

Список использованных источников

1. Зорина, Т. Г., Слонимская, М. А. Маркетинговые исследования. Учеб. пособие / Т. Г. Зорина, М. А. Слонимская. – Минск : БГЭУ, 2010. – 411с.
2. Зорина, Т. Г., Артёменко, С. В. Маркетинговые исследования. Практикум / Т. Г. Зорина, С. В. Артёменко. – Минск : БГЭУ, 2020. – 411с.
3. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практ. руководство / Нэреш К. Малхотра. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2002. – 960с.
4. Мосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS: Учеб. Пособие / Г. Мосмюллер, Н. Ребик. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 160 с.

А. И. Бельзецкий,
канд. техн. наук,
ООО «БелМежКомИнвест» (г. Минск)
e-mail: anatolbelz@gmail.com

МЕЗОЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РЫНКА

В основу мезоэкономической модели рынка положена корреляционная модель целостности, которая базируется на следующих идеях:

- целостность – это часть реальности без каких-либо упрощающих предположений (базовый постулат парадигмы холизма);
- фундаментальный закон стремления природы к целостности; операциональное определение целостности как соотношение тесноты внутренних и внешних связей;
- объектом исследования является среда, элементом которой является рынок;
- рынок представляет собой организованную целостность;
- гипотеза существования интегральных показателей целостности [1].

Корреляционная модель целостности позволяет выделить следующие основные свойства рынка и его среды на мезоуровне экономики:

1. Основной причиной формирования целостностей является анизотропия среды, то есть неоднородность среды по направлению, а главной причиной формирования экономической целостности являются неоднородные экономические отношения.
2. Целостность имеет один или несколько интегральных показателей, число которых равно, с одной стороны, числу степеней свободы целостности, а с другой – размерности пространства вложения целостности.
3. Независимость целостностей друг от друга означает, что каждая целостность имеет свое пространство, размерность которого равна числу степеней свободы целостности.
4. Смешанный характер рыночной среды указывает на то, что целостности и их пространства вложены друг в друга.
5. Рыночная среда также имеет свое пространство, размерность которого равна сумме размерностей пространств главных целостностей.
6. Существует три вида неоднородности среды:
 - 1) пространственная (от точки к точке);
 - 2) в зависимости от направления, то есть анизотропия;
 - 3) межпространственная.
7. Основной характеристикой целостности является теснота ее внутренних связей, которая измеряется коэффициентом корреляции целостности, который имеет двойственную природу. Его величина характеризует, с одной стороны, тесноту внутренних связей целостности, а с другой – долю тесноты внутренних связей целостности в общей тесноте всех связей рыночной среды.

8. Коэффициент корреляции целостности является векторной величиной, поскольку его значение зависит от направления интегрального показателя целостности и равно максимальной корреляции между интегральным и исходными показателями, входящими в целостность, при отсутствии корреляций с интегральными показателями оставшихся целостностей рыночной среды.

9. Комплекс векторов корреляции главных целостностей является универсальной характеристикой основных свойств неоднородности рыночной среды.

10. Целостность рыночной среды имеет многоуровневое иерархическое строение, на первом уровне которого находятся главные целостности, на втором – прочие целостности, входящие в главные целостности, на третьем – прочие целостности, входящие в прочие целостности второго уровня и т.д.

11. Между целостностями отсутствуют корреляционные связи, но могут существовать соединения. Природа образования соединения целостностей заключается в степенях свободы: если одна целостность содержит элементы, обладающие степенями свободы другой целостности, то эти элементы также входят в другую целостность, и между целостностями образуется соединение.

Результаты оценки качества корреляционной модели целостности рынка банковских депозитов и рынка банковских кредитов за 2020–2024 гг. дали удовлетворительные результаты, позволяющие рекомендовать ее как для научных исследований, так и для практического использования на уровне мезоэкономики.

Список использованных источников

1. Бельзецкий, А. Маркетология: теория, методы и модели рынка как целостности: монография / А. Бельзецкий. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 372 с.

В. В. Гедранович,
канд. пед. наук, доцент,
БГЭУ (Минск)
e-mail: gedrvv@gmail.com

УПРАВЛЕНИЕ ИТ-ПРОЕКТАМИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАТИКИ

Цифровая эпоха требует от будущих специалистов умения не только разрабатывать технологические решения, но и эффективно управлять проектами, которые обеспечивают эти решения. Управление ИТ-проектами помогает сократить разрыв между технической и бизнес-составляющей, что критично в условиях, когда скорость и качество внедрения цифровых решений становятся конкурентным преимуществом.

Управление ИТ-проектами имеет стратегическую значимость для бизнеса поскольку не только улучшает внутренние процессы, но и позволяет организациям быстрее и эффективнее реагировать на изменения на рынке, а также разрабатывать новые продукты и услуги. Компании, успешные в управлении проектами, могут значительно улучшать свои финансовые показатели и долговременную конкурентоспособность.

Для специальности «Экономическая информатика», находящейся на пересечении ИТ и экономики, овладение навыками управления проектами является более чем актуальным, так как не только расширяет профессиональные горизонты студентов, но и делает их подготовленными к вызовам современной экономики. Это отвечает запросам цифровой экономики, где отмечается дефицит специалистов с проектными навыками. Например, по данным сервиса rabota.by только в Минске открыто 134 вакансии с полной занятостью для специалистов, обладающих компетенциями по управлению проектами [1].