

Altpapier- oder Glasverarbeitung, sondern auch um komplexe Prozesse wie das chemische Recycling von Kunststoffen oder die Gewinnung wertvoller Komponenten aus Elektroschrott.

3. Grüne Finanzen (Investitionen in eine nachhaltige Zukunft). Das Finanzsystem spielt eine entscheidende Rolle bei der Beschleunigung des grünen Übergangs, indem es Kapital in nachhaltige Projekte umleitet, zum Beispiel:

1) ESG-Prinzipien. Umwelt-, Sozial- und Unternehmensverwaltungs faktoren (ESG) werden für die Anziehungskraft von Investitionen von entscheidender Bedeutung. Unternehmen, die diese Prinzipien ignorieren, sehen sich steigenden Kreditkosten und Kapitalabflüssen gegenüber.

2) Kohlenstoffpreise. Die Einführung von Emissionspreismechanismen wie Quoten-Handelssystemen (ETS) oder Co<sub>2</sub>-Steuern schafft direkte finanzielle Anreize für Unternehmen, ihre negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren.

Obwohl eine grüne Wirtschaft Vorteile hat, steht ihre Einführung vor Herausforderungen wie hohen Kosten für den Übergang zu nachhaltigen Technologien und Ressourcenknappheit in vielen Ländern. Darüber hinaus sind eine Änderung der Ansätze von kurzfristigen gewinnorientierten Unternehmen und eine Verbesserung der Umweltkompetenz der Verbraucher erforderlich.

**D. Troshko, P. Popova**

**Д. П. Трошко, П. В. Попова**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель А. М. Коцаренко*

## **PROTEKTIONISMUS UND SEINE FOLGEN FÜR DEN AUßENHANDEL UND DIE WIRTSCHAFTSKOOPERATION IM RUSSISCH-BELARUSSISCHEN UNIONSSTAAT**

### **Протекционизм и его последствия для внешней торговли и экономического сотрудничества в российско-белорусском Союзном государстве**

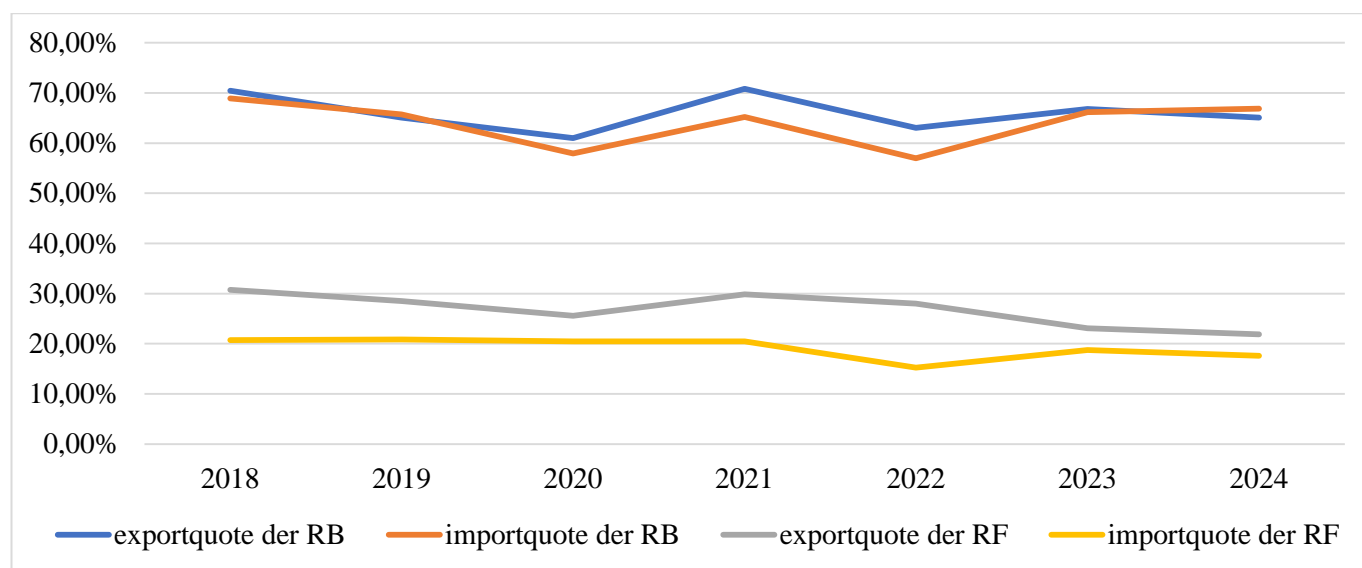
Auf der gegenwärtigen Entwicklungsstufe der Weltwirtschaft ist neben dem allgemeinen Trend zur Globalisierung auch eine Zunahme protektionistischer Maßnahmen in den internationalen Wirtschaftsbeziehungen zu beobachten. Im Zeitraum von 2020 bis 2024 ist die Anzahl der Handelsschutzmaßnahmen gestiegen. Der Außenhandel kann sich im Wesentlichen in zwei Richtungen entwickeln: unter den Bedingungen eines freien Marktes ohne staatliche Eingriffe oder mit staatlichen Eingriffen in Form von protektionistischen Maßnahmen.

