

the control variable which is related to the position of the respondent, it is confirmed that the quality score is greater for teacher, guardian and director than for student.

#### LITERATURE

1. Denna, E. (2014). The Business Model of Higher Education. Educause review, [online] 49(2). Available at: <http://er.educause.edu/articles/2014/3/the-business-model-of-higher-education> [Accessed 26 Aug. 2017].
2. Hayes, D. (2017). Beyond Mcdonaldization Visions of Higher Education. 1st ed. New york: Routledge.
3. Osterwalder, A., Pigneur, Y. and Clark, T. (2010). Business model generation. Hoboken, NJ: Wiley.
4. Swanger, D. (2016). Innovation in Higher Education: Can Colleges Really Change?. 1st ed. [ebook] New york: Dustin Swanger. Available at: <https://www.fmcc.edu/about/files/2016/06/Innovation-in-Higher-Education.pdf> [Accessed 26 Aug. 2017].
5. Yamane, T. (1967). Statistics: An Introductory Analysis (2nd ed.). Harper and Row.

УДК 339.9:004

### ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

*А. П. Хацкевич, студент группы 10503320,*

*В. А. Шебеко, студент группы 10503120 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент П. П. Артемьев*

*Резюме – в научной работе рассматривается, что в условиях пандемии и нестабильности в мире информационные технологии становятся самым актуальным решением множества проблем во всех сферах жизнедеятельности человечества.*

*Resume – the article discusses that in the conditions of pandemic and instability in the world, information technologies are becoming the most urgent solution to many problems in all spheres of human activity.*

**Введение.** Цифровизация экономики – это внедрение современных цифровых технологий в экономические процессы. Данное явление обусловлено развитием информационных технологий, электроники и коммуникаций практически во всех странах мира.

**Основная часть.** Использование цифровых технологий широко распространено в различных секторах мировой экономики и является ее важнейшим ресурсом. Оно включает в себя обработку, сбор и хранение всех видов информации. Большинство из этих процессов роботизированы и не требуют сильного вмешательства человека. Главное, стоит понимать, что

информация может обрабатываться и передаваться на любые расстояния в кратчайшие сроки. Однако стоит отметить, что основным препятствием на пути активного внедрения информационных технологий является необходимость наличия большого штата IT-сотрудников. Также не стоит забывать о конфиденциальности и кибер-безопасности.

В свою очередь, данные аспекты информатизации делают государство более заинтересованным в подготовке IT-специалистов, повышении их квалификации и создании наиболее благоприятных условий. Стоит понимать, что цифровые технологии не стоят на месте, и данные меры будут весьма актуальны на текущий момент, в дальнейшем приведя к еще большему упрощению мировой торговли.

Развитые страны больше всего заинтересованы в цифровизации экономики, ведь она повышает производительность и оказывает ощутимое влияние на экономический рост. Немаловажно, однако, отметить, что результатом такой политики может стать потеря рабочих мест.

**Заключение.** Информационные технологии заметно облегчают процессы логистических операций, обработки информации и принятия решения, позволяя упростить сложности в процессе осуществления торговых операций на мировом рынке. Цифровые технологии постепенно меняют способы ведения бизнеса и взаимодействия с поставщиками и клиентами.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Цифровизация экономики: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] – <https://apni.ru/article/679-tsifrovizatsiya-ekonomiki-problemi-i-perspektivy> – Дата обращения: 26.04.2022 г.
2. Цифровая экономика [Электронный ресурс] – <https://www.hocktraining.com/blog/era-cifrovoi-ekonomiki>. – Дата обращения: 26.04.2022 г.

УДК 339.138

#### ТЕНДЕНЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В 2022 ГОДУ

*А. М. Хмурович, студент группы 10507219 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент И. А. Шамардина*

*Резюме – в научной работе представлены крупнейшие тенденции в области маркетинговых технологий.*

*Resume – the article presents the biggest trends in the field of marketing technologies.*

**Введение.** В 2022 году продолжающаяся глобальная пандемия продолжала ускорять внедрение цифровых и облачных технологий в каждую бизнес-функцию, и маркетинг не стал исключением. Именно маркетологи всегда стремились первыми внедрить любой новый технологический