

стать основой для построения комплексной системы управления затратами, направленной на достижение устойчивого развития предприятий в условиях цифровой экономики.

Источники

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь : 29 дек. 2009 г. № 71-3 : принят Палатой представителей 11 дек. 2009 г. : одобр. Советом Респ. 18 дек. 2009 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 13 дек. 2024 г. // ЭТАЛОН : информ.-поисковая система (дата обращения: 01.10.2025).

2. Головач, О. В. Бухгалтерский управленческий учет в промышленности : учеб. пособие / О. В. Головач, О. П. Моисеева, О. А. Бондаренко ; под ред. О. В. Головач. — Мн. : Выш. шк., 2023. — 268 с.

3. Управленческий учет в промышленности : учеб.-метод. пособие / Т. А. Езерская [и др.]. — Мн. : Изд-во Гревцова, 2013. — 272 с.

Я. Д. Башура

Научный руководитель — Ю. Б. Вашкевич

ВЛИЯНИЕ ОТКРЫТОСТИ ЭКОНОМИКИ НА ДИНАМИКУ ВВП В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА: ОПЫТ БЕЛАРУСИ, ЧЕРНОГОРИИ И СЕВЕРНОЙ МАКЕДОНИИ

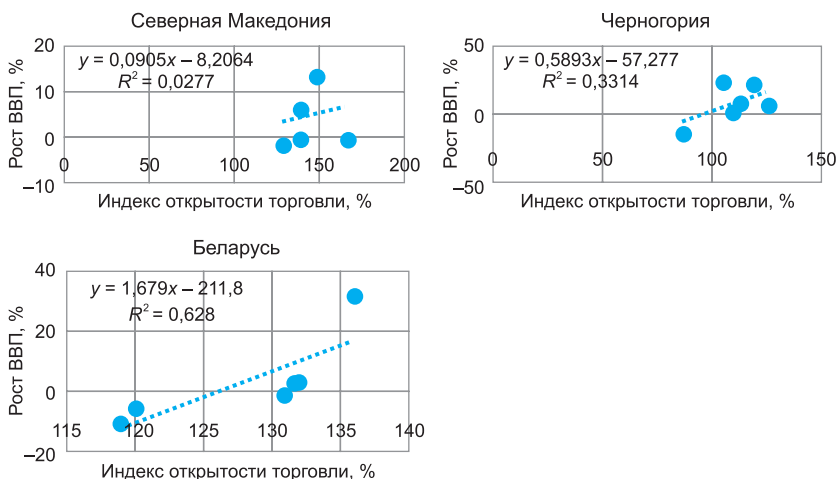
В работе представлены результаты исследования влияния открытости торговли на динамику ВВП Беларуси, Черногории и Северной Македонии в 2020–2024 гг. Целью работы является оценка роли открытости экономики как фактора, способного смягчить последствия кризиса и ускорить восстановление.

Пандемия COVID-19 в 2020 г. вызвала экономический кризис, затронувший все страны мира. Спад глобальной торговли и разрывы цепочек поставок привели к значительному сокращению ВВП многих стран. В таких условиях особый интерес представляет изучение роли открытости экономики — совокупного объема экспорта и импорта по отношению к ВВП — как фактора, способного смягчить экономические последствия кризиса и ускорить восстановление.

Данная работа фокусируется на трех странах: Беларуси, Черногории и Северной Македонии. Эти страны имеют близкий уровень ВВП на душу населения, сопоставимую степень открытости экономики, а также не входят в Европейский союз. Для оценки связи была проведена регрессионная оценка, где зависимой переменной выступал годовой темп прироста реального ВВП (%), а объясняющей — индекс открытости торговли.

В Беларуси получена модель $Y = 1,679X - 211,8$ с $R^2 = 0,628$ ($p < 0,01$) (см. рисунок), указывающая на сильную положительную зависимость:

+1 п.п. открытости ассоциирован с ростом ВВП на 1,68 п.п., а модель объясняет 62,8 % вариации темпов роста. Высокий индекс открытости позволил минимизировать спад в 2020 г. и обеспечить устойчивый постковидный рост ВВП на уровне 31,8 % в 2021 г., -5,7 % в 2022 г. (из-за западных санкций после начала российско-украинского конфликта, которые ограничили экспорт калийных удобрений и нефтепродуктов, несмотря на сохраненные торговые связи с Россией и Китаем), 2,9 % в 2023 г. и 3,3 % в 2024 г. [1]. В Беларуси во время пандемии не вводились жесткие локдауны, что предотвратило разрыв экспортно-импортных цепочек и позволило поддерживать промышленность и торговлю с партнерами ЕАЭС. В постковидный период рост ВВП поддерживался переориентацией экспорта на Азию и Африку, государственными субсидиями сельскому хозяйству и промышленности.



Зависимость роста ВВП от открытости торговли по странам (2019–2024 гг.)

В Черногории уравнение регрессии $Y = 0,5893X - 57,277$ с $R^2 = 0,3314$ ($p < 0,05$). Коэффициент $\beta_1 = 0,589$ свидетельствует об умеренном положительном влиянии: +0,59 п.п. рост ВВП на 1 п.п. открытости, объясняя 33,1 % вариации. Спад в 2020 г. оказался глубоким из-за полной остановки туризма, составляющего более 70 % экспорта услуг [2].

