У. К. Демешкевич, Е. И. Семейко
Научный руководитель — кандидат экономических наук В. С. Голик
БГЭУ (Минск)

ПРЕИМУЩЕСТВА, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ключевым фактором загрязнения атмосферы выступают выхлопные газы автомобилей с двигателями внутреннего сгорания (ДВС). Их выбросы способствуют загрязнению атмосферы и изменению климата, ослабляя защиту планеты от ультрафиолетового излучения, что ведет к росту УФ-нагрузки на земную поверхность и повышению рисков для здоровья человека.

Проблема выбросов автомобилей с ДВС приобрела глобальный характер, выйдя за рамки локальной экологии. Одним из ключевых системных решений является переход на электромобили, который позволяет существенно сократить углеродный след.

Республика Беларусь активно поддерживает развитие зеленых технологий, в том числе — электромобилей. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, только за 2025 г. парк электромобилей увеличился в 2,2 раза (с 20,7 тыс. до 44,7 тыс. зарегистрированных единиц) [1].

При этом в Республике Беларусь не только растет число ввозимых электромобилей, но и развивается их собственное производство. В 2025 г. СЗАО «БЕЛДЖИ» презентовало модели Geely EX5 и Geely EX2, а согласно государственной программе до 2030 года планируется выпускать не менее 10 тыс. электромобилей ежегодно [2].

Ниже представлена таблица со сравнительным анализом преимуществ и недостатков эксплуатации электромобиля в условиях Республики Беларусь.

Сравнительный анализ преимуществ и недостатков эксплуатации электромобилей в Республике Беларусь

Критерий	Преимущества	Недостатки
1	2	3
Экономия на топливе	Значительно ниже стоимость 100 км пробега	Высокая первоначальная стоимость автомобиля
Государственная поддержка	Льготы: нулевая ставка ввозной пошлины до конца 2026 г., нулевая ставка НДС до 2028 г., бесплатные парковки во время зарядки	Льготы не распространяются на гибридные автомобили
Обслуживание	Простота и надежность: нет масла, фильтров, ремней ГРМ. Низкие расходы на техобслуживание	Ремонт подвески стандартный, но при выходе тяговой батареи затраты будут высокими

Окончание

1	2	3
Инфраструктура (ЭЗС)	Быстрый рост сети: развитие быстрых станций вдоль трасс	Неравномерное распределение: дефицит в малых городах и популярных туристических зонах. Возможны поломки станций
Эксплуатация	Высокая динамика, плавность хода, бесшумность, комфорт. Отсутствие выхлопа	Запас хода падает зимой на 30–40 %. Пешеходы не слышат автомобиль
Домашняя зарядка	Максимальная экономия при зарядке от домашней розетки в частном доме/гараже	Проблемы для жителей многоквартирных домов

Электромобиль в Республике Беларусь — экономически обоснованный выбор при условии наличия возможности домашней зарядки. Государство создало мощный стимул для ввоза электромобилей через налоговые льготы. Однако потенциальному покупателю стоит трезво оценивать свои потребности: для частых дальних поездок или эксплуатации в регионах с плохо развитой сетью ЭЗС электромобиль может быть менее удобен, особенно в зимний период.

По данным Министерства энергетики, количество зарядных станций для электромобилей за 2025 г. выросло в 1,5 раза — с 1323 до 2026 единиц [1].

Главной проблемой является недостаточное количество зарядных станций как в Минске, так и в регионах страны. Национальным оператором развития государственной сети зарядных станций назначено РУП «Производственное объединение «Белоруснефть», которое управляет крупнейшей сетью «Маланка» с более чем 975 станциями по всей Республике Беларусь на март 2026 г. [2].

Помимо крупнейшей сети «Маланка» на территории страны функционируют Evika!, forEVo, BatteryFly, United Company, E-Power.

Планируется, что для покрытия потребностей к 2030 г. будет установлено около 838 супербыстрых зарядных станций мощностью до 350 кВт на 156 локациях, что позволит повысить общую мощность зарядной инфраструктуры в пять раз [3].

Особое внимание уделяется размещению станций на основных автомагистралях с интервалом в 50–70 километров, что соответствует мировым стандартам, а также развитию менее мощных станций для жилых районов и отдаленных регионов [4].

Применение электромобилей выступает значимым фактором улучшения экологической ситуации. Нулевой уровень выбросов выхлопных газов в процессе эксплуатации способствует существенному снижению загрязнения атмосферы в городах, что напрямую коррелирует с показателями здоровья населения и качеством городской среды.

Для Республики Беларусь, характеризующейся ростом автомобильного парка, широкое внедрение электротранспорта представляет собой важнейший инструмент минимизации углеродного следа и повышения экологической устойчивости.

Источники

1. *Шимановская, Е.* За 2025 год количество электромобилей в собственности белорусов увеличилось в 2,2 раза: данные Белстата / Е. Шимановская // Белновости. — URL: https://www.belnovosti.by/avto/za-2025-god-kolichestvo-elektromobiley-v-sobstvennosti-belorusov-uvelichilos-v-22-raza-dannye (дата обращения: 17.04.2026).

2. *Кормилицына, К.* Турчин: не менее 10 тыс. электромобилей в год будут выпускать в Беларуси / К. Кормилицына // Sputnik Беларусь. — URL: https://sputnik.by/20251219/ne-menee-10-tys-elektromobiley-v-god-khotyat-vypuskat-v-belarusi-1102748034.html (дата обращения: 17.04.2026).

3. *Кузнецова, О.* «Маланка» расширит сеть электрозаправок: 200 новых станций по всей Беларуси до конца года / О. Кузнецова // MYFIN. — URL: https://myfin.by/article/biznes/ezs-malanka-rasskazala-kak-rassirit-set-do-konca-goda-39355?utm_source=rssfeed (дата обращения: 17.04.2026).

4. На магистралях и в отдаленных районах. Где в Беларуси планируют строить зарядные станции для электромобилей // БелТА. — URL: https://myseldon.com/ru/news/index/333184462?requestId=d44cb678-23f8-4131-a3ea-3b4359a89744 (дата обращения: 17.04.2026).

Я. М. Евсеева, Е. Д. Пранкевич
Научный руководитель — кандидат экономических наук О. А. Синявская
БГЭУ (Минск)

КАК ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТРИГГЕРЫ ВЛИЯЮТ НА ВЫБОР ПОСТАВЩИКА В B2B

Считается, что в B2B-маркетинге решения о выборе поставщика принимаются рационально: на основе цены, технических характеристик и условий контракта. Однако исследования опровергают этот стереотип: вклад эмоциональных факторов в выбор поставщика в B2B-сегменте может достигать до 60 % [1].

Цели работы — изучить роль эмоциональных триггеров в процессе принятия решений о выборе поставщика в B2B-компаниях и выявить ключевые механизмы их воздействия.

В процессе исследования применялись методы анализа, синтеза и сравнительного анализа. Эмпирическую базу составили данные международных исследований, материалы глубинных интервью с представителями белорусских B2B-компаний, а также научные публикации в области нейромаркетинга и потребительского поведения.

Эмоциональный триггер — стимул, вызывающий у человека определенные эмоции и влияющий на его поведение [2]. В маркетинге триггеры применяются для формирования эмоциональной связи между продуктом и потребителем. Принципиально важно, что в B2B-маркетинге эта связь оказывается даже силь-