение сфер прямого государственного регулирования;
- ликвидация перекрестного субсидирования в энергетике, транспорте, жилищно-коммунальном хозяйстве;
- развитие конкурентной среды путем устранения искусственных барьеров входа на рынок (сокращение перечня лицензируемых видов деятельности, упрощение процедур сертификации).



Рисунок 1 – Этапы и цели устойчивого развития Беларуси

Особое внимание в управлении ценовой политикой следует уделять механизмам решения поставленных задач:

- сохранению прямого регулирования цен и тарифов только на услуги, оказываемые хозяйствующими субъектами, занимающими доминирующее положение на товарных рынках, в сферах естественных монополий, а также на отдельные группы товаров (в частности, топливо, электрическую и тепловую энергию и другое);
- совершенствованию системы ценообразования в сфере производства продукции, оптовой и розничной торговли; оптимизацию структуры льготных цен (тарифов) и полному возмещению обоснованных затрат для всех групп

потребителей (физические и юридические лица) в целях совершенствования системы перераспределения национальных доходов и расходов;

- ликвидации причин и последствий (перекрестному субсидированию), образующих перекосы и диспропорции в национальной экономике [1].

Во втором периоде, до 2030 года, предполагается, что экономика перейдет в режим низкоинфляционного функционирования. Основной акцент будет сделан на мониторинг и упреждение возможных внутренних и внешних ценовых кризисов. При этом должно предусматриваться проведение постоянного мониторинга цен и прогнозирование их влияния на социально-экономическое развитие республики, разработка мер, упреждающих необоснованный рост цен, прогноз изменения мировых цен, роста цен на первичные ресурсы в связи с усложнением условий их добычи и научно-техническим прогрессом. Кроме этого, необходима корректировка цен с учетом складывающейся конъюнктуры рынка, а также ряда внутренних факторов, создающих диспропорции в экономике. Реализация намеченных задач позволит повысить ценовую стабильность национальной экономики, оптимизировать порядок ценообразования, усовершенствовать систему хозяйствования с выделением ведущих инновационных субъектов хозяйствования белорусской экономики.

Формирование цен на потребительские товары является важной частью экономической деятельности. С каждым годом методы ценообразования становятся более разнообразными и сложными, поскольку покупатели все чаще обращают внимание на соотношение цены и качества.

Ценообразование – установление цены на товар или услугу. В Республике Беларусь действуют свободные и регулируемые цены.

Уровень и динамику цен на потребительском рынке можно рассмотреть с помощью индекса потребительских цен – показателя, отражающего динамику стоимости фиксированного набора товаров и услуг, приобретаемых населением для личных нужд.

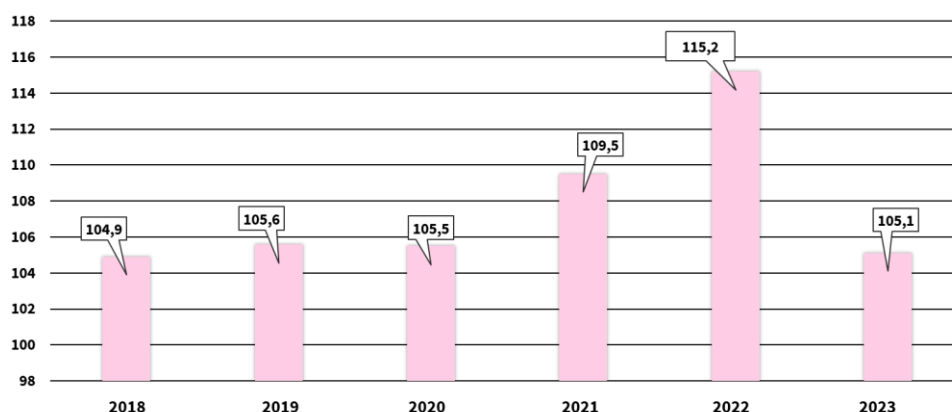


Рисунок 2 – Индексы потребительских цен [3]

Исходя из имеющихся данных (рисунок 2), можно сделать вывод, что индекс потребительских цен в период с 2018 по 2023 годы изменялся неравномерно. Так, с 2018 по 2022 годы наблюдался рост индекса: с 104,9 в 2018 году до 115,2 в 2022 году. Однако в 2023 году значение индекса снизилось до 105,1, что оказалось даже ниже уровня 2019 года (105,6). Такие изменения свидетельствуют о нестабильности ценовой динамики за данный период.

**2.8. Индексы потребительских цен
на продовольственные товары в 2018-2023 годах**
(декабрь к декабрю предыдущего года; в процентах)

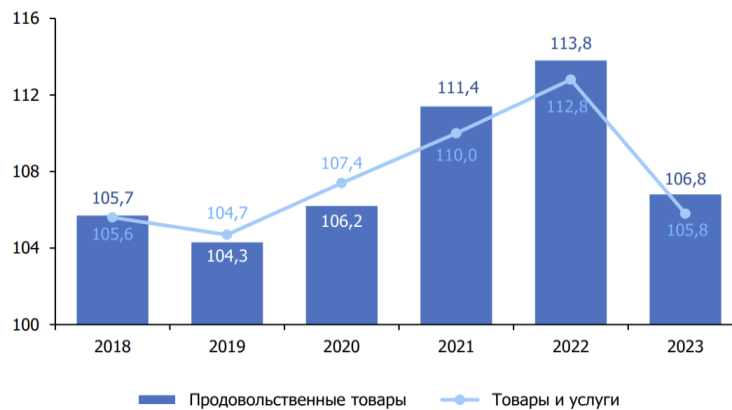


Рисунок 3 – Индексы потребительских цен на продовольственные товары [3]

На рисунке 3 представлено изменение уровня потребительских цен на продовольственные товары и услуги. Если сравнить эти показатели с общим индексом потребительских цен, основное различие заключается в снижении темпов роста в 2019 году, что выделяет этот год на фоне общей тенденции.

Цены в Беларуси на продовольственные товары в 2024 году увеличились на 6,5 %. Лидерами роста стали картофель (+31,2 %), кофе (+21 %), сладости (+9,9 %), рыба и морепродукты (+9,4 %), в то же время сахар стал дешевле на 0,3 %. Непродовольственные товары выросли в цене на 3,4 %, особенно заметно – печатные издания (+9,8 %), лекарства (+7,6 %), мебель (+6,3 %), телевизоры (+4,5 %), бытовая химия (+3,8 %). Бензин и стройматериалы стали дороже на 3,5 %, бытовая электроника – на 2,8 %, одежда – на 2,7 %, парфюмерия и косметика – на 2,2 %. При этом снижение цен фиксировалось на синтетические моющие средства (–1,6 %), обувь (–1,9 %) и легковые автомобили (–3,2 %). Стоимость услуг возросла в Беларуси на 5 %.

Государственное регулирование цен в любой экономике позволяет с помощью законодательных, административных и бюджетно-финансовых мероприятий воздействовать на цены с целью стабильного развития экономической системы. Оно предоставляет возможность преодолеть недостатки, свойственные рыночной системе и связанные с социальным неравенством и неравномерным распределением доходов, рациональным природопользованием и охраной окружающей среды, развитием сфер, необходимых обществу в целом (образование, наука и культура, здравоохранение и др.).

Со стороны отдельных экспертов в последние годы звучало немало критики по поводу мер государственного ценового регулирования: опасались и товарного дефицита, и роста убытков. Вместе с тем главный принцип сохраняющегося регулирования в Республике Беларусь состоит в соблюдении интересов всех сторон. Каждое из принятых правительством решений выполняло свою функцию и было актуально в конкретный момент времени.

Система управления ценами в основном выработана, она действует и не привела к значительным негативным эффектам ни для бизнеса, ни для торговли. Она не является догматичной, открыта для модификаций. Документы по

государственного регулированию цен могут трансформироваться, совершенствоваться в зависимости от изменяющейся экономической среды. И это подтверждается новыми решениями в области управления ценами.

С 15 апреля 2025 г. внесены корректировки в действующую в Беларуси систему регулирования цен по следующему перечню новаций.

1. Существенно (с 331 до 211 позиций) сокращен перечень товаров, подлежащих ценовому регулированию.

2. На импортируемые товары закреплены единые предельные максимальные надбавки вне зависимости от количества звеньев их продажи.

3. Изменены предельные максимальные оптовая, торговая надбавки (с учетом оптовой) на отдельные виды товаров, производимых в Беларуси.

4. Для производителей установлен предельный норматив рентабельности, при применении которого согласовывать повышение отпускной цены с госорганами не нужно.

5. Исключены предельные максимальные отпускные и розничные (оптовые) цены на некоторую плодоовощную продукцию.

6. Введено регулирование затрат, включаемых в себестоимость при формировании цены.

7. Дополнены изъятия из ценового регулирования [4].

Новые решения в области ценовой политики Республики Беларусь направлены на формирование баланса между развитием рыночных отношений в экономике и сохранение социальной направленности механизмов ценообразования.

На способы и методы государственного регулирования цен оказывают влияние следующие факторы: национальные, климатические, сырьевые, политические, положение страны в мировом разделении труда. Основным направлением совершенствования ценообразования является создание гибкой системы, базирующейся на рациональном сочетании свободных и регулируемых цен с расширением сферы рыночного ценообразования по мере создания соответствующих экономических условий.

Эффективное государственное управление предусматривает создание компактной, эффективной, гибкой и транспарентной системы управления социальным и экономическим развитием. Решение задачи по повышению качества государственного управления предполагает проведение конструктивного и открытого диалога между государством, гражданским обществом и частным сектором.

Список использованных источников

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года. – URL: <http://www.un.org/> (дата обращения: 30.04.2025).

2. О системе регулирования цен : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 2 апр. 2025 г. № 713(6). – URL: <http://www.un.org/> (дата обращения: 21.04.2025).

3. Цены в Республике Беларусь, 2024 : Статистический сборник. – URL: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/3b1/eqbvqh91pb2bahijtdv9kt4es4bdt2h.pdf> (дата обращения: 23.04.2025).

4. Что с апреля 2025 г. меняется в регулировании цен производителей по постановлению N 713? – URL: <https://ilex.by/news/novaya-sistema-formirovaniya-tsen-postanovlenie-713/> (дата обращения: 25.04.2025).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИСКУССТВЕННОМ ИНТЕЛЛЕКТЕ

М. Н. Кушнирчук, Н. Г. Надеина
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье рассмотрены взаимосвязи нейросетей и искусственного интеллекта. Выполнен анализ этапов развития нейросетей по наиболее значимым периодам. Рассмотрены возможности искусственного интеллекта в проектах белорусских компаний. Сделаны выводы о перспективах, эффективности применения нейросетей и рисках, связанных с их развитием.

Ключевые слова: нейросети, искусственный интеллект, этапы развития, стартап, проект, рынок, технологии, риск.

CURRENT TRENDS IN ARTIFICIAL INTELLIGENCE

N. G. Nadeina, M. N. Kushnirchuk
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article examines the interrelation between neural networks and artificial intelligence. An analysis of the key developmental stages of neural networks is presented, focusing on the most significant periods. The potential applications of artificial intelligence in projects by Belarusian companies are explored. Conclusions are drawn regarding the prospects, efficiency, and risks associated with the advancement of neural networks.

Keywords: neural networks, artificial intelligence, development stages, startup, project, market, technology, risk.

В середине XX века начался период активных исследований, экспериментов и формирования фундаментальных принципов развития искусственного интеллекта (ИИ). Одними из первых создателей искусственного интеллекта были американский математик Аллен Ньюэлл и английский логик Герберт Саймон, которые в 1956 году представили первую программу, способную имитировать человеческое мышление. Авторы идеи создавали программное обеспечение, основанное на символической обработке информации, и это стало первым шагом в создании искусственного интеллекта [1].

В то же время исследователи разрабатывали первые нейронные сети, пытаясь имитировать работу человеческого мозга. Это привело к созданию первых перцептронов – искусственных нейронных сетей, которые способны обучаться и выполнять задачи, аналогичные работе нервных клеток человеческого мозга. Принято считать, что Алан Тьюринг одним из первых предложил концепцию машины, которая могла бы имитировать любую человеческую мысль.

В середине XX века искусственный интеллект столкнулся с ограничениями вычислительной мощности и доступности данных. Сложные алгоритмы и ограниченные ресурсы не позволяли полностью раскрыть потенциал искусственного

интеллекта. Однако, идеи, заложенные в середине XX века, стали началом пути для развития искусственного интеллекта, который изменил многое в развитии мира.

Искусственный интеллект (ИИ) – это система, которая может мыслить и решать задачи, как это делают люди, и выполнять задачи, которые делают люди. Нейросети – это компьютерные системы, моделирующие работу человеческого мозга, способные обучаться на основе данных и примеров. Их развитие за последние десятилетия преобразило технологический ландшафт, открыв новые возможности в различных сферах – от творческих индустрий до государственного управления. В данной статье рассматриваются ключевые этапы эволюции нейросетей, их применение в Беларуси, а также перспективы и вызовы, связанные с этой технологией.

Основные этапы развития нейросетей можно разделить на следующие периоды.

1. Зарождение и застой (1980–2000-е годы)

Первые нейросети были примитивными и ограниченными в возможностях. Они могли решать лишь узкоспециализированные задачи, такие как распознавание простых образов или классификация данных. Отсутствие мощных вычислительных ресурсов и больших наборов данных сдерживало их развитие. В этот период нейросети оставались преимущественно предметом академических исследований.

2. Начало бума (2012 год)

2012 год стал переломным моментом, ознаменовавшим «революцию глубокого обучения». Благодаря появлению более совершенных алгоритмов, увеличению вычислительных мощностей и доступности больших данных, нейросети начали демонстрировать впечатляющие результаты в задачах распознавания изображений, обработки естественного языка и других областях.

3. Расцвет нейросетей (2014–2017 годы)

В этот период нейросети стали активно внедряться в коммерческие и научные проекты. Появились такие технологии, как сверточные нейросети (CNN) для обработки изображений и рекуррентные нейросети (RNN) для работы с последовательностями данных. Это время также ознаменовалось ростом инвестиций в ИИ-стартапы.

4. Рождение трансформеров и ChatGPT (2017 год)

В 2017 году была представлена архитектура трансформеров, которая стала основой для современных языковых моделей, таких как ChatGPT. Эти модели способны генерировать осмысленные тексты, отвечать на вопросы и даже писать код, что открыло новые горизонты для автоматизации творческих и интеллектуальных задач.

5. Нейросетевой взрыв (2020–2024 годы)

Последние годы характеризуются стремительным развитием и масштабированием нейросетей. Появление ChatGPT-4 и других продвинутых моделей показало, что ИИ может выполнять задачи, ранее считавшиеся исключительной прерогативой человека. Это период активного внедрения нейросетей в бизнес, образование, медицину и другие сферы.

Развитие нейросетей в нашей стране имеет свою особенную историю.

Беларусь, несмотря на небольшие территориальные размеры и относительно невысокую численность населения, демонстрирует активное участие в глобальном тренде развития нейросетей. Существует ряд примеров успешных белорусских проектов:

1. Kipod

Разработанная компанией Synesis, эта облачная платформа для видеомониторинга с ИИ используется в Беларуси, России, Казахстане и других странах. Kipod сочетает в себе возможности видеоаналитики, интеграции данных и обеспечения безопасности, что делает ее мощным инструментом для государственных и частных структур.

2. Yotewo

Этот стартап с белорусскими корнями, базирующийся в Лондоне, разработал AI-платформу для подбора IT-специалистов. Yotewo привлек значительные инвестиции и демонстрирует потенциал белорусских разработчиков на международной арене.

3. Kvitly

Белорусский конструктор сайтов Kvitly интегрировал ИИ для генерации рекламных объявлений, упрощая продвижение бизнеса. Это пример того, как нейросети могут быть адаптированы для решения конкретных бизнес-задач.

4. Artekі и «Беловежская пуца»

Студия Artekі создала первый в мире полнометражный мультфильм «Беловежская пуца», где весь визуальный ряд был сгенерирован нейросетями. Этот проект не только стал культурным событием, но и показал, как искусственный интеллект может революционизировать творческие индустрии, сокращая время производства от нескольких лет до месяцев.

Достижения данного проекта.

- Производство заняло 2,5 месяца вместо традиционных 2–6 лет.
- Премьера в 80+ кинотеатрах Беларуси.
- 10 654 зрителя за первый уикенд.
- Признание как инновационного кейса применения ИИ в творчестве.

5. JGGL

Социальная сеть для креативных людей, основанная на технологиях генеративного ИИ. Проект активно участвует в международных форумах, таких как One AI Forum в Минске, демонстрируя инновационный подход к созданию контента.

Исследование эволюции технологий искусственного интеллекта позволяет определить некоторые перспективы его развития и вызовы:

1. Суперразумные модели (AGI)

Следующим шагом в развитии нейросетей может стать создание искусственного общего интеллекта (AGI), способного решать любые задачи на уровне человека. Прогнозы варьируются, но некоторые эксперты предполагают, что AGI может появиться уже к 2030 году.

2. Опасности

• Контроль и наблюдение: технологии, подобные Kipod, могут использоваться как для обеспечения безопасности, так и для массового контроля, что вызывает этические вопросы.

- Потеря контроля: AGI, если его не регулировать, может выйти из-под контроля.

- Глубокие фейки: нейросети способны создавать реалистичный фальшивый контент, что угрожает доверию к информации.

Развитие нейросетей прошло путь от теоретических исследований до практического применения в самых разных сферах. Беларусь демонстрирует значительные успехи в этой области, о чем свидетельствуют такие проекты, как Kipod, Yotewo, Arteki и JGGL. Эти примеры показывают, что белорусские разработчики и компании способны не только адаптировать мировые тренды, но и создавать инновационные решения с международным потенциалом.

Искусственный интеллект становится частью существования всего человечества: помогает с ответами, автоматизирует бизнес-процессы и развлекает.

В настоящее время 55 % компаний в мире уже используют искусственный интеллект и объем его рынка достиг 298 млрд долларов. 64 % компаний утверждают, что ИИ помог им повысить эффективность. Предполагается, что к 2030 году международный рынок ИИ увеличится в двадцать раз и составит почти два триллиона долларов, а к 2035 году наибольшую отдачу от него получают производство и торговля, при этом из-за развития ИИ работу могут потерять около 400 млн человек

По прогнозам ученых, к 2047 году может быть создан искусственный интеллект, похожий на человеческий [2].

Однако стремительное развитие нейросетей требует внимательного отношения к этическим и социальным последствиям. Важно найти баланс между инновациями и регулированием, чтобы технологии служили на благо общества, а не становились инструментом контроля или дезинформации. Беларусь, как часть глобального ИИ-сообщества, может внести свой вклад в формирование этого баланса, продолжая развивать свои проекты и участвуя в международном диалоге о будущем нейросетей.

Список использованных источников

1. Каниа, Кан Нейронные сети. Эволюция // MyBook. – URL: <https://mybook.ru/> (дата обращения: 25.04.2025).

2. Статистика искусственного интеллекта (2025). – URL: [https:// incliient.ru/ai-stats/](https://incliient.ru/ai-stats/) (дата обращения: 15.04.2025).

3. Яндекс Дзен. Статьи. – URL: <https://dzen.ru/articles> (дата обращения: 02.05.2025).

ПЕРЕХОД К ЦИРКУЛЯРНОЙ МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ: ПРЕИМУЩЕСТВА И БАРЬЕРЫ

С. А. Бунько, В. В. Дементеюк

**Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. В статье рассмотрены концепции социально-экономического развития, правовая основа их реализации в Республике Беларусь. Обоснована актуальность перехода к модели циркулярной экономики, рассмотрены принципы циркулярной экономики, преимущества и барьеры перехода к данной

модели. Сделан вывод о необходимости развития и расширения задач экологического маркетинга в рамках перехода к циркулярным бизнес-моделям.

Ключевые слова: циркулярная экономика, бизнес-модель, экологизация, экологический маркетинг.

TRANSITION TO A CIRCULAR ECONOMY MODEL: ADVANTAGES AND BARRIERS

S. A. Bunko, V. V. Dementeyuk
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article considers the concepts of socio-economic development, the legal basis for their implementation in the Republic of Belarus. The relevance of the transition to the circular economy model is substantiated, the principles of the circular economy, the advantages and barriers of transition to this model are considered. The conclusion is made about the need to develop and expand the tasks of environmental marketing as part of the transition to circular business models.

Keywords: circular economy, business model, ecologization, environmental marketing.

Мировое сообщество в настоящее время сталкивается с серьезными проблемами, связанными с экологической безопасностью, что вызывает необходимость трансформации экономики в сторону ответственного производства и потребления ресурсов. Среди перспективных трендов развития могут быть выделены концепция устойчивого развития, «зеленая» экономика и циркулярная экономика. Данные концепции имеют схожий подход к социально-экономическому развитию, обусловленный нарастанием экологических проблем, направленность на экономическую эффективность. В настоящее время особое внимание как со стороны научных кругов, так и государственных органов управления вызывают теория, методология и инструментарий циркулярной экономики (ЦЭ). Это предопределяет актуальность исследований в данной сфере в целом, а также с учетом специфики Республики Беларусь.

Для Республики Беларусь экологическая безопасность также является одной из приоритетных задач. В стране реализуются инициативы по охране водных ресурсов, борьбе с загрязнением воздуха, управлению отходами и сохранению биоразнообразия. Приоритеты устойчивого развития и «зеленой» экономики отражены в следующих документах:

- Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года, утвержденной Советом Министров Республики Беларусь 04.02.2020;
- Национальном плане действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021–2025 годы, утвержденным постановлением Совета Министров от 10 декабря 2021 г. № 710.

Результатом их реализации стало то, что в 2024 году Беларусь заняла 30-е место среди 166 стран в рейтинге достижения Целей устойчивого развития [1].

Высокое место в данном рейтинге, на наш взгляд, страна занимает благодаря результатам в рамках достижения целей, связанных с экологией и ресурсосбережением: ЦУ № 6 «Чистая вода и санитария», ЦУР № 7 «Недорогостоящая и чистая энергия», ЦУР № 15 «Защита и восстановление экосистем суши и содействие их рациональному использованию».

В дополнение к сформированной системе документов в сфере устойчивого развития и «зеленой» экономики постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 29 мая 2024 г. принята Национальная стратегия развития экономики замкнутого цикла Республики Беларусь на период до 2035 года (далее – Национальная стратегия), что подтверждает нацеленность Беларуси на внедрение модели циркулярной экономики.

Под циркулярной экономикой в данном документе понимается «экономика, отличительным признаком которой является восстановительный и замкнутый характер, направленный на снижение потребления всех видов сырьевых и топливно-энергетических ресурсов и максимальное использование отходов».

Национальной стратегией определены следующие приоритетные направления внедрения принципов циркулярной экономики: экодизайн, ресурсоэффективное производство, промышленный симбиоз, сфера упаковки, шеринговая экономика; в числе приоритетных отраслей выделены промышленность, строительство, жилищно-коммунальное хозяйство, транспорт, сельское и лесное хозяйство, сфера услуг. Кроме того, в Национальной стратегии представлена система индикативных показателей, характеризующих экологическую и ресурсную эффективность экономики (таблица 1).

Таблица 1 – Прогнозные индикативные показатели, характеризующие экологическую и ресурсную эффективность экономики Республики Беларусь

Показатель	Значение показателя		Отклонение
	2021 г.	2035 г.	
Снижение энергоемкости ВВП (в ценах 2005 г.), кг у. т./млн руб.	388,1	268	–30,9 %
Увеличение доли объема производства первичной энергии из возобновляемых источников энергии, %	7,9	9	–1,1 п. п.
Снижение образования отходов производства на единицу ВВП (в ценах 2018 г.), кг/руб.	0,49	0,4	–18,4 %
Увеличение доли использования ТКО, %	31,1	90	+58,9
Повышение эффективности водопользования, руб./м куб	60,7	62	+1,3

Концепция экономики замкнутого цикла предполагает отказ от модели «создать – использовать – утилизировать» и базируется на трех основных процессах: уменьшении, повторном использовании и переработке отходов. Изначально принципы экологизации производства рассматривались производителями как принудительные меры, вызывающие рост издержек, в рамках же данной концепции рассматриваются как возможность снизить себестоимость продукции и сократить потребление первичных ресурсов.

Переход к циркулярной экономике ставит перед компаниями задачи выбора бизнес-модели. В настоящее время в научной литературе нет устоявшейся

классификации циркулярных бизнес-моделей. Этот термин используют для различных бизнес-моделей, ориентированных на использование меньшего количества материалов и ресурсов для производства продуктов и/или услуг; продление срока службы существующих продуктов и/или услуг путем ремонта и восстановления; завершение жизненного цикла продуктов путем переработки, извлекая выгоду из остаточной стоимости продуктов и материалов [2].

В Национальной стратегии Республики Беларусь используется классификация бизнес-моделей, которая наиболее часто встречается в научной литературе и на терминологию которой будем опираться в дальнейших исследованиях:

- циркулярные поставки – бизнес-модель, в которой ограниченные ресурсы, необходимые для производственного процесса, заменяются на возобновляемые источники сырья, извлекаемого из продукции и энергии, возвращаемых производителю;
- восстановление ресурсов – бизнес-модель, ориентированная на внедрение инноваций в целях восстановления и повторного использования ресурсов;
- обмен и совместное использование – бизнес-модель, в основе которой заложены принципы создания платформ для обмена или совместного использования товаров, активов в сфере отношений между потребителями, бизнесом и потребителями и бизнес – бизнес;
- продление жизненного цикла продукции – бизнес-модель, которая позволяет компаниям продлить жизненный цикл использования своих продуктов за счет использования более долговечных материалов, повышения ремонтпригодности, возможностей реконструкции или восстановления;
- продукт как услуга – бизнес-модель, в которой клиенты используют продукцию путем «аренды» с оплатой по факту использования.

Отметим, что вышеперечисленные циркулярные бизнес-модели могут комбинироваться даже в рамках одной компании.

Преимущества использования моделей с точки зрения их монетизации заключаются в следующем:

- минимизации затрат на первичные ресурсы;
- сокращении количества отходов и затрат на их утилизацию;
- дополнительных доходах от остаточной стоимости при реализации новых направлений использования отходов;
- сокращении расходов за счет совместного использования ресурсов, принадлежащих другой компании и повышении доходов от совместного использования ресурсов, находящихся в собственности компании;
- повышении доходов компании за счет контрактов обслуживания при пролонгации жизненного цикла продукции и др.

Еще одной важной задачей является выбор предприятием способа преобразования текущей модели в один из возможных типов циркулярных бизнес-моделей.

Считаем возможным обратиться к исследованиям M Geissdoerfer [3], который в ходе анализа мирового опыта внедрения инноваций в бизнес-модели выделил четыре основных способа формирования бизнес-моделей:

- 1) стартап;
- 2) диверсификация бизнес-модели;

- 3) трансформация бизнес-модели;
- 4) приобретение (поглощение) бизнес-модели (рисунок 1).

