

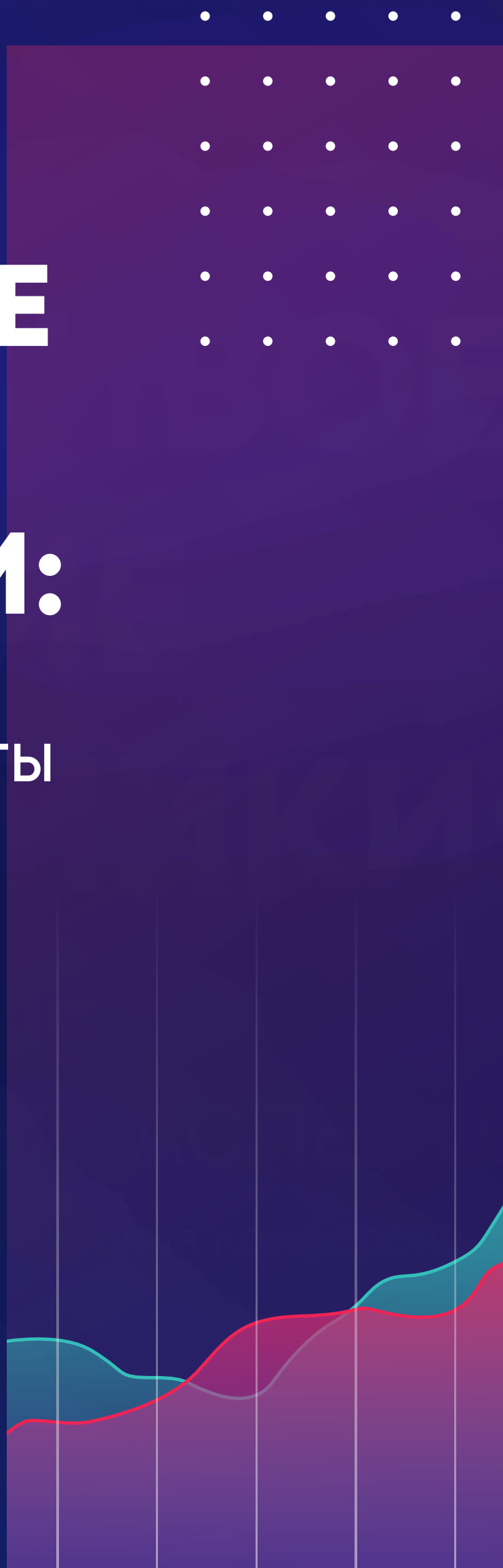


УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:

МЕЖДУНАРОДНЫЕ
И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

Электронный сборник статей
VI Международной научно-
практической конференции
(Новополоцк,
31 октября – 01 ноября 2024 г.)

Новополоцк / 2025



Министерство образования Республики Беларусь
Полоцкий государственный университет
имени Евфросинии Полоцкой

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ: МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

Электронный сборник статей
VI Международной научно-практической конференции
(Новополоцк, 31 октября – 01 ноября 2024 г.)

Текстовое электронное издание

Новополоцк
Полоцкий государственный университет
имени Евфросинии Полоцкой
2025

УДК 338.2(082)

Рекомендован к изданию методической комиссией
финансово-экономического факультета
Полоцкого государственного университета имени Евфросинии Полоцкой
(протокол № 9 от 31.10.2024 г.)

Редакционная коллегия:
канд. экон. наук **И. А. Позднякова** (отв. ред.) (Республика Беларусь),
канд. экон. наук **Е. Ю. Афанасьева** (Республика Беларусь),
канд. экон. наук **И. В. Зенькова** (Республика Беларусь),
канд. экон. наук **Е. Б. Малей** (Республика Беларусь)

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

С. Ю. Высоцкий, канд. экон. наук, доц., зав. кафедрой статистики
(Белорусский государственный экономический университет, Минск);
О. В. Малиновская, доц., канд. экон. наук, доц. кафедры бухгалтерского учета, анализа
и аудита в отраслях народного хозяйства
(Белорусский государственный экономический университет, Минск)

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ: МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ
[Электронный ресурс] : электрон. сб. ст. VI Междунар. науч.-практ. конф., Новополоцк,
31 окт. – 01 нояб. 2024 г. / Полоц. гос. ун-т им. Евфросинии Полоцкой ; редкол.: канд. экон.
наук И. А. Позднякова (отв. ред.) [и др.]. – Новополоцк : Полоц. гос. ун-т им. Евфросинии
Полоцкой, 2025. – URL: <https://elib.psu.by/handle/123456789/29868>
ISBN 978-985-531-900-0.

Представлены материалы докладов в области экономики, бухгалтерского учета, финансов, логистики,
маркетинга и социальных коммуникаций, подготовленные по результатам VI Международной научно-
практической конференции, Новополоцк, 31 окт. – 01 нояб. 2024 г.

Предназначен для научных работников, специалистов, аспирантов, магистрантов и студентов
экономических специальностей.

*Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса.
Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.*

№ госрегистрации 3061815625
ISBN 978-985-531-900-0

© Полоцкий государственный университет
имени Евфросинии Полоцкой, 2025

Для создания текстового электронного издания «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» (редкол.: канд. экон. наук И. А. Позднякова (отв. ред.) [и др.]) использованы текстовый процессор Microsoft Word и программа Adobe Acrobat XI Pro для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF.

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей
VI Международной научно-практической конференции
(Новополоцк, 31 октября – 01 ноября 2024 г.)

Техническое редактирование и верстка: *Т. А. Дарьянова.*
Компьютерный дизайн *М. С. Мухоморовой.*

Подписано к использованию 11.04.2025.
Объем издания 12,0 Мб. Заказ 99.

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования «Полоцкий государственный университет
имени Евфросинии Полоцкой».

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/305 от 22.04.2014, перерегистрация от 24.08.2022.

ЛП № 02330/278 от 27.05.2004.

