

1	2	3	4	5	6
2025	1-комнатные	1640	1710	1880	—
	2-комнатные	1640	1680	1920	—
	3-комнатные	1490	1460	1850	—

Таким образом, дальнейшая динамика будет зависеть от доходов населения, доступности ипотечного кредитования, стратегий ведущих застройщиков и объемов ввода жилья.

Источник

1. Динамика цен на квартиры в Минске. Обзор третьего квартала 2025 // Национальное кадастровое агентство. — URL: <https://nca.by/press/news/dinamika-tsen-na-kvartiry-v-minske-obzor-tretego-kvartala-2025> (дата обращения: 01.11.2025).

В. В. Ильич, Н. В. Матусевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. Ю. Ракова, канд. экон. наук

ПРОБЛЕМА ПРЕДВЗЯТОСТИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Широкое применение искусственного интеллекта в электронной коммерции способствует росту эффективности персонализации, совершенствованию ценообразования и повышению качества взаимодействия с пользователями. Однако алгоритмические модели подвержены различным формам предвзятости, которые могут снижать качество принятия решений, нарушать принципы справедливости и формировать негативные социально-экономические последствия.

Проблема предвзятости особенно актуальна в условиях увеличивающегося объема данных и усложнения моделей, поскольку даже незначительные ошибки в выборке способны приводить к крупномасштабным искажениям в выдаче рекомендаций и распределении ценовых предложений [1]. Одним из примеров предвзятости стало различие в ценообразовании туристического сервиса Orbitz, алгоритмы которого обнаружили связь между использованием устройств компании Apple и выбором более дорогих вариантов проживания. Впоследствии пользователям устройств Apple начали предлагать более дорогие отели, что продемонстрировало чувствительность алгоритмов к косвенным признакам и объективную возможность формирования сегментированных цен, не основанных на реальном спросе.

Предвзятость в рекомендательных системах заметна тогда, когда алгоритм все чаще показывает человеку только те товары, которые похожи на его прошлые покупки. Из-за этого пользователь реже видит новые предложения, а небольшие или малоизвестные продавцы получают меньше шансов быть замеченными. Похожая проблема возникла и на платформе Airbnb: как показывали исследования, система ранжирования могла незаметно занижать позиции объявлений, если их владельцы относились к определенным социально-демографическим группам. Хотя это не было результатом преднамеренной дискриминации, такие эффекты все же создавали неравные условия для хозяев и уменьшали видимость их предложений [2].

На наш взгляд, проблема предвзятости в системах искусственного интеллекта особенно опасна именно потому, что она часто незаметна для пользователей и разработчиков. Когда алгоритм работает «как всегда», никто не задумывается, что его решения могут искажать конкуренцию, ограничивать доступ людей к возможностям или скрыто влиять на рынок. И чем чаще такие системы используют, тем важнее открыто объяснять, как они работают, и внимательно следить за их качеством.

Таким образом, если не проверять ИИ регулярно и не относиться к его работе критически, он может непреднамеренно усиливать уже существующие проблемы и неравенство.

Источники

1. *Штовбонько, А.* Искусственный интеллект в электронной коммерции: алгоритмы рекомендаций и их влияние на поведение пользователей / *А. Штовбонько* // Вестник науки. — 2025. — № 4. — С. 97–101.

2. О предвзятости искусственного интеллекта // Хабр. — URL: <https://habr.com/ru/articles/449224> (дата обращения: 17.11.2025).

Е. А. Казачёк, Е. С. Кавурова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. А. Касабуцкая

ГИБРИДНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: КАК AR, VR И МЕТАВСЕЛЕННЫЕ МЕНЯЮТ ПОКУПАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ И ЛОГИСТИКУ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Гибридная реальность — совокупность технологий дополненной реальности (AR), виртуальной реальности (VR) и элементных сред метавселенных — становится одним из важнейших драйверов эволюции электронной коммерции. Если первые этапы развития электронной коммерции были сосредоточены на повышении доступности товаров