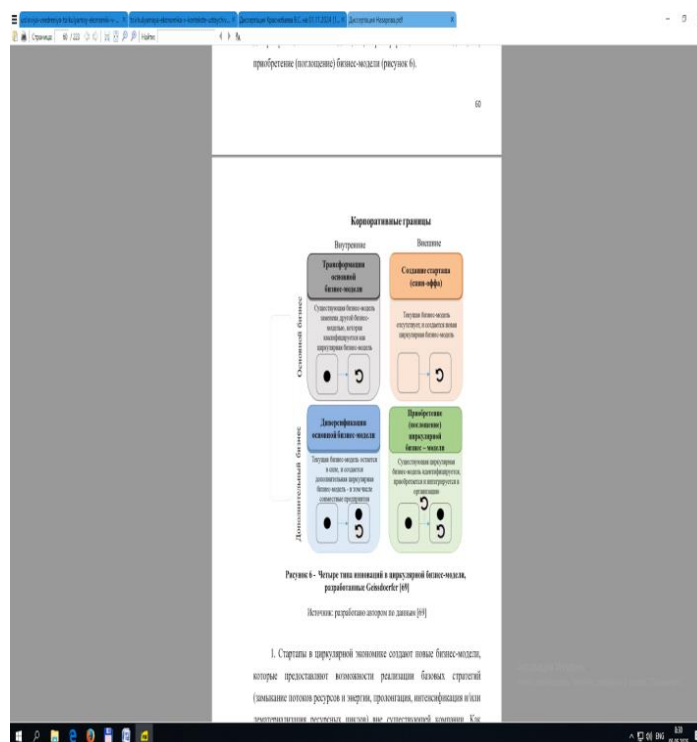


Рисунок 1 – Способы формирования/трансформации циркулярных бизнес-моделей [4]

Несмотря на высокий интерес к данной тематике, реальное внедрение циркулярных бизнес-моделей до сих пор не получило достаточного распространения. В научной литературе существует мнение, что одной из основных причин является то, что в большинстве стран экологические ценности второстепенны по отношению к экономической выгоде.

Помимо этого, выделяют следующие типы барьеров:

- технологические, суть которых заключается в отсутствии или недостатке технологий производства продукции товаров из переработанных материалов;
- технические, связанные с невозможностью внедрения новых технологий без полной замены всей системы;
- финансовые, связанные с высокими затратами на переоснащение, значительным ростом цен на продукцию при переходе на новые технологии, экономической целесообразностью переработки отходов;
- институциональные, недостаточность нормативно-правовой базы для внедрения циркулярных бизнес-моделей, отсутствие или недостаток необходимой инфраструктуры;
- социальные, связанные с низкой экологической культурой общества: одной стороны, отсутствием готовности к изменениям со стороны сотрудников компаний, если они повлекут за собой значительные перемены в привычном для них производственном процессе; с другой стороны – отсутствием готовности потребителей к повышенной цене на эко-товары, совместному использованию товарами или же использованию продукцией, изготовленной из вторичных ресурсов [4, 5, 6].

В целях преодоления существующих барьеров особое значение приобретает экологический маркетинг, задачи которого расширяются при переходе к циркулярной бизнес-модели. Экологический маркетинг на уровне предприятий, как правило, рассматривается как совокупность действий, направленных на «удовлетворение нужд и потребностей целевых рынков посредством создания и предложения обладающих экологической ценностью товаров и услуг на основе обмена» [7]. Подразумевается, что маркетинговая деятельность предприятий направлена на разработку и внедрение экологических инноваций; формирование положительного имиджа предприятия, как заботящегося о здоровье потребителей и сохранности окружающей среды; создание экологичных, биоразлагаемых видов упаковки. В рамках перехода в модели циркулярной экономики маркетинговая деятельность также включает:

- проведение маркетинговых исследований для изучения лучших практик, обоснования выбора циркулярной бизнес-модели и способа трансформации существующей бизнес-модели;
- поиск возможностей создания ценности для потребителей и получения дополнительных доходов, например, от реализации отходов, послепродажного обслуживания в целях пролонгации жизненного цикла.

Отметим, что ценность для конечного потребителя может быть создана только при активном взаимодействии с другими участниками цепочки поставок, вследствие чего актуализируется использование маркетинга взаимоотношений, основанного на построении и развитии взаимоотношений между производителем и потребителями, производителем и другими субъектами рынка [7]. Подчеркнем также, что для успешной реализации принципов циркулярной экономики необходимо направлять усилия на формирование экологического сознания населения, как коллективного, так и индивидуального, что нами неоднократно рассматривалось в предыдущих исследованиях [8, 9].

Считаем, что компаниям в условиях недостатка средств или невозможности изменения технологических процессов, следует большее внимание уделять вопросам экологического маркетинга и поиску возможностей создания ценности для потребителей в отношении отходов предприятия, что позволит не только следовать целям устойчивого развития, но и получать дополнительный доход.

Список использованных источников

1. Беларусь заняла 30 место в рейтинге достижения ЦУР-2024. – URL: <https://sdgs.by/news/belarus-zanyala-30-mesto-v-rejtinge-dostizheniya-czur-2024/> (дата обращения: 12.04.2025).
2. Батова, Н. Циркулярная экономика в действии: формы организации и лучшие практики / Н. Батова, П. Сачек, И. Точицкая. – 2018. – URL: <http://www.beroc.by/greeneconomy/research/ge-5/> (дата обращения: 25.04.2025).
3. Geissdoerfer, M. Business models and supply chains for the circular economy / M. Geissdoerfer, S. N. Morioka, M. M. de Carvalho, S. Evans // J. Clean. Prod. – 2018. – № 190. – P. 712–721.
4. Назарова, Л. Е. Формирование механизмов развития циркулярной модели функционирования предприятий промышленности : дисс. на соиск. уч. ст. канд. эк. наук по спец. 5.2.3 / Назарова Лилия Евгеньевна ; Региональная и отраслевая экономика; ИПУ РАН. – М., 2024. – 183 с.
5. Задорожная, Л. Е. Драйверы экономического роста в циркулярной экономике / Л. Е. Задорожная, С. В. Ратнер // Друкеровский вестник. – 2020. – № 1. – С. 21–34.
6. Александрова, В. Д. Современная концепция циркулярной экономики / В. Д. Александрова // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2019. – С. 87–93.

7. Бунько, С. А. Реализация экологического маркетинга на основе партнерских взаимоотношений / С. А. Бунько, В. В. Дементюк // Актуальные проблемы современных экономических систем – 2021 : сб. науч. трудов / Мин-во обр. Респ. Беларусь, БрГТУ ; редкол.: А. Г. Проровский [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2021. – С. 35–39.

8. Бунько, С. А. Социальная реклама как инструмент формирования экологического сознания населения / С. А. Бунько, В. В. Дементюк // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы : сб. трудов XVI Междунар. науч.-практич. конф., г. Пинск 29 апр. 2022 г. : в 2 ч. / Мин-во обр. Респ. Беларусь [и др.] ; редкол. : В. И. Дунай [и др.]. – Пинск, ПолесГУ, 2022. – Ч. 1. – С. 18–21.

9. Бунько, С. А. Направления формирования экологического сознания населения в Республике Беларусь / С. А. Бунько, В. В. Дементюк // Актуальные проблемы современных экономических систем – 2022 : сб. науч. трудов / Мин-во обр. Респ. Беларусь, БрГТУ ; редкол.: А. Г. Проровский [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2022. – С. 43–48.

АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ В УПАКОВКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Е. В. Зацепина, Д. С. Веремко
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье исследуются актуальные тренды в производстве упаковочных материалов, выполнен анализ структуры рынка и современные тенденции развития упаковки, определены проблемы, связанные с производством и маркетингом упаковки.

Ключевые слова: упаковочные материалы, упаковка, потребитель, актуальные тренды в упаковке, экологичность.

CURRENT TRENDS IN CONSUMER PRODUCT PACKAGING

E. V. Zatsepina, D. S. Veremko
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article examines current trends in the production of packaging materials, analyzes the market structure and current trends in packaging development, and identifies problems related to packaging production and marketing.

Keywords: packaging materials, packaging, consumer, current trends in packaging, environmental friendliness.

Сектор упаковки развивается с помощью интеллектуальных, экологически чистых решений с целью повышения степени удовлетворенности потребительских запросов. В последние годы сформировались основные тенденции, которые включают интернет упаковки, активную упаковку, нанотехнологии и устойчивые материалы, такие как биоразлагаемые и перерабатываемые варианты. Такие технологии, как дизайн на основе искусственного интеллекта, интеллектуальные датчики, 3D-печать и роботизированная упаковка, оптимизируют операции и сокращают расходы для решения таких проблем, как рост отходов упаковки, в том числе от онлайн-покупок.

Рынок упаковочных материалов оценивается более 1,33 триллиона долларов США. Основными актуальными критериями выбора упаковочных материалов за последние годы стали инновационные технологии и экологичность [4]. Растет количество производителей и потребителей, которые осознанно подходят к выбору упаковок, не оказывающих значительного негативного влияния на окружающую среду, и имеют перспективы быть переработанными для последующего использования в производстве упаковочных материалов.

Кроме того, существует стремление производителей к минималистичному и функциональному дизайну упаковки. Все больше брендов используют упаковочные материалы, исходя из простоты использования и сокращения отходов. Такая тенденция тесно связана с растущей популярностью экологически сознательных брендов, которые подчеркивают приверженность устойчивости на протяжении всего жизненного цикла продукта. Оценка рынка упаковочных материалов позволяет сделать определенные выводы по перспективам развития этой отрасли.

По данным Word Bank темпы роста и удельный вес различных упаковочных материалов в перспективе может определяться следующим образом (рисунок 1).

Бумага и картон (Paper & cardboard): являются самым значительным сегментом рынка на протяжении всего периода, демонстрируя уверенный рост. Это указывает на продолжающийся спрос на экологически чистые и перерабатываемые упаковочные решения.

Устойчивый рост доли бумаги и картона подтверждает растущий интерес к устойчивой упаковке. Это, вероятно, связано с давлением потребителей и ужесточением экологических норм.

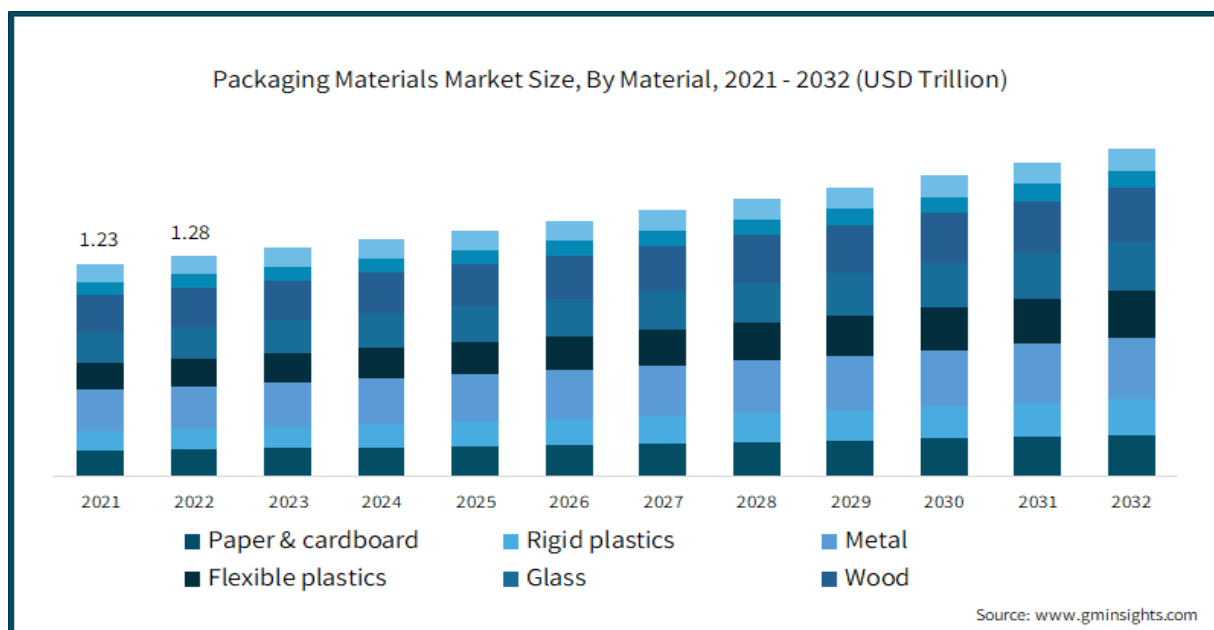


Рисунок 1 – Анализ рынка упаковочных материалов [4]

Жесткие пластмассы (Rigid plastics) – занимают второе место по величине доли рынка и показывают стабильный рост.

Несмотря на тренд к устойчивости, жесткие пластмассы по-прежнему важны для упаковки, особенно в тех случаях, когда требуется прочность и защита.

Гибкие пластмассы (Flexible plastics) – сохраняют заметную долю рынка, однако темпы их роста, похоже, несколько ниже, чем у бумаги/картона и жестких пластмасс.

Небольшие темпы роста гибких пластмасс могут быть связаны с обеспокоенностью по поводу утилизации и переработки. Компании, вероятно, будут искать более экологичные альтернативы гибким пластмассам.

Металл (Metal) – демонстрирует постепенный рост, что может быть связано с его долговечностью и возможностью переработки.

Их свойства вносят вклад в устойчивость.

Стекло (Glass) – занимает относительно небольшую долю рынка, но также показывает стабильный рост.

Дерево (Wood) – имеет самую малую долю рынка среди представленных материалов.

Белорусские производители упаковочных материалов так же стремятся следовать современным мировым тенденциям и запросам потребителей с учетом актуальных трендов. В Беларуси более 130 предприятий выпускают упаковку и упаковочные материалы. Одним из крупных и перспективных производителей является Добрушская бумажная фабрика, которая с 2021 года начала выпускать абсолютно новый продукт для Беларуси. Мелованные и немелованные виды многослойного картона для упаковки лекарственных препаратов, косметики, сигарет, многочисленных продуктов питания, а также в полиграфии. Безусловным преимуществом данного предприятия является сырье: целлюлоза и древесина осины и березы. Появление собственного производства такого картона в Беларуси открывает новые возможности для развития предприятий по производству упаковки и полиграфической продукции. Планируется, что таким образом будут решены вопросы импортозамещения, а также значительно увеличится экспортный потенциал целлюлозно-бумажной отрасли республики.

Для внутреннего рынка в Беларуси будет реализовываться около 20 % производимого картона, основной объем продукции будет приносить экспортную выручку. По статистическим данным в производстве упаковочной продукции Беларуси в наибольшей степени используются:

- бумажно-картонные материалы – 39 %,
- твердые пластики – 19 %,
- металл (алюминий, сталь) – 17 %,
- гибкие пластики – 12 %.
- другие – 13 %.

Безусловно, что упаковка, это прежде всего обеспечение сохранности товаров при транспортировке, хранении и реализации, однако маркетинг активно использует ее в целях продвижения товаров с применением инновационных маркетинговых решений, поэтому конкурентоспособность товаров имеет достаточно сильную взаимосвязь с качеством упаковки.

Наиболее актуальные тенденции в упаковке товаров можно представить следующими направлениями.

1. Экологичность и устойчивость.
2. Интеллектуальная упаковка.
3. Удобство и функциональность.

4. Персонализация и кастомизация.
5. Минимализм и прозрачность.
6. Дизайн, ориентированный на инклюзивность.

Особыми элементами успешных маркетинговых кампаний в последние годы чаще всего являются следующие ключевые черты:

- **ограниченный выпуск** – создает ажиотаж и стимулирует коллекционирование;
- **коллаборации** – привлекают внимание новой аудитории и объединяют разные бренды;
- **интерактивность** – вовлекает потребителей и создает запоминающийся опыт;
- **вирусность** – упаковка, которую потребитель фотографирует и делится информацией в социальных сетях [3].

Важно отметить, что эти тенденции могут варьироваться в зависимости от конкретной категории товаров, целевой аудитории и региона. Компании часто комбинируют несколько трендов для создания оптимальной упаковки, которая отвечает потребностям потребителей и соответствует стратегии бренда.

По результатам исследований можно определить следующие проблемы, связанные с производством и использованием упаковки.

1. **Высокая стоимость упаковки.** Упаковка иногда является весьма весомым фактором роста цены и как правило она рассчитана на разовое использование.

2. **Отражение истины на упаковке и в маркировке.** Эта группа проблем включает, в частности, разнообразие в размерах и формах упаковки, в указании сроков хранения и годности продукции; иногда, наличие информации, вводящей в заблуждение при указании цены, сортности, а также процентного состава основных компонентов.

3. **Загрязнение окружающей среды.** Например, около 40 % всех твердых отходов составляет в США выброшенная упаковка, которая создает проблему утилизации твердых отходов, стоящую огромных затрат. В Беларуси эта цифра составляет порядка 25 %. Еще более остро стоит вопрос о создании экологически чистой упаковки.

4. **Использование дефицитных ресурсов.** Упаковка часто производится из материалов, которые могут относиться к ограниченным ресурсам для некоторых стран (бумага, дерево, алюминий и др.) и при производстве упаковочных материалов могут быть необоснованные затраты энергоресурсов.

Упаковка служит инструментом обеспечения удобств, нужных покупателям, в следующих областях:

- защитных возможностей;
- простоты транспортировки;
- простоты открывания;
- простоты использования;
- простоты повторного открывания/закрывания (хранения);
- простоты хранения (в месте использования);
- простоты утилизации [2].

Визуальные характеристики упаковки, такие как цвет, форма и фактура, передают покупателю своеобразные сигналы о предполагаемом вкусе, качестве

продукта и даже индивидуальности бренда. В условиях высококонкурентного рынка упаковка становится конкурентным преимуществом

В современном мире, где конкуренция на рынке постоянно растет, упаковка становится важным элементом маркетинговой кампании. Создание уникальных и запоминающихся упаковок, которые привлекают внимание и вызывают интерес у потребителей, может значительно увеличить продажи. Это может включать в себя использование необычных форм, ярких цветов, креативных иллюстраций, интерактивных элементов или специальных выпусков упаковки, приуроченных к определенным событиям или праздникам.

Список использованных источников

1. Акулич, И. Л. Маркетинг / И. Л. Акулич. – URL: http://www.college.by/digital_library/economic/marketing_and_management_basics/akulich_marketing.pdf (дата обращения: 03.05.2025).
2. Упаковка, ее сущность и функции. – URL: https://studopedia.ru/12_133231_sushchnost-i-funktsii-upakovki.html (дата обращения: 03.05.2025).
3. Психология упаковки. – URL: <https://remos.ru/blog/archive/2018/packaging-guide/?ysclid=m7p611adif990050675> (дата обращения: 03.05.2025).
4. Онлайн исследования Nielsen. – URL: <https://www.retail.ru/news/potrebitelyam-nenuzhna-upakovka-issledovanie-nielsen/?ysclid=ma8jsvykwo808950070> (дата обращения: 03.05.2025).

ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ ВУЗА

С. Е. Плис, Н. Г. Надеина

**Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные проблемы PR-кампаний, выполнен анализ этапов разработки и их реализация. Рассмотрены особенности паблик рилейшнз в коммуникационной политике вуза. Сделаны выводы о перспективах и эффективности применения PR-мероприятий в высшем учебном заведении.

Ключевые слова: паблик рилейшнз, коммуникационная политика, целевая аудитория, имидж, образование, публикации, презентации, сотрудничество.

PUBLIC RELATIONS IN THE COMMUNICATION POLICY OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTION

N. G. Nadeina, S. E. Plis

**Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus**

Abstract. The article examines current issues in PR campaigns, analyzes the stages of their development and implementation, and explores the specifics of public relations within the communication policy of a higher education institution. Conclusions are drawn regarding the prospects and effectiveness of PR activities in university.

Keywords: public relations, communication policy, target audience, image, education, publications, presentations, collaboration.

Связи с общественностью – это феномен не XX века, корни его уходят глубоко в историю. Еще во времена расцвета таких цивилизаций, как Шумер, Китай, Вавилон, Древняя Греция и Древний Рим, людей убеждали в том, что им следует признать власть своих правительств и своей религии. Подобная практика существует до сих пор: межличностная коммуникация, искусство красноречия, организация специальных мероприятий, паблисити и так далее. Эта деятельность не носила название «связей с общественностью», но сегодня перед работниками публичной сферы, которые занимаются сходной деятельностью, ставят те же цели.

Эдвард Бернейс в начале XX века стал одним из главных основоположников и популяризаторов отрасли связей с общественностью. Он объединил пропаганду и психоанализ и впервые ввел такое понятие как «связи с общественностью» – public relations, или PR. Следует обратить внимание, что психологические аспекты играют значительную роль в планировании и реализации эффективных PR-кампаний. Учет факторов, таких как восприятие аудитории, эмоциональное воздействие и механизмы формирования доверия, позволяет создавать коммуникации, которые не только привлекают внимание, но и оказывают долгосрочное влияние. Использование когнитивных и эмоциональных триггеров способствует формированию позитивного отношения к бренду, увеличению уровня вовлеченности и укреплению лояльности целевой аудитории [2].

В современной бизнес среде PR выполняет определенную функциональную нагрузку, в том числе и создание у сотрудников организации чувства ответственности и заинтересованности в делах фирмы.

PR-деятельность в сфере бизнеса требует тщательной подготовки и организации, процесс ее планирования и реализации носит поэтапный характер (рисунок 1).

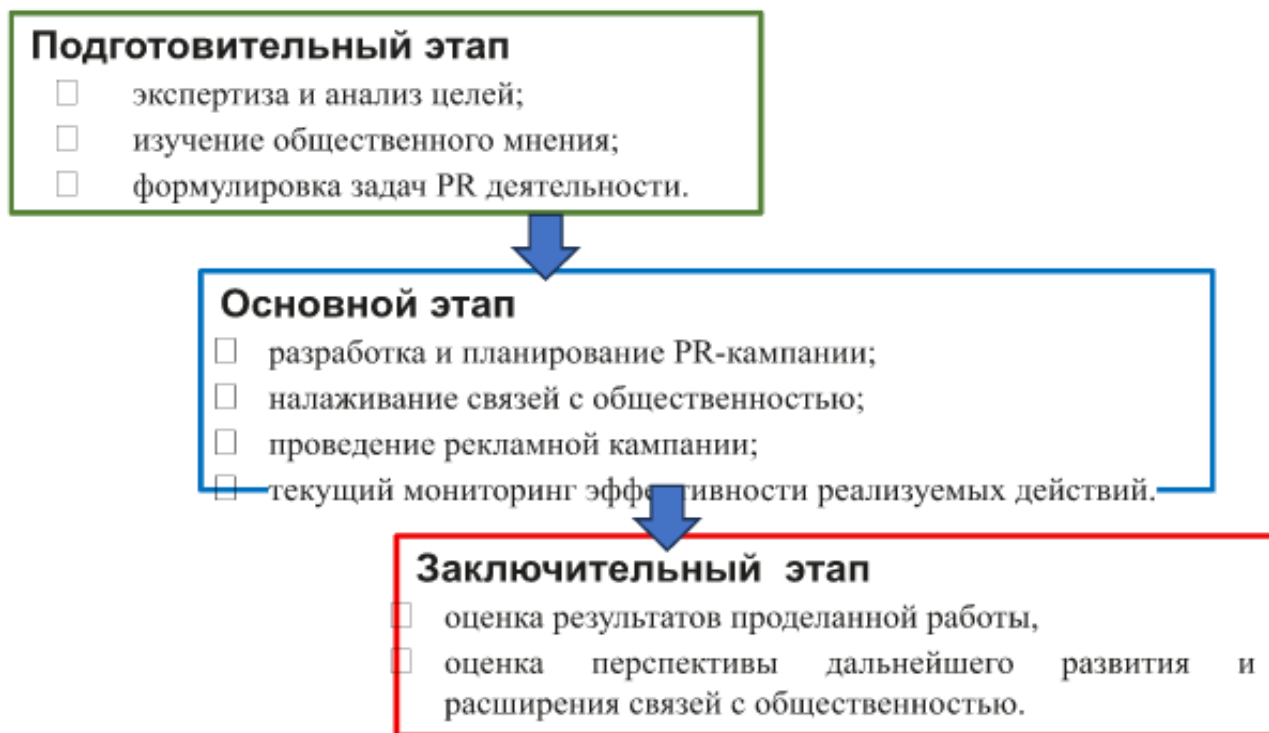


Рисунок 1 – Планирование паблик рилейнз

PR-кампания – это комплекс мероприятий, направленный на достижение PR-целей, сформулированных в задачах ее проведения. В рамках пиар-кампании используют различные PR-инструменты, чтобы донести до целевой аудитории ключевое сообщение бренда.

Главная цель любой PR-кампании – установить или поддержать благоприятные отношения компании, бренда или личности с целевой аудиторией.

Для решения всех этих задач есть множество PR-инструментов.

- Работа со СМИ – регулярные новости в СМИ, пресс-релизы о мероприятиях, экспертные комментарии.

- Участие в качестве гостя или эксперта в тематических или общественных мероприятиях.

- Проведение специальных мероприятий: выставок, презентаций, показов, аукционов, дней открытых дверей и так далее.

- Спонсорство мероприятий – футбольных матчей, конкурсов, концертов.

- Обучение пользователей: проведение вебинаров, мастер-классов, прямых эфиров.

- Ведение экспертных колонок и рубрик на внешних площадках и в тематических СМИ.

- Работа с аудиторией на форумах и в блогах: эксперт может отвечать на вопросы пользователей, консультировать их, комментировать темы.

- Контент-маркетинг – ведение блога, канала в Telegram, отдельных контентных проектов.

- Инфлюенс-маркетинг – интеграции с блогерами и лидерами мнений.

- PR-кампания позволяет:

- сформировать положительный образ субъекта;

- повысить узнаваемость субъекта;

- выстроить доверительные отношения с аудиторией;

- устранить негатив;

- повысить доход.

Паблик рилейшнз в коммуникационной политике вуза имеет определенные особенности. Формирование положительного имиджа образовательного учреждения предполагает, прежде всего, определение его основной цели и принципов деятельности. Основная цель должна заключаться в обеспечении, воспитании и развитии способных, одаренных и талантливых индивидуумов в соответствии с мировыми и национальными критериями, создании условий для интеллектуального, духовного и профессионального развития личности.

Достижение этой цели возможно только при комплексной реализации основных принципов обучения [3].

1. Гуманизма – утверждения человека как высшей социальной ценности.

2. Демократизма – создания условий для активного участия педагогов и учащихся в решении актуальных проблем учреждения образования.

3. Открытости обучения – ориентации обучения на целостный педагогический мир, его глобальные проблемы.

4. Вариативности образования – обеспечения широкого выбора профилей и подпрофилей обучения, форм и методов обучения

5. Активизации познавательной деятельности учащихся – интенсивного овладения знаниями, формирования умений и навыков добычи новых знаний, формирования положительной мотивации к обучению.

