

В качестве примера одного из пользователей данного метода на белорусском рынке можно назвать супермаркет «Алми», регулярно измеряющий уровень лояльности своих клиентов. Заполнить анкету клиент супермаркета может на сайте организации, а также посредством перехода по ссылке, которую присылают обладателям карты «Выгода» работники организации по мессенджеру Viber.

Таким образом, для формирования лояльной базы клиентов необходимо ежедневно измерять уровень лояльности и выявлять причины возможной неудовлетворенности. Сделать это можно при помощи метода NPS ввиду простоты его применения и возможности использовать при помощи сети Интернет, а также мессенджеров.

Источник

1. *Райхельд, Ф.* Искренняя лояльность / Ф. Райхельд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 205 с.

И.Л. Акулич, д-р экон. наук, профессор
kt@bseu.by

А.С. Сверлов, канд. экон. наук, доцент
alekseisv@mail.ru
БГЭУ (Минск)

Л.А. Гаджиева, д-р философии по экономике
hajiyeval@mail.ru
АзГЭУ (Баку)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И АЗЕРБАЙДЖАНА

Республика Беларусь принимает активное участие в международной торговле; экспортная квота страны превышает 60 %. Развитие внешнеторговых отношений с другими странами позволяет Беларуси обеспечить функционирование экономики страны. На международные рынки республика поставляет продукцию сельского хозяйства, промышленного производства, предприятия оказывают услуги организациям других стран.

Характерной чертой экономики Республики Беларусь является применение перспективных технологических решений на отдельных производствах и следование трендам международной экономики. В стране реализуется ряд государственных программ, направленных не только на совершенствование производственной базы, но и на развитие внешнеторговых отношений с другими государствами. Развитие двусторонних отношений с Беларусью выгодно практически всем странам мира, учитывая объемы экспорта в стоимостном выражении, а также внешнеторговый потенциал страны. Участие предприятий республики в цепочках ТНК и развитие кооперационных связей позволяют экономическим партнерам республики оптимизировать производственный процесс, а предприятиям Беларуси — усилить свое присутствие на зарубежных рынках.

Селективный подход к формированию внешнеторговых отношений учитывает перспективные направления развития экономики страны, определенные программными документами, и позволяет сконцентрировать усилия на достижении перспективных целей. Показательный пример — Программа по развитию цифровой экономики в Республике Беларусь, которая не только учитывает определенные перспективные направления, но и производственный потенциал для ее выполнения, основанный на развитии внутреннего рынка и внешнеэкономическом потенциале страны.

Многие процессы развития экономики Республики Беларусь и ее внутреннего рынка не являются уникальными и свойственны практически всем странам с малой открытой экономикой. Наглядный пример — Азербайджанская Республика, в которой выполняется ряд государственных программ по развитию экономики, учитывающих необходимость усиления значимости ненефтяного сектора экономики и создания в стране цифровой экономики. Общий подход, применяемый в обеих странах, имеет схожие черты и прежде всего связан со степенью готовности экономики стран и их внутреннего рынка к применению нововведений, полученных в рамках выполнения программ. Более того, Азербайджан так же, как и Беларусь, занимает активную позицию на внешнем рынке, что в ряде случаев основано на необходимости привлечения ресурсов в экономику страны для развития внутреннего рынка.

У Республики Беларусь и Азербайджанской Республики есть существенный потенциал развития двухсторонних внешнеторговых отношений. Президентом двух стран поставлена задача значительно увеличить внешнеторговый оборот, который должен составить 700 млн дол. США. Основой развития экономики двух стран может стать не только движение ресурсов между ними, но и участие каждой страны в развитии основополагающих структур и институтов рынка. У белорусских предприятий накоплен значительный опыт и потенциал в сфере машиностроения, который может быть использован в рамках взаимовыгодного сотрудничества при выполнении программы инновационного развития Азербайджанской Республики. Ресурсы, которыми обладает Азербайджанская Республика, — это не только потенциальные инвестиции, но и потенциал и перспективы развития внутреннего рынка страны. По прогнозам в среднесрочной перспективе в Азербайджанскую Республику значительно возрастет объем импорта комплексной высокотехнологичной продукции.

В настоящее время присутствие белорусских производителей на внутреннем рынке Азербайджана составляет доли процента от возможного объема. Проведение организационной работы в части политики продвижения белорусской продукции на внутреннем рынке Азербайджана позволит белорусским производителям существенно увеличить объемы производства, а в ряде случаев — достичь докризисных уровней.

Двустороннее сотрудничество способствует не только увеличению прямого эффекта предпринимательской деятельности в виде прибыли предприятий-участников, накоплению опыта эффективной предпринимательской деятельности, но и предоставляет возможность получения косвенного эффекта, который сводится к развитию смежных отраслей, отдельных территорий, где осуществляют совместную деятельность белорусские и азербайджанские предприятия. Совместные усилия в выполнении государственных программ позволяют значительно усилить возможности предприятий по адаптации и применению новых перспективных технологий и подходов в производственном процессе, в том числе в части продвижения продукции на внешних рынках.

Таким образом, двустороннее сотрудничество предприятий Беларуси и Азербайджана выгодно обеим сторонам. Каждая страна может извлечь выгоды из этого процесса, при этом они будут иметь не только количественную оценку, но и окажут влияние на качественные изменения эффективности функционирования предприятий двух республик и возможности решения задач, предусмотренных программными документами.

*Ю.Е. Анкинович, ассистент
ankinovich1@gmail.com
БГУ (Минск)*

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНОГО РЫНКА

Дальнейшее развитие цифровых технологий опосредует изменения на рынке медийной рекламы. Рынок интернет-рекламы достаточно динамичен и меняется в короткие