

Несмотря на поздний старт, за последнее десятилетие китайские внешние инвестиции росли в геометрической прогрессии по всему миру, в том числе и в странах АСЕАН. За последние три года Китай и АСЕАН стали крупнейшими торговыми партнерами, что является важным достижением сотрудничества. С января по февраль 2023 года прямые нефинансовые инвестиции китайских предприятий в страны вдоль «Пояса и пути» увеличились на 37,1 млрд юаней по сравнению с предыдущим годом и составили 27,5 млрд юаней, что на 37,1% больше, чем в предыдущем году (эквивалентно 4,04 млрд долл. США; годовой рост – 27,8%), и составляет 20,2% от общего объема за тот же период. Это на 0,2% больше, чем за аналогичный период прошлого года. В соответствии с перечнем инициатив Китая по сотрудничеству с АСЕАН на высшем уровне Китай предложил ускорить переговоры по обновленной версии ЗСТ 3.0 между Китаем и АСЕАН, стремясь завершить их к 2024 году. Новая версия переговоров по ЗСТ охватывает такие области, как торговля товарами, инвестиции, цифровая экономика, «зеленая» экономика и т.д., предоставляя важные возможности для торговли и роста, что будет способствовать посткарантинному экономическому росту и долгосрочному развитию стран АСЕАН. Многие китайские компании продолжают инвестировать в страны Юго-Восточной Азии, чтобы обойти санкции США или ЕС и инвестиционные ограничения.

Накопление капитала в странах Юго-Восточной Азии по-прежнему имеет большой потенциал для развития, и иностранные инвестиции приветствуются в этих экономиках. Знаковый проект «Пояс и путь» несомненно приведет к увеличению китайских инвестиций в регион и откроет новые возможности для экономического роста во многих областях.

Ван Яньли

Wang Yanli

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель С.Г. Барбук

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ КИТАЕМ И РОССИЕЙ

Economic differences between China and Russia

Цель данной работы – сравнивая экономические, политические, культурные и другие аспекты, показать сходства и различия между Китаем и Россией.

Сходства:

1. Уровень инфраструктурного строительства относительно высок. И Китай, и Россия строят обширную инфраструктуру, такую как автомагистрали, железные дороги и аэропорты по всей стране. При этом уровень урбанизации в

двух странах продолжает повышаться, быстрыми темпами развивается и городское строительство.

2. Энергетическая отрасль огромна. И Китай, и Россия имеют очень развитую энергетическую промышленность и всемирно известны своими углем, нефтью, природным газом и другими ресурсами соответственно. В то же время энергетическое сотрудничество между двумя странами также является относительно тесным.

3. Государства приняли государственный капитализм, чтобы способствовать экономическому восстановлению и развитию и заложить определенную материальную основу для перехода.

4. Все завершили переход от частной собственности на средства производства к общественной путем социалистических преобразований.

Различия:

1. Существуют очевидные различия в экономической структуре. Китай является развивающейся экономикой, которая в основном опирается на производство как свою экономическую основу, в то время как Россия является развитой экономикой, которая в основном опирается на энергетическую и военную промышленность.

2. Различные этапы экономического развития. Экономика Китая трансформируется и модернизируется, ускоряя свою трансформацию в направлении качественного, высокоэффективного и устойчивого развития, в то время как экономическое развитие России относительно отстает и все еще нуждается в корректировке.

Г.Д. Девинда

G.D. Devinda

ГрГМУ (Гродно)

Научный руководитель А.В. Сенько

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Social media marketing

Менеджмент в социокультурных сетевых страницах (или аналоговый менеджмент и цифровой менеджмент) – это применение социокультурных сетевых страниц-эстакад, на которых пользователи формируют социокультурные сетевые страницы и обмениваются видеоинформацией для воссоздания бренда фирмы, уменьшения перепродаж и вовлечения траффика. Реформирование менеджмента в социокультурных сетевых страницах принесло новые превосходства.

Эстакады социокультурных сетевых страниц обеспечивают мощнейший канал для охвата огромной публики, что может понизить выразительность бренда.