

Но пока ближе всего к реальности орбитальные фабрики. Varda Space планируют производить в невесомости уникальные материалы — от оптического волокна до биологических тканей, которые невозможно создать в земных условиях. Такие проекты могут перевернуть фармацевтику и промышленность.

Космическая индустрия больше не футуристическая фантазия — это часть глобальной экономики, которая диктует новые правила. Она стирает границы между наукой и прибылью, бросает вызовы этике и экологии, но одновременно предлагает инструменты для решения земных проблем.

Источники

1. The New Space Economy // Morgan Stanley. — URL: <https://www.morganstanley.com/Themes/global-space-economy> (date of access: 07.04.2025).
2. About the Company Planet // Planet. — URL: <https://www.planet.com/company/> (date of access: 07.04.2025).
3. Ермаков, А. Спутниковые мегасозвездия. Новая космическая реальность / А. Ермаков // Новый оборонный заказ. Стратегии. — 2023. — № 4 (81). — URL: <https://dfnc.ru/kosmos/sputnikovye-megasozvezdiya-novaya-kosmicheskaya-realnost/> (дата обращения: 07.04.2025).

Е.А. Гаврилюк, В.А. Лазута

*Научный руководитель — Ю.Б. Вашкевич
БГЭУ (Минск)*

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОБЕДИТЕЛИ И ПРОИГРАВШИЕ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР

Олимпийские игры традиционно рассматриваются как стимул экономического развития, способный привлечь инвестиции, модернизировать инфраструктуру и укрепить международный имидж принимающей страны. Однако на практике проведение Игр часто сопровождается перерасходом бюджета, ростом долговой нагрузки и сомнительной отдачей в долгосрочной перспективе. В связи с этим возникает актуальный вопрос: действительно ли Олимпийские игры способствуют устойчивому экономическому росту или становятся финансовым бременем для стран-организаторов? Цель данного исследования — выявить ключевые факторы успеха на примере Барселоны и причины экономических неудач, как в случае с Афинами.

Крупные спортивные мероприятия могут приносить как прямые, так и косвенные экономические выгоды. К прямым относятся капитальное строительство, развитие транспортной инфраструктуры и туристические расходы. Косвенные эффекты включают повышение туристической и деловой привлекательности, рост гражданской гордости и укрепление имиджа принимающего города или стра-

ны [1]. Однако возможны и негативные последствия: перерасход бюджета, неэффективное использование земли, слабое планирование и недозагрузка объектов.

Организация летних Олимпийских игр 1992 г. в Барселоне оказала значительное и долгосрочное влияние на экономическое развитие как столицы Каталонии, так и всей автономной области в целом. До проведения Игр город характеризовался устаревшей инфраструктурой и ограниченным туристическим потенциалом, однако подготовка к мероприятию стала стимулом для масштабных инвестиций — на сумму 5,75 млрд евро. Были модернизированы аэропорт, дорожная сеть, построены жилые комплексы и спортивные объекты, особенно преобразована прибрежная зона, включая строительство Олимпийского порта. Общий экономический эффект составил 18,68 млрд евро (0,75 % ВВП за 1986–1992 гг.), ВВП Каталонии вырос на 40,4 % при 33,9 % по Испании. Регион привлек 43 % всех иностранных инвестиций, что обеспечило устойчивый рост экономики, развитие туризма и укрепление международного имиджа [2].

В отличие от Барселоны, проведение Олимпийских игр в Афинах в 2004 г. не привело к ожидаемым экономическим выгодам. Главными причинами стали перерасход бюджета, недофинансирование отдельных объектов и неэффективное использование олимпийской инфраструктуры после завершения соревнований. Расходы на подготовку существенно превысили изначальные планы, а высокая долговая нагрузка в последующие годы усугубила финансовую нестабильность страны. Олимпиада оставила после себя долги свыше 11 млрд евро, при этом 21 из 22 построенных спортивных сооружений через несколько лет оказались заброшенными. Государственный долг Греции увеличился с 98 % ВВП в 2004 г. до 126 % в 2009 г. [3]. Хотя расходы на Игры составили лишь небольшую часть от общего долга в 400 млрд евро, они стали символом неэффективности и дополнительным фактором, затруднившим восстановление экономики после кризиса.