211440, ул. Блохина, 29,
г. Новополоцк,
Тел. 8 (0214) 59-95-41, 59-95-44
<http://www.psu.by>

СОДЕРЖАНИЕ

Программный комитет конференции.....	14
--------------------------------------	----

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Бычкова С.М., Швец О.В. Финансовая благонадежность как элемент комплексной оценки благонадежности контрагента в строительстве.....	16
Корабейников И.Н., Давыдова Е.В. Особенности венчурного инвестирования в развитие войсковых казачьих обществ.....	21
Панков Д.А., Зубок С. Искусственный интеллект в банковском секторе: анализ влияния на процессные инновации.....	25
Посталовский А.В. Медиаизмерения как методологический инструмент исследования массовых коммуникаций.....	28
Садыгов Э.М. Направления развития электронного банкинга и финансовых услуг.....	32
Топилдиев С.Р., Ахмедова Н.А. Влияние аграрных отношений в обеспечении продовольственной безопасности Республики Узбекистан.....	35
Шарафанова Е.Е. Крупные агропредприятия и проблемы развития территорий.....	41

Секция 1

ПРОБЛЕМЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И РЕГИОНАЛИЗАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ. СТРУКТУРНАЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Асадуллина Н.Р. Экономический подход в процессе формирования современных кадров Республики Узбекистан в условиях научно-образовательной интеграции.....	45
Vegatov M.K. <i>ugli</i> Public-private Partnership, Investments and Legal Framework in Uzbekistan: Recent Developments.....	50
Гоголев И.М., Злобина О.О., Захарова Е.В., Остаев Г.Я. Классификация факторов и основные принципы формирования продовольственного рынка.....	54
Гумеров Р.Р. Стратегическое планирование как фактор устойчивого развития национальной продовольственной системы и обеспечения продовольственной безопасности.....	60
Корабейников И.Н., Попов А.Н. Факторы развития регионов, приграничных к зоне специальной военной операции.....	64
Корабейников И.Н., Спешиллов Я.С. Принципы развития особых экономических зон в России.....	69
Лощенкова А.Н., Казарян М.О. Влияние антироссийских санкций на торговлю России и Беларуси.....	74
Маликов Р.И., Ахмерова А.А. Особенности механизма обеспечения согласованности национальных приоритетов и индикаторов устойчивого развития регионов Российской Федерации.....	79
Муминов Н.Г. Современные тенденции изменения воспроизводственной структуры экономики Узбекистана.....	84
Павлов К.В., Павлов А.К. Региональные и отраслевые особенности использования инвестиций и инноваций интенсивного и экстенсивного типов.....	87
Радченко С.А. Международное сотрудничество с учетом лучшего мирового опыта как способ совершенствования регионального обучения.....	91
Сверлов А.С. Промышленная политика Республики Беларусь в условиях ЕАЭС.....	97

Сидоров В.П. Глобальные и региональные геополитические конфликты в международных отношениях	100
Якутович Е.Н., Зенькова И.В., Бурак А.А. Политика предприятия в области качества в глобальных условиях	103

Секция 2

ПЕРЕХОД К ПРИНЦИПАМ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ, ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ, РАЗВИТИЕ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ

Азизова С.Х. Современные подходы к решению проблемы переработки бытовых отходов в Узбекистане	108
Афанасьева Е.Ю., Турсунов У.З. Переход к принципам зеленой экономики в сфере энергетики Узбекистана	112
Бикеева Э.Р. Аспекты зарубежного опыта регулирования развития «зелёной» экономики	115
Борейко Н.А. Экологическая безопасность как условие развития предприятия: сущность и классификация	120
Головач О.В. Экономика замкнутого цикла и развитие ее информационного учетно-аналитического обеспечения	124
Деревяго И.П. Особенности и условия эффективного применения зеленой бизнес-модели	129
Ковтунова А.Н. Устойчивый туризм в Республике Калмыкия	132
Масько Л.В., Малей Е.Б., Трубович Р.О. Проблемы аудита в системе обращения с коммунальными отходами	138
Осипов А.К., Зорин Д.М., Кондратьев Д.В., Остаев Г.Я. Методика оценки эффективности управления устройством и использованием земель на муниципальном уровне	141
Папковская П.Я., Масько Л.В. Аудит экологических вопросов и форензик как инструменты обеспечения экономической безопасности организации	146
Пономаренко П.Г., Пономаренко Е.П. Учет отходов производства в системе экологического менеджмента	149
Русак И.Н. Место концепции устойчивого развития регионов Беларуси в основных нормативных документах	153
Смольская Н.А., Резанович М.А. Зарубежная практика обеспечения устойчивости биоэнергетических систем	157
Смольская Н.А., Силич В.Н. Экономика замкнутого цикла: методологические аспекты и перспективы внедрения в рециклинг полимерных отходов в Республике Беларусь	161
Строганова И.А. Финансовые инструменты «зеленого» финансирования	165
Строганова И.А. Подходы к формированию ESG-рейтинга компании	167
Чигрина А.И. Устойчивый рынок коммерческой недвижимости: баланс экономических, социальных и экологических факторов	170

Секция 3

РАЗВИТАЯ БИЗНЕС-СРЕДА, ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Алборов Р.А., Алборов Г.Р., Кондратьев Д.В., Остаев Г.Я. Функции внутреннего контроля в системе экономической безопасности организации	175
Алборов Г.Р., Остаев Г.Я., Кондратьев Д.В., Хосиев Б.Н. Совершенствование учета и контроля животных на выращивании и откорме	182

Алексеева Н.А. Проблемы лесного хозяйства и их регулирование.....	188
Алексеева Н.А., Абашева О.Ю., Доронина С.А. Роль экономических и институциональных факторов в создании инвестиционного потенциала организаций АПК	191
Бондаренко О.А. Бухгалтерский учет как система обеспечения экономической безопасности субъектов малого и среднего предпринимательства	195
Борейко Н.А., Журахов Ш. Затраты на производство продукции: сущность, классификация, особенности учета в Республике Узбекистан.....	198
Виногородов Г.Г. Применение нефинансовой отчетности субъектов хозяйствования Республики Беларусь как кандидата в члены БРИКС	202
Галимов Р.Ф. Эффективность реализации кадрового потенциала.....	215
Гришин К.Е., Насретдинова Ю.Р. О некоторых подходах к управлению продуктивностью региональных экосистем молодежного предпринимательства	219
Гудошникова А.В. Порядок определения фактической себестоимости и экономической эффективности совместной переработки традиционной и альтернативной нефти: проблемы и пути решения.....	225
Дубко Н.А. Бизнес- нетворкинг как инструмент развития предпринимательства.....	231
Каткова М.К. Разработка и совершенствование бизнес-процессов в мостостроительных Организациях	234
Козленко Н.Д. Проектное финансирование как способ эффективной реализации инвестиционных проектов российских газовых компаний	239
Лисичёнок Е.П., Бамбизова А.М. Потенциал кластера как основа для разработки стратегии его развития	243
Маликов Р.И., Пахомов В.Н. Современные тенденции развития форм и методов корпоративного контроля в российских компаниях в условиях новых геозкономических вызовов	247
Масленикова Н.А. Направления повышения эффективности финансового оздоровления неплатежеспособных сельскохозяйственных организаций	252
Масько Л.В., Розина А.П., Красовский А.Д. Совершенствование системы оценки Поставщиков электрокомплектующих материалов из стран дальнего зарубежья на примере ЗАО «АТЛАНТ»	257
Маталыцкая С.К., Фалалеева О.В. Коэффициентная оценочно-индикативная модель Анализа влияния бизнес-рисков на эффективность деятельности коммерческой организации	262
Маталыцкая С.К., Фалалеева О.В. Оценочно-индикативная методология анализа влияния бизнес-рисков на совокупный капитал организации при применении абсолютных показателей	267
Мещерякова О.М., Бахир А.А. Оптимизация транспортных затрат промышленного предприятия за счет использования «эффекта масштаба» на транспорте при доставке сырья (на примере ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат»).....	273
Осипов А.К., Кондратьев Д.В., Остаев Г.Я., Князева О.П. Модель экономического кластера муниципального образования	279
Остаев Г.Я., Кондратьев Д.В., Злобина О.О., Захарова Е.В. Система управления многоквартирными домами: понятие и состав жилищно-коммунальной сферы	284
Остаев Г.Я., Кондратьев Д.В., Захарова Е.В., Злобина О.О. Социальная политика: механизмы государственного регулирования в сфере ЖКХ	289
Остаев Г.Я., Злобина О.О., Алборов Г.Р., Сефектияров Е.Я. Учетно-аналитическое обеспечение управления затратами сельскохозяйственного производства	295
Павлов К.В., Жданович В.В. Состояние и перспективы развития химической промышленности.....	299
Пальчевская Т.С. Применение моделей DCOR и SCOR для построения интегрированной модели процессов в цепи поставок	303

