

достигнут 40% уровень удержания клиентов, использованный в модели предыдущего периода?» Цель данного этапа – способствовать повышению точности оценки с течением времени. Для достижения цели контролеры могут даже не подписать допущения отчетного периода. В-третьих, предварительная экспертиза любых изменений в допущениях относительно оценочных суждений. Все вносимые изменения должны быть обоснованы, а их причины и последствия должны быть максимально полно спрогнозированы и описаны. В-четвертых, внутренний контроль будет подотчетен руководителю организации, а не лицу, возглавляющему функциональную сферу маркетинга. Таким образом, одной из целей ревизии системы маркетингового учета будет являться подтверждение профессиональной компетентности функционального руководителя в отношении высказанных суждений и эффективности маркетинговой деятельности.

Заключение. Зачастую маркетинговой деятельности отводится второстепенная роль, ввиду того что маркетологи практически не контролируют никаких активов. Предлагаемый подход к организации системы маркетингового учета, как подсистемы управленческого, призван создать и наделить маркетологов действенным инструментом повышения достоверности рыночной оценки, созданных ими активов. При этом, многократно возрастет и ответственность за результаты и последствия принимаемых управленческих решений. Ведение маркетингового учета предполагает использование стандартной методики двойной записи, но требует достаточных профессиональных компетенций в вопросах выбора оценочных моделей и определения стоимости рыночных активов. Формирование системы профессиональных суждений маркетологов призвано содействовать пониманию того, как маркетинг работает на увеличение стоимости компании. Создание официально установленной системы учета также означает необходимость контроля ее функционирования и усиления ответственности сотрудников маркетинговых служб за достигнутые результаты деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ликтан, В.Т. Исследование маркетинговой деятельности и пути улучшения коммерческой деятельности на примере ОАО «Тывамолоко» [Электронный ресурс] // Успехи современной науки. – 2017. – № 3. Т. 5. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_29119102_45664040.PDF. – Дата доступа: 09.11.2020.

2. Ойнер, О.К. Оценка результативности маркетинга с позиций системы управления бизнесом [Электронный ресурс] // Российский журнал менеджмента. – 2008. – № 2. Т. 6. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-rezultativnosti-marketinga-s-pozitsiy-sistemy-upravleniya-biznesom/viewer>. – Дата доступа: 11.03.2020.

3. О бухгалтерском учете и отчетности [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 12.07.2013 г. № 57-3 : в ред. от 17 июля 2017 г. № 52-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.

4. Щемелева, Е. В. Подходы к способам учета рыночных активов, формируемых маркетинговой деятельностью / Е. В. Щемелева // Экономическая безопасность: современные вызовы и поиск эффективных решений: материалы всероссийской науч.-практ. конф. ; Москва, 19 ноября 2020 г. ; Московский ун-т им. С.Ю. Витте ; под ред. М.Я. Парфеновой, Л.Г. Руденко, Н.В. Бушевой. – М.: изд-во «МУ им. С.Ю. Витте», 2020. – С. 1185–1196.

5. Seggie, S.H. Measurement of return on marketing investment: A conceptual framework and the future of marketing metrics [Electronic resource] / S.H. Seggie, E. Cavusgil, S.E. Phelan // Industrial Marketing Management. – 2006. – № 36(6). – P. 834-841. – Mode of access : <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.11.001>. – Date of access: 24.03.2020.

6. Кондитерская фабрика «Спартак» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://spartak.by>. – Дата доступа: 13.02.2021.

7. Кондитерская фабрика «Спартак» [Электронный ресурс] : Консолидированная финансовая отчетность СП ОАО «Спартак» за 2019 год. – Режим доступа: <https://spartak.by/news/konsolidirovannaya-finansovaya-otchetnost-sp-oao-spartak-za-2019-god/>. – Дата доступа: 08.07.2020.

8. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/rates/avgrate>. – Дата доступа: 09.11.2020.

9. Деловой Гомель [Электронный ресурс] : Обновлен рейтинг самых дорогих белорусских брендов. – Режим доступа: <https://rynak.by/belaruss/obnovlen-rejting-samykh-dorogikh-belorusskikh-brendov..> – Дата доступа: 18.10.2020.

УДК 339.924: 316.422.4

КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

канд. экон. наук, доцент К.В. Якушенко, ФММП БНТУ, г. Минск

Резюме – основной целью исследования является выявление основных тенденций развития информационного пространства в мировой экономике по воздействию пандемии.

Ключевые слова: деглобализация, дезинтеграция, цифровая экономика,

Мировой информационное пространство, как и другие сферы деятельности попали под серьезное влияние пандемии COVID-19. Данный внешний фактор привел к общему экономическому кризису и появлению новых

рисков развития. Вместе с тем, наряду с отрицательными последствиями были обнаружены и положительные тенденции развития и формирования информационного пространства как внутри государств, так и интеграционных объединений.

Ряд крупных изданий и международных организаций определили цифровые значения подобных изменений. Так, Мировой банк представил доклад «Global Economic Prospects», в котором предопределили риск стагнации мировой экономики и спад деловой активности [1, с. 17]; Economist Intelligence Unit (EIU) выявил, что большинство экономически развитых стран войдут в рецессию (сокращение мирового ВВП на 5,2 %) [2]. Такие неутешительные прогнозы, несомненно, окажут определенное влияние и на развитие информационного пространства.