Олимпийские игры могут стать как мощным стимулом экономического роста, так и источником серьезных финансовых потерь. Их успех во многом зависит от эффективного планирования, целевых инвестиций и долгосрочного использования инфраструктуры. Пример Барселоны демонстрирует, что при грамотном управлении Олимпиада способна преобразить город, привлечь инвестиции, улучшить инфраструктуру и стимулировать туризм. В то же время Афины наглядно показали, как избыточные расходы, слабое планирование и неэффективное использование объектов могут усугубить экономические проблемы и способствовать долговому кризису. Таким образом, Олимпийские игры — это не гарантированный путь к процветанию, а рискованный проект, успех которого зависит от целого комплекса факторов: стратегического подхода, качества управления и ориентации на долгосрочные результаты.

Источники

1. Олимпийские резервы экономики // ЭКОНС. — URL: <https://econs.online/articles/ekonomika/olimpiyskie-rezervy-ekonomiki/> (дата обращения: 03.04.2025).

2. *Martínez Euklidiadas, M.* Barcelona 92: the impact of hosting the Olympics in the interest of global exposure / M. Martínez Euklidiadas // Tomorrow.City. — URL: <https://www.tomorrow.city/olympics-economic-impact-of-host-cities> (date of access: 03.04.2025).

3. Government finance statistics 2009 // Eurostat. — URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/government-finance-statistics> (date of access: 03.04.2025).

В.В. Демьянкова

Научный руководитель — Т.М. Лукьянюк
БГЭУ (Минск)

S-COMMERCE КАК БУДУЩЕЕ ТОРГОВЛИ: ОПЫТ КИТАЯ

Социальная коммерция (s-commerce) представляет собой сочетание онлайн-покупок и социальных сетей, создавая динамичную систему, в которой взаимодействие и вовлеченность пользователей напрямую влияют на покупательское поведение.

В отличие от традиционной электронной коммерции, s-commerce интегрирует опыт покупок в платформы социальных сетей, позволяя пользователям приобретать товары из своих аккаунтов. Социальная коммерция обеспечивает расширенный опыт покупок благодаря персонализации и подлинному человеческому опыту, который укрепляет доверие. Потребители чаще покупают товары и услуги по рекомендациям из надежных источников, таких как семья и друзья, сообщества и инфлюенсеры.

Развитие электронной коммерции в Китае тесно связано с ее проникновением в китайские социальные сети. Сегодня продавать в Китае можно не только на традиционных маркетплейсах, но и через такие популярные соцсети, как WeChat, Douyin, Weibo, Kuaishou, Xiaohongshu и многие другие.

По данным сайта Statista, в 2024 г. в Китае почти 974 млн чел. совершили покупки онлайн, что составляет 87,9 % всех китайских интернет-пользователей [1]. Китайские покупатели открыты к современным технологиям и хорошо разбираются в них. Такое количество потенциальных пользователей делает китайский рынок одним из наиболее востребованных в мире. Надежность и простота платежей в сочетании с высоким уровнем распространения смартфонов позволили рынку s-commerce в Китае быстро адаптироваться и стимулировать рост онлайн-покупок [2, с. 116].

В последние годы индустрия электронной коммерции Китая демонстрирует рост выше среднего. В 2023 г. валовой объем товаров в онлайн-покупках составил около 15,4 трлн юаней, в то время как от офлайн-продаж товаров было получено около 13 трлн юаней. Значимой целевой группой бурно развивающегося сектора электронной коммерции Китая является сегмент мобильных пользователей. По состоянию на 2022 г. около 71 % платежей в Китае осуществлялись