Примакова М.В. Управленческий учет как инструмент эффективного управления бизнес-процессами	307
Румянцева А.Ю. Влияние принципов устойчивого развития на процесс формирования финансовых ресурсов	310
Скопьюк В.А. Формирование предпринимательской молодежной экосистемы в условиях устойчивого развития экономики	314
Смыслова О.Ю. К вопросу о кадровом обеспечении развития аграрного сектора на сельских территориях России	319
Шатров С.Л., Фроленкова Е.О. Реализация проекта по цифровизации в условиях процессного подхода к управлению в системе железнодорожного транспорта	327
Шишко В.И., Кравчук А.М. Современные аспекты развития ресторанного бизнеса в Республике Беларусь	331
Эриашвили Н.Д., Остаев Г.Я., Кондратьев Д.В., Хосиев Б.Н. Развитие методики экономической безопасности организации	335

Секция 4 ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ, ОСНОВНЫЕ ДРАЙВЕРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Акмаров П.Б., Князева О.П., Тимошкина Е.В. Развитие комплексных информационных систем управления в сельском хозяйстве	341
Амирджанова С.С. Влияние цифровой трансформации экономики на обеспечение занятости населения и уменьшение уровня бедности в Узбекистане	346
Апатов Н.В. Инновационное устойчивое развитие как фактор и условие экономического роста	350
Бегун А.В. Платформизация транспортно-логистических систем	358
Виногоров Г.Г. Вопросы разработки методики анализа рентабельности работы майнинг-фермы и ее применения в экономике	361
Воронько Э.Н. Роль вузов в развитии регионов	371
Гулягина О.С. Проактивная стратегия обеспечения устойчивости цепи поставок в эпоху цифровых трансформаций	374
Емельянов А.А. Влияние инструментов цифровой экономики на диффузию знаний в сетевых структурах	379
Зенькова И.В., Сарвари Р.Д. Развитие искусственного интеллекта в условиях спроса на инновации	383
Калюк В.И. Роль цифровизации в сельскохозяйственном землепользовании при возделывании зерновых	387
Карпицкая М.Е., Бобина Е.С. Повышение конкурентной позиции торговой сети потребительской кооперации	392
Корабейников И.Н., Прытков Р.М. Принципы новой индустриализации экономики региона	396
Корабейников И.Н., Тельнов В.В. Характеристики цифровой трансформации экономики региона	401
Курьян Е.В., Маслова Д.В., Морочковская А.И. Развитие электронной торговли и ее влияние на традиционные бизнес-модели	405
Маликов Р.И., Байбурун И.Р. Проблемы импортозамещения на российском рынке решений бизнес-аналитики в контексте глобальных тенденций развития систем Business Intelligence	409
Мамаева Л.Н., Бехер В.В. Цифровая трансформация бизнеса в России	413
Масько Л.В., Хо Чаоцзе Современные тренды инноватизации агропромышленного комплекса Китайской Народной Республики	412

Некрасова Е.В. Актуальные вопросы стратегического отраслевого развития на основе цифровой трансформации систем управления.....	426
Овчинникова А.В., Кондратьев Д.В., Остаев Г.Я., Котлячков О.В. Проблемы и перспективы инновационного развития АПК Удмуртской Республики	426
Остаев Г.Я., Кондратьев Д.В., Алборов Г.Р., Мурина Э.В. Цифровое управление промышленным предприятием	431
Павлов К.В., Кондратьев Д.В., Остаев Г.Я., Дьяков М.П. Исследование стохастических закономерностей инновационной активности экономики сельского хозяйства Удмуртии	436
Пушинин А.В. Искусственный интеллект в бухгалтерском учете: миф или реальность	443
Резкин П.Е. Диффузия знаний в сетевых структурах в условиях цифровизации белорусской экономики.....	447
Серебряков Д.А. К вопросу о повышении наукоемкости отечественного ВВП	451
Слесарчук А.О. Средства автоматической идентификации товаров и их роль в цифровой трансформации экономики	456
Сушкова И.А. Цифровизация как фактор обеспечения экономической безопасности в условиях неопределенности.....	461
Fayziyev U.Sh., Kabilov D.B. Modeling of the Analysis of the Financial State of the Business Entity	465
Хамдамова Г.А. Цифровизация – драйвер национального экономического развития	469
Чигрина А.И., Лесняк Ю.В. Роль инноваций в сфере оптовой торговли.....	472
Шарафанова Е.Е., Безденежных Т.И., Зенькова И.В. Влияние цифровизации на достижение целей устойчивого развития регионов	476
Шарова И.В. Формирование отраслевых цифровых платформ на примере экосистемы электронной торговли	479
Шарова И.В., Катанский М.А. Влияние новых технологий на развитие торгового бизнеса в сфере ритейла и продажи продуктов питания.....	485
Юнусова Р.Р. Управление социальным имиджем компании в условиях цифровой трансформации	489

Секция 5

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ИСТОРИЯ, ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Кондратьев Д.В., Остаев Г.Я., Гайнутдинова Е.А., Колесова С.Р. Методика исследования потребности граждан в пешеходных переходах	492
Мишина В.И. Цифровая антропология: к вопросу о методологии исследований.....	499
Потрсова Е.С. Роль позиционирования в продвижении эко-брендов.....	503
Семерник С.З. Антропологическое измерение современных глобальных трансформаций: проблемы и перспективы	506
Шадрина Л.Ю. Адаптация высшего образования к требованиям современного рынка труда: анализ мнений работодателей и факторы успешной интеграции выпускников	510
Штеер О.В. Туристическая привлекательность территории: сущность и особенности формирования	514
Юсупова Л.И. Финансирование государственных программ в сфере социальной защиты населения Республики Башкортостан	518