6. Формировании творческого потенциала – формирования умений и навыков ставить новые проблемы, как на теоретическом, так и на практическом уровнях, находить альтернативные способы их решения.

7. Единства обучения и воспитания – органического сочетания обучения, воспитания и развития личности.

Паблик рилейшнз имеют дело с реальной действительностью, с фактами, а не фикцией. Поэтому основой их успешной политики является абсолютная правдивость, тщательное планирование и выполнение программ, главной целью которых выступает удовлетворение общественных интересов. Если учреждение образования реализует основные принципы обучения и полностью соответствует стандартам, то исходя из этого, можно приступить к созданию PR-кампании, предоставив убедительную и правдивую информацию о высоком качестве предлагаемых образовательных и дополнительных услуг.

Позитивный имидж образовательного учреждения оказывает значительное влияние на его способности привлекать новых студентов и увеличивать число заявок на поступление. Родители и абитуриенты склонны выбирать учреждения, которые вызывают у них доверие, демонстрируют профессионализм и успешность своих выпускников. Это, в свою очередь, способствует формированию лояльного сообщества вокруг учреждения и поддержке его образовательной миссии.

Для описания текущих PR-инициатив Брестского государственного технического университета можно выделить несколько ключевых направлений.

1. Привлечение абитуриентов: Дни открытых дверей, «Каникулы в БрГТУ», информационные сессии в школах и на выставках образования.

2. Научные и образовательные проекты: презентация научных исследований и проектов студентов и преподавателей на международных и республиканских конференциях, публикации в научных изданиях.

3. Сотрудничество с индустрией: установление партнерских отношений с местными и международными компаниями для стажировок и практик студентов, проведение совместных семинаров и тренингов с представителями бизнеса.

4. Социальные инициативы: участие в благотворительных акциях и проектах,

организация мероприятий, направленных на экологическую устойчивость и социальную ответственность.

5. Цифровая коммуникация: использование социальных сетей и официального сайта для информирования о событиях, новостях и достижениях университета, разработка фото и видеоконтента.

6. Международное сотрудничество: участие в международных обменах и программах, что способствует привлечению иностранных студентов и преподавателей, проведение международных конференций.

Анализ текущих методов и инструментов паблик рилейшнз, применяемых в Брестском государственном техническом университете, позволяет выявить

сильные и слабые стороны коммуникационной стратегии. Важно отметить, что успешная реализация PR-мероприятий требует не только творческого подхода, но и систематического изучения мнения целевых аудиторий. Проанализировав результаты исследования, можно составить ряд рекомендаций, которые помогут улучшить PR-стратегии университета:

1. Усиление присутствия в социальных сетях: подача разнообразного контента, включая видео, опросы, посты с полезными советами для студентов; регулярная организация акций и конкурсов, чтобы стимулировать вовлеченность аудитории.

2. Позиционирование университета как лидера в образовательной сфере: акцент внимания на достижениях студентов, выпускников и преподавателей (например, исследования, научные открытия, победы в конкурсах); публикация статей и постов, где университет представлен как центр инноваций и развития.

3. Привлечение студентов через эмоциональные кампании: публикация историй успеха выпускников для вдохновения абитуриентов.

4. Организация мероприятий: Дни открытых дверей с использованием онлайн форматов, образовательные марафоны, мастер-классы и открытые лекции.

5. Продолжение эффективного взаимодействия со СМИ.

6. Аналитика и стратегическое планирование: постоянный анализ эффективности PR-мероприятий на основе опроса целевой аудитории и корректировки планирования.

Особое внимание при планировании публичных релейнгов в коммуникационной политике вуза следует уделить тому, что продвижение учебных заведений имеет двойную направленность как на внешнюю среду, так и на внутреннюю, они оказывают обоюдное влияние друг на друга. Университет со сплоченным коллективом и патриотически настроенными по отношению к нему студентами формирует соответствующий имидж, и абитуриенты получают возможность из общей массы образовательных учреждений выбрать лучший для себя вариант. Безусловно, продвижение должно быть не только креативным, но и иметь под собой фундамент из ресурсного, информационного и кадрового обеспечения. То есть на выполнение такой важной обязанности как продвижение услуг вузов нужно выделять как минимум специально подготовленные для этого кадры. Вузу не обязательно вкладывать огромные финансовые средства в коммуникационную политику, достаточно правильно оценивать и использовать имеющиеся у него ресурсы и силы.

Список использованных источников

1. Public Relations. – URL: <http://pr-stil.ru/svyazi-s-obshhestvennostyu> (дата обращения: 25.04.2025).
2. Игнатьев, Д. Public Relations : Настольная энциклопедия / Д. Игнатьев, А. Бекетов, Ф. Сарокваша. – М. : Альпина Паблишер, 2023. – 227 с.
3. Пищулин, Н. П. Маркетинг образования / Н. П. Пищулин. – М. : Жизнь и мысль, 2016. – 336 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В КИТАЕ

Чань Яцзин, Н. В. Потапова
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. Собственный капитал – показатель финансовой отчетности, оценка которого наиболее важна как для собственников, так и для управления предприятием. Развивающиеся белорусско-китайские экономические отношения обуславливают актуальность исследования вопросов оценки собственного капитала с позиции китайских инвесторов. Изучение методических аспектов формирования бухгалтерской информации о собственном капитале в Китае позволит определить направления унификации белорусской и китайской финансовой отчетности.

Ключевые слова: собственный капитал, оценка капитала, финансовая отчетность, китайские стандарты бухгалтерии.

DIGITAL SKILLS OF A MODERN ACCOUNTANT: A SCIENTIFIC APPROACH TO COMPETENCY DEVELOPMENT

Chan Yajing, N. V. Potapova,
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. Equity is a financial reporting indicator, the assessment of which is most important for both owners and for enterprise management. Developing Belarusian-Chinese economic relations determine the relevance of research into equity assessment issues from the perspective of Chinese investors. Studying the methodological aspects of forming accounting information on equity in China will help determine the directions for unifying Belarusian and Chinese financial reporting.

Keywords: equity, capital valuation, financial reporting, chinese accounting standards.

Современные системы финансового и управленческого учета должны соответствовать требованиям динамичного рынка. Их использование должно обеспечить предприятиям возможность оперативно реагировать на стремительные изменения внешней среды, такие как глобализация экономики, жесткая конкуренция, рост значимости рынков капитала в финансировании бизнеса, а также развитие цифровых технологий [1]. Компании сталкиваются с необходимостью адаптироваться к новым условиям, что требует более гибких подходов к стратегическому управлению.

Для владельцев бизнеса (акционеров, дольщиков) ценность капитала определяется возможностью получения дивидендов и увеличения активов. Потенциальных китайских инвесторов, в свою очередь, интересуют показатели, свидетельствующие о прибыльности вложений и успешной реализации инвестиционного проекта в Беларуси. Для них важно понимать, как оценивается соб-

ственный капитал в Беларуси, поскольку это непосредственно влияет на стратегию инвестирования и принятие решений о вложениях в предприятия.

Собственный капитал нельзя рассматривать лишь как набор активов, поскольку в балансе он может принимать как конкретную, так и абстрактную форму – выступать либо в виде стоимости, либо как учетная категория. Он может поступать извне либо формироваться за счет эффективной деятельности компании. Поэтому, в зависимости от целей оценки, требуется применение определенных методик, выбор которых зависит и от состава и содержания информации о стоимости капитала. Достоверная и актуальная информация о собственном капитале предприятия дает представление о масштабах компании, успешности ее развития, а в сопоставимости с другими показателями – о ее финансовом положении.

Современная нормативно-правовая база бухгалтерского учета в Китае претерпевает постоянное обновление и гармонизацию с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). В настоящее время основные документы и источники, на которых основывается учет, включают следующие элементы:

Закон о бухгалтерском учете КНР. Принятый еще в 1985 году, этот закон остается фундаментом для всей системы бухгалтерского учета в Китае. Однако в последние годы его положения регулярно пересматриваются и корректируются с целью адаптации к новым экономическим реалиям и требованиям цифровой экономики [2].

Китайские стандарты бухгалтерского учета для бизнес-предприятий (CAS BE). С 2006 года Китай начал активную адаптацию национальных стандартов к МСФО. В 2007 году были введены новые Китайские стандарты бухгалтерского учета, которые с течением времени подвергаются корректировкам для повышения прозрачности и сопоставимости финансовой информации. Эти стандарты охватывают все аспекты учета: от признания выручки до оценки имущества, обязательств и раскрытия информации в отчетности [3].

CAS (Китайские стандарты бухгалтерского учета для предприятий) устанавливаются Министерством финансов Китайской Народной Республики. Эти стандарты применяются ко всем предприятиям, созданным на территории Китайской Народной Республики

Методические указания и нормативные документы Министерства финансов КНР. Для практического применения основных законов и стандартов Министерство финансов регулярно выпускает разъяснения, руководства и инструкции. Они определяют порядок составления бухгалтерской отчетности, методику применения стандартов в специфических отраслях экономики, а также учитывают последние технологические достижения – например, интеграцию с электронными системами ведения учета и автоматизацию процессов контроля.

Руководящие принципы по гармонизации с международными стандартами. В последние годы наблюдается тенденция к более тесной интеграции китайской системы бухгалтерского учета с международными стандартами. В этом контексте Министерство финансов выпускает специальные документы, направленные на дальнейшее сближение CAS BE с МСФО, что особенно актуально для компаний, ведущих деятельность на международном уровне или котирующихся на зарубежных биржах.

В настоящее время экономические преобразования в стране и активное распространение международных стандартов финансовой отчетности оказали огромное влияние на формирование регулирования учета и отчетности в Китае. Система регулирования бухгалтерского учета и отчетности, которая принимается Министерством финансов Китая, выделяет четыре уровня – законодательный, нормативный, методический и организационный уровни [4].

Предметы бухгалтерского учета и основные методы бухгалтерского учета формулируются на основе положений о признании и оценке собственного капитала, содержащихся в стандартах бухгалтерского учета предприятий, охватывающих операции или вопросы различных типов предприятий.

Предприятия могут добавлять, разделять или объединять статьи учета на основе их фактического состояния, не нарушая положений стандартов бухгалтерского учета о признании, измерении и отчетности. Для операций или вопросов, которые не существуют на предприятии, нет необходимости создавать соответствующие счета бухгалтерского учета. Для детализации бухгалтерского учета предприятия могут формировать счета самостоятельно в соответствии с положениями Плана счетов.

Зарегистрированный капитал в Китае – это первоначальные инвестиции, вложенные акционерами в компанию – совместное предприятие или предприятие со стопроцентным иностранным капиталом (WFOE) в режиме иностранных инвестиций. Эта сумма должна быть зарегистрирована в местном отделении Государственного управления по регулированию рынка (SAMR) при регистрации компании. Она включается в лицензию на ведение бизнеса компании, Устав (AoA) и инвестиционный сертификат, выдаваемый акционерам после регистрации [5].

Минимальный размер зарегистрированного капитала для учреждения компании (включая предприятия с иностранными инвестициями (FIE)) в Китае отсутствует, за исключением тех, которые работают в определенных отраслях, таких как ценные бумаги, банковское дело и страхование. Таким образом, размер зарегистрированного капитала представляет собой приблизительную сумму капитала, которую компания ожидает вложить в течение определенного количества лет. Китай следует модели подписного капитала, что означает, что взносы в капитал не должны быть оплачены авансом.

Рассмотрим особенности оценки и учета собственного капитала в Китае [2].

Собственный капитал в системе учета Китая отражается по следующим счетам:

- 4001 Оплаченный капитал;
- 4002 Резервный капитал;
- 4101 Излишек резерва;
- 4102 Резерв общего риска;
- 4103 Прибыль за год;
- 4104 Распределение прибыли.

Счет 4001 Оплаченный капитал используется для учета оплаченного капитала, полученного предприятием от инвесторов.

Акционерное общество с ограниченной ответственностью должно изменить этот счет на 4001 Акционерный капитал.

Часть вноса в капитал, полученная предприятием, которая превышает его долю в уставном капитале или акционерном капитале, учитывается как капитальная премия или эмиссионный доход на счете 4002 Резервный капитал.

Кредитовое сальдо этого счета на конец периода отражает оплаченный капитал предприятия или общую сумму акционерного капитала.

На счете 4002 Резервный капитал учитывается часть вноса в капитал, полученного предприятием от инвесторов, которая превышает их долю в уставном капитале или акционерном капитале. Прибыли и убытки, напрямую отражаемые в составе собственного капитала, также учитываются на этом счете.

В Китае обязаны поддерживать резервный фонд капитала и должны выплачивать часть своих годовых дивидендов в этот фонд. В частности, компания должна выплачивать 10 процентов годовой прибыли после уплаты налогов в резервный фонд капитала, до 50 процентов от общего зарегистрированного капитала.

На счете 4101 Излишек резерва учитываются излишки резервов, извлеченные из чистой прибыли предприятия.

На этом счете должен вестись подробный учет отдельно по «законным избыточным резервам» и «дискреционным избыточным резервам».

Предприятия с иностранными инвестициями также должны вести подробный учет «резервных фондов» и «фондов развития предприятий» соответственно.

Когда китайско-иностранное совместное предприятие возвращает инвестиции инвесторов в течение периода сотрудничества, в этом счете для бухгалтерского учета должен быть создан подробный счет «прибыль возврата инвестиций».

На счете 4102 Резерв общего риска учитываются резервы общего риска, изымаемые из чистой прибыли предприятий (финансов) в соответствии с нормативными актами.

Резерв общего риска, созданный предприятием, дебетуется со счета «Распределение прибыли – Расчеты по резерву общего риска» и зачисляется на этот счет. Использовать резервы общего риска для покрытия убытков, дебетовать этот счет и кредитовать счет «Распределение прибыли – Резервы общего риска для покрытия убытков».

Кредитовое сальдо этого счета на конец периода отражает общий резерв риска предприятия.

Счет 4103 Прибыль за год используется для учета чистой прибыли, полученной (или чистого убытка), предприятием в текущем периоде.

При переносе предприятием прибыли на конец периода (месяца) необходимо перевести на этот счет суммы различных счетов прибылей и убытков для уравнивания всех счетов прибылей и убытков. Кредитовое сальдо данной статьи после перевода представляет собой чистую прибыль, полученную в текущем периоде; дебетовое сальдо представляет собой чистый убыток, понесенный в текущем периоде.

По окончании финансового года чистая прибыль, полученная в текущем году после вычета доходов и расходов текущего года, перечисляется на счет «Распределение прибыли», дебетуя этот счет и кредитуя счет «Распределение прибыли – Нераспределенная прибыль»; если это чистый убыток, сделайте противоположную бухгалтерскую запись. После перевода на этом счете не должно быть остатка средств.

Счет 4104 Распределение прибыли. На этом счете регистрируется распределение прибыли предприятия (или возмещение убытков) и остаток после распределения (или возмещения) за предыдущие годы.

На этом счете следует подробно отразить «ассигнование обязательных резервов», «ассигнование дискреционных резервов», «выплачиваемые денежные дивиденды или прибыль», «дивиденды, конвертированные в капитал», «резервы для покрытия убытков» и «нераспределенную прибыль».

Счет 4201 Казначейские акции. Данный счет используется для учета суммы приобретенных, переданных или аннулированных акций компании.

Порядок учета собственного капитала в Китае регулирует Стандарт бухгалтерского учета предприятия – Базовые стандарты, Глава V. Собственный капитал:

Статья 26 «Собственный капитал» относится к остаточной доле, которой пользуется собственник после вычета обязательств из активов предприятия. Собственный капитал компании также называется акционерным капиталом.

Статья 27 «Источники собственного капитала», которыми являются капитал, инвестированный владельцем, прибыли и убытки непосредственно отраженные в собственном капитале, нераспределенная прибыль и т. д.

Прибыли и убытки, напрямую отраженные в составе собственного капитала, относятся к прибылям и убыткам, которые не должны включаться в прибыль или убыток текущего периода, но которые приведут к увеличению или уменьшению собственного капитала и не связаны с капиталом, инвестированным владельцами, или распределением прибыли среди владельцев.

Статья 28 «Размер собственного капитала» зависит от оценки активов и обязательств.

Статья 29 – статьи собственного капитала включаются в баланс.

Отчет об изменениях в собственном капитале должен отражать увеличение или уменьшение каждого компонента собственного капитала в течение отчетного периода. Совокупный доход и изменения в собственном капитале в результате операций с капиталом с собственниками или акционерами должны быть представлены отдельно.

Капитальные операции с собственниками – это операции между предприятием и его собственниками, выступающими в качестве собственников, которые приводят к изменениям в собственном капитале предприятия.

В отчете об изменениях в собственном капитале должны быть отдельно отражены следующие показатели:

1) общий совокупный доход. В консолидированном отчете об изменениях в собственном капитале общий совокупный доход, причитающийся владельцам материнской компании, и общий совокупный доход, причитающийся миноритарным акционерам, также должны быть представлены отдельно;

2) совокупный эффект изменений в учетной политике и исправлений ошибок прошлых периодов;

3) капитал, инвестированный собственниками, и распределение прибыли среди собственников;

4) излишки резервов, выделяемые в соответствии с правилами;

5) начальные и конечные остатки по каждому компоненту собственного капитала и их сверки.

Таким образом, современная система бухгалтерского учета собственного капитала в Китае базируется на сочетании устоявшихся нормативных актов с динамично обновляемыми стандартами и методическими рекомендациями, позволяющими гибко реагировать на изменения в экономике и информационные потребности для пользователей глобальной финансовой отчетности. Это обеспечивает не только прозрачность и достоверность учетной информации для зарубежных инвесторов, но и способствует укреплению доверия со стороны инвесторов, кредиторов, а также международного делового сообщества.

Список использованных источников

1. Потапова, Н. В. Интеллектуальная экономика: проблемы и преобразования в бухгалтерском учете / Н. В. Потапова // Перспективные направления инновационного развития и подготовки кадров. – 2024. – № 2. – С. 136–138.

2. О бухгалтерском учете : Закон КНР / Китайский информационный интернет-центр. – URL: http://russian.china.org.cn/links/txt/2007-09/25/content_8946346.htm/ (дата обращения: 01.05.2025).

3. Китайские стандарты бухгалтерского учета и налогового соответствия в Китае. – URL: <https://ru.set-up-company.com/available-services/monthly-accounting-service/overview.html/> (дата обращения: 03.05.2025).

4. Законодательство Китая. – URL: http://chinalawinfo.ru/economic_law/statuteequity_joint_ventures_implementation/statute_equity_joint_ventures_implementation_ch11/ (дата обращения: 03.05.2025).

5. Зарегистрированный капитал в Китае: полное руководство для иностранного бизнеса. – URL: https://www-china--briefing-com.translate.goog/news/registered-capital-in-china-a-comprehensive-guide-for-foreign-businesses/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc (дата обращения: 01.05.2025).

СОТРУДНИЧЕСТВО РЕГИОНОВ РОССИИ И БЕЛАРУСИ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Л. А. Захарченко, Г. Б. Медведева
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье рассматривается сотрудничество регионов России и Беларуси, выявлены факторы, влияющие на устойчивый экономический рост.

Ключевые слова: межрегиональное взаимодействие.

COOPERATION BETWEEN THE REGIONS OF RUSSIA AND BELARUS AS A FACTOR OF SUSTAINABLE ECONOMIC GROWTH

L. A. Zakharchenka, G. B. Medvedeva
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article discussed the cooperation between the regions of Russia and Belarus. The factors influencing sustainable economic growth have been identified.

Keywords: interregional cooperation.

Россия и Беларусь уже долгое время являются стратегическими партнерами, наиболее глубокая интеграция между ними реализуется в Союзном государстве. В современных условиях реализация главных направлений по развитию экономической интеграции заметно ускорилась. Одной из форм такой интеграции, получившей значительное развитие, является межрегиональное сотрудничество в различных формах: между правительствами государств-участников; между различными ведомствами; между правительствами и регионами; между непосредственными регионами государств-участников.

Эта форма сотрудничества позволяет учитывать особенности и потребности различных регионов и обеспечивать более эффективное взаимодействие на местном уровне. Примером такого сотрудничества может служить совместная реализация проектов в области торговли, туризма, культуры, образования и других сферах. Кроме того, оно способствует улучшению жизни населения и повышению уровня благосостояния в регионах.

Регионы Беларуси и России выступают равноправными партнерами, что закреплено во многих государственных программах и является основой формирования долгосрочных отношений.

Беларусь как партнер обладает достаточным производственным, техническим и кадровым потенциалом в различных сферах, основанном на использовании новых инновационных технологий. Это позволяет производить конкурентоспособную продукцию, о чем свидетельствует тот факт, что по индексу конкурентоспособности промышленности Беларусь входит в топ-50 стран мира. В Глобальном инновационном индексе в 2023 году она заняла 80-е место из 132 стран, а по таким показателям, как «Образование» и «Высшее образование», соответственно – 26 и 13 места; в группе «Человеческий капитал и наука» субиндекса «Инновационные ресурсы» Беларусь вышла на 37-е место в мире [1]. О степени развития межрегионального сотрудничества свидетельствуют регулярные встречи на различных уровнях, только в 2023 г. представители регионов двух стран совершили более 200 визитов друг к другу.

В основе межрегиональных контактов лежит сотрудничество стран в области развития экспорта, промкооперации и поставки продукции. Особую роль в развитии межрегиональных отношений играет ежегодный Форум регионов, который является важнейшей площадкой для подписания контрактов и демонстрации промышленного и аграрного потенциала. В 2023 году состоялся X Форум регионов России и Беларуси, в котором приняли участие около 60 регионов России и все области Беларуси – это более 4,5 тысяч человек.

Для содействия развитию взаимных контактов созданы советы делового сотрудничества с Москвой, Санкт-Петербургом, Нижегородской и Свердловской областями. Эффективным инструментом регулирования двусторонних отношений являются совместные рабочие группы по сотрудничеству, созданные более чем с 50 регионами.

Для усиления межрегионального сотрудничества со стороны Беларуси за 30 членами правительства и руководителями государственных организаций, подчиненных Совету Министров, закреплено 57 регионов Российской Федерации, являющихся основными торговыми партнерами и обладающих значительным экономическим потенциалом.

Основу межрегионального взаимодействия нашей страны с российским регионом традиционно составляет торговля товарами и услугами, которая постоянно

растет. Так, по данным Белстата взаимный товарооборот в прошлом году вырос на 14 %, до трех трлн российских рублей (45,7 млрд долларов). И эта тенденция продолжается: товарооборот двух стран в январе – сентябре 2023 г. составил 2,9 трлн российских рублей (более 100 млрд в белорусских или около 31,6 млрд долларов), а значит, рост почти равен 11 %.

В торговле России с Беларусью присутствует определенный аспект. Наиболее распространенной формой экспорта из России в Республику Беларусь является торговля сырьевыми товарами, в то время как при импорте из Беларуси в Россию – торговля готовой продукцией и изделиями в разобранном виде [2].

Торговый режим, который сложился между Российской Федерацией и Республикой Беларусь, взаимовыгодный и позволяет странам по приемлемым ценам приобретать различные товары: от грузовой автомобильной техники до энергоносителей (природный газ).

География российских регионов свидетельствует о наращивании интенсивности торгового обмена с Беларусью, причем даже для тех регионов, которые не имеют границ нашей республикой. Степень развития товарооборота с российскими регионами весьма различна.

Например, регионы России, расположенные на западе страны, имеют близость к границе с Беларусью и удобную транспортную инфраструктуру. Это способствует развитию взаимовыгодного сотрудничества в различных отраслях, таких как производство, сельское хозяйство, строительство, информационные технологии и другие. Также особенно важными являются регионы с развитой промышленностью и высоким уровнем технологического потенциала, которые могут находить синергии в сотрудничестве с белорусскими партнерами. Наблюдается заметный крен в пользу Москвы, Санкт-Петербурга и Московской области: совокупная доля этих трех субъектов в российской торговле с Республикой Беларусь – свыше 60 %.

Затем, есть регионы с очень высоким объемом товарооборота. Например, Тюменская область занимает первое место по объему товарооборота, который в январе – июле 2023 года составил около 1,7 млрд долларов США. Предполагается, что объем торговли Ленинградской области с Республикой Беларусь по итогам 2023 года вырастет примерно на четверть и достигнет 1 млрд долларов. Но в тоже время есть районы, где товарооборот еще только зарождается. Так, восточнее Томской области нет ни одного субъекта Российской Федерации, где доля Беларуси во внешнеторговом обороте превышала бы 2 %. В Калининградской области этот показатель не превышает 9 %, хотя регион находится в числе лидеров по объемам поставок из Республики Беларусь.

Таким образом, сотрудничество регионов России и Беларуси играет ключевую роль в обеспечении устойчивого экономического роста и содействии развитию обеих стран. Поэтому важно продолжать развивать партнерские отношения и укреплять взаимодействие между регионами двух стран.

Список использованных источников

1. Медведева, Г. Б. Анализ положения Беларуси в международных рейтингах уровня инновационного развития стран и государственная инновационная политика / Г. Б. Медведева, Л. А. Захарченко // Инновации: от теории к практике : сб. науч. статей VIII Межд. научно-прак. конф., г. Брест, 21–22 окт. 2021 г.; редкол.: В. В. Зазерская [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2021. – С. 90–94.

2. Регионы Республики Беларусь : Статистический сборник / Минск, 2023. – URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya.../index_78807/ (дата обращения: 14.02.2024).

3. Бахлова, О. В. Межрегиональное сотрудничество и интеграция в рамках Союзного государства Беларуси и России: специфика сопряжения и информационного сопровождения / О. В. Бахлова, А. Н. Слугина // Регионоведение. – 2022. – Т. 30, № 1 (118). – С. 10–30.

МАРКЕТИНГ ТЕАТРАЛЬНЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОГО ТЕАТРА КУКОЛ)

Д. А. Зарецкая, Р. А. Олиферук, Д. С. Киселева, М. С. Коценя, А. Г. Проровский
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье проведен SWOT-анализ Брестского театра кукол. Сделаны выводы и предложения по развитию театральных услуг, рассчитанных на взрослую аудиторию.

Ключевые слова: театр кукол.

MARKETING OF THEATRICAL SERVICES (USING THE EXAMPLE OF THE BREST PUPPET THEATER)

D. A. Zaretskaya, R. A. Aliferuk, D. S. Kiselyova, M. S. Kotsenya, A. G. Prarouski
Brest State Technical University
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article provides a SWOT analysis of the Brest Puppet Theater. Conclusions and suggestions are made on the development of theatrical services designed for an adult audience.

Keywords: the puppet theater.

Введение

Брестский театр кукол прошел путь от локальной детской студии до значимого культурного института, сочетающего традиции и инновации. Его развитие отражает эволюцию кукольного искусства в Восточной Европе, а активная социальная позиция и открытость мировым тенденциям делают его примером для современных театров.

