

из основных задач Республики Беларусь. Однако развитие фондового рынка и финансовой системы в целом отдельно от реального сектора экономики могут оказаться малоэффективными, поэтому только при одновременном развитии всех отраслей экономики возможно создание современного фондового рынка.

Литература

1. Стратегия развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/legislation/documents/digitalbankingstrategy2016.pdf>. – Дата доступа: 10.11.2019.

2. Развитие рынков ценных бумаг и рейтинговых услуг Беларуси на современном этапе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/bv/articles/10318.pdf>. – Дата доступа: 10.11.2019.

Ловушка средних доходов: вызовы для Беларуси

*Гелюк А. Е., студ. II к. БГУ,
науч. рук. Журавская К. С.*

В последнее время такое понятие, как «ловушка средних доходов», встречается в новостных сводках достаточно часто. В большинстве случаев они связаны с замедлением темпов экономического роста в Китае (10% в течение нескольких десятилетий, что называют «китайским экономическим чудом», по сравнению с 6% в 2019 г.). Вокруг этого события разгорелись споры экономистов: попадет ли Китай в «ловушку средних доходов» или же эта «новая нормальность» и Китайскую Республику ждет нечто, что можно назвать качественным ростом?

Если рассмотреть пример Беларуси, то внешне все выглядит именно как «ловушка средних доходов» (после периода быстрого роста и достижения определенного уровня дохода на душу населения замедлились или вообще отсутствовали темпы сокращения разрыва с высокоразвитыми странами).

Примерно с 2010 г. темпы роста белорусской экономики резко замедлились. За период 2010–2019 гг. среднее значение темпов экономического роста не достигало и двух процентов, а колебалось в районе 1,5%. Прогнозы на 2020 г. печальные: правительство прогнозирует 2,8% роста ВВП, тогда как прогноз МВФ составляет 0,3%.

Если проанализировать ВВП на душу населения за тот же период, то можно увидеть замирание данного показателя в сравнении со странами ЦВЕ. То же самое касается и ВВП на душу населения по ППС (в международных долларах 2011 г.). Этот показатель колеблется на одном уровне и не превышает 17 000 долл.

Однако следует заглянуть чуть глубже и найти причины более высоких темпов роста белорусской экономики в более ранний период. В своем выступлении на Октябрьском экономическом форуме (KEF-2019) постоянный представитель Всемирного Банка в Беларуси Алекс Кремер обратил внимание на этот вопрос. По мнению Всемирного Банка, этот рост был обеспечен лишь за счет внешних источников заимствований. Начиная с 2002 г., Беларусь не могла увеличить темпы экономического роста до $>2,5\%$, не увеличив внешний долг более чем на 9%. Но вместе с прекращением заимствований прекратился и экономический рост.

В международном рейтинговом агентстве S&P посчитали, что 95% долга правительства составляют валютные обязательства. Несмотря на возможность рефинансирования госдолга (около 75%), о чем заявил министр финансов Беларуси, этот фактор является одним из тех, которые негативно влияют на темпы экономического роста нашей страны.

Фактор, который в большей степени выделяют иностранные специалисты, – это большая доля госсектора. По оценкам МВФ, почти половина рабочих мест и валовой добавленной стоимости приходится на государственный сектор. Это объясняет существование множества неконкурентоспособных государственных организаций, которые являются убыточными, но которые трудно реформировать по политическим причинам.

Причины «ловушки» для национальной экономики называет в своей работе научный директор исследовательского центра ИПМ. Во-первых, это низкая диверсификация белорусского экспорта. Для белорусской экспортной корзины характерна тенденция увеличения доли средне- и низкопродуктивных товаров, а кроме того средне- и низкотехнологичной продукции. Согласно данным ЮНИДО за 26 лет в Беларуси почти не изменились показатели технологического производства и экспорта.

Глобальное исследование было проведено совместными силами представителей МИДа, БГЭУ и исследовательского центра ИПМ по оценке выхода Беларуси из «ловушки средних доходов». В результате проведенного авторами исследования 12 стран, которым удалось преодолеть «ловушку средних доходов», был выделен ряд показателей, напрямую повлиявших на их положение. Шесть показателей были сгруппированы по трем возможностям: структурные экономические реформы, развитие демократии, стимулирование инноваций.

Установлено, что выходу этих стран из «ловушки средних доходов» предшествовал существенный рост всех показателей по трем направлениям. Однако Беларусь на данный момент отстает по всем пунктам от этих стран.

Оптимизма придает совместная работа ВБ и белорусского правительства по реализации «Дорожной карты», которая включает в себя пять тем: реальный сектор экономики (упор на эффективность госсектора), социальная за-

цита (увеличение расходов), стабильность банковского сектора (урегулирование долговой нагрузки), тарифы на отопление, государственные расходы.

Литература

1. Рудый, К. В. Структурные экономические реформы: необходимость для Республики Беларусь и зарубежный опыт / К. В. Рудый // Белорусский экономический журнал. – 2015. – № 1. – С. 30–41.

2. Точицкая, И. Э. Ловушка низких темпов роста: факторы и риски для Беларуси / И. Э. Точицкая // Проект международной технической помощи «Развитие «Кастрычніцкага эканамічнага форуму»: рабочий материал Исследовательского центра ИПМ. – Минск, 2018.

Контент-маркетинг как инструмент повышения эффективности интернет-рекламы

*Гринько О. И., соискатель БГЭУ,
науч. рук. Голик В. С., канд. эк. наук, доц.*

По данным лидирующего провайдера маркетингового программного обеспечения, компании Emarsys[1], в ближайшие несколько лет контекстная и дисплейная реклама в том виде, в котором они существуют сейчас, окончательно отойдут на второй план. В наибольшей степени это коснется баннерной рекламы: при совершенствовании технологий персонализации они становятся все менее релевантными. С ростом популярности среди маркетологов, как инструмента оперативного охвата аудитории, баннерная реклама мешала пользовательскому опыту, что привело к распространению программного обеспечения для блокировки объявлений, а это, в свою очередь, – к снижению прибыли рекламодателей.

В 2013 г. среднему пользователю сети показывалось 2 000 рекламных баннеров в месяц, на 0,1% из которых он кликал. К 2016 г. данный показатель составил 0,4% и по сегодняшний день не превышает его, что подтверждает крайне низкую эффективность медийных объявлений. При этом в последнее время маркетинговое сообщество единогласно сходит к мнению, что пользовательский онлайн-опыт (на ПК или смартфоне) продолжает становиться более индивидуальным для каждого клиента, но никто из них не ожидает, что баннерная реклама или всплывающее сообщение будут мешать их работе.

По статистике *digiday.com* [2], количество людей, применяющих программное обеспечение, блокирующее баннерную рекламу, возросло до 11% среди всех пользователей сети Интернет и 26% пользователей ПК. Их число продолжает расти, что подтверждает тезис: «Маркетологи больше не могут отправлять коммуникационное сообщение “от одного – ко многим”».