

Это не только способствует повышению безопасности и удовлетворению потребностей конечных потребителей, но и играет ключевую роль в развитии молочной отрасли, ее экономической эффективности и конкурентоспособности, позволяет провести сравнительную оценку качества образцов и определить предпочтительность продуктов для потребителя.

Источники

1. Мишин, В.М. Управление качеством : учеб. пособие / В.М. Мишин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 220 с.
2. Петухов, М.М. Правовые основы качества и безопасности питьевого молока / М.М. Петухов // Наука, питание и здоровье : сб. науч. тр. : в 2 ч. / Науч.-практ. центр НАН Беларуси по продовольствию ; редкол.: З.В. Ловкис [и др.]. — Минск : Беларус. навука, 2021. — Ч. 2. — С. 450–456.

Ю.Д. Шибут

Научный руководитель — кандидат исторических наук Г.П. Бущик

ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ БЕЛАРУСИ С АЗЕРБАЙДЖАНОМ В 1995–2021 ГГ.

В статье проанализировано развитие товарооборота, экспорта, импорта товаров, изменение внешнеторгового сальдо Республики Беларусь с Азербайджанской Республикой в 1995–2021 гг. Охарактеризована номенклатура товаров взаимной торговли.

Торговля товарами Беларуси с Азербайджаном — важный аспект двусторонних отношений. Обе страны обладают значительным потенциалом для развития взаимовыгодного сотрудничества. Для анализа динамики внешнеторговых отношений двух стран использованы данные Национального статистического комитета нашей страны, в первую очередь ежегодники «Внешняя торговля Республики Беларусь» (см. таблицу).

Основные показатели внешней торговли товарами Республики Беларусь с Азербайджанской Республикой в 1995–2021 гг., млн долл. США

Год	Товарооборот	Экспорт	Импорт	Сальдо
1	2	3	4	5
1995	10,5	6,2	4,3	1,9
1996	12,6	8,1	4,5	3,6
1997	15,2	7,5	7,7	–0,2
1998	20,4	14,6	5,8	8,8
1999	16,1	9,1	7,0	2,1

1	2	3	4	5
2000	13,5	6,8	6,7	0,1
2001	8,5	5,0	3,5	1,5
2002	6,7	4,5	2,2	2,3
2003	10,4	8,7	1,7	7,0
2004	16,1	14,9	1,2	13,7
2005	30,0	28,0	2,0	26,0
2006	37,2	34,5	2,7	31,8
2007	89,7	86,4	3,3	83,1
2008	111,6	105,4	6,2	99,2
2009	124,6	120,3	4,3	116,0
2010	146,2	140,2	6,0	134,2
2011	1026,0	200,2	825,8	–625,6
2012	223,3	211,1	12,2	198,9
2013	290,4	277,8	12,6	265,2
2014	326,7	318,0	8,7	309,3
2015	290,5	285,7	4,8	280,9
2016	171,7	135,4	36,3	99,1
2017	160,8	150,5	10,3	140,2
2018	465,3	450,3	15,2	435,1
2019	307,8	289,6	18,2	271,4
2020	447,0	190,0	257,0	–67,0
2021	885,5	478,0	407,5	70,5

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе [1–8].

Данные таблицы свидетельствуют о том, что в 1995–2001 гг. товарооборот между странами развивался волнообразно, но с нарастающим увеличением. Наименьшим товарооборот был в 2002 г. (6,7 млн долл. США), наибольшим — в 2011 г. (1026,0 млн долл. США), что было связано с интенсивным импортом в Беларусь азербайджанской нефти. В 2011 г. рекордный за все годы сотрудничества импорт из Азербайджана в Беларусь достиг 825,8 млн долл. США, рекордным также было отрицательное для Беларуси внешнеторговое сальдо с Азербайджаном — –625, млн долл. США. В целом за рассматриваемый период товарооборот Беларуси с Азербайджаном в торговле товарами увеличился в 84,3 раза: с 10,5 млн долл. США в 1995 г. до 885,5 млн долл. США в 2021 г.

Также впечатляющим и волнообразным был рост белорусского экспорта товаров в Азербайджан: в 77,1 раза: с 6,2 млн долл. США в 1995 г. до 478,0 млн долл. США в 2021 г. — наибольшего показателя за рассматриваемый период. Следует отметить, что белорусский экспорт товаров в Азербайджан, как правило, превышал импорт из этой страны. За рассматриваемый 27-летний период только 3 раза, в 1997, 2011 и 2020 гг., импорт из Азербайджана превысил экспорт Беларуси в дружественную страну.