Развитие взрослых кукольных театров связано с изменением эстетики и расширением тематики спектаклей, выходящих за рамки детских сказок и затрагивающих взрослые проблемы и классику мировой литературы [1]. Сегодня кукольный театр становится более универсальным, сочетая драматическое, музыкальное и пантомимическое искусство, а артисты выходят из-за ширмы, демонстрируя пластическое и драматическое мастерство. В XX веке кукольный театр прошел путь от полупрофессиональных постановок к профессиональному искусству с высокой технологичностью и синтетическим подходом. Важным этапом стало включение живых актеров в спектакли, что расширило выразительные возможности театра и позволило привлечь взрослую аудиторию. В наши

дни театры кукол активно работают над привлечением взрослых и подростков, создавая сложные технические постановки и коллаборации с драматическими театрами.

Брестский театр кукол был основан в 1963 году. В первые годы его деятельность сосредоточилась на постановках для детей, основанных на народных сказках и классической литературе. Театр стремился привить юным зрителям любовь к искусству через доступные и красочные спектакли с использованием традиционных кукол (перчаточных, тростевых). В 1980-х театр начал расширять репертуар, включая современные пьесы и эксперименты с формой (например, сочетание кукол и живых актеров). После распада СССР появились постановки, затрагивающие философские и социальные темы, рассчитанные не только на детей, но и на взрослых. Брестский театр кукол активно участвует в международных фестивалях, что укрепляет репутацию театра [2]. В настоящее время в репертуаре Брестского театра кукол сочетается классика (например, «Буратино», «Кот в сапогах») и новаторские работы, включая экологические и социальные темы («Сказка о пластиковом мире»). В 2018 году здание театра было модернизировано, улучшены технические возможности сцены и зрительный зал.

Для разработки программы развития деятельности Брестского театра кукол необходимо провести SWOT-анализ.

Сильными сторонами являются следующие.

1. Уникальность спектаклей – для того, чтобы получить еще большую выгоду от данного аспекта, необходимо заняться разнообразием жанров, дабы охватить еще больше аудитории.

2. Цена – в случае ценовой политики необходимо провести ряд действий по ее корректировке для того, чтобы они были более конкурентоспособными. За основу можно взять пример ценовой политики Брестского драматического театра.

3. Режиссура и актерский состав – в данном случае необходимо сформировать более тесную связь между актерами и зрителями. Этого можно достигнуть, проводя различные мероприятия по продвижению с возможностью более близкого знакомства с труппой (проведение подкастов, различных выставок и мероприятий до и после спектаклей, а также в другое время). Это будет способствовать формированию еще более положительного образа в голове зрителя, что будет улучшать имидж театра.

Слабыми сторонами являются следующие.

1. Мало места – относительно узкие коридоры и залы у гардероба вызывают дополнительную давку, дискомфорт посетителей. Возможно, можно проработать альтернативные пути выхода из театра и открыть дополнительные гардеробы, чтобы разгрузить основные залы. Понаблюдав за зрителями, которые собирались в небольшие группки на улице, чтобы обсудить только что просмотренный спектакль, можно сделать вывод, что проделать аналогичный набор действий внутри здания театра им было неудобно. Из этого феномена можно сделать официальную фишку театра, которая будет работать на улучшение имиджа театра и его узнаваемость, если создать необходимые комфортные условия для пребывания посетителей после спектакля. Например, выделить отдельное помещение для этих целей.

2. Длительность спектаклей – хоть у спектаклей с продолжительностью до часа есть свои преимущества, они исключают необходимость антракта, что в свою очередь лишает театр прибыли, которую мог бы приносить буфет. Можно разнообразить репертуар спектаклями большей продолжительности.

3. Парковка – сложность припарковаться в центре Бреста.

4. Навигация по зданию – нечеткая или неинтуитивная навигация по зданию заставляет посетителей нервничать, что может негативно отразиться на впечатлении от посещения театра в целом. Негативный эффект усиливается, если посетитель уже опаздывает на спектакль. В таком случае, дополнительная задержка скажется не только на психологическом состоянии самого посетителя, но и причинит неудобства другим посетителям, уже находящимся в зрительном зале. В отдельных случаях это может привести к тому, что опоздавшего посетителя могут не допустить к просмотру спектакля, что окончательно испортит впечатление о визите и может в дальнейшем вылиться в индивидуальное прекращение посещения данного театра, нелестных отзывах на сайте и соцсетях. Для решения проблемы можно разместить на стенах таблички-указатели в единой стилистике. Если подойти к дизайну указателей с креативом, например, внедрив различные элементы театральной тематики или отсылки на известные спектакли, то из них могут получиться уникальные декоративные акценты.

Возможности.

1. Постоянный зритель – эту возможность можно использовать для настройки обратной связи и создания специальных мероприятий для постоянного зрителя (например, встречи с актерами и режиссерами постановок), что создаст связь между постоянным зрителем и театром и прослужит своеобразным «поощрением» для зрителей. Так же данная возможность стимулирует «сильную сторону» SWOT-анализа – «Режиссура и актерский состав».

2. Гастроли к нам – таким образом можно укрепить взаимоотношения с другими театрами и привлечь их зрителей к вашему театру, расширяя вашу аудиторию. Такие гастроли могут разнообразить предложения для зрителей, что рекомендовалось сделать ранее. Так же гастроли других трупп можно использовать как возможность для продвижения своего театра, как через совместные мероприятия, так и с помощью, например, различного рода буклетов, афиш и анонсов представлений.

3. Фестивали – участие в фестивалях поможет повысить видимость и известность вашего театра, привлечь новую аудиторию, а также повысить уровень значимости театра в глазах постоянного зрителя. Фестивали могут рассматриваться как возможность для поиска инвесторов и налаживания контактов с другими театрами.

4. Гастроли нашей труппы – это поможет найти новых зрителей в других городах, повысить видимость и известность театра в целом и повысить значимость театра в глазах постоянного зрителя, в случае достаточной рекламной деятельности.

Угрозы.

1. Снижение количества ценителей театров – для решения данной проблемы необходимо активное продвижение в социальных сетях, которые использует целевая аудитория (публикация фото, видео, анонсов спектаклей, backstage-

контента в Instagram, проведение онлайн-конкурсов и розыгрышей билетов в соцсетях, разработка новых интерактивных спектаклей с использованием современных технологий (проекции, видео-арт) для привлечения внимания).

2. Снижение финансирования – для решения данной проблемы необходимо расширение источников дохода за счет: проведения творческих встреч с актерами театра, продажи сувенирной продукции (куклы, афиши, книги), организации платных экскурсий по закулисам театра, экскурсии на крыше, по зданию.

3. Интернет – необходимо использовать интернет в качестве дополнительного канала продвижения для взаимодействия с интернет-ресурсами для детей и семей: запись и публикация фрагментов спектаклей на YouTube, в Instagram, создание онлайн-курсов по кукловодству, развитие в Instagram, публикация фото и видео с подробной информацией о театре: история, спектакли, актеры, новости, билеты, интерактивные игры и задания для детей, связанные с кукловодством, сотрудничество с блогерами, которые пишут о детских мероприятиях и проведение онлайн-конкурсов совместно с ними.

Заключение

Продвижение кукольного театра среди взрослой аудитории требует креативного подхода и переосмысления традиционных форматов. Для этого необходимо: создавать контент для соцсетей с публикацией закулисных видео, провокационные или ироничные тизеры спектаклей, использование минималистичных афиш, темных тонов, абстракции или провокационных образов, создавать взрослые сюжеты (сатира, политика, психологические драмы, мистика, эротика, философские притчи), перенесение на сцену произведений Кафки, Оруэлла, Булгакова или современных сериалов в кукольной интерпретации, интеграция искусства и технологий, привлечение современных художников, музыкантов или digital-дизайнеров для мультимедийных проектов создание интерактивных спектаклей, совмещение спектаклей с дегустацией виски, коктейлями или тематическими после-пати, проведение шоу в барах, лофтах, на крышах или в арт-кластерах постановка спектаклей по вселенной «Игры престолов» или «Секретных материалов», платная подписка на записи спектаклей с Q&A сессиями, организация флэш-мобов, где зрители пародируют кукольных персонажей, приглашение театральных критиков, блогеров-урбанистов, стендап-комиков на премьеры, организация сбора средства на авангардный спектакль, предлагая бэкерам эксклюзивные бенефиты, организация мастер-классов, где взрослые учатся создавать кукол-монстров в стиле Тима Бертона или пишут мрачные пьесы, встречи с ценителями театра, где расскажите о истории кукольного театра и истории создания спектаклей, организация подписки на сезон с бонусами (встречи с актерами, экскурсии за кулисы), организация опросов. Необходимо превратить кукольный театр в интеллектуальный эскапизм для взрослых, где метафоры говорят громче слов.

Список использованных источников

1. Татьяна, О. В. Куклы для взрослых: как меняется кукольный театр / О. В. Татьяна. – URL: <https://sputnik.by/20230327/kukly-dlya-vzroslykh-kak-menyaetsya-kukolnyy-teatr-1073615244.html> (дата обращения: 06.05.2025).

2. Проровский, А. Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в регионах Республики Беларусь / А. Г. Проровский // Предпринимательство и национальная безопасность. – Минск : Академия управления при Президенте Респ. Беларусь, 2024. – С. 151–173.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА СТРАН ЕАЭС

Е. Н. Хутова

Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье представлены сведения о показателях функционирования потребительского рынка Евразийского экономического союза и стран-участников. Выявлены особенности функционирования рынка, условия его дальнейшего развития.

Ключевые слова: рынок, экономический союз, интеграция, таможенное регулирование, товарооборот.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE CONSUMER MARKET IN THE EAEU COUNTRIES

E. N. Khutava

Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article presents information about the indicators of functioning of the consumer market of the Eurasian Economic Union and member countries. The peculiarities of the market functioning and conditions for its further development are revealed.

Keywords: market, economic union, integration, customs regulation, trade turnover.

Введение

Евразийский экономический союз – международная организация региональной экономической интеграции, обладающая международной правосубъектностью [1].

Правовой основой организации стал Договор о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года, который определил основные принципы и цели создания, условия проведения скоординированной экономической политики, обеспечивающие его эффективное функционирование и дальнейшее развитие [2].

1 Создание потребительского рынка ЕАЭС

Потребительский рынок (общий рынок товаров и услуг) ЕАЭС сформирован путем экономической интеграции участников ЕАЭС. Является достаточно крупным, обладает большим рыночным и экономическим потенциалом, объединяет часть территории Евразии, а также экономик пяти стран – России, Беларуси, Казахстана, Армении и Кыргызстана. На рынке представлены товары и услуги внутреннего производства разных отраслей стран-участников, которые обеспечивают удовлетворение разнообразных потребностей населения, а также товары импортируемые.

2 Развитие потребительского рынка ЕАЭС

Условия развития потребительского рынка ЕАЭС:

1) Функционирование единого рынка услуг.

Перечень услуг в рамках созданного единого рынка услуг (ЕРУ) в области строительства, архитектуры и дизайна; аренды и проката; оптовой и розничной торговли; ведения сельского и лесного хозяйства; транспортного обеспечения и складирования; туризма и других сферах, размещен на официальном сайте ЕЭК [3].

За период 2015 – 2023 годов в ЕРУ было включено 128 секторов услуг, Перечень постоянно расширяется, и в 2024 году уже 140 услуг могли оказываться без дополнительных условий [4]. Важным является не количественное выражение услуг, а либерализация и преференции, которые получает бизнес любой из пяти стран. Единый рынок услуг стран ЕАЭС функционирует без ограничений с полным равенством компаний, признаются разрешения (лицензии) и имеющиеся квалификации специалистов без необходимости их подтверждения и оформления юридического лица в другой стране Союза. Это способствует повышению конкурентоспособности услуг, снижению цен и тарифов для потребителей и сокращению издержек для исполнителей услуг (работ).

2) Применение единых стандартов и нормативных требований.

Повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции (услуг) на международном рынке, а также возможность эффективного товарообмена и совместного использования продукции (ее частей, комплектующих, деталей) и оказания услуг достигается за счет установления единообразных нормативных требований к продукции (услугам) стран ЕАЭС, соответствующих мировому уровню.

Внедрение стандартов ЕАЭС в различных отраслях (машиностроение, пищевая, легкая промышленность, сельское хозяйство, транспорт и других) обеспечивает гармонизацию и упрощение торговли между странами. В 2024 году процесс продолжился.

Единые требования к продукции (услугам) в ЕАЭС обеспечиваются техническими регламентами путем: внесения изменений в действующие нормы; разработки и принятия новых технических требований; отмены неактуальных [5]. По состоянию на конец 2024 года к 88 % продукции установлены технические нормы обязательного исполнения, разрабатываются 10 новых техрегламентов. Объектами технического нормирования выступают показатели идентификации и безопасности продукции и сырья для его производства; маркировки; порядка выполнения работ и оказания услуг; методов экспертизы и оценки соответствия и другие.

Для обеспечения безопасности пищевых продуктов, отдельных непродовольственных товаров (бытовой техники, электроники), растений и животных, подлежащих санитарному и фитосанитарному контролю, в ЕАЭС применяются Единые СФС-требования (санитарные и фитосанитарные требования) в отношении параметров качества и безопасности, маркировки, методов контроля и других объектов нормирования [2]. Соблюдение единых требований обеспечивает защиту потребителей, предотвращение распространения болезней и вредителей.

3) Обеспечение свободы перемещения товаров стран-участников ЕАЭС в рамках Таможенного союза (ТС).

Свободное перемещение товаров обеспечивается:

- принятием Таможенного кодекса (ТК) ЕАЭС (ускорен процесс прохождения таможенных процедур);
- введением единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД) для всех участников (упрощено прослеживание и идентификация товаров);
- применением Единого таможенного тарифа (ЕТТ) (уравнило платежи);
- осуществлением единого таможенного регулирования (упростило таможенное декларирование, проведение таможенной экспертизы, государственного контроля и других процедур таможенного оформления) [1].

Перемещение товаров регулируется законодательствами стран, а также решениями и соглашениями ТС.

Действие единого таможенного пространства устраняет целый ряд барьеров, ускоряет процесс товародвижения, сокращает издержки участников внешнеэкономической деятельности, содействует развитию товарооборота между странами.

По итогам 2024 года объем взаимной торговли товарами между странами ЕАЭС достиг почти 100 миллиардов долларов США (в 2015 году – 9,1 млрд, к 2023 году – 83,3 млрд), рост доли во внешнеторговом обороте ЕАЭС составил 19,8 % (в 2015 году – 13,5 %) [4].

4) Рост экономических показателей ЕАЭС и стран-участников.

Совокупный валовой внутренний продукт (ВВП) ЕАЭС с 2020 по 2023 годы вырос на 655,7 млрд долл. США (на 37,48 %). В 2024 году рост составил 4,2 % к уровню 2023 года, опередив прогнозные показатели, что обусловлено активизацией потребительского и инвестиционного спроса, а также итогами роста ВВП стран-участников (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели ВВП стран – участников ЕАЭС за 2020–2024 годы

Страна	ВВП по годам, млрд долл. США				Индекс физического объема ВВП за 2024/2023 гг., %
	2020	2021	2022	2023	
Армения	12,6	13,9	19,5	24,2	106,0
Беларусь	60,8	69,6	74,0	72,0	104,0
Казахстан	171,1	197,1	225,3	261,3	104,8
Кыргызстан	8,3	9,3	12,1	14,0	109,0
Россия	1496,5	1843,5	2302,9	2033,4	104,1
ИТОГО	1749,3	2133,4	2633,8	2405,0	104,2

Примечание – Источник: по данным Евразийского экономического союза [6].

Розничный товарооборот характеризует состояние потребительского рынка, динамика оборота розничной торговли отражает уровень спроса на потребительские товары (таблица 2).

Таблица 2 – Внутренний оборот розничной торговли стран – участников ЕАЭС за 2020–2024 гг.

Страна	Валюта, единица	Показатели розничного товарооборота по годам				
		2020	2021	2022	2023	2024
Армения	Армянский драм, млрд ед.	1330,1	1504,0	1716,0	1957,3	2024,7
	Доллар США, млн	2719,9	2985,5	3938,7	4987,1	5155,84
Беларусь	Белорусский рубль, млрд ед.	53,5	60,1	68,1	77,0	90,1
	Доллар США, млн	22032,5	23648,6	25976,6	25650,8	27765,79
Казахстан	Тенге, млрд ед.	11729,9	13709,3	16748,1	19959,2	22445,4
	Доллар США, млн	28405,3	32179,2	36371,0	43740,4	47813,14
Кыргызстан	Сом, млрд ед.	341,1	452,1	582,6	736,0	874,4
	Доллар США, млн	4409,7	5341,5	6925,2	8376,6	9780,76
Россия	Российский рубль, млрд ед.	33873,7	39472,0	42577,0	48155,7	55589,1
	Доллар США, млн	470859,9	535940,5	631144,6	568813,2	601638,77
ИТОГО	Доллары США, млн	528427,3	600095,3	704356,1	651568,1	692154,3

Примечание – Источник: по данным Евразийского экономического союза [7].

Заключение

Тенденциями развития потребительского рынка ЕАЭС выступают следующие.

1. Дальнейшая интеграция по всем вопросам функционирования организации стран – участников ЕАЭС.
2. Развитие перечня услуг, возможных для реализации на территории любой страны – участника по единым стандартам без дополнительных условий.
3. Проведение работ по внедрению перспективных стандартных требований и технических регламентов.
4. Развитие таможенного взаимодействия, упрощение порядка проведения таможенных процедур, обеспечивая при этом соблюдение законодательства по пересечению таможенного пространства.
5. Развитие экономической среды в странах-участниках для повышения предпринимательских инициатив, роста инвестиций, расширения границ организации.

Список использованных источников

1. Евразийский экономический союз : [сайт]. – URL: <https://www.eaeunion.org/#about> (дата обращения: 25.05.2025).
2. Договор об Евразийском экономическом союзе : подписан в г. Астане 29.05.2014 (ред. от 25.05.2023, с изм. и доп., вступ. в силу 24.06.2024) // КонсультантПлюс.Россия : справ. правовая система (дата обращения: 25.05.2025).
3. Об утверждении перечня секторов (подсекторов) услуг, в которых функционирует единый рынок услуг в рамках Евразийского экономического союза. – URL: <https://docs.eaeunion.org/documents/250/1393/> (дата обращения: 25.05.2025).
4. Евразийский экономический союз в цифрах: краткий статистический сборник. – М. : Евразийская экономическая комиссия, 2024. – 177 с.
5. Проекты технических регламентов ЕАЭС и изменений в технические регламенты ЕАЭС. – URL: https://eec.eaeunion.org/comission/departement/deptexreg/PO_general/public_vgs.php (дата обращения: 25.05.2025).

6. Об основных социально-экономических показателях государств – членов. Евразийского экономического союза: январь – декабрь 2024 г. Аналитический обзор 20 февраля 2025 г. – URL: <https://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/> https://eec.eaeunion.org/upload/-files/dep_stat/econstat/analytics/indicators2024_12.pdf (дата обращения: 25.05.2025).

7. Статистика ЕАЭС по отраслям статистики. Внутренняя торговля. Динамические ряды. – URL: https://eec.eaeunion.org/comission/departement/dep_stat/union_stat/current_stat/domestic_trade/-series/ (дата обращения: 25.05.2025).

ИЗМЕНЕНИЯ В ГАРМОНИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЕ ОПИСАНИЯ И КОДИРОВАНИЯ ТОВАРОВ 2022 ГОДА

Н. В. Григорьева
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье рассматриваются изменения, внесенные в номенклатуру Гармонизированной системы описания и кодирования товаров в 2022 году.

Ключевые слова: Товарная номенклатура, изменения, технологии производства, товарооборот, гармонизированная система.

CHANGES TO THE HARMONIZED COMMODITY DESCRIPTION AND CODING SYSTEM 2022

N. V. Grigorieva
Brest state technical university,
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article discusses the changes made to the Nomenclature of the Harmonized System of Description and Coding of Goods in 2022.

Keywords: product nomenclature, changes, production technologies, turnover, harmonized system.

Товарная номенклатура является приложением к Международной конвенции о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров, которая была подписана в 1983 году и вступила в силу с изменениями в 1988 году. Гармонизированная система создавалась так, чтобы можно было легко вносить изменения. Для этого предусмотрена специальная процедура внесения поправок в саму Конвенцию и в приложение к ней. Поправки в Номенклатуру, согласно Конвенции вносят каждые пять лет.

Это связано с изменениями в технологиях производства: появляются новые товары, объем торговли этими товарами растет, они приобретают большое значение на мировом рынке. А некоторые товары теряют свою актуальность, их товарооборот уменьшается. Структура торговли тоже меняется. Большее значение приобретает торговля товарами, которые используются как полуфабрикаты в других производствах. Чтобы Гармонизированная система оставалась все время актуальной, вносятся соответствующие изменения. В преамбуле к

Международной конвенции о ГС подчеркивается важность обеспечения обновления Гармонизированной системы.

Все изменения, о которых говорится в Преамбуле Конвенции, отслеживает Комитет по ГС. В соответствии с п. 1(а) ст. 7 Конвенции, Комитет предлагает поправки, с учетом потребностей пользователей, а также изменений в технологиях производства и структуре международной торговли. Международно-правовой основой внесения поправок в Номенклатуру ГС является статья 16 Конвенции. Согласно этой статье, устанавливаются сроки для приведения в соответствие с поправками таможенно-статистических товарных номенклатур участников Конвенции.

Все государства – члены ЕАЭС присоединились к Конвенции о ГС и приняли на себя обязательства, предусмотренные этим международным договором.

Республика Беларусь присоединилась к Международной конвенции о гармонизированной системе описания и кодирования товаров 12 августа 1998 года, а 1 января 2000 года Конвенция вступила в силу в нашей стране.

Проекты поправок готовит Комитет по ГС, учрежденный Конвенцией (ст. 6). Комитет состоит из представителей каждой стороны Конвенции и представителей остальных государств – членов Всемирной таможенной организации, которые не являются участниками Конвенции о ГС, а также представители соответствующих международных организаций и эксперты, если их участие необходимо.

Комитет по ГС собирается не реже двух раз в год в штаб-квартире Всемирной таможенной организации в Брюсселе. Все решения по вопросам, вынесенным на рассмотрение Комитета по ГС, принимаются путем голосования. Право голоса принадлежит только стороне Конвенции о ГС. Если стороной Конвенции от имени нескольких государств является таможенный или экономический союз, то вместе страны этого союза имеют в Комитете, как и в Совете, только один голос. Прежде чем предложенные поправки к ГС вступят в силу, они должны быть приняты и рекомендованы участникам Конвенции о ГС Советом. Рекомендованная поправка считается принятой по истечении шести месяцев с момента уведомления Генеральным секретарем об указанной поправке, если до конца этого периода не было выдвинуто никаких возражений. Вступление поправки в силу означает необходимость внести соответствующие изменения в таможенно-статистическую номенклатуру. Сторона, которая присоединяется к Конвенции, обязана применять Номенклатуру ГС полностью, со всеми поправками, вступившими в силу на момент присоединения к Конвенции о ГС.

Основным критерием для удаления, объединения и укрупнения позиций и субпозиций является ежегодный объем международной торговли конкретным товаром. Для товарной позиции, годовой оборот должен превышать 100 миллионов долларов США, для субпозиции – 50 миллионов долларов США. Объем международной торговли товарами определяется на основе данных Статистического отдела ООН о международной торговле.

В номенклатуру Гармонизированной системы поправки вносились в 1996, 2002, 2007, 2012, 2017, 2022 гг.

В последней версии поправки были приняты в соответствии с рекомендациями Совета таможенного сотрудничества от 28 июня 2019 года и вступили в силу с 1 января 2022 года.

Комитет по ГС представил Совету таможенного сотрудничества Рекомендации о поправках к Гармонизированной системе. Генеральный секретарь Всемирной таможенной организации 4 июля 2019 года уведомил все договаривающиеся стороны о поправках, принятых Советом. В соответствии с положениями Конвенции, было шесть месяцев для внесения оговорок, уведомлений, если страны не согласны с предлагаемыми изменениями. Таких уведомлений в течение указанного срока не было получено, поэтому изменения вступили в силу с 1 января 2022 года. Чтобы учесть поправки, были подготовлены Рекомендации Совета, принятые 25 июня 2020 года и 24 июня 2021 года. Хотя, в соответствии с Конвенцией, с 1 января 2022 года всем странам рекомендовано применять поправки, которые предусмотрены Рекомендацией от 28 июня 2019 года, поправки от 25 июня 2020 года и от 24 июня 2021 года должны вступать в силу с 1 января 2023 года и, соответственно, с 1 января 2024 года. Поскольку Комитет принял решение, что эти поправки можно применять в качестве процедуры, аналогичной корректировке опечаток, было рекомендовано всем договаривающимся сторонам с 1 января 2022 года внести поправки, указанные во всех трех Рекомендациях.

Рекомендованные поправки можно разделить следующим образом.

- Сельское хозяйство, пищевая и табачная промышленности – 77.
- Химическая промышленность – 58.
- Лесная промышленность – 31.
- Текстильная промышленность – 21.
- Металлургия – 27.
- Машиностроительная отрасль – 63.
- Транспорт – 22.
- Остальные отрасли – 52.

Таблица 1 – Изменение товарных позиций и субпозиций в ГС 2022

	Товарные позиции (4 знака)	Субпозиции (6 знаков)
ГС 2017	1222	5387
Изменения в ГС 2022	+6 (+8/–2)	+225 (+370/–145)
ГС 2022	1228	5612

Сравнивая Номенклатуру 2022 года с первоначальной Номенклатурой, которая была принята и использовалась с 1988 года (таблица 1), можно увидеть, что общее количество изменений, связанных с поправками, составило уже более 10 %. То есть, если в Номенклатуре 1988 года использовалось 5019 кодов ГС, то в Номенклатуре 2022 года будет уже 5612 кодов.

Каждые пять лет рассматриваются и принимаются от 220 до 400 поправок. В этот раз рассматривалась 351 поправка. По сравнению с Номенклатурой 2017 года, появилось восемь новых товарных позиций, были удалены две товарные позиции.

Новые товарные позиции:

- 02.09 – Мука тонкого и грубого помола и гранулы из рыбы;
- 24.04 – Новые табачные изделия;
- 38.27 – Смеси ГФУ;

84.85 – 3D-принтеры (одно из самых развивающихся и популярных направлений в производстве, поэтому для них была создана специальная товарная позиция);

85.24 – Модули с плоской дисплейной панелью;

85.49 – Отходы и лом электротехнических и электронных изделий;

88.06 – Дроны (для беспилотных летательных аппаратов (квадрокоптеры, дроны));

88.07 – Части летательных аппаратов.

Удаленные товарные позиции:

81.07 – Кадмий (объем торговли кадмием по статистическим данным упал значительно ниже, необходимого, чтобы данный товар имел свою собственную товарную позицию);

88.03 – Части летательных аппаратов.

В редакции ГС 2022 появилось 370 новых субпозиций, 145 субпозиций были удалены, более наглядно представлен ряд высокотехнологичных продуктов, отражающих изменяющуюся структуру торговли такими товарами.

