

РЕАЛИЗАЦИЯ И ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН НА ПРИМЕРЕ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В БЕЛАРУСИ

Рынок недвижимости всегда был и остается перспективной сферой деятельности, особенно учитывая высокую доходность посреднических услуг. Однако данная система имеет ряд недостатков: сложность налогообложения, длительность оформления сделок, высокие риски. Эти проблемы требуют внедрения современных инновационных решений, которые повысили бы прозрачность и эффективность рынка.

Блокчейн как инструмент цифровизации открывает возможности для улучшения системы сделок с недвижимостью. Понятие Blockchain (block — «блок», chain — «цепочка») появилось в 2008 г. Прямой перевод отражает суть — это цельная цепочка объектов с неизменным рядом, где каждый блок связан [1].

Каждый блок содержит всю информацию цепи и уникальный хеш-код, ссылающийся на предыдущий блок, обеспечивая невозможность подделки данных при обмене информацией. Процесс верификации в блокчейн устанавливает, что человек фактически владеет записью после транзакции и обладает тем, что под ней подразумевается.

Пример внедрения технологии в операции с недвижимостью — покупка апартаментов в Minsk World гражданами Ливана. Они использовали криптовалюту и технологию блокчейн, чтобы перевести средства на счет в белорусском банке, минуя сложные международные переводы. Данная операция по переводу средств осуществлялась посредством криптобиржи, являющейся партнером компаний-застройщиков в Парке высоких технологий. Таким образом эта система обеспечила удобство и доступность для иностранных инвесторов, которым теперь нет необходимости часто приезжать в Минск для оплаты [2]. Граждане Ливана использовали особые соглашения — умные контракты, которые представляют собой фрагменты кода.

Декрет Президента Республики Беларусь «О развитии цифровой экономики» от 21 декабря 2017 г. № 8 создал правовую основу для внедрения умных контрактов и упростил процесс заключения таких сделок. Сейчас в нашей стране реализуются такие проекты, но не на высоком уровне по причине финансов. Внедрение требует значительных инвестиций со стороны компаний и государства. С 2017 г. в Беларуси активно внедряется блокчейн. Так, Национальный банк Республики Беларусь создал информационную сеть на его основе, которая используется для решения различных задач. В Беларуси также

создана Ассоциация «Технологии Распределенных Реестров» (Belarus Blockchain Association), цель которой — поддержка цифровой трансформации бизнеса и популяризация блокчейн-технологий среди предпринимателей.

Несмотря на свой специфический характер, технология блокчейн по-прежнему уязвима для угроз и атак, которые гипотетически могут позволить отдельным группам лиц влиять на транзакции. В открытых системах каждый имеет право на доступ и обновление реестра. Таким образом, все транзакции прозрачны и видимы. На данный момент это одна из проблем, и компромисса между прозрачностью и конфиденциальностью в блокчейн нет.

Таким образом, блокчейн представляет собой значительный шаг вперед в области хранения и обработки данных. Он может быть применен в любых сферах, где важны точность, прозрачность и достоверность информации, а также ее конфиденциальность.

Источники

1. Технология блокчейн простыми словами // Cryptonisation. — URL: <https://cryptonisation.com/chto-takoye-blokcheyn-prostymi-slovami> (дата обращения: 07.11.2024).

2. Инвестируй в недвижимость! Новые тенденции рынка. Теперь приобрести апартаменты можно и с использованием криптовалютного рынка! // Myfin.by. — URL: <https://myfin.by/article/events/investiruj-v-nedvizimost-novye-tendencii-rynka-teper-priobresti-apartamenty-mozno-i-s-ispolzovaniem-kriptovalutnogo-rynka> (дата обращения: 07.11.2024).

К. Д. Волкова, А. В. Долгая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

РОЛЬ ТАРГЕТИНГА В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В современных реалиях таргетинг — ключевой элемент, используемый для привлечения клиентов через социальные сети и контекстную медийную рекламу.

Таргетированная реклама повышает эффективность кампаний, фокусируясь на потенциальных покупателях, наиболее заинтересованных в предлагаемом продукте. В отличие от других методов рекламы она позволяет точно настроить параметры рекламных объявлений под любые критерии, важные для продавца, что обеспечивает более высокую конверсию и рентабельность затрат.

Основная цель таргетинга в электронной коммерции — персонализация, выделение целевой аудитории и распределение ее по сег-