Секция 6

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ И РЕГИОНОВ

Агафонова И.В. Применение инструментов цифрового маркетинга в продвижении некоммерческих организаций	521
Анкинович Ю.Е. Искусственный интеллект в рекламе	526

Измайлович С.В., Костюченко Е.А., Гайдова М.В. Инструменты SMM в повышении видимости бренда, продуктов, услуг предприятий в Интернете	530
Капустина Л.М., Стариков С.В. Управление конкурентоспособностью предприятия оптовой торговли.....	536
Морошкина М.В. Синегретический эффект российских регионов на примере регионов СЗФО	540
Назарова У.А., Подгорная Т.Ю. Интеграция маркетинговых технологий в развитие персонального бренда предпринимателя (на примере Республики Башкортостан).....	543
Нестерова З.В. Совершенствование рекламной деятельности предприятия в сети Интернет.....	549
Павлов К.В., Лисиченок Е.П., Пашкевич В.В. Особенности и формы маркетинговой деятельности в розничных торговых организациях	552
Попова О.И., Аксенов В.А. Маркетинговая стратегия продвижения сотового оператора в сети Интернет	558
Чигрина А.И., Моисеева А.С. Особенности инновационных методов продвижения в футболе.....	562

Секция 7 МОЛОДЕЖЬ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУКАХ: ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Анохіна Н.Н., Баранойська В.Д. Як нейрамаркетинг дапамагае павышаць канверсію сайтаў і чым ён карысны для інтэрнэт-маркеталагаў.....	566
Анохина Н.Н., Гусева А.С., Ивашкевич А.М. Использование CRM-маркетинга в бизнесе (на примере компании SkillBox)	570
Анохина Н.Н., Кардаш А.А., Чаглей Д.Д. Контент-маркетинг: как понять потребности аудитории и создавать релевантный контент	575
Анохина Н.Н., Куликина М.С., Тарасюк Н.С. Геймификация как новый способ коммуникации с потребителями	580
Антинескул Е.А., Каракулова Д.Ю. Инструменты интернет-маркетинга кабельных компаний России	584
Афанасьева Е.Ю., Вилим А.А. Анализ зарубежного опыта внедрения цифровых валют центральных банков.....	590
Афанасьева Е.Ю., Вилим А.А. Понятие «цифровая валюта» в контексте внедрения цифрового белорусского рубля	595
Афанасьева Е.Ю., Турсунов У.З. Развитие системы управления инвестиционной деятельностью организации	599
Афанасьева Е.Ю., Усупов Ш.Б. Инвестиционные стратегии бизнеса в контексте развития цифровой экономики	602
Балтина А.М., Олейник А.Н. Краудфандинг в качестве инструмента финансирования стартапов	610
Блаженкова Н.М., Кузнецов Я.Н. Цифровая трансформация бизнеса с помощью искусственного интеллекта.....	614
Богданова Е.В., Струй С.А. Брендинговая деятельность резидентов Республики Беларусь.....	617
Бондаренко О.А., Бондарь А.С. Принципы бухгалтерского учета и отчетности для субъектов малого и среднего предпринимательства: содержание и реализация	621
Василевская А.А., Гороховик К.В. Будущее гостиничного бизнеса в условиях цифровизации.....	626
Верезубова Т.А., Бойко Е.В. Управление финансами коммерческой организации на основе инновационных методов	630
Верезубова Т.А., Решетник В.М. Мировой опыт управления государственным долгом в условиях инновационного развития	636
Верезубова Т.А., Филютчик Т.А. Методы оценки и прогнозирования финансовой устойчивости организации в современных условиях развития экономики	640

Веретенникова Е.С., Станкевич К.С. Зеленая логистика: понятие, зарубежный опыт и возможности его применения в Республике Беларусь.....	646
Войтёнок Ж.Е., Карась Д. Оценка уровня технологического развития энергетической отрасли Республики Беларусь.....	652
Войтёнок Ж.Е., Курто А. Об оценке уровня технологической оснащённости организаций Республики Беларусь в части природоохранных технологий и эффективности использования природных ресурсов	655
Войтёнок Ж.Е., Фомина П. Об оценке уровня технологического развития Республики Беларусь	658
Воронько Э.Н., Борсукевич Д.В., Давыдова В.А. Финансовая грамотность среди молодежи: пути улучшения финансового образования для нового поколения	662
Воронько Э.Н., Ничипор Е.Д., Песецкий Н.А. «Зеленая» экономика в устойчивом развитии Республики Беларусь.....	667
Воронько Э.Н., Песецкий Н.А., Ершов В.С. Применение исламского банкинга в традиционно мусульманских странах	671
Гайдова М.В., Вильневич А.С. Эффективные инструменты для выявления сильных и слабых сторон менеджера.....	676
Гайдова М.В., Серикова А.Д. Использование концепции эмоционального веб-дизайна для повышения конверсии трафика на сайте (на примере веб-сайта «Золотое яблоко»).....	680
Гайдова М.В., Фомина П.В. Менеджмент экологических рисков в туристическом бизнесе.....	685
Галешова Е.И., Глушанина Д.Д. Геймификация как способ повышения мотивации студентов к обучению в учреждениях высшего образования	690
Гурко В.Б., Бочкарева У.Е. Развитие методик учета электронных денег в Республике Беларусь	695
Ёдгоров С.С., Кодирова З.Р. Искусственный интеллект как ключевой драйвер цифровой трансформации экономики	698
Жудро М.К., Ежова А.К., Гапоник В.В. Цифровая экономика и интеллектуальный потенциал молодежи: возможности и вызовы	701
Жудро М.К., Прусакова К.А., Войткун А.А. «Искусственный» интеллект и трансформация профессиональных компетенций	706
Зенькова И.В., Александрович Е.А. Автоматизация маркетинговых процессов и искусственный интеллект: как технологии Ai и Big Data меняют подходы к работе с клиентами и увеличивают эффективность маркетинговых кампаний.....	710
Зенькова И.В., Бураченко И.Б., Болободько О.В., Селезнева Д.А. Повышение эффективности деятельности предприятия через управление сбытовой деятельностью и систему распознавания парковочных мест	716
Зенькова И.В., Бураченко И.Б., Злыднев Д.М., Гаранин П.В. Повышение деятельности предприятия через инструменты привлечения клиентов и защиту авторских прав на файлы с использованием средств криптографии	720
Зенькова И.В., Бураченко И.Б., Скрыган Д.И. Повышение эффективности деятельности Предприятия через инструменты интернет-маркетинга и криптографическую защиту электронного документооборота	724
Зенькова И.В., Воронько Э.Н., Жердецкая Е.С., Кушнер М.В. Анализ и оценка экономической эффективности использования основных средств организации.....	728
Зенькова И.В., Гашева О.В., Субоч М.А., Штукина А.В., Скороходов М.А. Концепция национальной стратегии устойчивого развития государства через практическое применение экосистемного формата	733
Зенькова И.В., Демидович В.В. Практическое применение искусственного интеллекта в междисциплинарных исследовательских проектах.....	736
Зенькова И.В., Кобелев Д.И. Корпоративное управление для целей социально-экономического развития региона: теория и практика	739