Отходы и лом электротехнических и электронных изделий в Номенклатуре 2017 года классифицировались в разных товарных позициях. Их объем необходимо было контролировать, так как они относились к товарам, торговля которыми вызывает серьезные политические проблемы. Поэтому к ГС 2022 года было создано новое Примечание 6 к Разделу 16 и новая товарная позиция 85.49 для контроля торговли такими товарами.

Товарная позиция 24.04 – Новые табачные изделия – была создана, потому что появились новые товары, которые отличаются от традиционных сигарет, сигар, которые обычно используют огонь для того, чтобы вдыхать дым, получившийся в результате сгорания табака. Новые технологии, такие как вайпер, ультразвуковые устройства доставки никотина создали проблему с классификацией таких товаров и необходимость создания новой товарной позиции, чтобы сгруппировать все эти продукты в одном месте.

Для смартфонов теперь создали новую субпозицию в товарной позиции 85.17. Были внесены изменения в субпозиции товарной позиции 70.19, где классифицируется стекловолокно и изделия из него, и товарной позиции 84.62, где классифицируется оборудование для обработки металла давлением.

Эти изменения показывают, что в нынешней классификации, в нынешней детализации позиций недостаточно точно отражены технические достижения в этих отраслях, что приводит к отсутствию важнейших статистических данных о торговле и потенциальным трудностям классификации.

Одной из приоритетных областей рассмотрения на будущее является развитие торговли и классификации многоцелевых промежуточных сборок. Примером являются модули плоских панельных дисплеев, которые могут использоваться в различных товарах – мониторах, телефонах, компьютерах, игровых автоматах – для них была создана своя товарная позиция 85.24 и новое Примечание 7 к группе 85.

Причинами внесения предлагаемых поправок в Номенклатуру 2022 года были следующие.

Общественное здравоохранение и безопасность.

Учитывая серьезную опасность, связанную с классификацией и возможными задержками при таможенном оформлении различных типов реагентов для

быстрой диагностики инфекционных заболеваний во время вспышек эпидемий, внесены изменения в товарную позицию 38.22. В ГС 2022 года в эту товарную позицию включаются все типы наборов диагностических тестов, независимо от используемых методов обнаружения. Это позволяет обеспечить их классификацию и помочь в трансграничной перевозке. Раньше их классифицировали в нескольких товарных позициях, и сначала надо было определить, воздействуют ли эти реагенты на кровь. Это вызывало дополнительные вопросы и требования к таможенному оформлению.

Была создана новая субпозиция 30.06.93 для плацебо и наборов обезличенных клинических препаратов для проведения одобренных клинических исследований простым слепым (или двойным слепым) методом. Определение таких препаратов дано в Примечании 4 группы 30. Это позволяет классифицировать такие наборы без необходимости требовать информацию о составе каждого плацебо и всех компонентов этого набора для того, чтобы определить, какой элемент придает основную часть, как это было необходимо делать по Номенклатуре 2017 года.

В товарных позициях 30.02 создана отдельная субпозиция для продуктов клеточной терапии. Так как это новое направление в медицине набирает объемы и является одним из перспективных направлений в развитии товаров, потребовалось уточнение, где классифицировать такие препараты. Предложена новая субпозиция в товарной позиции 30.02.

Защита общества и борьба с терроризмом.

Было создано много новых субпозиций для товаров двойного назначения. Таких как радиоактивные материалы – 28.44 и 28.45, токсины, жгуты для арамидов, углеводородные волокна, цирконий, шкафы биологической безопасности, прессы горячие изостатические, видео/телекамеры, в том числе цифровые, радиационностойкие, высокоскоростные – для них создано отдельное Примечание к позиции и новые субпозиции к товарной позиции 85.25. В товарной позиции 36.03 был создан ряд новых субпозиций для предметов, необходимых для изготовления самодельных взрывных устройств (отдельные субпозиции для электродетонаторов, капсульных детонаторов и т. д.)

Товары, контролируемые в соответствии с различными конвенциями обновлены с целью облегчения мониторинга и контроля за их перемещением. В ГС 2022 года введены новые субпозиции в группах 29 и 38 для определения химических веществ, контролируемых в соответствии с Конвенцией о запрещении химического оружия.

По просьбе Международного комитета по контролю за наркотиками в товарных позициях 29.33 и 29.34 были введены новые субпозиции для мониторинга и контроля за фентанилами и их производными.

Для контроля за парниковыми газами, влияющими на глобальное потепление, в соответствии с Кигалийской поправкой к Монреальскому протоколу, внесены изменения в товарную позицию 29.03. Создано новое Примечание 4 к Разделу 6 и новая товарная позиция 38.27.

В группу 97, где классифицируются культурные ценности, был внесен ряд поправок в целях противодействия их незаконному обороту, принимая во внимание Резолюцию Совета безопасности Организации объединенных наций о

противодействию торговле культурными ценностями, особенно в условиях войны и терроризма. Были выделены субпозиции для предметов по возрасту – свыше 100 лет, свыше 250 лет для отдельных субпозиций и прочее.

Вопросы **продовольственной безопасности и охраны окружающей среды** были подняты Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединенных наций (ФАО). В ГС 2012, 2017 годов уже был сделан серьезный пересмотр относительно рыбы и рыбопродуктов, которые необходимо контролировать в целях продовольственной безопасности, для лучшего управления ресурсами. В ГС 2017 года уже была включена поправка, связанная с породами дерева, чтобы получить более полное представление о структуре таких товаров.

В ГС 2022 года созданы новые субпозиции в группах 2, 7, 8, 12 и 16 для таких продуктов, как съедобные насекомые, различные виды грибов, кедровые орехи, кора африканской вишни. Большинство продуктов, предложенных в этих группах – орехи, грибы, травы, специи, дикие животные – используются в пищевых, медицинских и культурных целях на протяжении тысячелетий. Общемировая тенденция торговли такими растениями достигает более двух с половиной миллиардов долларов США. И при отсутствии необходимой детализации было очень трудно осуществить мониторинг этих товаров и понять – влечет ли сбор таких продуктов невосполнимые потери для природы. Статистические данные на их торговлю были ограничены, т. к. они не имели своих собственных позиций, субпозиций и классифицировались вместе с другими товарами. Учитывая важность торговли такими товарами, были внесены соответствующие изменения в Номенклатуру.

Кроме того, в поправки ГС включается создание дополнительных субпозиций в группе 44. Это для древесных брикетов, опилок, для лесоматериалов породы тиков, лесоматериалов многослойных клееных из шпона, изделий из тропической древесины, конструкционных изделий из лесоматериалов. В группе 94 были выделены мебель для сидения и другая мебель из дерева.

Технологический процесс.

В связи с изменением в технологии получения различных видов масел была изменена товарная позиция 15.15, создана новая субпозиция 15.15.60 для жиров и масел микробиологического происхождения, их фракции. Это касается масел, получаемых из плесени. Сейчас появилась новая технология получения таких масел, что потребовало создания новой субпозиции.

Была создана новая товарная позиция 84.85 для 3D-принтеров и дано определение таких товаров в Примечании 10 к группе 84.

Был изменен текст и структура товарных позиций 85.39 для того, чтобы указать классификацию светодиодных источников света. Определение, которое дано в Примечании 11 к группе 85.

В товарных позициях 85.01, 85.41, 94.05, в соответствии с предложением Международного агентства по возобновляемым источникам IRENA, для продуктов, которые используются в качестве источника солнечной энергии, были созданы отдельные субпозиции.

Внесено уточнение в области применения преобразователя на основе полупроводников в товарной позиции 85.41 путем создания нового Примечания 12А к группе 85. Созданы новые субпозиции 87.01 и 87.04 для тракторов и транс-

портных средств для перевозки грузов, использующих в качестве передвижения электрический двигатель.

Структура торговли.

Изменение структуры технологического процесса ведет к тому, что товары, которые раньше занимали большой объем на мировом рынке торговли, со временем теряют свою популярность. Поэтому такие товарные субпозиции, как, например, кадмий, глобусы, пружины для часов, товарооборот которых упал, были исключены.

Уточнение классификации (разъяснение текстов ГС).

В тексте товарной позиции 04.03 сделано уточнение для йогуртов (изменились технологии производства данных товаров).

Было создано новое Примечание 2 к Разделу 15, Примечания 1ф в группе 90 для изделий, специально предназначенных для использования исключительно в имплантах и для медицинских, хирургических, стоматологических и ветеринарных целей. Это детали из титана, которые классифицировались по материалам, которые использовались в качестве имплантов для стоматологических изделий.

Было создано новое Примечание 15 для текстильных изделий, предметов одежды, содержащих химические, механические, электронные компоненты, выполняющие дополнительные функции. Появилось много одежды, которая имела встроенные электрические и химические компоненты. Электрические компоненты – это такие как мониторы для измерения кровяного давления в спортивной одежде и т. д.

Было создано новое Примечание 9 к Разделу 15 для пучков профилей, проволоки и листов, труб, для изделий из цветных металлов. Раньше эти изделия из цветных металлов – медь, олово, алюминий – имели свои определения, и они не всегда совпадали. Теперь для унификации таких товаров, вне зависимости от материалов изготовления, дано общее определение, и это определение как раз является Примечанием 9 к Разделу 15.

Также было создано Примечание 1 в группе 87 и новое Примечание в отношении стекол для моторных транспортных средств, использующих электрические нагреватели и все прочее. То есть определено, что стекла со встроенными электрическими элементами или механическими компонентами являются уже не просто изделиями из стекла, а частью автомобиля и должны соответственно классифицироваться.

Подводя итог, можно сказать, что поправки, внесенные в Гармонизированную систему 2022 года, отражают и учитывают изменения в торговле, в технологиях, усиливают универсальный характер номенклатуры, а также учитывают потребности всех ее пользователей.

Список использованных источников

1. Жиряева, Е. В. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности : учеб. пособие / Е. В. Жиряева. – СПб. : Интермедия. – 2020.
2. Международная конвенция о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1901904> (дата обращения: 07.05.2025).
3. Единая Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза. Единый таможенный тариф Евразийского экономического союза. – URL: <https://mshp.gov.by/ru/vneshtorg-ru/view/edinyj-tamozhennyj-tarif-evrazijskogo-ekonomicheskogo-sojuza-2145/> (дата обращения: 07.05.2025).

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

И. М. Гарчук

**Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. В статье рассмотрены направления повышения эффективности развития системы управления предприятием. Приведено определение понятия «развитие системы управления». Проанализированы современные подходы к трактовке понятия «эффективность системы управления». Предложены методы расчета эффективности развития системы управления предприятием.

Ключевые слова: развитие, система управления, эффективность, оценка, мероприятия, показатели, предприятие.

IMPROVING THE EFFICIENCY OF ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM DEVELOPMENT

I. M. Garchuk

**Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus**

Abstract. The article considers the directions of increasing the efficiency of development of the enterprise management system. The definition of the concept of "development of the management system" is given. Modern approaches to the interpretation of the concept of "efficiency of the management system" are analyzed. Methods for calculating the efficiency of development of the enterprise management system are proposed.

Keywords: development, management system, efficiency, assessment, events, indicators, enterprise.

С целью разработки предложений по развитию системы управления, возникает потребность в наличии объективного и эффективного инструмента оценки эффективности системы управления. Анализ научных и практических публикаций по вопросам оценки управления позволил сделать вывод о практическом отсутствии исследований проблем измерения эффективности системы управления. На сегодняшний день не определены и не обобщены показатели, функции и математически не описана оценка эффективности развития системы управления. В основном оценка управления производится, исходя из оценки показателей, характеризующих деятельность организации. Большинство авторов рассматривает традиционные составляющие деятельности предприятия: социальную, экологическую и экономическую, некоторые авторы вводят финансовую, производственную, кадровую, инвестиционную и др.

Результаты исследований показывают: не имея эффективного инструмента измерения процессов управления и постоянного их отслеживания, нельзя

контролировать развитие системы управления и, тем более, его прогнозировать. В итоге часто принимаются неэффективные управленческие решения, вырастают затраты на управление системой в целом, снижается уровень конкурентоспособности продукции на рынке и, соответственно, организации.

Выполненный анализ основных подходов к определению сущности развития системы управления позволил предложить следующую интерпретацию понятия «развитие системы управления» как движение, характеризующееся количественным и качественным улучшением показателей деятельности предприятия в условиях воздействия на нее факторов деловой среды, потребностей заинтересованных сторон на основе планирования, измерения, анализа и оценки. Сущность данного определения заключается в установлении основы для улучшения результатов деятельности организации: планирования, измерения, анализа, оценки, а также в учете факторов деловой среды и потребностей заинтересованных сторон.

По нашему мнению, чтобы эффективно управлять, необходимо иметь достаточную, надежную, точную, полную информацию о процессах, происходящих в системах управления. В этих условиях возникает задача создания эффективных систем обеспечения прозрачности управления, разработки методов оценки эффективности показателей системы управления.

Анализ разных источников по вопросам эффективности развития системы управления показывает, что данное понятие включает три аспекта: первый – определение того, действительно ли появился результат управления, а не действия каких-либо других общественных компонентов; второй – это профессионализм и талант управляющих; третий – установление между целями, задачами, определенными в управленческих решениях и реально полученными результатами управления [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

По мнению Н. П. Беляцкого, для организации системы управления, обеспечения непрерывного бизнеса и успешного руководства им, работники сферы управления должны располагать не только людским, но и материальными, а также внутренними ресурсами, иметь их в необходимом количестве и правильно использовать на практике [8].

Ю. М. Ясинский считает, что эффективные системы управления в различных организациях возникают, прежде всего, благодаря искусству, их создают гениальные менеджеры, находя ответ на вопрос, как должна быть организована и функционировать компания, для того, чтобы наилучшим образом достигать стратегические цели [9].

По мнению З. М. Ильиной, наиболее приемлемыми подходами к оценке устойчивости экономических систем являются: адаптивный – факторная оценка потенциального уровня адаптивности системы к изменению внешних условий; динамичный – исследование колеблемости рядов динамики, характеризующей устойчивость основных тенденций развития рынка; статический – определение границ развития рынка, в пределах которых сохраняется его адаптивность к изменению внешних факторов, выполняется целевая функция [10].

В. М. Рябов предлагает рассматривать в качестве критерия оценки эффективного развития предприятия следующие показатели: достижение устойчивых темпов экономического роста основного вида деятельности предприятия,

получение прибыли, достаточной для самофинансирования экономического развития и обеспечения ее устойчивого роста в динамике. При этом автор использует категорию устойчивости относительно поставленных целей – построение дерева целей, которое показывает пути достижения поставленной генеральной цели через подцели [11].

А. В. Абчук в качестве примеров расчетов эффективного менеджмента рассматривает доход, прибыль и рентабельность, а также коэффициенты эффективности деятельности организации и расчеты оптимального использования ресурсов [12].

М. В. Радиевский считает, что можно использовать соотношение двух противоположных экономических состояний – ускоренного роста и предкризисного состояния [13].

А. Б. Вишнякова правомерно отмечает, что качество управления характеризуется своевременностью и достаточностью воздействия на управляемый объект и процессы с целью достижения намеченных результатов [14]. При этом новыми подходами, связанными с аналитической подготовкой управленческого решения, повышения его качества, являются углубленная диагностика, экспресс-диагностика и функциональная диагностика, результатом которых является обоснованное принятие решений относительно разработки направлений дальнейшего развития организации.

Развитие системы управления предприятием обеспечивается при согласованном функционировании составляющих элементов системы управления и базируется на качественном информационном обеспечении процесса принятия управленческих решений. Наличие точной и достоверной информации о процессах, происходящих в системе управления, позволяет выполнить их измерение, анализ и оценку с помощью интегрального показателя развития управления – уровня управляемости, оценивающего и прогнозирующего состояние целевой функции системы управления, объединяющей разные аспекты управления на конкретный интервал времени. Определено, что развитие управления происходит, когда фактический уровень управляемости становится больше предыдущего или отчетного за прошедший период времени.

Одной из проблем, возникающих при выполнении оценки эффективности, является сложность количественного измерения рассматриваемых процессов в системе управления. В этой связи можно предложить проведение оценки системы управления с помощью диагностики, которая представляет собой совокупность последовательных мероприятий, направленных на получение достоверной информации, позволяющей оценить уровень развития системы управления в начальный момент времени [15].

Эффективность системы управления производственным предприятием может характеризоваться различными критериями: $\mathcal{E}_1, \mathcal{E}_2, \dots, \mathcal{E}_i$ (например, объемом произведенной продукции, себестоимостью, прибылью и др.). В этой связи в общем виде эффективность системы управления ($\mathcal{E}_i$) может быть выражена функциональной зависимостью (формула 1).

$$\mathcal{E}_i = f(Z_1, Z_2, \dots, Z_k; Y_1, Y_2, \dots, Y_p; U_1, U_2, \dots, U_n; Q_1, Q_2, \dots, Q_m). \quad (1)$$

В процессе управления на деятельность предприятия влияют случайные факторы неопределенности $X_1, X_2, \dots, X_j$, которые активно взаимодействуют с деловой средой, получая внешние взаимодействия. И в этом случае расчет эффективности можно записать в виде матричной системы (формула 2).

$$\Xi_i = \Phi \begin{pmatrix} Z_k = f(X_{11}, X_{21}, \dots, X_{j1}) \\ Y_p = f(X_{21}, X_{22}, \dots, X_{j2}) \\ U_n = f(X_{31}, X_{32}, \dots, X_{j3}) \\ Q_m = f(X_{41}, X_{42}, \dots, X_{j4}) \end{pmatrix}, \quad (2)$$

где $Z_1, Z_2, \dots, Z_k$ – внешние и внутренние воздействия на предприятие в виде заказов, договоров, нормативов, приводящие к изменению параметров системы управления предприятием;

$Y_1, Y_2, \dots, Y_p$ – характеристики региональных условий функционирования предприятия;

$U_1, U_2, \dots, U_n$ – управляющие решения в виде плановых заданий;

$Q_1, Q_2, \dots, Q_m$ – изменение параметров системы управления;

$X_1, X_2, \dots, X_j$ – случайные факторы неопределенности, взаимодействующие с деловой средой.

Для оценки эффективности системы управления по формуле 2 требуется значительный объем информации на всех уровнях управления: стратегическом, текущем, оперативном. Кроме этого, может быть принято множество решений при различных циклах управления. При этом эффективность управления повышается с уменьшением цикла управления, ростом полноты информации, точности и степени ее достоверности [16].

Оценка эффективности развития системы управления, выявление позитивных и негативных факторов, воздействующих на систему управления предприятием, позволяет обоснованно определить основные направления их стабилизации и адаптации к складывающимся ситуациям управления.

Мероприятия по развитию системы управления могут разрабатываться по следующим направлениям.

1. Совершенствование организационной структуры:
 - создание и развитие объединений;
 - повышение уровня специализации и концентрации производства;
 - совершенствование звеньев и функций управления.
2. Совершенствование технического обеспечения систем управления – внедрение автоматизированных систем управления и организационной техники.
3. Повышение квалификации работников аппарата управления.
4. Совершенствование системы планирования и экономического стимулирования и др.

Главная цель развития системы управления – повышение ее эффективности. В общем плане можно рассматривать две системы оценки эффективности развития системы управления.

Во-первых, это оценка эффективности комплексного развития системы управления, позволяющая установить взаимосвязь между показателями (их приращением) производственно-хозяйственной деятельности и значениями уровней управляемости самой системы управления, затратами на ее содержание (развитие).

Во-вторых, это расчет экономической эффективности от осуществления мероприятий по развитию управления по каждому мероприятию в отдельности. В этом случае экономическая эффективность определяется как суммарная эффективность по приведенным выше направлениям мероприятий.

Экономический эффект при развитии системы управления может выражаться в снижении себестоимости продукции (или росте прибыли), в увеличении ее выпуска, росте производительности труда и других показателях, характеризующих эффективность производства. В связи с многообразием мероприятий по развитию системы управления и их опосредованного влияния на технические и организационные изменения в производстве и управлении во многих случаях затруднительно выполнить расчеты их эффективности. В этом случае следует сопоставить качественные показатели системы управления с нормативами или для качественной оценки изменений в производстве и системе управления использовать методы экспертных оценок.

Список использованных источников

1. Раздорожный, А. А. Управление организацией (предприятием) : учебник / А. А. Раздорожный. – М. : Экзамен, 2006. – 637 с.
2. Азоев, Г. Л. Управление организацией : учебник / Г. Л. Азоев [и др.] ; под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатиной. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Инфра-М, 2008. – 734 с.
3. Новиков, Д. А. Методология управления / Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2011. – 129 с.
4. Ключня, В. Л. Управление персоналом в системе обеспечения эффективного функционирования коммерческой организации. Экономические и юридические наук / В. Л. Ключня, М. В. Варакулина // Вестн. Полоцк. гос. ун-та. – 2017. – № 14 :– С. 2–7.
5. Яковчук, В. И. Эффективность государственного управления и инструментарий ее оценки / В. И. Яковчук // Проблемы управления. – 2018. – № 2. – С. 99–104.
6. Хольцер, М. Эффективность государственного управления : пер. с англ. / М. Хольцер [и др.] ; вст. ст. и общ. ред. С. А. Батчикова, С. Ю. Глазьева. – М. : Консалтбанкир, 1998. – 846 с.
7. Кисельников, Е. А. Развитие теории эффективности функционирования промышленных предприятий / Е. А. Кисельников // Вестн. СамГУ. – 2013. – № 1. – С. 132–139.
8. Беляцкий, А. П. Качество труда менеджера / А. П. Беляцкий // Научные труды Белорусского государственного экономического университета : юбилейный сборник. Вып. 6 / М-во образования Респ. Беларусь, Белорусский гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (пред.) [и др.]. – Минск : БГЭУ, 2013. – С. 29–33.
9. Ясинский, Ю. М. Система управления в развивающейся организации / Ю. М. Ясинский // Банкаўскі веснік. – 2013. – № 21. – С. 3–9.
10. Ильина, З. М. Глобальные проблемы и устойчивость национальной продовольственной безопасности : в 2 кн. / З. М. Ильина. – Минск : Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2012. – Кн. 1. – 211 с.
11. Рябов, В. М. Устойчивое развитие промышленных предприятий в современных условиях / В. М. Рябов // Вектор науки Тольят. гос. ун-та. – 2011. – № 4. – С. 271–273.
12. Абчук, В. А. Менеджмент : учебник / В. А. Абчук. – СПб. : Союз, 2002. – 461 с.
13. Радиевский, М. В. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия : учебник / М. В. Радиевский. – М. : Инфра-М, 2010. – 377 с.

14. Вишнякова, А. Б. Разработка стратегии устойчивого развития промышленного предприятия : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Вишнякова Ангелина Борисовна ; Сам. гос. экон. ун-т. – Самара, 2008. – 24 с.

15. Гарчук, И. М. Оценка эффективности управления стратегией устойчивого развития организации / И. М. Гарчук // Модернизация хозяйственного механизма сквозь призму экономических, правовых, социальных и инженерных подходов : сб. материалов XI междунар. науч.-практ. конф., 23 нояб. 2017 г. : в 2 т. / Белорус. нац. техн. ун-т ; редкол.: С. Ю. Солодовников (пред.) [и др.]. – Минск, 2017. – Т. 1. – С. 127–128.

16. Гарчук, И. М. Оценка эффективности системы управления предприятием / И. М. Гарчук // Вестн. Брест. гос. техн. ун-та. Экономика, 2023. – № 2 : – С. 142–145.

РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ В УСТОЙЧИВОМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА

М. В. Бузмакова

ННГУ им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Российская Федерация

Аннотация, В статье автор критикует приоритет технологий над развитием человека, отмечая игнорирование социальных и экологических проблем. Несмотря на рост ВВП и производительности труда, сохраняется глобальное неравенство. Для достижения целей устойчивого развития автор предлагает пересмотреть экономическую парадигму – усилить регулирование, сократить неравенство через прогрессивное налогообложение и сместить акцент с потребления на экологическую устойчивость и духовное развитие общества.

Ключевые слова: цифровизация, неравенство, концепция устойчивого развития.

THE ROLE OF DIGITALIZATION IN THE SUSTAINABLE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF SOCIETY

M. V. Buzmakova

**Lobachevsky Nizhny Novgorod State University, Nizhny Novgorod, Russian
Federation**

Abstract. In the article, the author criticizes the priority of technology over human development, noting the disregard of social and environmental problems. Despite the growth of GDP and labor productivity, global inequality persists. To achieve the goals of sustainable development, the author suggests revising the economic paradigm – strengthening regulation, reducing inequality through progressive taxation, and shifting the focus from consumption to environmental sustainability and the spiritual development of society.

Keywords: digitalization, inequality, and the concept of sustainable development.

В настоящее время научное сообщество активно исследует преимущества и недостатки цифровизации экономики в целом и отдельных ее составляющих. После изучения ряда работ создается впечатление, что именно внедрение цифровых подходов является главной целью развития общества, то есть развитие технологий имеет приоритет над развитием человека. Из поля зрения также выпадают социальные (неравенство, нищета) и экологические проблемы [1].

Однако следует подчеркнуть, что приоритетным направлением в процессе развития общества должно стать совершенствование человеческого потенциала. Производственная деятельность, направленная на создание товаров и услуг, должна ориентироваться на удовлетворение разумных и экологических потребностей человека и способствовать его всестороннему развитию, а не наоборот. Уже в прошлом веке, в связи с нарастанием глобальных и национальных экологических проблем, международные институты предложили концепцию устойчивого развития общества, направленную на рациональное использование природных ресурсов и предотвращение их хищнической эксплуатации.

Концепция устойчивого развития – это модель развития общества, которая направлена на удовлетворение потребностей нынешнего поколения **без ущерба для способности будущих поколений удовлетворять свои потребности**. Это определение было сформулировано в докладе ООН «Наше общее будущее» (1987) под руководством Гру Харлем Брундтланд. Там же были определены и основные **принципы устойчивого развития**.

1. Гармонизация триады компонентов.

- **Экономический рост.** Формирование устойчивой и социально справедливой экономической модели, направленной на инклюзивное развитие и повышение благосостояния населения.

- **Социальная справедливость.** Обеспечение равенства возможностей, доступ к качественному образованию и здравоохранению, а также защита фундаментальных прав человека.

- **Экологическая устойчивость.** Поддержание экологического равновесия, борьба с климатическими изменениями и минимизация антропогенного воздействия на окружающую среду.

2. **Концепция долгосрочного планирования**, которая заключается в принятии стратегических решений с учетом их потенциальных последствий для будущих поколений, что предполагает необходимость интеграционного подхода.

3. Решение глобальных проблем через механизмы международного сотрудничества, такие как Парижское соглашение по климату и Цели устойчивого развития ООН (ЦУР) до 2030 года. Эти инициативы направлены на достижение глобальной устойчивости и гармонизацию интересов различных стран и регионов.