Приведем основные тренды развития.

1) рост уровня экономической и информационной неопределенности. «Измеряемость такого показателя производится посредством формирования индексов неопределенности в мировых экономических отчетах. Согласно Индексу мировой неопределенности в условиях пандемии (World Pandemic Uncertainty Index (WPU)) данный показатель возрос в разы, перекрывая иные важные мировые события более ранних годов» [3, с. 40].

В рамках функционирования пространства интеграционного объединения информационная неопределенность выражается в движении информации, появление которой либо не ожидается акторами, либо данная информация настолько уникальна, что ранее не получалась акторами в таком масштабе. Одновременно с учетом влияния пандемии встает проблема нарастания противоречия между ростом объема информации и ограниченностью способностей пространства их упорядочивания.

2) риск деглобализации и дезинтеграции в мировой экономике.

Если до пандемии данные вопросы выражались в отдельных проблемах интеграционных объединений, то на данный момент глобальные изменения влияют на основное содержание интеграционных процессов. «Информационная интеграция закономерно становится необходимым условием для построения информационного пространства с целью обеспечения скорости, полноты и точности получения сведений в современных условиях хозяйствования интеграционного объединения. С учетом того, что развитие информационного пространства затруднено в деглобализирующихся условиях и невозможно в дезинтеграционных, данная тенденция вызывает опасения» [3, с. 42].

3) усугубление существующих рисков развития цифровой экономики.

Данные риски выражаются в появлении новой вредоносной и непроверенной информации. Попадая в поле зрения не официальных или неуточненных источников, информация трансформируется, искажается и подается в неточном виде. С помощью информационно-коммуникационных технологий информационный сигнал передается в несколько раз быстрее, и существующая система фильтров не успевает проверять ее достоверность. Такое положение складывается в результате влияния как субъективных (фактор влияния конкретного человека или общества в целом), так и объективных причин (недостаточно развития технологическая составляющая, слабая координация субъектов на рынке и т.д.).

Одновременно с негативными тенденциями возможно рассмотреть и положительные тренды развития мирового информационного пространства в условиях пандемии COVID-19.

1) ускорение цифрового взаимодействия наднациональных структур интеграционных объединений, международных организаций.

Как отмечают эксперты Всероссийской академии внешней торговли и Российского центра исследований АТЭС, «данный опыт может быть полезным для международного сообщества в будущем, поскольку позволит сократить количество очных мероприятий и оптимизировать таким образом бюджет, организационные и временные издержки участников, повысив эффективность международного взаимодействия» [4, с. 10].

2) обмен информацией с целью обеспечения доступа как правительств, так и бизнес сообщества к достоверной информации о текущей ситуации с COVID-19 на территории отдельных стран и предпринимаемых мерах (например, базы ЕЭК и ВТО).

3) резкое увеличение количества посещений платформ для информационного онлайн-взаимодействия пользователей и образовательных услуг. В марте 2020 г. количество пользователей приложения Zoom выросло с 10 до 200 млн человек в день [5, с. 67]. Сотрудники компании связывают данный рост с использованием приложения для обеспечения удаленной работы и подключением порядка 90 тыс. школ в 20 странах для поддержки онлайн-образования. За тот же месяц количество ежедневных активных пользователей похожей коммуникационной платформы Microsoft Teams по всему миру составило 44 млн человек (в июле 2019 г. у платформы было лишь 13 млн пользователей) [5, с. 67].

Заключение. Влияние пандемии показало, что большая часть изменений в мировой экономике сама по себе уникальна и требует выработки новых или измененных решений. Воздействие соответствующих триггерных механизмов привело к риску наступления стагнации социально-экономического развития стран. В связи с этим, функционирование информационного пространства также подверглось определенным изменениям. Такие негативные последствия как рост уровня экономической и информационной неопределенности, риск деглобализации и дезинтеграции в мировой экономике, нарушение целостности глобальных логистических и торгово-производственных цепочек, усугубление существующих рисков развития цифровой экономики привели к возможности прекращения работы акторов по формированию информационных баз данных, снижения информированности, получения недостоверной, ложной и непроверенной информации. Одновременно с этим, выявились и положительные моменты, изменяющие подход к пониманию воздействия пандемии на

информационное пространство: усилению информационно-коммуникационного сотрудничества и углублению позиций государств в сторону формирования цифровых повесток.

ЛИТЕРАТУРА

1. Global Economic Prospects, 2020. – International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2020. – 238 с.
2. Covid-19 to send almost all G20 countries into a recession. – Режим доступа: <https://www.eiu.com/n/covid-19-to-send-almost-all-g20-countries-into-a-recession>. – Дата доступа: 26.03.2020.
3. Якушенко, К. В. Функционирование информационного пространства интеграционных объединений в условиях пандемии COVID-19 / К. В. Якушенко // Новая экономика. – № 2. – 2020. – С. 39–45.
4. Мониторинг актуальных событий в области международной торговли. – № 60. – 23 декабря 2020 года. – Всероссийская академия внешней торговли и Российский центр исследований АТЭС, 2020. – 11 с.
5. Мониторинг экономической ситуации в России: тенденции и вызовы социально-экономического развития / Под ред. Гуревича В.С., Дробышевского С.М., Колесникова А.В., Мау В.А., Синельникова-Мурылева С.Г. – № 11(113). – М.: Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2020. – 209 с.