Зенькова И.В., Лю Ц., Рыбаков А.А., Струй С.А., Скворцов М.А. Формирование конкурентных преимуществ предприятия в цифровой экономике.....	742
Зенькова И.В., Кушнер М.В. Комплексное продвижение бизнеса на базе интернет-маркетинга и инструменты защищенной информационной системы бухгалтерии	746
Зенькова И.В., Тихонёнок А.Н. Развитая бизнес-среда: ключ к устойчивому росту.....	751
Зенькова И.В., Тихонёнок А.Н. Экономика будущего: роль цифровых технологий в инновационном развитии.....	755
Зиневич А.С., Ковга Е.В., Мацко В.А. Влияние логистики на обеспечение устойчивого развития экономики	759
Зиневич А.С., Мазько Е.В., Евщик П.И. Влияние цифровизации на конкурентоспособность организации на примере CNH Industrial	764
Ибрагимова Н.У., Иванькова Д.Н. Международная экспансия китайских компаний: анализ выхода китайских компаний на международный рынок	768
Изакова Н.Б., Скворцов Д.Д. Маркетинговая программа продвижения транспортно-логистического центра.....	772
Измайлович С.В., Шаплыко А.Д. Инструменты финансового менеджмента в эффективном управлении прибылью (на примере СООО «Белавтомассервис»)	776
Копко Ю.А., Лобач М.Г. цифровизация реверсивной логистики и ее влияние на управление цепями поставок в условиях глобализации мировой торговли	779
Карелин И.Ю., Рахимов А.И. Анализ трансформирования социальной сферы России с учетом влияния внешних факторов.....	784
Костюченко Е.А., Тихолаз А.В. Циркулярная экономика и проблемы оценки эффективности рециклинга	788
Курьян Е.В., Маслова Д.В., Морочковская А.И. Развитие электронной торговли и ее влияние на традиционные бизнес-модели.....	792
Курьян Е.В., Савкина В.В., Тужикова Е.В. Зеленая экономика	796
Курьян Е.В., Харлан А.С., Лукомская П.Ю. «Зелёная» экономика – новая тенденция экономики нашей планеты.....	802
Курьян Е.В., Хумакова А.А. Влияние научно-технического прогресса на цифровизацию экономики	806
Курьян Е.В., Якуш Е.О., Гришаева К.А. Циркулярная экономика: теория и практика	810
Лапковская П.И., Зюлькова А.Н. Состояние и развитие международных перевозок по направлению Беларусь – Китай.....	815
Lapkovskaya P.I., Greyner D.A., Kravchenko K.M. Development of international transport and Trade Relations in the Republic of Belarus.....	818
Лапковская П.И., Волосюк В.В. Состояние и перспективы развития транспортной логистики в Республике Беларусь	821
Лисичёнок Е.П., Волохович У.А., Михеенко А.Э. Анализ идентификаторов торговой марки «Евроопт» как инструмент брендинга	825
Лисичёнок Е.П., Глухарёва М.Э. Инструменты интернет-маркетинга и их роль в повышении конкурентоспособности организации	829
Лисичёнок Е.П., Заровкина Е.В. Сравнительный анализ узнаваемости брендов Витебской области среди учащихся учреждений общего среднего и высшего образования	832
Лисичёнок Е.П., Ляхова Е.О. Анализ упаковки шоколада «Спартак» и рекомендации по ее совершенствованию	836
Лисичёнок Е.П., Паршева Н.Д. Анализ уровня и направлений развития интернет-торговли в регионах Республики Беларусь	840
Лисичёнок Е.П., Савина Е.Ю. Анализ использования инструментов интернет-маркетинга в деятельности ОАО «Савушкин продукт»	844

Малей Е.Б., Бодрицкая В.В. Оптимизация работы персонала складского хозяйства с применением концепции управления по целям	848
Малей Е.Б., Юсупходжаев Ф.М. Теоретические основы инвестиционной деятельности	851
Мамаева Л.Н., Ильина А.С., Ажгиреева А.Н. Роль цифровых технологий и инноваций в системе повышения эффективности управления бизнесом	855
Мамаева Л.Н., Багиева А.Р., Агаян Н.С. Недобросовестная конкуренция как угроза экономической безопасности предприятия	858
Мамаева Л.Н., Мамаев Д.А. Повышение конкурентоспособности региона в целях обеспечения экономической безопасности	862
Марусева К.А., Гирель Н.С. Обзор социального предпринимательства	866
Матюш И.В., Бозоров Ж. Оценка эффективности инвестиционных стратегий	871
Матюш И.В., Казак В.Н. Применение нейронных сетей для проверки бухгалтерских проводок	877
Матюш И.В., Паньфэн Ли. Новые бизнес-стратегии для победы в промышленном секторе Китая	882
Матюш И.В., Лю Шуайю. Инвестиционное взаимодействие предприятий как фактор развития региональной экономики	885
Матюш И.В., Юлдашев Ш.Р. Мобилизация ресурсов на фондовом рынке как форма привлечения средств для финансирования инвестиций	889
Меренков А.О., Рыдванова А.А. Обзор практики применения современных цифровых технологий в оптимизации работы общественного транспорта	892
Мещерякова О.М., Абрамчук А.И. Ключевые аспекты устойчивого развития транспорта в Республике Беларусь	896
Мещерякова О.М., Бахир А.А. Использование «эффекта масштаба» на транспорте при доставке сырья и материальных ресурсов на промышленное предприятие (на примере ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат»)	901
Мещерякова О.М., Башун В.Г. Импортзамещение как фактор устойчивого развития Республики Беларусь	907
Мещерякова О.М., Рубович Е.П. Подходы к выбору автомобильных перевозчиков для доставки бахчевых культур на ООО «Фрутреал»	911
Моисеева О.П., Миганович Т.Д. Теневая оплата труда: проблемы и решения	916
Моисеева О.П., Плотникова А.А. ERP-системы: проблемы внедрения и пути решения	920
Павлов К.В., Варцаб В.В., Муравьева А.Л., Рыбаков А.А. Повышение экономической эффективности функционирования организации на основе использования современных маркетинговых технологий	924
Павлов К.В., Суходолец Е.В. Повышение эффективности использования человеческих ресурсов в организациях общественного питания	931
Пантин Р.В., Акрамова В.Ж. Проблемы и перспективы дистанционного образования: оценка эффективности и вызовов онлайн-обучения	940
Пантин Р.В., Елиубаева Б.Б. Цифровая трансформация в сфере финансовых услуг: новые технологии и их влияние на потребительское поведение	944
Пантин Р.В., Жалгасова О.П. Трансформация традиционных отраслей в эпоху цифровизации: роль и перспективы	947
Пантин Р.В., Золотухина А.В. Влияние семейного воспитания на успеваемость детей	951
Pozdnyakova I.A., Chunyu P. Causes of Inflation in China	956
Пушинин А.В., Старкова Э.С. К вопросу изменения порядка налогообложения доходов физических лиц	960
Рахимжонов А., Рахимжонов М. Роль римского права в развитии юридического образования	965
Рахимов А.И. Модернизация здравоохранения в Республике Башкортостан	971
Ризванова М.А., Абударова З.Р. Анализ факторов внешней среды нефтяной отрасли (на примере ПАО «Татнефть»)	973