В докладе также дана оценка двух ключевых для общества понятий – потребности и ограничения. Авторы делают акцент на том, что те люди, которые располагают большими средствами, должны согласовывать свой образ жизни с экологическими возможностями планеты. То есть общество должно таким образом организовать потребление, чтобы это не влияло на способность окружающей среды удовлетворять потребности будущих поколений. А основные потребности беднейших слоев населения мира могут быть удовлетворены полностью уже сейчас. И предпосылками этого являются не только новая эра экономического роста стран, в которых большая часть населения относится к категории бедноты, но и гарантия того, что эта категория получит причитающуюся ей долю ресурсов, необходимых для поддержания этого роста [2].

Однако за прошедшие 40 лет проблема бедности так и не была решена, хотя цифровизация и Индустрия 4.0. позволили в разы повысить производительность труда (см. рисунки 1 и 2) и мировой ВВП (см. рисунки 3 и 4) [3].

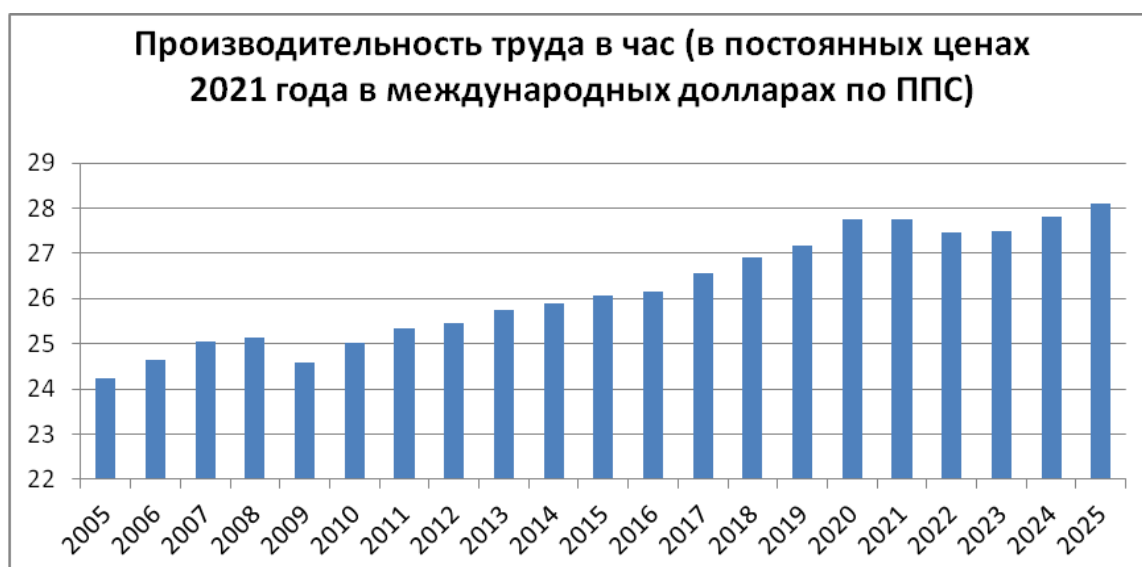


Рисунок 1 – Производительность труда, смоделированная по оценкам МОТ, во всем мире, за исключением стран БРИКС [3]

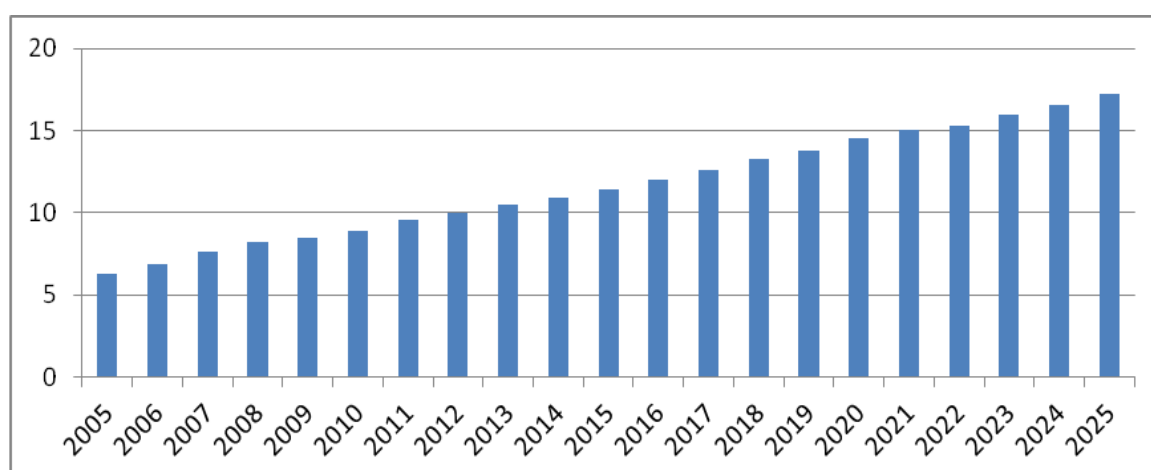


Рисунок 2 – Производительность труда, смоделированная по оценкам МОТ, в странах БРИКС [3]



Рисунок 3 – Мировой ВВП, смоделированный по оценкам МОТ, за исключением стран БРИКС [3]

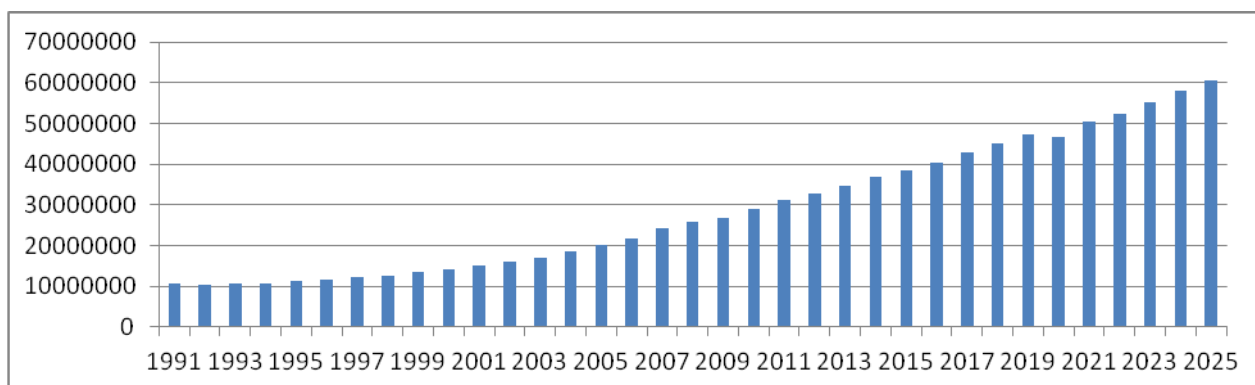


Рисунок 4 – ВВП, смоделированный по оценкам МОТ, в странах БРИКС [3]

Как видно из приведенных данных, ВВП за последние 35 лет вырос более, чем в два раза. Увеличилась и производительность труда. За тот же период население планеты увеличилось менее чем в два раза. Поэтому можно предположить, что, как минимум, проблема нищеты должна была бы быть решена за счет увеличившегося количества произведенных товаров и услуг. Но, как следует из статистики ООН, этого не произошло. В конце апреля 2025 года Департаментом Организации Объединенных Наций по экономическим и социальным вопросам был опубликован Всемирный социальный доклад, в котором указано: «около 2,8 миллиарда человек – более трети населения планеты – живут на 2,15–6,85 доллара в день. В этих условиях даже малозначительная, но неожиданная проблема способна ввергнуть людей в крайнюю нищету» [4]. Очевидно, что причиной такого положения дел является растущее неравенство в распределении доходов во всем мире.

Согласно данным, опубликованным международной организацией Oxfam, 1 % самых состоятельных людей в мире контролирует 45,6 % мирового богатства. В то же время, 50 % населения с самыми низкими доходами владеют лишь 0,75 % мирового богатства. Отмечается, что налоговые ставки на доходы физических лиц в большинстве стран стали менее прогрессивными. В частности, средний уровень налогообложения прибыли для наиболее обеспеченных граждан стран ОЭСР (Организации экономического сотрудничества и развития), включающей 38 государств, снизился с 58 % в 1980 году до 42 % на текущий момент. В среднем по 100 странам уровень налоговой ставки составляет около 31 %.

В результате многие из самых богатых людей на планете фактически не уплачивают значительных налоговых сумм. Например, реальная налоговая ставка для одного из самых богатых людей в истории, Илона Маска, составляет 3,2 %. Другой миллиардер, Джефф Безос, генеральный директор компании Amazon.com Inc., уплачивает налоги по ставке менее 1 %. В то же время, один из рыночных трейдеров в Уганде, с которым сотрудничает Oxfam, Абер Кристин, выплачивает 40 % от своих доходов в виде налогов [5].

Растущее расслоение общества на фоне совершенствования технологий, в том числе и цифровых, отмечается и отечественными исследователями [6].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что цифровизация и развитие технологий в условиях старой парадигмы «общества потребления» не позволит достигнуть человечеству целей устойчивого развития. Технологии являются инструментом развития производства, но цель этого производства остается прежней –

приносить доход своим хозяевам. Крупные транснациональные корпорации в некоторых странах уже имеют больше финансовых ресурсов и рычагов власти, чем правительства этих стран.

Поэтому для достижения целей устойчивого развития правительствам и международным институтам необходимо более жестко вмешиваться в современную хозяйственную систему, которая давно престала быть системой совершенной конкуренции, и сделать реальным приоритетом развития сокращение неравенства в распределении доходов и богатства, а также проводить последовательную идеологическую работу по совершенствованию духовного развития человека, вытесняя приоритеты потребления в пользу экологического сохранения планеты.

Список использованных источников

1. Мерзлов, И. Ю. Комплексная методика оценки уровня цифровизации организаций / И. Ю. Мерзлов, Е. В. Шилова, Е. А. Санникова, М. А. Сединин // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10, № 9. – С. 2379–2396.
2. Наше общее будущее: доклад международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР). – М. : Прогресс, 1989. – С. 50.
3. Смоделированные оценки МОТ (база данных ILOEST). – URL: https://ilostat.ilo.org/methods/concepts-and-definitions/ilo-modelled-estimates/#elementor-toc__heading-anchor-8 (дата обращения: 05.05.2025).
4. Доклад ООН: многие люди в мире балансируют на грани бедности, даже продвигаясь вверх по лестнице доходов/ – URL: <https://news.un.org/ru/story/2025/04/1463616> (дата обращения: 05.05.2025).
5. Survival of the Richest How we must tax the super-rich now to fight inequality // Oxfam International January, 2023. – URL: <https://oxfamlibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/621477/bp-survival-of-the-richest-160123-en.pdf> (дата обращения: 05.05.2025).
6. Бузмакова, М. В. Влияние цифровой экономики на отдельные социально-экономические аспекты / М. В. Бузмакова // Социально-экономические предпосылки и результаты развития новых технологий в современной экономике : материалы VI Междунар. науч. конф., г. Нижний Новгород, 14 февр. 2024 г. – Н. Новгород : Нац. исслед. Нижегородский гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского, 2024. – С. 21–25.

УЧАСТНИКИ И ПОДНАДЗОРНЫЕ СУБЪЕКТЫ РЫНКА КОЛЛЕКТИВНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В РОССИИ

Р. Р. Ромазанов, А. В. Миленков

**Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация**

Аннотация. Целью статьи является разграничение понимания субъектов и участников рынка коллективных инвестиций в России. Научная новизна заключается в обосновании авторской классификации участников рынка коллективных инвестиций, которая предполагает разграничение между широким кругом участников рынка коллективного инвестирования и поднадзорными субъектами, находящимися под прямым регулированием и контролем Центрального банка Российской Федерации.

Ключевые слова: рынок коллективных инвестиций, надзор Банка России; участники рынка коллективных инвестиций, поднадзорные субъекты рынка коллективных инвестиций.

PARTICIPANTS AND SUPERVISED ENTITIES OF THE COLLECTIVE INVESTMENT MARKET IN RUSSIA

R. R. Romazanov, A. V. Milenkov
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

Abstract. The purpose of this article is to differentiate the understanding of subjects and participants of the collective investment market in Russia. The scientific novelty lies in the substantiation of the author's classification of participants in the collective investment market, which, unlike traditional approaches, involves a distinction between a wide range of participants in the collective investment market and supervised entities that are under direct regulation and control of The Central Bank of the Russian Federation.

Keywords: collective investment market, supervision of the Bank of Russia, participants in the collective investment market, supervised subjects of the collective investment market.

Введение

Рынок коллективных инвестиций представляет собой один из ключевых сегментов финансового рынка, значение которого неуклонно возрастает. В условиях ограниченного доступа к международным рынкам капитала сектор коллективного инвестирования приобретает особую актуальность, поскольку позволяет мобилизовать средства розничных инвесторов и трансформировать их в устойчивый источник финансирования для реального сектора экономики [4]. Несмотря на интенсивное развитие рынка коллективных инвестиций, наблюдаемое в последние годы, вопросы институционального устройства данного сегмента и, в частности, разграничения его участников и поднадзорных субъектов, до сих пор остаются недостаточно исследованными. Четкое понимание и классификация этих категорий представляет собой не только теоретическую, но и прикладную значимость, поскольку систематизация субъектов рынка позволяет более эффективно разрабатывать и реализовывать надзорные механизмы, обеспечивать соблюдение прав инвесторов, а также формировать концептуальные основы повышения прозрачности и устойчивости финансовой системы.

В ряде научных трудов освещаются общие особенности функционирования российского рынка коллективных инвестиций. Так, в статьях Ю. С. Володина и В. В. Гребеника [1], а также Е. П. Томилиной, И. И. Глотовой [8] рассматривается трансформация структуры рынка в контексте макроэкономических и геополитических трансформаций. Авторы уделяют внимание роли управляющих компаний (УК), специализированных депозитариев (СД) и паевых инвестиционных фондов (ПИФ), выделяя их как ключевых участников рынка, определяющих направления движения капитала и уровень доверия со стороны инвесторов [1]. Е. Г. Репина в своей работе обосновывает важность институционального развития рынка коллективных инвестиций, делая вывод о необходимости повышения уровня прозрачности и ответственности со стороны УК. Поскольку

вследствие специфики коллективного инвестирования инвесторы утрачивают возможность непосредственного контроля над фактическим размещением вложенных средств, возникает необходимость постоянного совершенствования надзорных механизмов и формирования гибкой регуляторной среды [5]. А. Д. Никонорова приходит к аналогичным выводам на основе анализа рынка коллективных инвестиций с позиции УК. Автор указывает на наличие проблематики привлечения средств в условиях экономической нестабильности и конкуренции с банковским сектором, что подразумевает повышение уровня прозрачности данного рынка и повышение уровня доверия к деятельности его субъектов со стороны потенциальных инвесторов [3].

В научной литературе при анализе рынка коллективных инвестиций, как правило, применяются подходы, фокусирующиеся на изучении отдельных категорий участников. Так, нередко объектом исследования становятся исключительно УК, ПИФ или негосударственные пенсионные фонды (НПФ). Подобные ограниченные рамки анализа позволяют получить глубокое представление о деятельности конкретных субъектов, однако отражают лишь часть общей картины функционирования рынка коллективных инвестиций. Вместе с тем следует отметить, что подход, ориентированный исключительно на интересы одной категории участников, не позволяет в полной мере отразить институциональную сложность рассматриваемого сегмента. Центральный банк Российской Федерации (Банк России), выступающий основным регулятором финансового рынка, осуществляет надзор не только за УК, но и за более широким кругом поднадзорных субъектов, включая СД, ПИФ и акционерные инвестиционные фонды (АИФ), а также НПФ [6]. Каждая из этих структур выполняет самостоятельную функцию в обеспечении стабильности и прозрачности системы коллективного инвестирования, что требует комплексного и дифференцированного подхода при формировании надзорной политики.

Материалы и методы

Целью настоящей статьи является разграничение понимания субъектов и участников рынка коллективных инвестиций в Российской Федерации. В процессе достижения поставленной цели используется логико-структурный анализ и системный подход. Исследование включает несколько этапов: выявление сути и основных форм коллективного инвестирования, определение участников рынка коллективного инвестирования и поднадзорных субъектов, а также представление авторской классификации участников.

Результаты

Согласно подходу А. Д. Никоноровой, экономическая суть коллективного инвестирования заключается в объединении денежных средств различных участников для их последующего размещения в разнообразные активы (например, ценные бумаги, недвижимость и другие финансовые инструменты) под управлением профессионалов с целью получения дохода [3]. Коллективное инвестирование реализуется через различные организационные формы, к которым относятся ПИФ, АИФ, НПФ, а также общие фонды банковского управления (ОФБУ) и кредитные союзы/кредитные потребительские кооперативы (КПК) (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Формы коллективного инвестирования

Форма коллективного инвестирования	Сущность
Паевые инвестиционные фонды (ПИФ)	Обособленный имущественный комплекс, состоящий из средств инвесторов, переданных управляющей компании в доверительное управление. Инвесторы владеют паями, но не участвуют в управлении
Акционерные инвестиционные фонды (АИФ)	Акционерное общество, инвестирующее средства в ценные бумаги и другие активы. Инвесторы являются акционерами и могут участвовать в управлении фондом
Общие фонды банковского управления (ОФБУ)	Средства инвесторов объединяются на правах долевой собственности и передаются в доверительное управление банку. Управление осуществляется самим банком
Негосударственные пенсионные фонды (НПФ)	Некоммерческие организации, аккумулирующие пенсионные накопления граждан и инвестирующие их с целью пенсионного обеспечения. Управление осуществляется профессиональными управляющими
Кредитные союзы и кредитные потребительские кооперативы	Добровольные объединения граждан, создаваемые для накопления средств и предоставления займов своим членам на льготных условиях

Процесс коллективного инвестирования реализуется в рамках рынка коллективных инвестиций, который представляет собой систему, охватывающую совокупность участников, институциональную среду, механизмы взаимодействия субъектов, правовое регулирование и инфраструктурные элементы, обеспечивающие ее стабильное функционирование.

Участников рынка коллективного инвестирования можно разделить на три группы в зависимости от степени их участия.

1. Активные участники, которые принимают непосредственное участие в управлении инвестициями и формировании стратегий. К активным участникам относятся УК, ПИФ, АИФ, НПФ, ОФБУ и кредитные союзы и КПК.

2. Пассивные участники, которые инвестируют средства, но не участвуют в управлении. Это прежде всего физические лица (пайщики ПИФ, акционеры АИФ, вкладчики и участники НПФ), а также корпоративные инвесторы и работодатели, перечисляющие взносы в НПФ в рамках пенсионных программ.

3. Регулирующие и контролирующие органы, обеспечивающие правовое регулирование и надзор. В их числе Банк России, саморегулируемые организации (СРО), СД, контролирующие сохранность активов, и регистраторы, ведущие учет прав собственности на паи и акции.

Классификация участников рынка коллективных инвестиций по степени их участия представлена в научной литературе [2, 8] и используется как один из базовых подходов к структурированию институциональной среды рынка. Однако общепринятая классификация не учитывает всех аспектов функционирования участников рынка, а именно – их отношения с регулятором в лице Банка России.

Обсуждение

Анализ различных форм коллективного инвестирования показывает, что наличие надзорных полномочий Банка России может рассматриваться как самостоятельный критерий классификации, поскольку позволяет разграничить тех участников, чья деятельность строго регулируется и контролируется регулятором, и тех, кто действует на рынке без прямого надзора. Авторский подход

предлагает разграничение между понятиями «участники рынка коллективного инвестирования» и «поднадзорные субъекты рынка коллективного инвестирования». К участникам рынка коллективного инвестирования относятся все субъекты, задействованные в функционировании системы коллективного инвестирования (активные и пассивные участники, а также регулирующие и контролирующие органы). Поднадзорные субъекты представляют собой более узкую группу, в которую входят исключительно организации и институты, находящиеся под непосредственным регулированием и контролем Банка России. Поднадзорные субъекты структуры обязаны соблюдать нормативные требования, проходить лицензирование и регулярно отчитываться перед регулятором [7].

К числу поднадзорных субъектов рынка коллективного инвестирования относятся:

- УК, осуществляющие доверительное управление активами инвестиционных фондов и клиентов;
- ПИФ, деятельность которых контролируется через УК;
- АИФ, являющиеся юридическими лицами и подпадающие под регулирование в рамках инвестиционного законодательства;
- НПФ, обязанные соблюдать нормативные требования Банка России при управлении пенсионными накоплениями;
- ОФБУ, находящиеся под надзором в период своей деятельности;
- кредитные союзы и КПК, подконтрольные Банку России в части соблюдения установленных финансовых нормативов;
- СД, отвечающие за учет, хранение активов и контроль операций инвестиционных фондов;
- регистраторы и СД, осуществляющие учет владельцев инвестиционных паев ПИФ и акций АИФ [6].

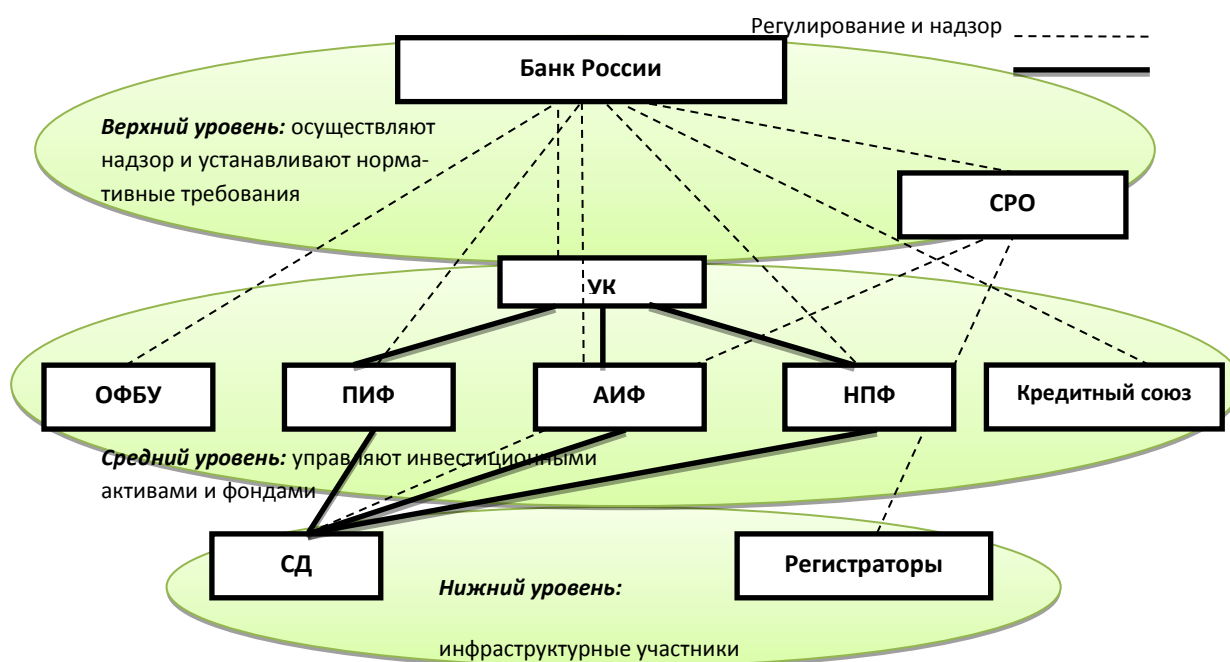


Рисунок 1 – Структура и характер взаимодействия участников на российском рынке коллективного инвестирования
Примечание – Источник: составлено автором.

На рисунке 1 отражены особенности взаимодействия участников рынка коллективного инвестирования с точки зрения надзора со стороны Банка России. Пунктирные линии обозначают взаимосвязи, сущность которых состоит в регулировании и надзоре. В частности, показано, что Банк России осуществляет контроль над всеми поднадзорными субъектами, включая УК, ПИФ и АИФ, НПФ, ОФБУ, кредитные союзы, КПК и СД, регистраторов. СРО, находящиеся под контролем Банка России, осуществляют внутренний надзор за своими членами, обеспечивая соблюдение установленных стандартов и правил.

На схеме отражены также и функциональные связи между участниками (сплошные линии). Так, УК осуществляют управление активами ПИФ, АИФ и НПФ. В свою очередь, активы этих фондов передаются на хранение СД, которые обеспечивают их учет и контроль. Регистраторы ведут учет прав собственности на инвестиционные паи ПИФ и акции АИФ, способствуя прозрачности владения.

Схема отражает трехуровневую модель рынка коллективных инвестиций: верхний уровень включает регулятора и СРО, обеспечивающих надзор и нормативное регулирование; средний уровень представлен поднадзорными организациями, управляющими активами и фондами; нижний уровень формируют инфраструктурные участники, отвечающие за учет, хранение и контроль инвестиционных ресурсов.

Предложенная классификация имеет теоретико-прикладное значение. Во-первых, признак классификации позволяет структурировать участников рынка с точки зрения их правового статуса и обязанностей в сфере регулирования. Во-вторых, подобное разграничение способствует формированию точных и адресных направлений государственной политики в области надзорной деятельности, что особенно актуально в условиях динамичного развития финансовых рынков. Кроме того, субъектов и участников рынка коллективных инвестиций способствует снижению терминологической неопределенности и повышает степень согласованности в научной дискуссии, касающейся структуры и регулирования рынка коллективного инвестирования. Таким образом, полученный научный результат может рассматриваться в качестве теоретического базиса для дальнейших исследований в области регулирования финансовых рынков и может быть использован как инструмент анализа эффективности надзорных механизмов Банка России на рынке коллективного инвестирования.

Список использованных источников

1. Володин, Ю. С. Трансформация российского рынка коллективных инвестиций / Ю. С. Володин, В. В. Гребеник // Вестник евразийской науки. – 2022. – Т. 14. – № 6.
2. Ерыгина, Н. С. Обзор институтов коллективного инвестирования / Н. С. Ерыгина // *Juvenis scientia*. – 2016. – №1. – С. 93–96.
3. Никонорова, А. Д. Анализ рынка коллективных инвестиций с точки зрения управляющих компаний / А. Д. Никонорова // Вектор экономики. – 2020. – № 4 (46). – С. 55.
4. Обзор ключевых показателей управляющих компаний. – URL: https://www.cbr.ru/-Collection/Collection/File/55183/review_uk_24Q4.pdf (дата обращения 28.03.2025).
5. Репина, Е. Г. Ключевые проблемы развития российского рынка коллективных инвестиций / Е. Г. Репина // Креативная экономика. – 2023. – Т. 17. – № 12. – С. 5035–5048.
6. Ромазанов, Р. Р. Надзор Банка России за субъектами рынка коллективных инвестиций и его особенности / Р. Р. Ромазанов // Вестник экономической безопасности. – 2024. – № 3. – С. 231–238.

7. Ромазанов, Р. Р. Проблемы надзора за субъектами российского рынка коллективных инвестиций / Р. Р. Ромазанов // Финансовые рынки и банки. – 2025. – № 1. – С. 172–177.

