

обучения, которые могли помочь в передвижении по территории фестиваля или участия в мероприятиях.

В заключение стоит отметить, что инклюзивный подход к организации массовых событийных мероприятий представляет собой важный аспект современного общества. Организация мероприятий, основанная на инклюзивных подходах и инновационных аспектах ивент-менеджмента, является ключевым фактором успеха в современной Беларуси. Она позволяет создавать мероприятия, которые отвечают потребностям и ожиданиям всех участников, способствуют развитию ивент-индустрии в стране и укреплению связей между различными социальными группами. Внедрение инклюзивных подходов в организацию мероприятий в Беларуси – это не только современный тренд, но и жизненная необходимость для развития и успеха в данной сфере.

Литература

1. Борисенко-Клепач, Н. М. Подходы к определению понятия «безбарьерный туризм» / Н. М. Борисенко-Клепач // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. Вып. 16 / сост. С. В. Анцух ; под общ. ред. В. Г. Шадрского. – Минск: Четыре четверти, 2016. – С. 279-281.

2. Фестиваль науки // Национальная академия наук Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nasb.gov.by/rus/news/13419/>. – Дата доступа: 13.11.2023.

3. Тапшасханова, Е. О. Теоретические аспекты ивент-маркетинга / Е. О. Тапшасханова, Ф. Р. Бисчкова, З. А. Хандохова // Евразийское научное объединение, 2020. – № 3. – С. 271-274.

«Финансовые пузыри»: формирование и последствия

*Митина В. Д., студ. I к. БГУ,
науч. рук. ст. преп. Хмурович Л. В.*

«Финансовый пузырь» – это явление в экономике, при котором высокая стоимость активов не соответствует их реальной цене и экономически не обоснована. Как правило, появлению «пузыря» способствует устойчивый рост цен на актив, что приводит к увеличению притока инвесторов до тех пор, пока рыночная стоимость и цены на активы не вырастут до пиковых значений, однако затем следует резкое снижение, то есть «пузырь» лопается.

Американским экономистом Хайманом Мински были охарактеризованы основные фазы развития «финансового пузыря». Сначала происходит вытеснение. Инвесторы думают, что наступает новая экономическая парадигма. Это может произойти при появлении новых технологий, при низких процентных ставках и большом количестве ликвидности на рынке. После наступает фаза бума, когда на рынок выходит множество новых участников,

участвующих в инвестициях. На этапе эйфории происходит стремительный рост цен, при этом большинство инвесторов теряет осторожность, а активы оказываются необоснованно переоцененными. Затем следует этап фиксации прибыли, заключающийся в выходе с рынка с прибылью немногочисленной группы инвесторов, которые первыми поняли риск возникновения «финансового пузыря». На рынке при этом происходит снижение объемов торговли на фоне увеличения предложения актива. И после уже наступает фаза паники, когда «пузырь» лопается. Наблюдаются мощные продажи активов, что ведет к избыточному предложению на рынке при ограниченном спросе, происходит резкое снижение цен и стоимости активов [1].

История помнит множество крупных «пузырей», среди них – «афера братьев Хант». В конце 80-х гг. XX века многие инвесторы обратили внимание на рынок драгоценных металлов. Братья Хант ожидали, что цена на серебро существенно возрастет не только из-за инфляции, но и в силу роста рынка фотографии и кино на фоне небольших объемов добычи металла. Это была первая фаза – сдвиг (или вытеснение). С 1978 года они начали накапливать физическое серебро в огромных количествах, часто используя кредитное плечо, чтобы увеличить объемы покупок, что характерно для стадии подъема или бума. К 1980 году они накопили около 100 миллионов унций, что на тот момент времени было эквивалентно более чем трети поставляемого в мире серебра. Это можно охарактеризовать как этап эйфории, поскольку покупательский ажиотаж поднял цену серебра с 6 долларов за унцию в начале 1979 года до почти 50 долларов в январе 1980 года. Ситуация на рынке осложнялась дефицитом физического металла для производственных нужд, и пришлось вмешаться регуляторам. В марте 1980 года Комиссия по торговле товарными фьючерсами ввела правила, направленные на пресечение спекуляций на рынке серебра, благодаря чему цена на драгоценный метал начала быстро снижаться. Началась фаза паники, «пузырь» лопнул: за один день произошел обвал цен на серебро с 50 до 10 долларов за унцию (так называемый «серебряный четверг», который и привел семью Хантов к банкротству) [2].

Отмечается значительное негативное влияние «пузырей» на финансовую стабильность и экономическое развитие страны в целом. Финансовые кризисы, порожденные «пузырями», могут стать причиной довольно глубоких общеэкономических спадов. Однако, по мнению некоторых исследователей, данное явление имеет и положительные черты. «Пузыри» могут быть показателем технологического развития. Например, изобретения вроде железных дорог, автомобилей и Интернета в свое время привели к образованию «пузырей». Новые технологии и их потенциал сложно оценивать, поэтому у инвесторов часто имеются завышенные ожидания. Но благодаря тому, что в новые отрасли поступает много денег, и они очень быстро растут, инновационные технологии, товары или услуги доходят до потребителей быстрее. Такой точки зрения придерживается

Карлота Перес, автор теории технико-экономических парадигм. Она считает, что «финансовые пузыри» – неотъемлемая часть фазы агрессивного развития, когда товару или услуге требуется большое финансирование для быстрого выхода на рынок, а появление данного «пузыря» предоставляет такую возможность и способствует быстрому выходу новых товаров [3].

Также в качестве положительных аспектов отмечается, что в фазе роста «пузыря» рынки могут поглотить все напечатанные государством деньги, а потому инфляция практически не будет увеличиваться. Кроме того, все же некоторые инвесторы могут неплохо заработать на «пузырях».

Литература

1. Экономические пузыри и финансовые пузыри – определение, типы и 5 стадий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://morethandigital.info/ru/jekonomicheskij-puzyr-opredelenie-tipy-i-5-stadij-finansovyh-puzyrej/>. – Дата доступа: 14.11.2023.

2. Каланов, Г. История братьев Хант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://quote.rbc.ru/news/article/5e998ca49a794768ed4c1d35>. – Дата доступа: 14.11.2023.

3. Перес, К. Технологические революции и финансовый капитал. Динамика пузырей и периодов процветания / К. Перес. – Дело, 2013. – 76 с.

YouTube Influencers and Multi-Channel Marketing Network

*Сун Чжэни, асп. БГУ,
науч. рук. Чурлей Э. Г., канд. экон. наук, доц.*

YouTube is an American *online video sharing* and *social media* platform headquartered in *San Bruno, California, United States*. Accessible worldwide, it was launched on February 14, 2005, by *Steve Chen, Chad Hurley, and Jawed Karim*. It is owned by *Google* and is the *second most visited* website in the world, after *Google Search* [1]. YouTube has more than 2.5 billion monthly users [2].

In the context of fan community relationships, internet celebrities are becoming the core driving force of YouTube e-commerce. The relationship between internet celebrities and their fans allows various types of YouTubers, such as food bloggers, beauty bloggers, and game streamers, to become internet celebrities and bring their own traffic. As a result, internet celebrity live streaming has also been given a new meaning: “Value Interaction.” This has injected new vitality into YouTube e-commerce. In Figure One, we can also see the number of superstars or creators in countries, on September 15, 2022, the United States was home to 266 creators with more than 10 million followers, which made it the country with the highest