Unter Protektionismus versteht man eine staatliche Politik in der nationalen Wirtschaft, die den internationalen Handel beschränkt, um die heimische Industrie zu

unterstützen. Eine protektionistische Politik wird in der Regel mit dem Ziel verfolgt, die Wirtschaftstätigkeit innerhalb der nationalen Volkswirtschaft zu verbessern. Das Hauptinstrument einer solchen Politik ist der Zoll.

Im Rahmen des Unionsstaates wurde eine Inventarisierung des Vermögens durchgeführt. Es ist geplant, dass ab 2025 Einnahmen von der Nutzung dieses Vermögens dem Haushalt des Unionsstaates zufließen werden. In den Jahren des Bestehens des Unionsstaates hat sich das BIP von Belarus versechsfacht und das der Russischen Föderation verzehnfacht. Das BIP pro Kopf stieg in Belarus um das Siebenfache und in der Russischen Föderation um das Elffache. Das Handelsvolumen zwischen Belarus und der Russischen Föderation betrug im Jahr 2019 35 Milliarden US-Dollar und näherte sich im Jahr 2024 einer Zahl von 60 Milliarden US-Dollar an.

Von 2018 bis 2023 blieb der Außenhandel von Belarus von externen Märkten abhängig: Die Export- und Importquoten schwankten in einem Bereich von 57 bis 71 %. Das höchste Niveau der Exportaktivität wurde im Jahr 2021 verzeichnet (Exportquote – 70,84 %), das niedrigste im Jahr 2020 vor dem Hintergrund der Pandemie (61,01 %). Im Jahr 2022 gingen beide Quoten zurück. Im Jahr 2024 erholten sich die Werte nahezu wieder. Der allgemeine Trend zeigt eine hohe Offenheit der belarussischen Wirtschaft, doch die Schwankungen der Quoten bestätigen den globalen Trend hin zu einer Verstärkung des Protektionismus (siehe Abbildung).



Die Dynamik der Export- und Importquoten der Republik Belarus und der Russischen Föderation für den Zeitraum 2018–2024, % [1]

Unter dem Einfluss von Sanktionen beginnt Russland, seinen Handel umzuorientieren, die Abhängigkeit von traditionellen Partnern zu verringern und neue Wirtschaftsbeziehungen aufzubauen, während Belarus die Abhängigkeit von bewährten Partnern verstärkt. Die globale Praxis zeigt einen Wechsel von der Globalisierung hin zu Regionalisierung und Protektionismus, bei dem sich die Schlüsselinvestitionsströme innerhalb geopolitischer und wirtschaftlich nahestehender Bündnisse konzentrieren.

## Referenzen

1. Imports of goods and services (current US\$) // World Bank Development Research Group. – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.IMP.GNFS.CD> (date of access: 08.10.2025).

**Y. Yaroshevich**

**Я. А. Ярошевич**

БГТУ (Минск)

*Научный руководитель А. В. Никушова*

## MODERNER MARKETINGKOMPLEX

### Современный комплекс маркетинга

Nach der Entscheidung über die Positionierung seines Produkts beginnt das Unternehmen mit der Planung verschiedener Details des Marketingkomplexes. Die folgende Definition dieses Konzepts gibt der amerikanische Wissenschaftler Philip Kotler. Der Marketingkomplex ist eine Reihe kontrollierbarer Marketingvariablen, die das Unternehmen verwendet, um die gewünschte Reaktion des Zielmarktes hervorzurufen. Er vermittelt auch den allgemeinen Eindruck seinem Konzept des Marketingkomplexes 4P: das Produkt (Produkt oder Dienstleistung), der Preis, die Verkaufsförderung (Werbung), der Ort (Vertrieb, Vertriebskanäle). Mit der Entwicklung des Verbraucherverhaltens und der Marktdynamik entwickelte sich das Modell selbst weiter, was zur Entwicklung zusätzlicher Strukturen wie den Modellen 4C, 7P und 4E führte.

Das Ziel der Forschung besteht in der theoretischen Begründung für die Durchführbarkeit des Übergangs vom traditionellen Marketing-4P-Mix zu modernen Konzepten, solchen wie 4E- Modell und 4C-Modell.

Im digitalen Zeitalter hat der 4E-Marketingkomplex Bekanntheit erlangt, indem er den Schwerpunkt auf die Schaffung eines ansprechenden Kundenerlebnisses verlagert hat. Der Komplex 4E legt Wert auf die Erfahrung, den Austausch, das Engagement und die Allgegenwärtigkeit und erkennt an, dass erfolgreiches Marketing jetzt die Stärkung sinnvoller Beziehungen und unvergesslicher Interaktionen mit Kunden an allen Berührungspunkten erfordert. Dieses Modell steht in engem Zusammenhang mit den Erwartungen moderner Verbraucher, die dem Engagement und dem Aufbau von Beziehungen zu Marken Priorität einräumen.

Das moderne Marketing-Mix 4E ist ein fortschrittliches System, das die traditionellen Marketingstrategien überdenkt und sich auf vier neue Schlüsselemente konzentriert, und zwar Prävalenz, Erfahrung, Evangelisation und Austausch. Dieser Paradigmenwechsel spiegelt den Wandel von einem produktorientierten Ansatz zu einem kundenorientierten Modell (implementiert einen analogen Ansatz und einen 4C-Marketingkomplex) wider und unterstreicht die Bedeutung der Schaffung sinnvoller Verbraucherverbindungen im modernen digitalen und gesättigten Markt.