8. Томилина, Е. П. Российский рынок коллективных инвестиций: тенденции и перспективы развития / Е. П. Томилина, И. И. Глотова // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2022. – № 9 (148). – С. 25–29.

CHRONOLOGY OF THE CREATION AND APPLICATION OF DIFFERENT TYPES OF BIG DATA PLATFORMS ON THE INTERNET

Wang Xu, A. V. Kievich
Polessky State University, Pinsk, Republic of Belarus

Abstract. The paper analyzes the implementation of different types of big data platforms on the Internet, which is a variety of data coming in at a higher rate and the volume of which is constantly growing.

Keywords: Big Data, storage platforms, information architecture, new discoveries, business challenges.

ХРОНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ И ПРИМЕНЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ПЛАТФОРМ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В ИНТЕРНЕТЕ

Ван Сюй, А. В. Киевич
Полесский государственный университет,
Пинск, Республика Беларусь

Аннотация. В статье проведен анализ внедрения в практику различных типов платформ больших данных в интернете, которые представляют собой разнообразные данные, поступающие с более высокой скоростью, объем которых постоянно растет.

Ключевые слова: большие данные, платформы хранения данных, информационная архитектура, новые открытия, бизнес-задачи.

In discussing the true origins of Big Data, it is important to mention databases. Whether it is the mobile Internet or the PC Internet, or computers themselves, their development is based on programmes written by group after group of programmers, and all programmes are still the processing of data. If data processing is compared to a kingdom, the king of that kingdom is the database [1].

What is a database? In the simplest terms, it is a user can store data in the database, when needed, the user can tell the database, I need certain data, and then the database will complete the actual data processing process by itself and return data to the user. The database helps the programmer to shield the underlying complex data processing, the programmer only needs to care about the data storage and query is good. To give a simple example, in the absence of a database, the programmer in order to deal with data, the first need to face the operating system's underlying file system, different operating systems file system APIs and the like are not the same, and regardless of the complexity of the file system, simply face different file systems, programmers have to target the development. Secondly, you also need to consider the

data structure of the storage, index structure, file format, and even need to consider concurrent transactions, failure recovery and so on. This is very difficult, both in terms of workload and technical difficulty. Therefore, the database was born.

As with normal business software, the relational model is still considered "unreliable" and the most popular models are hierarchical and mesh. After intense market competition and engineering practice, we finally found that the relational model is the database model suitable for most environments. Relational Database – Established market monopoly [2]. Once a basic software to establish its monopoly, and then around it to build a huge ecosystem, then even if the later made a similar product, the monopoly of the software ecosystem will kill the later, unless another track or the first to solve a certain type of problem. The same is true for databases, Oracle, DB2 and other databases occupy most of the share of traditional enterprises such as finance and telecommunications can illustrate this situation. Back to the database itself, the first real relational database should be the IBM Research Institute's System R. The developers did not take into account, the actual use of the majority of people's feelings, for example, System R query language is more like a mathematician's plaything. But it is undeniable that this is the first database that is much better than the previous situation, after all, once you have learnt the syntax of the query language, you will be able to work with the data. After all, without a database, there were a lot of complexities to deal with, which was much harder than this mathematical query language. The emergence of System R for the subsequent development of databases to provide unparalleled practical development experience and cases, the most significant is that System R proved that the relational model is better than other database models, and can be in the commercial development and application of better. So, Oracle, DB2 and so on came on the scene, at this time a great language was born, that is, SQL. SQL, the full name is Structured Query Language, it is in a way, SQL is the "only" unified language in the field of data, just like our country, although all over the world have different dialects, but the Mandarin is the national common language. Just like in our country, although there are different dialects, Mandarin is the common language for the whole country and everyone understands it, so is SQL. The same is true for SQL. We should thank the two inventors of SQL, Donald Chamberlin and Raymond Boyce.

SQL is based on the theory of relational algebra, and one of the most important features that distinguishes SQL from other languages is that it is a "declarative" language. Simply put, a declarative language is one in which the user simply tells the computer what he wants to do, and the computer does the rest. The opposite of declarative is imperative, which tells the computer what steps it should take to achieve something, and the computer follows those steps. Most programming languages, such as Java and Python, are imperative languages. Command languages are more difficult to learn than declarative languages, which means that the number of people using them is difficult to expand. Therefore people will prefer declarative languages. In fact, behind the declarative and imperative languages, there is also a conceptual battle between Unix philosophy and database philosophy, which is dedicated to providing simple tools to the user and leaving the rest of the implementation process to the user, while database philosophy is different, it feels that the user only needs to tell it what to do, and I'll help you with the implementation process. Unix philosophy

believes in the ability of the user, whereas database philosophy does not believe in the ability of the user [3].

Databases, as the basic software, came to its glory days when it proved its ability to work with SQL. In those days, no matter what kind of company you were, if you were using information technology to provide business services, then you couldn't do without databases. Because the essence of all applications is to process data.

It was during the glory days of database development that the Internet was born in the late 1960s. At the time, no one expected that the seemingly invulnerable database would be shaken up by the unsung Internet. A brand new era was about to dawn.

The rapid development of global Internet technologies and the improvement and modernization of the Internet infrastructure began. The development of big data technology is just like the history of most technological development in history: from the world's amazement of big data technology when it was first born, to the frenzy brought by the maturity of big data technology, to the fact that big data technology has entered a slow growth period, to the fact that it finally drove the development of artificial intelligence, a new type of distributed relational database revolution into the next epoch of development, turning Big Data technology itself into a pervasive infrastructure that continues to refresh all kinds of application areas that rely on the Internet and Big Data infrastructure.

Financial Applications. Big data platforms in the financial sector are mainly used for risk control, financial innovation and investment decision-making, which can help banks, securities, insurance institutions, etc. to achieve the goals of reducing risks, improving business efficiency and fine-tuning customer management. It establishes customer credit risk assessment models and gives risk warnings and risk predictions in risk assessment, control and monitoring [4]. In addition, big data platforms in the financial sector can also optimise investment strategies by conducting domain analysis and risk assessment of investment products, etc.

E-commerce area. The application of big data on e-commerce platforms covers areas such as user profiling, business analysis, precision marketing and product recommendation. Through the analysis of user behaviour, e-commerce enterprises can design targeted marketing activities to attract users and improve conversion rates; through the support of data mining technology, enterprises can understand consumer needs in greater detail, intelligently recommend commodities based on user data, and enhance users' shopping experience and satisfaction.

Medical field. The goal of medical big data platform construction is to provide patients as well as doctors with more efficient, convenient and accurate diagnosis and treatment services. Combined with Internet medical technology and cloud computing technology, the big data computing platform can analyse medical data, create and share electronic cases, and improve the visualisation and portability of diagnosis and treatment. Meanwhile, in terms of health management, the big data platform can also provide patients with intelligent personalised health advice and services.

Making Cities Smart. There is an urgent need for big data platforms covering all areas of urban operation for the intelligent construction of cities [5]. By analysing big data on urban construction, it is possible to capture information and change trends at all stages of urban social operation in a timely manner and improve urban responsiveness. In particular, intelligent transport based on data such as people flow, traffic flow and meteorology can quickly find solutions to the city's traffic problems.

Despite the enormous opportunities presented by big data, there are also a number of challenges. For example, data privacy and security issues, data quality assurance, and lack of talent. In the future, with the continuous progress and innovation of technology, and with the deeper understanding of big data, these challenges will gradually be solved [6]. At the same time, with the development of emerging technologies such as the Internet of Things, artificial intelligence and blockchain, the prospects for the application of big data will be broader.

Thus, the history of big data development can be characterized as relatively short but dynamic. From its inception and initial development in the Internet era to the emergence of the concept of big data and the expansion of its application, big data is already influencing the way we live and work today. Faced with challenges and opportunities, the future of big data is nevertheless full of hope and high expectations.

References

1. What is Big Data? – ULR: <https://www.oracle.com/cis/big-data/what-is-big-data/#how> (date of access: 10.04.2025)
2. Wang, Xu. The main trend in the digital economy and finance that shape the current landscape and vector of development of industries / Wang Xu., A. V. Kievich // *Economy and Banks*, 2024. – № 1. – C. 42–51.
3. Borumbayeva, D. The Impact of China's Outward Direct Investment on Economic Growth in Belt and Road Initiative Countries (Doctoral Dissertation) / D. Borumbayeva // *Southwestern University of Finance and Economics*, China. – 2019.
4. Wang, Xu. Analysis of the main social networks and their opportunities for SMM-promotion in the Republic of Belarus / Wang Xu, A. V. Kievich // *Sustainable economic development: state, problems, prospects : proceedings of the XVII International Scientific and Practical Conference, Pinsk, April 28, 2023. : in 2 parts / Ministry of Education of the Republic of Belarus [at al.] ; edited by V. I. Dunay [at al]. – Pinsk : PolesSU, 2023. – P. 1. – P. 13–17.*
5. Liu, Qinyuan. The importance of artificial intelligence in the development of digital finance on the example of the «One belt, one road» project / Liu Qinyuan, A. V. Kievich // *The banking system: sustainability and prospects Development : collection of scientific articles XV international scientific-practical conference on financial and banking economy: to the 80th anniversary of banking education in Polesie, Pinsk, 25 October 2024 / Ministry of Education of the Republic of Belarus [at al] ; edited by V.I. Dunay [at al]. – Pinsk : PolesGU, 2024. – C. 325–329.*
6. Prorovsky, A. G. Development of digital economics iNn conditions of sanctionary war / A.G. Prorovsky // *Vestnik BrGTU*, 2022. – Vol. 3 (129). – P. 86–91.

A COMPARATIVE ANALYSIS OF INTERNET BANKING DEVELOPMENT MODELS IN THE UNITED STATES AND CHINA

Liu Qinyuan, A. V. Kievich
Polessky State University, Pinsk, Republic of Belarus

Abstract. The paper analyzes the implementation of Internet banking development models in the United States and China; it emphasizes that the positioning of Internet banking is to rely on the advantages of big data to serve 80 % of ordinary customers, fully utilizing the value of lower-class customers.

Keywords: internet-banking, Big Data, electronic information channels, internetization of traditional banking, new discoveries, online mode, business challenges and goals.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА В США И КИТАЕ

Лю Цинъюань, А. В. Киевич
Полесский государственный университет,
Пинск, Республика Беларусь

Аннотация. В статье проведен анализ внедрения в практику моделей развития интернет-банкинга в США и Китае; подчеркивается, что позиционирование интернет-банкинга заключается в том, чтобы, опираясь на преимущества больших данных, обслуживать 80 % обычных клиентов, полностью используя ценность клиентов низшего класса.

Ключевые слова: интернет-банкинг, большие данные, электронные информационные каналы, интернетизация традиционного банкинга, новые открытия, режим онлайн, бизнес-задачи и цели.

And so, as we all know by now, starting in the 1990-s, Internet technology became widespread and banks started accepting orders for transactions and providing services to consumers through electronic information channels, which we now often refer to as Internet banking.

Internationally, the concept of internet banking is mainly expressed in the following ways: Electronicbanking, PCbanking, Internetbanking, Onlinebanking, Cell-phonebanking and Virtualbanking [1].

Types of Internet banking mainly include three levels: the first is a website providing information, which mainly releases information on banking products and services to consumers and the public; the second is a simple transactional website, which can realise the submission of requests for banking services, enquire about their accounts, and give transactional instructions to the bank, but does not allow the transfer of funds; and the third is a higher-functioning transactional website, which allows consumers to transfer funds between accounts, pay bills as well as transfer funds. funds transfers, can pay bills and conduct other banking transactions online.

Traditional Internet banking was based on offline entities, i. e. the Internetisation of traditional banking. However, in the era of big data, new types of Internet banks have emerged that do not have offline branches and have relied exclusively on online business since their inception, which are the type of Internet banks discussed in this paper without special caveats [2].

Internet banking is based on big data analysis. In the era of big data, the American Chris Anderson put forward the "long tail theory". He believes that under the premise that the storage and circulation channels of the products are large enough, the products with low demand or poor sales can occupy a comparable market share with those few hot products, or even larger, that is, the convergence of many small markets can generate market energy that matches that of the mainstream. In the financial sector, the traditional commercial banks and other large financial enterprises, 80 % of the profits from 20 % of the important customers, the remaining 20 % of the profits from 80 % of the ordinary customers. The positioning of the Internet bank is to rely on the advantages of big data to serve 80 % of ordinary customers, fully exploiting the value of low-end customers. Internet banks, especially those set up by senior e-commerce

companies, have more reliable private databases in terms of credit, which, combined with the centralised credit system, allow them to carry out credit loans and other businesses more efficiently, significantly increase the breadth and depth of financial services, and help them to serve low-income people and small and micro-enterprises in a low-cost and high-efficiency manner.

Thus, Internet banks should take full advantage of existing advantages and opportunities, strictly comply with national financial laws and regulations and regulatory policies, and innovate on the basis of legal compliance, prudent business operation and sustainable development goal.

Internet banking development model in the US and its advantages. After more than a decade of development, Internet banks in the United States have formed a more mature Internet operation mode. At present, internet banks in the US mainly have internet platform mode, direct sales bank mode, banking service provider mode and so on. These three development modes just have their own characteristics and advantages.

First, the Internet platform model. This model represented by Bank of Internet USA, which is a US-based Internet bank that opened in July 2000 and provides Internet consumer banking services throughout the US via the Internet without setting up any physical branches, similar to the operation models of Netcommerce Bank and Microcrowd Bank. It adopts a combination of online and offline approaches. Online, it uses big data analysis technology to carry out precise marketing for the characteristics of customer groups, provide targeted products and attract target groups with higher interest rates and fewer fee items; offline, it has formed Internet partners with supermarket chains and other supermarkets, attracting such customers by providing fast payment methods. At the same time, data is collected through online and offline clients and data analysis technology is used to carry out cross-selling, firmly targeting customers and improving service levels and efficiency, thereby enhancing the core competitiveness of the enterprise.

The second is the direct banking model. Represented by ING US Direct Banking, this is a typical operation model of ING Bank in the Netherlands, which actively combines the Internet. ING US Direct Banking is oriented to retail customers, with simple and standardised product and service processes, and also facilitates online operation and data collection. Its risk control relies on "hard information" and the "law of big numbers", and the full integration of big data technology can improve the bank's risk management level and efficiency, so that it can provide services to customers more quickly.

Third is the bank service provider model. Represented by Simple, which is not a bank per se, but a banking service provider offering comprehensive personal financial services through web and mobile phone mobile clients. Cooperative banks provide a NOW deposit account insured by the FDIC (Federal Deposit Insurance Corporation), while Simple provides personal financial services, including comprehensive financial management, to individual customers based on the account, combined with big data technology and clear targeting of customers.

The main insights from the development of Internet banking in the United States are as follows.

1. Economy of scale is the main feature of the profit model of Internet banks. The advantage of the Internet is mainly cost savings, so it can tolerate lower interest rate

spreads, and "thin profits and high sales" is its main feature. The "asset-light, weak network" development model of Internet banks can reduce operating costs, and the network-based distribution means that banks can expand their business without the need to set up branches, which provides more potential room for growth. Its management mode also tends to be flatter, avoiding inefficiency due to too many layers, which is conducive to the improvement of management efficiency, and the online mode of operation makes it easier to collect and analyse data, and by virtue of the big data technology, it can improve the level of management decision-making, improve operational efficiency, further reduce operating costs and achieve economies of scale.

2. Internet banks must pay attention to customer experience and real needs. Internet banks mainly serve individual consumers and small and micro-enterprise customers, whose demand for financial services is broader and more personalised, and who need to consider more about risk control [3]. The use of big data technology can be used to develop products from customer needs and achieve accurate marketing. From the point of view of the development of Internet banking in the United States, Internet banks tend to provide standardised products and limited product choices, mostly focusing on savings products and mortgage products. Standardised self-service banking products are easy for customers to try and can be independently managed by consumers. Such a model is also more amenable to big data collection and analysis, and can be used as soon as possible for product feedback and customer demand analysis, thus improving the customer experience.

3. Mismatched competition and cooperation with traditional banks. Internet banks mainly face the long-tail market, the number of customers is large, the amount of individual customer financial transactions is very small, so the financing costs that can be borne are also very small.

Internet banking is a useful supplement to the existing banking system, and there is a relationship of competition and cooperation between the two. Internet banks and traditional banks cooperate effectively on the basis of small and micro-credit, and the modes of cooperation include:

1) Jointly set up a project fund pool, construct a revolving credit facility of a syndicated nature, jointly bear the risks of customers and share the premium equally;

2) Construct structured products and graded products, and choose yield products suit your risk appetite, making Internet banking an asset management intermediary for banks;

3) Internet banks adopt a pure intermediary mode of exporting credit models, screening based on the characteristics of the target credit-granting groups of external banks and parameters of big data models, or directly providing credit scoring reports of customers. Of course, traditional banks can also learn from the advantages of Internet banks to improve the efficiency of their own retail lending services, and enter the Internet finance field by establishing their own direct sales banks or cooperating with banking service providers.

Status of Internet Banking Development in China. With the arrival of the big data wave on the Internet, enterprises based on e-commerce or social platforms have unique advantages in establishing online banks [4].

At present, the main representatives of internet banking in China are: Shenzhen Qianhai Weizhong Bank, co-financed by Tencent, Baiyeyuan and Liye; Zhejiang

Netcommerce Bank, co-financed by Alibaba and Wanxiang; and Baxin Bank, co-financed by Baidu and CITIC Bank [5].

As one of the first pilot private Internet banks, Zhejiang Netcommerce Bank will operate in a purely Internet-based business model, with no physical outlets, no cash business, and no involvement in the offline business of traditional banks, such as cheques and bills of exchange. The bank will focus on serving "long-tail" customers, especially small and micro enterprises, entrepreneurs and ordinary consumers, especially the rural consumer groups. It will adopt a "small deposit and small loan" model, which means that it will mainly provide deposit products of less than RMB 200,000 and loan products of less than RMB 5 million.

The reason why Zhejiang Netcommerce Bank is able to adopt the "small deposit and small loan" model is due to the big data processing capability of Ali's e-commerce platform and the construction of the credit system. With financial inclusion as its mission, ZCB hopes to use the technology, data and channel innovation of the Internet to help solve the problems of difficult and expensive financing for small and micro-enterprises and the lack of financial services in rural areas, so as to promote the development of the real economy. Netcombank is also the first bank in China to structure its core system on the financial cloud. Based on the financial cloud computing platform, Zhejiang Netcommerce Bank has the ability to handle highly concurrent financial transactions, massive big data and elastic expansion, and can take advantage of the Internet and big data to provide financial services to more small and micro enterprises. Among them, Ant Small Loan will use big data technology to provide small loans to small and micro enterprises and individual entrepreneurs on Taobao and Tmall. In early 2015, Ant Gold Service launched Sesame Credit, which is mainly based on Alibaba's e-commerce transaction data and Ant Gold Service's Internet financial data, to assess users' credit, which can help Internet financial enterprises to assess users' creditworthiness. These credit assessments can help Internet financial enterprises to provide a basis for users' repayment willingness and repayment ability, and then provide users with fast credit and cash instalment services.

In May 2015, MicroBank launched its first Internet banking product, the Micro-particle Loan. "Micro-particle loan" is a small credit loan products, with "unsecured, unsecured, pay as you go, daily interest" features, the amount of 20,000–200,000 yuan, daily interest rate of 0.005 %, 7 × 24 hours service, the fastest 15 minutes loan completion [6].

The essence of Internet financial products is the Internetisation of traditional bank personal credit loans or revolving loans. The traditional business model is based on the borrower's comprehensive credit and income, water flow and some asset proof as the basis for loan issuance, while the Internet bank's credit compliance method is quite different from that of the traditional bank, mainly by using multi-dimensional big data such as online consumption, payment, wealth management, social networking, etc., and issuing a credit report through modelling and analysis.

Companies such as Ali's Sesame Credit and Tencent Credit have gradually begun to develop the Internet third-party credit market, which Internet banks can use to obtain users' credit data as the main basis for assessing the amount of loan issuance.

Thus, Internet banking is a useful complement to the existing banking system and there is a competitive and cooperative relationship between them. Internet banks and traditional banks cooperate effectively on the basis of small and microcredit, etc.

References

1. Fan, Peiwei Technical Implementation and Application of Big Data in Commercial Banks / Fan Peiwei, Xu Bingxue, Zhao Zhongwei // Modern Business, 2020. – Vol. 3.
2. Wang Xu. The main trends in the digital economy and finance that shape the current landscape and vector of development of industries / Wang Xu., A. V. Kievich // Economy and Banks, 2024. – Vol. 1. – P. 42–51.
3. Prorovsky, A. G. Development of digital economy in conditions of sanctionary war / A. G. Prorovsky // Vestnik BrGTU, 2022. – Vol. 3 (129). – P. 86–91.
4. Shuo, Li Research on the development of Internet finance in the era of big data / Li Shuo, Yang Fang // Modern Business, 2019. – Vol. 35. – P. 131–133.
5. Qinyuan, Liu. The importance of artificial intelligence in the development of digital finance on the example of the «One belt, one road» project / Liu Qinyuan, A. V. Kievich // The banking system: sustainability and prospects Development : collection of scientific articles XV international scientific-practical conference on financial and banking economy: to the 80th anniversary of banking education in Polesie, Pinsk, 25 Oct. 2024 / Ministry of Education of the Republic of Belarus [et al.] ; edited by V. I. Dunay [et al.]. - Pinsk : PolesGU, 2024. – P. 325–329.
6. Huang Zhuo. Research on the Construction of China's Personal Credit System in the Era of Internet Finance / Huang Zhuo // China Social Science Press, 2018.

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ УРОВНЕЙ СУБЪЕКТОВ ИННОВАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ РЕГИОНА

И. А. Зубко

**Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению инновационной структуры региона как системы взаимосвязанных субъектов инновационной сферы и определению места технопарка в данной системе путем ранжирования по уровню развитости среды с целью выявления взаимосвязей субъектов, их взаимодействия, синергетический эффект которого способствует развитию инновационной среды.

Ключевые слова: инновационная инфраструктура, субъекты инновационной инфраструктуры, научно-технологический парк, инновационная деятельность, система инновационного развития региона.

DIFFERENTIATION OF LEVELS OF SUBJECTS OF THE INNOVATIVE STRUCTURE OF THE REGION

I. A. Zubko

**Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus**

Abstract. The article is devoted to the consideration of the innovative structure of the region as a system of interconnected subjects of the innovation sphere and the place of the technology park in this system is determined by ranking according to the level of development of the environment in order to identify the interrelations of subjects, their interaction, the synergistic effect of which contributes to the development of the innovative environment.

Keywords: iInnovative infrastructure, subjects of innovative infrastructure, scientific and technological park, innovative activity, system of innovative development of the region.

Результаты инновационного развития регионов Республики Беларусь зависят, как правило, от уровня их инновационного потенциала, что обеспечивается, в первую очередь, развитием инновационной инфраструктуры региона. При этом высокий уровень потенциала и высокие показатели инновационного развития имеют прямо пропорциональную зависимость. По мнению российских ученых [1] разрыв между этими показателями у разных регионов не одинаковый, что предопределяет три различных направления инновационного развития регионов:

1) если низкий уровень инновационного развития связан со слабым потенциалом, то необходимо его наращивание, увеличение кадрового, технико-технологического и финансового потенциалов;

2) если низкий уровень инновационного развития связан со слабым использованием потенциала, то необходимо создание инновационной инфраструктуры, обеспечивающей внедрение инноваций;

3) если низкий уровень инновационного развития связан и со слабым потенциалом, и с его низким использованием, то вначале необходимо его наращивание, т. е. увеличение кадрового, технико-технологического и финансового потенциалов, а затем развитие внедренческой, инновационной инфраструктуры.

Согласно действующему законодательству Республики Беларусь, к субъектам инновационной инфраструктуры относятся:

- технопарки;
- центры трансфера технологий;
- иные юридические лица в случаях, предусмотренных Законом Республики Беларусь от 10 июля 2012 г. № 425-З «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности» и иными законодательными актами [2].

Научно-технологический парк выступает одним из основных элементов (субъектов) инновационной инфраструктуры, цель которого заключается в обеспечении ускоренного развития высокотехнологичных отраслей экономики, что обеспечивает инновационное развитие региона. На современном этапе государственная инновационная политика Республики Беларусь направлена на превращение технопарков в площадки для организации инновационных и высокотехнологичных производств. С учетом повышенного внимания, уделяемого белорусским технопаркам, для их динамичного развития требуется совершенствование организационно-экономического механизма инновационного развития технологических парков, что в целом до настоящего времени в трудах отечественных авторов практически не отражено.

Инновационная инфраструктура любого региона представлена комплексом институтов и организаций, способствующих созданию необходимых организационно-экономических условий реализации инновационной деятельности. Сюда можно отнести и госучреждения, и образовательные и научные учреждения, коммерческие предприятия, промышленные и индустриальные парки, то есть это совокупность хозяйствующих субъектов, необходимых не просто для обеспечения эффективного функционирования экономики, но и становления на инновационный путь развития и построения, в конечном итоге, экономики нового типа – инновационной экономики.

Под системой инновационного развития региона понимается взаимосвязанные между собой элементы, которыми являются субъекты инновационной инфраструктуры (рисунок 1).

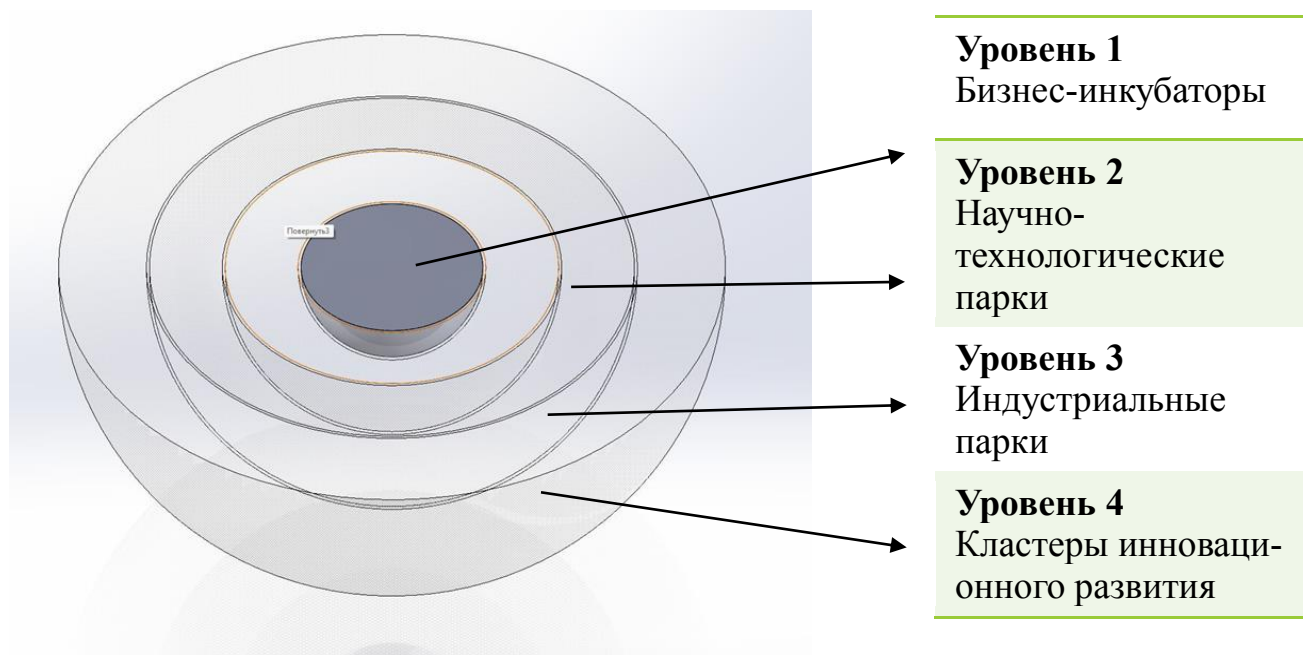


Рисунок 1 – Дифференциация уровней субъектов инновационной инфраструктуры региона по признаку развитости инновационной среды

На сегодняшний день к наиболее значимым элементам инновационной инфраструктуры относят следующие их виды.