Ризванова М.А., Ахметова Р.Р. Внедрение циркулярной экономики на примере ПАО «Татнефть» им. В.Д. Шашина	977
Ризванова М.А., Дигтяр Ю.А. Реализация дизайна на предприятии.....	981
Ризванова М.А., Дудуева П.И. Международное сотрудничество Российской Федерации в области зеленой экономики	983
Ризванова М.А., Кускильдина А.А. Влияние социума на экологию, экономику. чрезмерное потребление.....	987
Ризванова М.А., Миргалиева Д.С. Конкурентная среда в эпоху цифровизации. влияние на психологическое состояние.....	989
Романова О.С., Климовец А.С., Баранова Д.А. Экологические затраты в системе бухгалтерского учета и отчетности.....	992
Рыбалко Ю.А., Якубович А.И., Шуманская Е.Р. Влияние блокчейн-технологий на цепочки поставок.....	995
Сакульева Т.Н., Юстиков Д.В. Современные тенденции в развитии автомобильного сервиса	1000
Сверлов А.С., Васильева А.Д., Гусарова М.Н., Громыко Е.С. Эко-брендинг: стратегии устойчивого Развития	1003
Скопьюк В.А., Тимачёва А.П. Веб-приложение как помощник: инклюзия и коммуникации в жизни онкобольных с помощью обратной медитации	1006
Скопьюк В.А., Плыгунов Н.С. Возможности трудоустройства людей с ограниченными возможностями.....	1009
Хмельницкая Е.В., Шуманская Е.Р., Якубович А.И. Брендинг городов: стратегии привлечения инвестиций и туристов в город Пинск	1014
Хожиев О.М. Пути повышения инвестиционной привлекательности предприятия	1020
Чернявская Ю.В., Меркулова В.А. Стратегическое управление финансовыми рисками на примере ООО «Легион» (г. Липецк).....	1023
Чигрина А.И., Медведь И.А. Молодежь в экономических и социальных науках: взгляд в будущее	1027
Chyhyrka N., Balka I. Formation of Financial Literacy among Youth: Challenges and Prospects	1031
Шадрина Л.Ю., Шадрина Е.А. Стартап-культура среди молодежи: что двигает молодежных предпринимателей?	1036
Шарова И.В., Горбачева А.А. Влияние цифровой среды на развитие малого торгового бизнеса и индивидуального предпринимательства.....	1039
Шатров С.Л., Дорошкова М.А. Роль цифровой экономики в укреплении экономической безопасности государства.....	1044
Эйсмонт А.А. Инновационные решения в мебельной отрасли.....	1050

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ

Председатель

Романовский Ю.Я. кандидат физико-математических наук, доцент, ректор Полоцкого государственного университета имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь

Заместители председателя

Буряя И.В. кандидат технических наук, доцент, проректор по научной работе Полоцкого государственного университета имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь

Галешова Е.И. кандидат экономических наук, доцент, проректор по учебной работе Полоцкого государственного университета имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь

Позднякова И.А. кандидат экономических наук, доцент, декан финансово-экономического факультета Полоцкого государственного университета имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь

Научный комитет

Алекперов А.А.о. доктор экономических наук, профессор, Азербайджанский государственный экономический университет, Азербайджанская Республика

Биньцзи Яо генеральный директор, Quzhou Chuanhuida Technology Co., Ltd., Китайская Народная Республика

Бычкова С.М. доктор экономических наук, профессор, Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, Российская Федерация

Деревяго И.П. кандидат экономических наук, доцент, Белорусский государственный университет, Республика Беларусь

Затевахина А.В. доктор экономических наук, профессор, Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, Российская Федерация

Зенькова И.В. кандидат экономических наук, доцент, Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь

Малей Е.Б. кандидат экономических наук, доцент, ACCA DipIFR, Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь

Маликов Р.И. доктор экономических наук, профессор, Уфимский государственный нефтяной технический университет, Российская Федерация

Мехмонов С.У. доктор экономических наук, профессор, Ташкентский государственный экономический университет, Республика Узбекистан

Муминов Н.Г. кандидат экономических наук, профессор, университет Альфрагануса, Республика Узбекистан

Павлов К.В. доктор экономических наук, профессор, Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь

Панков Д.А. доктор экономических наук, профессор, Белорусский государственный экономический университет, Республика Беларусь

Попова О.И.	кандидат социологических наук, доцент, Уральский государственный экономический университет, Российская Федерация
Посталовский А.В.	кандидат социологических наук, доцент, Институт социологии НАН Беларуси, Российская Федерация
Рахманов А.С.о.	председатель Совета Директоров группы страховых компаний “Qala Life”, “Qala Insurance”, Азербайджанская Республика
Резкин П.Е.	кандидат экономических наук, доцент, Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина, Республика Беларусь
Рязанцев С.В.	доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАН, Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, Российская Федерация
Садыгов Э.М.о.	доктор экономических наук, профессор, Азербайджанский государственный университет, Азербайджанская Республика
Семерник С.З.	доктор философских наук, доцент, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, Республика Беларусь
Смылова О.Ю.	доктор экономических наук, профессор, Липецкий филиал Финансового университета при Правительстве РФ, Российская Федерация
Тошкуллов А.Х.	доктор экономических наук, профессор, Термезский государственный университет, Республика Узбекистан
Шарафанова Е.Е.	доктор экономических наук, профессор, Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, Российская Федерация
Шарова И.В.	кандидат экономических наук, доцент, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Российская Федерация
Шихвердиев А. П.	доктор экономических наук, профессор, академик РАЕН, Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина, Российская Федерация

Организационный комитет

Афанасьева Е.Ю.	кандидат экономических наук, доцент, ACCA DipIFR, Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь
Баймуратов Т.М.	кандидат экономических наук, доцент, Ташкентский финансовый университет, Республика Узбекистан
Борейко Н.А.	кандидат экономических наук, доцент, Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь
Лисичёнок Е.П.	кандидат экономических наук, доцент, Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь
Штеер О.В.	Заместитель декана по идеологической и воспитательной работе финансово-экономического факультета, Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой, Республика Беларусь

БРЕНДИНГ ГОРОДОВ: СТРАТЕГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ И ТУРИСТОВ В ГОРОД ПИНСК

Е.В. Хмельницкая

Е.Р. Шуманская

А.И. Якубович

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь,

В настоящее время брендинг играет ключевую роль в формировании имиджа городов и привлечении туристов и инвестиций. Для успешного развития городов необходимо постоянно адаптировать брендинг к меняющимся потребностям и ожиданиям целевых аудиторий, чтобы оставаться конкурентоспособными и соответствовать современным требованиям: предлагать высокое качество обслуживания и привлекательные условия для жизни и бизнеса. Статья содержит обзор и рекомендации по применению стратегий брендинга в контексте городского менеджмента и раскрывает потенциал развития брендинга городов в Республике Беларусь.