Для борьбы с кризисом правительство Черногории приняло пять пакетов антикризисных мер общей стоимостью более 1 млрд евро. Ключевыми были субсидии зарплат в пострадавших секторах (особенно в туризме), отсрочка уплаты налогов и взносов, ускоренный возврат НДС, единовременные выплаты уязвимым группам и снижение ставки НДС на услуги питания в отелях до конца 2022 г. В 2021 г. запущено льготное кредитование реального сектора на 270 млн евро. Жесткий локдаун весной 2020 г. быстро сменился стратегией соgone-free. Также Черногория смогла частично компенсировать

потери благодаря значительному притоку ПИИ, который вырос с 7,5 % ВВП в 2019 г. до 11,1 % в 2020 г. Инвестиции, направленные в основном на инфраструктурные и туристические проекты, заложили основу для стремительного восстановления экономики в 2021 г., когда темп роста ВВП достиг 22,9 %. Этот пример подчеркивает, что даже при узкой экспортной специализации высокие ПИИ могут смягчить последствия кризиса для открытых экономик.

В Северной Македонии регрессионная модель $Y = 0,0905X - 8,2064$ с $R^2 = 0,0277$ (статистически незначимо) подтвердила отсутствие связи открытости торговли с динамикой ВВП, объясняя лишь 2,8 % вариации.

Для преодоления кризиса правительство Северной Македонии приняло четыре пакета фискальных стимулов в течение 2020 г., включающих субсидии зарплат, гарантии по кредитам, льготные кредитные линии, налоговые каникулы и прямую помощь уязвимым группам. Безработица упала с 17,3 до 16,4 % за счет роста неактивного населения (+13 тыс. чел.). Реальная зарплата выросла на 6,5 % из-за повышения минимальной зарплаты и зарплат в госсекторе [3]. Несмотря на спад в 2020 г., Северной Македонии удалось сохранить высокий индекс открытости экономики в 2021 г. благодаря структурной адаптации экспортно ориентированного производственного сектора, который диверсифицировал цепочки поставок и нарастил использование местных мощностей, а также благодаря восстановлению внешнего спроса. Внедрение автоматизации и удаленных технологий повысило операционную эффективность, позволив сохранить конкурентоспособность на внешних рынках [4]. В 2022–2023 гг. восстановление замедлилось из-за энергетического кризиса, инфляции и последствий российско-украинского конфликта. В постковидный период открытость торговли не выступила в роли амортизатора: рост обеспечивался исключительно внутренними фискальными стимулами и внешней помощью ЕС.

Проведенное исследование демонстрирует, что влияние открытости торговли на экономическую динамику в кризисный период носит неоднозначный характер и зависит от структурных особенностей экономики. В Беларуси открытость стала ключевым фактором устойчивости благодаря диверсифицированному экспорту и гибкости торговых связей. В Черногории открытость экономики не предотвратила первоначальный спад из-за узкой туристической специализации, но значительно ускорила последующее восстановление. В то же время для Северной Македонии роль открытости оказалась статистически незначимой на фоне доминирующего воздействия фискальных стимулов. Таким образом, открытость торговли способствует устойчивости лишь при условии диверсифицированной экономической структуры, адаптивных производственно-сбытовых цепочек и наличия альтернативных торговых каналов. В противном случае ее стабилизирующий эффект ограничен или нивелируется другими факторами.

Источники

1. World Bank Open Data // World Bank Group. — URL: <https://data.worldbank.org/> (date of access: 09.11.2025).

2. *Duraković, S.* Montenegro: tourism pushes GDP up / S. Duraković // The Vienna Institute for International Economic Studies. — URL: <https://wiiw.ac.at/montenegro-tourism-pushes-gdp-up-dlp-5951.pdf> (date of access: 09.11.2025).

3. *Jovanovic, B.* North Macedonia: healing COVID-19 wounds / B. Jovanovic // The Vienna Institute for International Economic Studies. — URL: <https://wiiw.ac.at/north-macedonia-healing-covid-19-wounds-dlp-5771.pdf> (date of access: 09.11.2025).

4. *Velichkovska, K.* Economic Consequences and Recovery Processes from Covid-19 in North Macedonia / K. Velichkovska // Sakarya University. — URL: <https://sauyayinlari.sakarya.edu.tr/uploaded/custom/kitap/bolum/875acad9-48df-42c6-b86f-24667962d299.pdf> (date of access: 09.11.2025).

П. С. Белонович

Научный руководитель — кандидат экономических наук, доцент
Н. А. Подобед

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦИФРОВОЙ РЕКЛАМЫ В КОМПАНИИ 21VEK.BY

В работе представлены пути повышения эффективности цифровой рекламы компании 21vek.by, которая использует сбалансированную мультимедийную стратегию, сочетая перформанс-инструменты (контекстная реклама, ремаркетинг, таргетинг) и имиджевые активности (видео контент, SMM, офлайн-кампании). Такой подход обеспечивает привлечение новых клиентов, удержание существующих и рост узнаваемости бренда.

Анализ текущих рекламных кампаний 21vek.by показал высокую эффективность digital-инструментов, особенно в сегменте перформанс-маркетинга и CRM. Применение расчета показателей CTR, CPC, CPA, ROMI, ER и CR в динамике позволяет компании быстро корректировать стратегии продвижения и медиабюджет. Для дальнейшего роста рекомендуется усиливать интеграцию аналитики и искусственного интеллекта, расширять контентные форматы и повышать эффективность омниканальных кампаний.

На основании проведенного анализа текущих рекламных мероприятий компании 21vek.by и оценки эффективности цифровых инструментов можно сформулировать следующие рекомендации для повышения отдачи от маркетинговых вложений, увеличения осведомленности о бренде и для улучшения базовых показателей ROMI, CTR, CPA, LTV.

1. Усиление сквозной аналитики и интеграции данных. Для оптимизации расходов и повышения точности оценки эффективности необходимо внедрить комплексную сквозную аналитику, объединяющую данные со всех каналов продвижения: контекстная реклама, SMM, видеообзоры, Email-и CRM-кампании. Сквозная аналитика позволяет:

- точно измерять ROMI по каждому каналу;
- выявлять наиболее прибыльные сегменты аудитории;