

Таким образом, можно сделать вывод, что бизнес — это гонки без финиша. Компания, которая не становится лучше (в данном случае не повышает лояльность клиентов), становится хуже. Но лишь повышения эффективности текущей деятельности недостаточно. Замыкаясь внутри компании и не выходя за ее стены, руководители подвергают свой бизнес серьезному риску. Рассматривая его изнутри, а не снаружи, они упускают из виду изменения, происходящие с потребителями, конкурентами, каналами распределения, не замечают надвигающихся угроз и упускают интересные возможности.

### Источники

1. Простые способы увеличить лояльность клиентов // Клиентикс CRM. — URL: [https://klientiks.ru/life\\_hack/program-loyalty](https://klientiks.ru/life_hack/program-loyalty) (дата обращения: 21.11.2024).

2. *Котлер, Ф.* Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. — 3-е изд. — М. : Альпина Паблишер, 2011. — 216 с.

**Сюй Хуэймэн**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — О. Ю. Остальцева, канд. экон. наук, доцент*

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В КИТАЕ

В условиях быстрого роста китайской экономики и углубления глобальной экономической интеграции китайский рынок сталкивается с беспрецедентно серьезными вызовами. Будь то на уровне модернизации промышленности, трансформации структуры потребления или даже промышленного трансфера в условиях глобализации, эти вызовы охватывают не только корректировку экономической структуры, но и модернизацию промышленности, изменения в структуре потребления и многие другие аспекты [1].

С момента вступления Китая в ВТО его экономика быстро интегрировалась в глобальную промышленную цепочку, а отрасли промышленности постоянно модернизировались, и постепенно за КНР закрепился статус «мировой фабрики». Однако по мере того, как стоимость рабочей силы растет, а китайско-американские торговые разногласия и технологические споры продолжают обостряться, непрерывность и безопасность глобальной производственной цепочки подвергаются серьезным испытаниям.

В настоящее время в Китае наблюдается дисбаланс в модели экономического роста, которая опирается в основном на инвестиции и экспорт, в то время как вклад потребления в экономический рост от-

носителем невелик. Такая несбалансированная модель роста может вызвать экономические колебания и повлиять на стабильность рынка.

Согласно статистике общий объем ВВП Китая является одним из самых высоких в мире, однако вклад потребления в экономический рост гораздо ниже, чем в развитых странах. Например, вклад потребления в экономический рост в США долгое время оставался выше 70 %, в то время как вклад потребления в экономический рост в Китае в последние годы увеличился, но все еще колеблется в районе 50 %. Такая несбалансированная модель роста делает китайскую экономику уязвимой к внешним потрясениям. Если международный спрос упадет или усилятся торговые трения, экспорт будет заблокирован, а экономический рост окажется под огромным давлением. Чтобы справиться с этими вызовами, китайским предприятиям необходимо принять ряд мер.

С одной стороны, они должны усилить технологические инновации, повысить качество продукции и добавленную стоимость, а также укрепить свою основную конкурентоспособность.

С другой стороны, они должны расширять международные рынки, активно участвовать в строительстве «Одного пояса и одного пути» и укреплять торговое сотрудничество со странами, расположенными вдоль этого маршрута. В то же время усилена работа по созданию бренда, чтобы повысить узнаваемость и репутацию предприятия и увеличить долю рынка китайской продукции. Кроме того, предприятия усилили управление рисками, чтобы противостоять колебаниям валютных курсов, торговым барьерам и другим рискам. Хотя китайский рынок в настоящее время сталкивается с рядом проблем, вызовы и возможности часто идут рука об руку. Устойчивый экономический рост Китая и увеличение размеров рынка предоставляют компаниям широкое пространство для развития.

### **Источник**

1. Стратегии, как справиться с вызовами рынка : [сайт]. — URL: [www.hexun.com](http://www.hexun.com) (дата обращения: 19.11.2024).

**Т. А. Такушевич**  
МГТЭК (Минск)

*Научный руководитель — И. Н. Хмельницкая*

## **ЗАЩИТА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ОТ ХАКЕРСКИХ АТАК И ДРУГИХ УГРОЗ**

Защита интернет-торговли от хакерских атак и других угроз является важной задачей для обеспечения безопасности данных клиентов и сохранения репутации бизнеса. Хакеры могут иметь различные