Ключевые слова: *бренд, брендинг, город, туризм, туристы, стратегия, инвестиции, наследие, архитектура.*

Брендинг городов стал важной темой в современном мире, где конкуренция за внимание туристов и инвестиций достигла небывалых масштабов. В условиях глобализации и стремительного развития технологий, города стремятся выделить свои уникальные особенности, чтобы привлечь не только посетителей, но и бизнес. В этом контексте брендинг представляет собой не просто маркетинговый инструмент, а стратегию, способную изменить восприятие города и повысить качество жизни его жителей.

Республика Беларусь, обладая богатым историческим и культурным наследием, также сталкивается с необходимостью формирования сильных брендов для своих городов.

Пинск, с его уникальной историей и живописной природой, имеет все шансы занять достойное место на туристической карте страны. Однако для этого необходимо преодолеть ряд вызовов, связанных с недостаточной узнаваемостью и инфраструктурными проблемами.

Целью данной работы является исследование стратегий брендинга города Пинска и выявление способов повышения его привлекательности для инвесторов и туристов.

Брендинг городов – это процесс формирования уникального образа города, который включает в себя создание и продвижение его идентичности, ценностей и особенностей, чтобы привлечь внимание инвесторов и туристов. В отличие от традиционного брендинга товаров и услуг, брендинг городов нацелен на создание эмоциональной связи между городом и его потенциальными посетителями или инвесторами [1, с. 12].

Значение брендинга городов сложно переоценить. Успешный бренд города может способствовать повышению его конкурентоспособности, улучшению качества жизни местных жителей и увеличению притока туристов и инвестиций. Брендинг помогает выделить город среди других, подчеркивая его уникальные характеристики, такие как культура, история, природные ресурсы и инфраструктура. Эффективный бренд также может способство-

вать созданию положительного имиджа, что важно для привлечения новых жителей и бизнеса.

Основными элементами бренда города, которые должны быть согласованы и последовательно использованы в коммуникации с целевыми аудиториями, являются название, логотип, слоган и визуальная идентичность.

Существует несколько методов и инструментов, которые могут быть использованы для создания привлекательного бренда города. Основные из них представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Основные методы и инструменты для создания бренда города

Наименование	Описание
Исследование целевой аудитории	Понимание потребностей и предпочтений потенциальных туристов и инвесторов позволяет создать более точный и привлекательный образ города. Такие исследования могут включать опросы, фокус-группы и анализ данных о туристическом поведении
Создание уникального предложения	Город должен иметь четкое и уникальное предложение, которое выделяет его среди конкурентов. Это может быть связано с историческими, культурными или природными аспектами, которые представляют интерес для целевой аудитории
Маркетинг и коммуникация	Этот инструмент включает в себя использование различных каналов коммуникации для продвижения бренда города: социальные сети, рекламные кампании, участие в выставках и форумах, а также сотрудничество с туристическими агентствами
Участие местного сообщества	Местные жители могут стать амбассадорами бренда, продвигая его ценности и уникальные особенности
Мониторинг и оценка результатов	После реализации стратегии брендинга важно отслеживать ее эффективность и вносить коррективы по мере необходимости. Это может быть сделано через анализ отзывов туристов, исследование уровня удовлетворенности местных жителей и оценку экономических показателей, таких как рост числа туристов и инвестиций

Источник: на основании данных [3, с. 96].

Таким образом, эффективный брендинг городов требует комплексного подхода, включающего исследование целевой аудитории, создание уникальных предложений, активное участие местного сообщества и постоянный мониторинг результатов. Это позволяет городам успешно привлекать инвестиции и туристов, повышая их экономическую и культурную привлекательность.

На сегодняшний день в Беларуси наблюдается разнообразие подходов к брендингу городов. Некоторые городские администрации активно работают над созданием уникальных брендов, в то время как другие остаются на более традиционных моделях управления, не акцентируя внимание на важности брендинга.

В числе наиболее известных брендов можно выделить:

1. Минск, как столица Беларуси, позиционируется как культурный, экономический и образовательный центр страны. Брендинг Минска акцентирует внимание на его современном облике, развитой инфраструктуре и культурных событиях.

Анализ бренда города:

– культурные мероприятия: Минск активно проводит международные фестивали, выставки и концерты, что способствует привлечению туристов и улучшению имиджа города;

- современная архитектура: город сочетает исторические здания с современными архитектурными решениями, что делает его визуально привлекательным;
- инфраструктура: развитая транспортная сеть, гостиницы и рестораны создают комфортные условия для проживания и отдыха.

Таким образом, брендинг Минска нацелен на создание образа динамичного и современного города, способного привлекать как туристов, так и инвесторов. Активное продвижение культурных событий и мероприятий помогает формировать положительный имидж и повышает интерес к городу.

2. Брест акцентирует внимание на своём историческом наследии, особенно на Брестской крепости, которая стала символом мужества и стойкости. Брендинг города включает в себя культурные и исторические аспекты, что привлекает туристов, интересующихся историей.

Анализ бренда города:

- исторические памятники: Брестская крепость, музеи и выставки, посвящённые Второй мировой войне, привлекают множество туристов;
- культурные события: город проводит различные фестивали, такие как «Брестская крепость», которые объединяют людей и создают положительный имидж;
- гастрономия и традиции: уникальная кухня и культурные традиции также способствуют формированию бренда.

Таким образом, Брест успешно использует своё историческое наследие как основное средство привлечения туристов. Брендинг города строится на его уникальности и значимости в истории Беларуси, что делает его привлекательным направлением для тех, кто интересуется культурой и историей.

3. Гродно позиционируется как культурный и архитектурный центр, где сосредоточены уникальные исторические памятники и события.

Анализ бренда:

- архитектурные достопримечательности: Гродно славится своими историческими зданиями, такими как костёл святого Франциска Ксаверия и Гродненский замок;
- культурные мероприятия: Гродно активно проводит фестивали, выставки и культурные события, что способствует формированию имиджа как культурной столицы;
- многонациональное наследие: город имеет богатую историю, связанную с разными культурами и народами, что обогащает его культурное предложение.