1. Бизнес-инкубаторы (инкубаторы технологического бизнеса).
2. Технопарки (технологические парки).
3. Инновационно-технологические центры.
4. Региональные центры инжиниринга.
5. Технополисы.

Технопарк является одним из основных элементов системы инновационного развития региона.

Начальный уровень представляют собой бизнес-инкубаторы (акселераторы), наивысший уровень на сегодняшний момент – кластеры. Каждый уровень отличается инструментами стимулирования и развития инновационной деятельности.

Уровень 1 представлен бизнес-инкубатором. Бизнес-инкубатор – это организация, которая предоставляет поддержку начинающим предпринимателям и стартапам на самых ранних стадиях их развития. Основная миссия бизнес-инкубаторов заключается в содействии развитию молодых компаний, уменьшая риски, связанные с запуском и первоначальным периодом их функционирования. Бизнес-инкубаторы стремятся создать благоприятные условия для роста и успешного выхода на рынок новых проектов.

На **Уровне 2 находится научно-технологический парк.** Научно-технологический парк (далее – технопарк) – субъект инновационной инфраструктуры, содействующий развитию предпринимательства в научной, научно-технической и инновационной сферах и создающий условия для осуществления

юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, являющимися резидентами технопарка, инновационной деятельности.

При создании технопарка должны учитываться:

- научно-технический и инновационный потенциал региона, на территории которого планируется создание технопарка;
 - наличие собственных площадей для размещения резидентов и (или) возможность их аренды у иных юридических лиц;
 - наличие технологического и иного оборудования для оказания услуг резидентам, в том числе путем сдачи его в аренду; кадровый потенциал сотрудников юридического лица, планирующего создавать технопарк;
 - возможность привлечения субъектов сервисного обслуживания для оказания услуг резидентам технопарка (при необходимости);
 - возможность привлечения финансовых средств для обеспечения развития материально-технической базы технопарка;
 - наличие юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, претендующих на регистрацию в качестве резидентов технопарка;
- экономическая целесообразность создания технопарка.

Уровень 3 представлен индустриальным парком. Фактически индустриальный парк – это особый вид территорий, предназначенный для организации и открытия новых предприятий производственного типа. На данных площадях уже предусмотрено и имеется в наличии все необходимое: оптимальная инфраструктура, специализированные помещения, земли промышленного назначения.

На завершающем Уровне 4 располагаются кластеры. Экономический кластер – сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных организаций (компаний, корпораций, университетов, банков и проч.): поставщиков продукции, комплектующих и специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, вузов и других организаций, взаимодополняющих друг друга, и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом.

Кластер обладает свойствами взаимной конкуренции его участников, кооперации его участников, формирования уникальных компетенций региона, формированием концентрации предприятий и организаций на определенной территории.

Кластеры являются одной из форм взаимодействия организаций и социальных групп в рамках совместной цепочки ценности.

Взаимосвязь между элементами системы обеспечивается отдельными субъектами хозяйствования (предприятиями региона различных отраслей экономики), которые посредством наращивания своего инновационного потенциала получают возможность перемещаться в более усовершенствованную инновационную среду, которая обеспечивается конкретными субъектами инновационной инфраструктуры региона. В свою очередь необходимо отметить различные уровни инновационной среды, которые создаются конкретными субъектами инновационной инфраструктуры.

Направление движения могут быть от наименее развитого уровня к наиболее развитому при постоянном росте инновационного потенциала предприятия. Также движение может быть направлено на переход к наименьшему уровню. Например, при преобразовании стартапа в конкретное направление хозяйственной деятельности не происходит достижение запланированных показателей,

что вынуждает субъекта хозяйствования вернуться на уровень инкубатора с новой или преобразованной идеей. Третьим направлением движения в рамках системы инновационного развития может являться выход за ее рамки при отказе или невозможности ведения инновационной деятельности.

Эффективное и взаимосвязанное функционирование всех субъектов инновационной инфраструктуры способно вывести регион на новый уровень инновационного развития, способствующий созданию в стране экономики нового типа.

Список использованных источников

1. Парахина, В. Н. Дифференциация инновационного развития регионов России / В. Н. Парахин, И. Ш. Узденов // Вестник Северо-Кавказского федерального ун-та, 2014. – № 4 (43). – С.142–147.
2. О государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы : Указ Президента Респ. Беларусь от 15 сент. 2021 г. № 348 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32100348> (дата обращения: 21.09.2021).
3. Климков, А. Г. Прозрачные критерии для инновационных структур / А. Г. Климков // Беларус. думка. – 2018. – № 3. – С. 55–59.
4. Климков, А. Г. О критериях отнесения организаций к научно технологическим паркам Республики Беларусь / А. Г. Климков // Экономика. Управление. Инновации. – 2018. – № 1. – С. 71–75.
5. Инновации: от теории к практике: сб. науч. статей VIII Междунар. науч.-практич. конф., г. Брест, 21–22 окт. 2021 г. / Мин-во образ. Респ. Беларусь, Брестский областной исполнит. комитет, Брестский науч.-технологич. парк, Брестский гос. технич. ун-т ; редкол.: В. В. Зазерская [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2021. – С. 114–119.
5. Климков, А. О совершенствовании формы бизнес-проектов для регистрации в качестве субъектов инновационной инфраструктуры / А. Климков // Вести ин-та предпринимательской деятельности. – 2018. – № 1. – С. 100–105.
6. Климков, А. Г. Направления совершенствования государственной инновационной политики и инновационной деятельности в Республике Беларусь / А. Г. Климков, А. М. Ситкевич // Новости науки и технологий. – 2018. – № 2. – С. 13–17.
7. Климков, А. Повышение роли научно-технологических парков в инновационном развитии Беларуси / А. Климков, С. Соболевский // Вести ин-та предпринимательской деятельности. – 2018. – № 2. – С. 56–65.
7. Климков, А. Методический подход к оценке деятельности белорусских технопарков / А. Климков // Вести ин-та предпринимательской деятельности. – 2019. – № 1. – С. 82–88.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Р. Н. Лысюк

**Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь**

Аннотация. В статье описываются основные методы оценки эффективности системы здравоохранения. Рассмотрены модели функционирующих систем здравоохранения. Приведены основные показатели, характеризующие социальную, медицинскую и экономическую составляющие эффективности системы здравоохранения.

Ключевые слова: здравоохранение, модель здравоохранения, социальная эффективность, медицинская эффективность, экономическая эффективность.

HEALTHCARE SYSTEM EFFICIENCY

R. N. Lysiuk
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

The article describes the main methods of assessing the effectiveness of the health care system. The models of functioning health care systems are considered. The main indicators characterizing social, medical and economic components of health care system efficiency are given.

Keywords: health care, health care model, social efficiency, medical efficiency, economic efficiency.

Национальная экономика представляет собой исторически сложившуюся совокупность различных отраслей страны, охватывающую производство, обмен, распределение и потребление материальных и нематериальных благ. К отраслям, производящим материальные блага, относят: промышленность, строительство, сельское хозяйство и др. Здравоохранение, образование, жилищно-коммунальное хозяйство, физическая культура и спорт являются отраслями, производящим нематериальные блага. Все отрасли экономики имеют отношение к социальной сфере потому, что направлены на удовлетворение социальных потребностей людей посредством выпуска продукции, выполнения работ или оказания услуг. Здравоохранение непосредственно влияет на экономику страны за счет роста производительности труда в связи с улучшением состояния здоровья граждан, снижением уровня заболеваемости, снижением случаев длительной временной нетрудоспособности и снижением смертности населения.

Здравоохранение – это система государственных, общественных, социально-экономических и медицинских мероприятий, обеспечивающая высокий уровень охраны и улучшения здоровья населения. Под медициной понимают науку, которая представляет собой совокупность научных знаний о болезнях, их лечении и предупреждении. Медицинская деятельность – это деятельность по организации и оказанию медицинской помощи, обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения, проведению медицинской экспертизы.

Всемирная организации здравоохранения (ВОЗ) определяет конфигурацию системы глобального управления в сфере здравоохранения. Основной целью системы здравоохранения любой страны является улучшения здоровья населения, путем обеспечения качественной медицинской помощи. Реализация данной цели зависит от объема финансовых средств, которые направляются на финансирование здравоохранения путем налоговых поступлений, страховых взносов и прямых выплат, а также от управления и правильного распределения данных средств.

На текущий момент существует пять устойчиво функционирующих моделей здравоохранения:

- ✓ модель здравоохранения без государственного регулирования;
- ✓ модель здравоохранения с государственным регулированием программ обязательного медицинского страхования (ОМС) для отдельных категорий граждан;
- ✓ модель здравоохранения с государственным регулированием программ ОМС для большинства граждан;
- ✓ монополярная государственная модель здравоохранения;

✓ модель здравоохранения на основе всеобщего государственного медицинского страхования.

Данные модели отличаются источниками финансирования здравоохранения, степенью участия государства в финансировании здравоохранения, формами собственности производителей медицинских услуг, степенью охвата населения программами государственной поддержки.

В зависимости от источников финансирования все модели здравоохранения можно условно разделить на три типа: бюджетная (государственная) модель, страховая (социально-страховая), частная (негосударственная или рыночная). На текущий момент ни в одной из экономически развитых стран данные модели не представлены в чистом виде. В ряде государств развитие получает то одна, то другая система. Наряду с тремя основными организационно-экономическими моделями здравоохранения существует еще и промежуточный вариант – бюджетно-страховая модель, которая содержит признаки как социально-страховой, так и государственной медицины.

При государственной системе здравоохранения основным источником финансирования является бюджет. При страховой – страховой взнос государственных предприятий, организаций и граждан. При частной – все медицинские услуги являются платными. При смешанной – присутствуют все формы финансирования в разной степени.

К основным источникам финансирования здравоохранения в зарубежных странах относят:

- средства государственного бюджета;
- средства, направляемые на обязательное и добровольное медицинское страхование;
- средства государственных внебюджетных целевых фондов;
- доходы организаций здравоохранения от предпринимательской деятельности;
- добровольные взносы и пожертвования граждан и юридических лиц и др.

Ежегодно эксперты Организации объединенных наций (ООН) рассчитывают индекс человеческого развития, который является комплексным сравнительным показателем, включающим уровень жизни, грамотность, образование и продолжительность жизни. В соответствии с оценочными данными, в 2024 году Республика Беларусь по индексу человеческого развития находилась на 65-м месте среди 191 государства – члена ООН. Данный показатель свидетельствует о том, что страна относится к категории с очень высоким уровнем человеческого развития. В структуре здравоохранения Республики Беларусь в 2023 году функционировало 569 больничных организаций и 2707 амбулаторно-поликлинических организаций [1].

Министерство здравоохранения Республики Беларусь (Минздрав) является республиканским органом государственного управления и подчиняется Совету Министров Республики Беларусь. В структуру центрального аппарата Минздрава входят главные управления, управления, отделы, секторы. Министерство здравоохранения является государственным органом, ответственным за результаты медицинской и фармацевтической деятельности организаций здравоохранения, находящихся в ведении других республиканских органов государственного управления и иных организаций. В 2023 году в отрасли общая численность практикующих врачей составила 48,7 тысяч человек и 125 тысяч средних медицинских работников. Правовую основу осуществления медицинской деятельности составляет Закон Республики Беларусь от 18.06.1993 № 2435-ХІІ «О здравоохранении» [2].

В Республике Беларусь пациентам оказываются следующие виды медицинской помощи.

- ✓ Первичная. При наличии у пациента наиболее распространенных заболеваний, при беременности и родах, при проведении медицинской профилактики.

- ✓ Специализированная. При наличии у пациента заболеваний, требующих применения специальных методов оказания медицинской помощи (реабилитационная, протезно-ортопедическая и др.).

- ✓ Высокотехнологичная. При наличии у пациента заболеваний, требующих применения новых, уникальных методов оказания медицинской помощи, основанных на современных достижениях науки и техники (трансплантация органов, кардиохирургические вмешательства и др.).

- ✓ Медико-социальная. При наличии у пациента хронических заболеваний, требующих постоянного медицинского наблюдения и ухода.

- ✓ Паллиативная. При наличии у пациента неизлечимых, ограничивающих продолжительность жизни заболеваний, которые требуют применения методов оказания медицинской помощи, направленных на избавление от боли и облегчение других проявлений заболеваний, в целях улучшения качества жизни пациента.

Правовыми основами сотрудничества Республики Беларусь с ВОЗ являются:

- ✓ Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Всемирной организацией здравоохранения об установлении технического консультативного сотрудничества от 20 мая 1999 года;

- ✓ двухгодичные планы сотрудничества между Министерством здравоохранения Республики Беларусь и Европейским региональным бюро ВОЗ [3].

В соответствии с Национальной стратегией устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года установлены следующие приоритеты устойчивого развития в части социального компонента: создание условий для здоровой, продолжительной жизни человека и ее активного периода, повышения качества и доступности медицинской помощи с акцентом на профилактику и раннюю диагностику заболеваний для всех граждан, в том числе на основе государственно-частного партнерства. На период 2026–2035 годов стоит задача обеспечения здоровой, продолжительной жизни человека и ее активного периода посредством укрепления первичного звена, комплексного оказания медицинской помощи, внедрения новых эффективных высокотехнологичных методов лечения, электронного здравоохранения, создания института здорового образа жизни [4].

На текущий момент существуют различные подходы к оценке эффективности системы здравоохранения. ВОЗ оценивает эффективность систем здравоохранения в странах-членах по трем основным показателям: продолжительности жизни населения в конкретной стране; отзывчивость системы здравоохранения (удовлетворенности населения оказываемой медицинской помощью) и показатель равноправного финансирования. На государственном уровне эффективность системы здравоохранения на постсоветском пространстве, как правило, оценивают по снижению показателей смертности, инвалидизации и заболеваемости.

Однако наиболее комплексным является подход, основанный на оценке трех видов эффективности системы здравоохранения: медицинской, социальной и экономической эффективности.

Под медицинской эффективностью понимают степень достижения медицинских результатов в области профилактики, диагностики, лечения, реабилитации. Медицинская эффективность измеряется следующими показателями:

- снижением уровня заболеваемости населения;

- удельным весом излеченных больных;
- уменьшением случаев превращения заболевания в хроническую форму;
- «индексом здоровья».

Медицинская эффективность, как правило, рассчитывается путем отношения числа случаев достигнутых медицинских результатов к числу оцениваемых случаев.

Социальная эффективность определяется степенью достижения социального результата и непосредственно связана с медицинской эффективностью. Критериями социальной эффективности являются основные показатели общественного здоровья: рождаемость, смертность, естественный прирост населения и др. Одним из основных критериев социальной эффективности выступает показатель доступности медицинской помощи. Общим индикатором социальной эффективности здравоохранения является индекс удовлетворенности населения деятельностью системы здравоохранения.

Экономическая эффективность представляет собой соотношение экономической выгоды, полученной в результате внедрения каких-либо лечебно-профилактических мероприятий и затрат на эти мероприятия. Экономическая эффективность определяется:

- повышением производительности труда;
- степенью влияния на сохранение и улучшение здоровья населения;
- сокращением расходов на здравоохранение, по социальному страхованию и социальному обеспечению;
- экономией затрат в отраслях материального производства и непроизводственной сферы;
- увеличением прироста национального дохода.

В общем виде экономическая эффективность рассчитывается как отношение результатов к затратам или как отношение предотвращенного экономического ущерба к затратам. Экономический ущерб представляет собой общие экономические потери, которые несет общество в связи с заболеваемостью и смертностью населения. Экономический ущерб наиболее ошутим среди работоспособного населения вследствие временной или стойкой нетрудоспособности. Работник, который утратил трудоспособность, не участвует в производстве общественного продукта, а общество затрачивает на него свои ресурсы в форме пособий, пенсий, медицинского обслуживания и различного рода льгот социального характера.

Существуют разные методы анализа экономической эффективности:

✓ анализ «стоимость болезни» представляет собой совокупность всех затрат, связанных с ведением больных с определенным заболеванием как на определенном этапе, так и на всех этапах оказания медицинской помощи, а также в случаях связанных с нетрудоспособностью и преждевременной смертностью;

✓ анализ «затраты – эффективность» представляет собой метод фармако-экономического анализа, который состоит в определении соотношения количества денежных средств, затраченных на использование лекарственного препарата или изделия медицинского назначения, к полученному в результате ее применения эффекту;

✓ анализ «минимизация затрат» позволяет провести сравнительную оценку двух и более оперативных вмешательств, с одинаковой эффективностью и безопасностью, но разной стоимостью. Применение данного метода способствует минимизации затрат и позволяет выбрать метод лечения, при котором при достижении той же эффективности потребуются меньше затрат;

✓ анализ «затраты – полезность (утилитарность)» является вариантом анализа «затраты – эффективность», при применении которого результаты вмешательства оцениваются в единицах «полезности» с точки зрения потребителя медицинской помощи;

✓ анализ «затраты – выгода (польза)» строится на оценке соотношения затрат и экономического эффекта от использования медицинских технологий, представленного в денежном выражении. Результаты данного метода представляются в форме абсолютной разницы между затратами и выгодой в стоимостном выражении от применения технологии или лекарственного средства по сравнению с альтернативным методом, либо в относительном выражении (в форме коэффициента).

Экономический эффект в здравоохранении выражается в показателях прибыли или убытков, и определяется как разница между доходами и затратами. Выделяют прямой и косвенный экономический эффект. Прямой экономический эффект заключается в улучшении методики или организации того или иного мероприятия, ведущим к снижению затрат (внедрение новых форм организации труда медицинских работников или оказания медицинской помощи; применение более дешевых, но эффективных методов диагностики и лечения позволяет снизить стоимость лечения больного и стоимость одного койко-дня пребывания в стационаре). Косвенный экономический эффект является следствием медицинского и социального эффекта, и возникает в результате улучшения профилактики и лечения, что приводит к снижению затрат за счет экономии средств на борьбу с заболеваниями и к снижению экономического ущерба в связи с утратой трудоспособности и смертностью населения.

При определенных исторически сложившихся различиях в подходах к организации системы здравоохранения в разных странах общепринятыми остаются методы здравоохранения, методы диагностики и лечения болезней, меры индивидуальной и комплексной профилактики и др. Повышение эффективности функционирования системы здравоохранения, как триединства социальной, медицинской и экономической составляющей обеспечивается наличием четкой организационной структуры, квалифицированных кадров, наличием материально-технической базы, соответствующих технологий и уровнем развития медицинской науки. Для повышения уровня здравоохранения как в Республике Беларусь, так и в других странах, необходимы значительные экономические затраты, правовая база, статистическая информация и слаженная целенаправленная деятельность руководителей и исполнителей на различных уровнях.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь : [сайт]. – URL: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/2023/infographics_zdravoohr.pdf (дата обращения: 27.10.2024).

2. О вопросах Министерства здравоохранения Республики Беларусь : постан. Совета Министров Респ. Беларусь от 28 окт. 2011 г., № 1446 // ЭТАЛОН : информ.-поисковая система (дата обращения: 27.10.2024).

3. Постоянное представительство Республики Беларусь при Отделении ООН и других международных организациях в Женеве : [сайт]. – URL: https://geneva.mfa.gov.by/ru/interorg-BLR_WHO (дата обращения: 01.05.2025).

4. Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года : одобр. Президиумом Совета Министров Респ. Беларусь 4 февр. 2020 г. № 3 // ЭТАЛОН : информ.-поисковая система (дата обращения: 27.10.2024).

СОДЕРЖАНИЕ

Проровский Андрей Геннадьевич Экономическое развитие Республики Беларусь в условиях нестабильности мировой экономики	4
Золотов Александр Владимирович О специфике экономики военного времени: опыт Великой Отечественной войны	11
Киевич Александр Владимирович Что в действительности стоит за тарифной войной Д.Трампа?	14
Архипова Лариса Ивановна Факторы развития цифрового маркетинга	20
Касперович Сергей Антонович, Мацукевич Наталья Александровна Эффект «Мультипликатора – Акселератора» в регулировании инвестиционной специализации регионов Республики Беларусь	24
Зазерская Виктория Васильевна Развитие общего финансового рынка трансграничных регионов.....	31
Радченко Сергей Анатольевич, Радченко Сергей Сергеевич Лучший мировой опыт решения проблем обучения и экономики в регионах и самый реальный способ быстро использовать его на основе международного сотрудничества и уникальных хоздоговоров для экономических и технических кафедр вузов.....	37
Четырбок Наталья Петровна Конкурентный экономический рост сквозь призму триалектического подхода.....	47
Марахина Инна Викторовна Особенности работы ИТ-компаний на B2B рынках.....	50
Шавель Виктория Вадимовна Обратная связь как инвестиция: управление жалобами в контексте клиентоориентированной стратегии	53
Крамаренко Анна Константиновна Технологии для эффективности малых организаций.....	59
Ковалевская Юлия Дмитриевна, Потапова Наталья Васильевна Корпоративная социальная ответственность как инструмент продвижения профорientационных программ	63
Галстян Ани Гамлетовна, Оганнисян Сона Серобовна Влияние денежно-кредитной политики и валютного регулирования на экономический рост РА»	68
Коврей Нина Александровна, Коврей Валентина Алексеевна Возможность применения механизма государственно-частного партнерства в жилищном строительстве в Республике Беларусь	73
Антошечкин Даниил Сергеевич Маркетинговая стратегия «Золотого яблока»: путь к лидерству в отрасли.....	76
Бережная Галина Геннадиевна Тенденции развития рынка исследовательских услуг в Республике Беларусь	81
Гарбуз Оксана Николаевна, Кравченко Эдуард Николаевич Инновационное финансирование в сфере здравоохранения как одно из направлений устойчивого экономического развития.....	86
Жилин Антон Андреевич, Юлдашева Оксана Урняковна Информационные технологии как драйвер развития бизнес-экосистем ЕАЭС: вызовы и управленческие решения».....	91
Флячинская Наталия Николаевна Оценка конкурентоспособности регионов	98
Шеремет Татьяна Геннадиевна Значение и результаты внешнеторгового сотрудничества Союзного государства и стран БРИКС.....	101

Степанюк Владислава Владимировна, Проровский Андрей Геннадьевич Кросс-культурный маркетинг: как глобальные бренды адаптируют свои стратегии в различных странах	107
Ермакова Элеонора Эриховна Управление интеллектуальной собственностью в эпоху развития технологий искусственного интеллекта.....	112
Артюнин Алексей Дмитриевич, Юлдашева Оксана Урняковна, Актуальность применения методов компьютерной лингвистики в маркетинге	116
Потапова Наталья Васильевна Цифровые навыки современного бухгалтера: научный подход к развитию компетенций ...	123
Бех Валентина Владимировна, Линский Дмитрий Викторович Трансформации социально-экономических систем под воздействием процессов цифровизации	130
Дружинина Евгения Олеговна Информационная составляющая нефинансовой отчетности для различных пользователей	134
Бегмырадова Говхер Рахатовна, Аннабердиева Нязикджемал Кыясовна, Международно-правовая основа энергетической отрасли Туркменистана	138
Соболюк Екатерина Максимовна, Надеина Надежда Григорьевна Ценовая политика как фактор устойчивого развития Республики Беларусь.....	143
Надеина Надежда Григорьевна, Кушнирчук Маргарита Николаевна Современные тенденции в искусственном интеллекте.....	148
Бунько Светлана Александровна, Дементеев Валерия Владимировна, Переход к циркулярной модели экономики: преимущества и барьеры	151
Зацепина Елизавета Владимировна, Веремко Дарья Сергеевна Актуальные тренды в упаковке потребительских товаров	157
Плис Светлана Евгеньевна, Надеина Надежда Григорьевна Паблик рилейшнз в коммуникационной политике вуза	161
Чань Яцзин, Потапова Наталья Васильевна Информационные аспекты оценки собственного капитала предприятия в Китае.....	166
Медведева Гульнара Борангалиевна, Захарченко Людмила Анатольевна Сотрудничество регионов России и Беларуси как фактор устойчивого экономического роста...	171
Зарецкая Дарья Андреевна, Олиферук Регина Александровна, Проровский Андрей Геннадьевич Маркетинг театральных услуг (на примере Брестского театра кукол)	174
Хутова Елена Николаевна Тенденции развития потребительского рынка стран ЕАЭС.....	178
Григорьева Наталья Владимировна Изменения в Гармонизированной системе описания и кодирования товаров–2022	182
Гарчук Инна Максимовна Повышение эффективности развития системы управления предприятием.....	189
Бузмакова Марина Валерьевна Роль цифровизации в устойчивом социально-экономическом развитии общества.....	194
Ромазанов Руслан Рафаилович, Миленков Александр Владимирович Участники и поднадзорные субъекты рынка коллективных инвестиций в России	198
Wang Xu, A. V. Kievich Chronology of the creation and application of different types of big data platforms on the internet	204
Liu Qinyuan, A. V. Kievich A comparative analysis of internet banking development models in the United States and China...	207
Зубко Ирина Алексеевна Дифференциация уровней субъектов инновационной структуры региона	212
Лысюк Раиса Николаевна Эффективность системы здравоохранения	216

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ – 2025

Сборник научных трудов

Ответственный за выпуск: Проровский А. Г.

Редактор: Винник Н. С.

Компьютерная вёрстка: Соколюк А. П.

Корректор: Северянина А. Г.

ISBN 978-985-493-660-4



Издательство БрГТУ.

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя печатных
изданий № 3/1569 от 16.10.2017 г.

Подписано в печать 28.08.2025 г. Формат 60x84 ¹/₁₆.

Бумага «Performer». Гарнитура «Times New Roman».

Усл. печ. л. 13,02. Уч. изд. л. 14. Заказ № 804. Тираж 50 экз.

Печать цифровая. Изготовлено и отпечатано в учреждении
образования «Брестский государственный технический
университет». 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.