Импорт товаров из Азербайджана в Беларусь в основном был значительно меньше по стоимости, чем белорусский экспорт в Азербайджан, что являлось благоприятным фактором для внешней торговли товарами Беларуси. Импорт азербайджанских товаров в Беларусь увеличился с 4,3 млн долл. США в 1995 г. до 407,5 млн долл. США в 2021 г., или в 94,8 раза, т.е. опередил по темпам роста товарооборот и экспорт. При этом, как правило, импорт товаров из Азербайджана составлял в миллионах долларов однозначные и двузначные цифры: от 1,2 млн долл. США в 2004 г., до 36,3 млн долл. США в 2016 г. Только в 2011, 2020 и 2021 гг. импорт азербайджанских товаров в Беларусь резко возрастал и составил соответственно 825,8; 257,0 и 407,5 млн долл. США, что было связано с увеличением импорта в Беларусь азербайджанской нефти и нефтепродуктов.

Сальдо в торговле товарами Беларуси с Азербайджаном, как отмечалось выше, в основном было положительным. Оно увеличилось в 37,1 раза: с 1,9 млн долл. США в 1995 г. до 70,5 млн долл. США в 2021 г. Наибольшим положительное сальдо Беларуси в торговле товарами с Азербайджаном было в 2018 г. — 435,1 млн долл. США. Отрицательным сальдо было только три раза: в 1997 г. (–0,2 млн долл. США), 2011 г. (–625,6 млн долл. США) и 2020 г. (–67,0 млн долл. США).

В экспорте Беларуси в Азербайджан преобладала продукция машиностроения (тракторы, грузовые автомобили, пассажирский транспорт), химической отрасли, пищевой промышленности, деревообработки, фармацевтической промышленности. В Азербайджане, на базе Гянджинского автомобильного завода, также было организовано сборочное производство белорусских тракторов, грузовых автомобилей, коммунальной техники из импортируемых деталей и комплектующих. В импорте из Азербайджана в Беларусь преобладали нефть, нефтепродукты, орехи, овощи, фрукты, соки. В 2017 г. в Минске был открыт первый за рубежом Торговый дом Азербайджана [9].

Таким образом, несмотря на то что со времени обретения независимости оба суверенных государства столкнулись с многочисленными вызовами, включая экономические кризисы, политическую нестабильность и необходимость в реформировании своих экономик, Беларусь и Азербайджан стремились развивать двусторонние отношения, которые стали основой для роста товарооборота и расширения ассортимента экспортируемых и импортируемых товаров. Внешнеторговые отношения Беларуси и Азербайджана в 1995–2021 гг. динамично развивались. Высокими темпами росли взаимный товарооборот и экспорт Беларуси в Азербайджан. Как правило, по сум-

ме экспорт Беларуси значительно превосходил импорт из Азербайджана. Внешнеторговое сальдо Республики Беларусь с Азербайджанской Республикой также в основном было положительным. Укреплялись политические и гуманитарные отношения двух стран. Все это свидетельствует о значимости и перспективности белорусско-азербайджанских внешнеторговых отношений. Страны не только укрепили свои торговые связи, но и начали развивать совместные проекты в различных отраслях, включая промышленность, сельское хозяйство и энергетику.

Источники

1. Внешняя торговля Республики Беларусь за 1995–1998 годы : стат. сб. — Минск : М-во статистики и анализа Респ. Беларусь, 1999. — 141 с.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь : стат. сб. — Минск : М-во статистики и анализа Респ. Беларусь, 2002. — 611 с.
3. Внешняя торговля Республики Беларусь : стат. сб. — Минск : М-во статистики и анализа Респ. Беларусь, 2008. — 373 с.
4. Внешняя торговля Республики Беларусь : стат. сб. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2011. — 403 с.
5. Внешняя торговля Республики Беларусь : стат. сб. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2014. — 312 с.
6. Внешняя торговля Республики Беларусь : стат. сб. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2018. — 373 с.
7. Внешняя торговля Республики Беларусь : стат. сб. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2021. — 204 с.
8. Внешняя торговля Республики Беларусь : стат. сб. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2022. — 29 с.
9. Торгово-экономические отношения // Посольство Республики Беларусь в Азербайджанской Республике. — URL: https://azerbaijan.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations/trade_economic/ (дата обращения: 17.11.2024).

В.А. Шкурко, А.Н. Болотько

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.С. Пономарева

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА БАНКА ПОСРЕДСТВОМ ЦИФРОВЫХ КАНАЛОВ

В данной статье исследуются особенности формирования имиджа банка на финансовом рынке в условиях цифровой трансформации исходя из анализа влияния новых информационных технологий на стратегии коммуникации и маркетинга в банковской сфере с оценкой различных аспектов создания и поддержания привлекательного образа банка на рынке финансовых услуг.

Формирование положительного имиджа банка в условиях цифровизации экономики становится критически важным аспектом его стратегическо-