Таким образом, брендинг Гродно опирается на его культурное и архитектурное наследие. Город использует свои уникальные особенности для привлечения туристов и инвесторов, создавая образ многонационального и культурно богатого места.

Однако в целом брендинг городов в Беларуси сталкивается с рядом проблем. Ограниченные финансовые ресурсы, недостаток маркетинговых стратегий и отсутствие четкой координации между различными уровнями власти часто затрудняют эффективное продвижение брендов. Кроме того, недостаточное внимание к вовлечению местного сообщества в процесс создания и продвижения брендов также является значительной проблемой.

Несмотря на существующие проблемы, в стране наблюдаются и положительные тенденции. В последние годы увеличивается интерес к культурному и историческому наследию,

что способствует развитию тематического туризма. Многие города начинают осознавать важность создания уникального имиджа, который может привлечь внимание не только туристов, но и инвесторов.

Примеры успешных инициатив в области брендинга включают различные культурные мероприятия, фестивали и выставки, которые способствуют повышению узнаваемости городов. Например, Минск активно развивает свою культурную инфраструктуру и проводит международные мероприятия, например, международный кинофестиваль «Лістапад», международный фестиваль классической музыки «Январские музыкальные вечера», праздник ремесленников, международный молодежный театральный форум, праздник искусств и другие.

Город Пинск, расположенный на юго-западе Беларуси, представляет собой уникальный пример для изучения брендинга в контексте малых и средних городов страны. С богатой историей, культурным наследием и живописной природой, Пинск имеет все шансы стать привлекательным направлением для туристов и инвесторов. Однако, чтобы реализовать этот потенциал, необходимо разработать и внедрить эффективную стратегию брендинга.

На данный момент брендинг Пинска сталкивается с рядом проблем, которые непосредственно влияют на восприятие его бренда, как среди местных жителей, так и среди потенциальных туристов и инвесторов. Эти проблемы можно разделить на несколько ключевых категорий:

1. Недостаточная узнаваемость. Одной из основных проблем является низкая степень узнаваемости Пинска как туристического направления. В условиях конкуренции с другими городами Беларуси, такими как Минск, Брест и Гродно, Пинск не имеет четко выраженного имиджа, что затрудняет его продвижение на региональном и международном уровнях. Мало кто за пределами Беларуси знает о его исторических и культурных особенностях, что негативно сказывается на притоке туристов.

2. Ограниченный доступ к информации. Местные жители и потенциальные туристы часто сталкиваются с недостатком информации о Пинске. Это касается исторических фактов, актуальных мероприятий, интересных мест и туристических маршрутов. Отсутствие современных информационных ресурсов, таких как поддерживаемые сайты или активные профили в социальных сетях, также сказывается на интересе к городу.

3. Стереотипы и предвзятое мнение. Существуют определенные стереотипы о Пинске, которые мешают формированию позитивного имиджа. Например, многие люди ассоциируют город с промышленностью и недостаточной инфраструктурой, что может отпугивать туристов.

4. Недостаток маркетинга и продвижения. Неэффективные стратегии маркетинга и недостаток информации о городе значительно ограничивают возможности привлечения новых инвестиций и туристов. Отсутствие активного продвижения бренда Пинска на национальном и международном уровнях приводит к тому, что многие потенциальные инвесторы и туристы просто не знают о его возможностях и преимуществах. Это требует активных действий со стороны местных властей и бизнеса для создания эффективных рекламных кампаний.

Таким образом, проблемы восприятия бренда Пинска требуют комплексного подхода к их решению. Необходимы усилия, как со стороны местных властей, так и со стороны сооб-

щества для изменения существующих стереотипов, повышения уровня информированности и создания привлекательного имиджа города. Только таким образом Пинск сможет занять достойное место на туристической карте Беларуси и привлечь внимание инвесторов.

Для повышения привлекательности города Пинска и усиления его бренда необходимо разработать комплекс рекомендаций, направленных на преодоление существующих проблем и использование имеющегося потенциала. Основные направления для улучшения бренда Пинска могут включать следующие аспекты:

1. Формирование уникального предложения. Пинск должен определить и развить свое уникальное предложение, которое будет выделять его среди других городов. Это может быть связано с историческим наследием, природными ресурсами или культурными традициями. Например, акцент на экотуризме и активном отдыхе на реке Припять может привлечь внимание туристов, интересующихся природой и активным образом жизни.

2. Создание эффективной маркетинговой стратегии. Необходимо разработать и реализовать маркетинговую стратегию, которая будет активно продвигать бренд Пинска. Это включает в себя создание современного веб-сайта, активное присутствие в социальных сетях, а также участие в туристических выставках и форумах. Важно, чтобы информация о городе была доступна, актуальна и привлекательна для целевой аудитории.

3. Улучшение инфраструктуры. Для повышения привлекательности города необходимо инвестировать в развитие инфраструктуры. Это включает в себя строительство новых гостиниц, развитие ресторанного бизнеса, улучшение транспортной доступности и создание комфортных условий для туристов. Обновление исторических объектов и создание туристических маршрутов также сыграют важную роль в привлечении гостей.

4. Вовлечение местного сообщества. Активное вовлечение местных жителей в процесс создания и продвижения бренда города является ключевым аспектом. Местные жители могут стать амбассадорами бренда, участвуя в организации мероприятий, культурных фестивалей и туристических программ. Это поможет создать положительный имидж города и повысить уровень гордости местных жителей за свой город.

5. Разработка программ лояльности для инвесторов. Для привлечения бизнеса и инвестиций важно разработать программы лояльности и поддержки для инвесторов. Это может включать налоговые льготы, упрощение процедур получения разрешений на строительство и поддержку местных предпринимателей. Создание стабильной бизнес-среды привлечет новых инвесторов и поможет развивать экономику города.

6. Проведение регулярных исследований и мониторинга. Необходимо проводить регулярные исследования и мониторинг восприятия бренда Пинска, как среди местных жителей, так и среди туристов и инвесторов. Это позволит оперативно выявлять проблемы, адаптировать маркетинговые стратегии и реагировать на изменения в потребительских предпочтениях.

Таким образом, для успешного улучшения бренда города Пинска необходимо комплексное и последовательное внедрение предложенных рекомендаций. Сфокусировавшись на уникальности города, развитии инфраструктуры и активном вовлечении местного сообщества, Пинск сможет значительно повысить свою привлекательность для туристов и инвесторов, создавая тем самым основу для устойчивого экономического и культурного роста.

Список использованных источников

1. Замятин, Д. Геокультурный брендинг городов и территорий: от теории к практике / Д. Замятин. – Москва: Алтейя, 2020. – 739 с.
2. Королева, О.В. Брендинг туристских территорий: учебное пособие для вузов / О.В. Королева, Е. С. Милнчук. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 273 с.
3. Жильцова, О.Н. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / О.Н. Жильцова – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 262 с.