

- поможет предупредить мошенничество или оперативно его выявлять;
- сократит генерацию ошибок (например, неправильное название компании или номер счета) до максимально низкого уровня;
- позволит ускорить все процессы.

Финансовые расчеты между участниками логистических процессов можно проводить в фиатных и/или криптовалютных деньгах. Последний вариант более эффективен, так как он позволяет сократить издержки при трансвалютных и международных расчетах.

Таким образом, цифровые технологии имеют «сквозной» характер и ориентированы на усиление сотрудничества по всей цепочке создания ценности, происходит трансформация внутренних процессов, повышается интегрированность участников и прозрачность принятия решений, скорость реакции и гибкости.

#### **Список цитированных источников**

1. Медведева, Г.Б. Трансформация и проблемы инновационного процесса в условиях развития цифровых технологий / Г. Б. Медведева, Л. А.Захарченко // Мировая экономика и бизнес-администрирование малых и средних предприятий : мат. 17-го Международного научного семинара, 25-26 марта 2021 года, Минск, Респ. Беларусь; программ. комитет С. В. Харитончик, А. В. Данильченко [и др.] / БНТУ ФММП. – Минск : Право и экономика, 2021. – С . 90 – 92.

2. Блокчейн: что это такое и как его используют в финансах // Электронный научно-познавательный портал «Финансовая культура» [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://fincult.info/article/blokcheyn-что-это-такое-и-как-его-используют-в-финансах>. – Дата доступа: 17.04.2021.

3. Блокчейн и логистика: идеальное совпадение // Электронный научно-познавательный портал «CryptoPerson» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://cryptoperson.ru/blockchain/blokcheyn-v-logistike>. – Дата доступа: 17.04.2021.

4. Лузгина, А. Н. Блокчейн – это не только криптовалюты / А. Н. Лузгина // Электронный портал аналитической газеты «Белорусы и рынок» [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.belmarket.by/blokcheyn-eto-ne-tolko-kriptovalyuty>. – Дата доступа: 17.04.2021.

5. Боровой, Н. И. «Будет ли цифра крутить колеса?» / Н. И. Боровой // Электронный портал национальной газеты «Беларусь Сегодня» [Электронный ресурс]. – 2019 – Режим доступа: <https://sb-by.turbopages.org/sb.by/s/articles/budet-li-tsifra-krutit-kolesa.html>. – Дата доступа: 17.04.2021.

6. Мусиенко, Ю. Как Блокчейн Помогает в Логистике: 7 рабочих кейсов / Ю. Мусиенко // Электронный научно-познавательный портал «Merehead» [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://merehead.com/ru/blog/how-blockchain-helps-in-logistics>. – Дата доступа: 17.04.2021.

7. Реск, М. Блокчейн: как он работает, и почему эта технология изменит мир / М. Реск // Электронный научно-познавательный портал «Хабр» [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/iticapital/blog/340992>. – Дата доступа: 17.04.2021.

УДК 339.138-053.85

*Ципошук К. В.*

*Научный руководитель: канд. техн. наук, доцент Надеина Н. Г.*

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГЕРОНТОМАРКЕТИНГА**

### **Понятие геронтомаркетинга и его происхождение**

В последние десятилетия современный мир столкнулся с проблемой старения населения. Демографические тенденции отражаются, в том числе и на структуре потребителей, что обусловило формирование нового направления маркетинга – геронтомаркетинга [1].

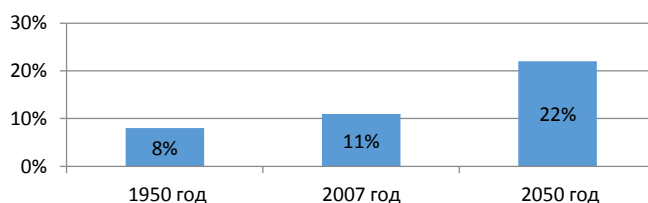
Семантической основой геронтомаркетинга является наименование отрасли медицины и биологии, которая изучает механизмы старения – геронтология.

Геронтомаркетинг нацелен на поиск, формирование, развитие рыночного сегмента, который будет обеспечивать спрос на потребительские товары покупателей, возраст которых от 55 лет и старше.

Геронтомаркетинг в Западной Европе как новый тип маркетинга сформировался именно в Германии [2].

### **Мировые демографические тенденции**

В данный момент возраст каждого четырнадцатого человека на нашей планете превышает 65 лет. К 2055 году, по оценкам ООН, таким будет каждый шестой житель Земли [3]. К 2050 году доля людей, возраст которых 60+, будет составлять около 22 % (рис.1). Также ООН спрогнозировал динамику демографического старения с 2017 до 2040 гг. в Беларуси (табл. 1).



*Рисунок 1 – Доля пожилых людей (60+) в общей численности населения мира*

На основе прогнозных данных можно оценить и тенденции объективной необходимости развития геронтомаркетинга, ориентированного на значительную долю потребителей.

Таблица 1 – Прогноз динамики демографического старения в 2017 и 2040 гг. в Беларуси

Индикаторы	2017	2040
Доля пожилых людей в населении (65+)	14,7	23,0
Доля очень пожилых людей в населении (80+)	3,66	6,75

### **Маркетинговые коммуникации геронтопотребителей**

Один из лучших видов торгового предложения для геронтопотребителей – это предложение: «проблема – решение». Потребители 55+ умеют экономить. Они серьезно относятся к здоровью, хорошо относятся к «ретробрендам», к «ретротоварам». Потребители 55+ – одна из самых доступных аудиторий для рекламы. Потребителям 55+ нередко нужно содействие, помощь в тестировании, приобретении товара [3].

### **Концептуальные основы сегментации рынка геронтопотребителей**

Принципы и процесс сегментации рынка геронтопотребителей целесообразно базировать на методологии «теории поколений», которую ввели в науку американские ученые (Нейл Хоув (Neil Howe) и Вильям Штраус (William Strauss), 1991 г.) [3].

В соответствии с «теорией поколений» выделяют поколения, различающиеся ценностями, взглядами на мир, стилями потребления, но живущими в одно время и в одном пространстве. В этой связи в процессе управления геронтомаркетингом целесообразно выделять три поколения – «молчаливое» поколение, поколение «беби-бумеров» и поколение «X» (табл. 2).

Таблица 2 – Основные характеристики геронтопокупателей

Характеристики поколения	Кластеры потребителей поколений		
	«Молчаливые»	«Бэби-бумеры»	Поколение «X»
Численность	594 475	2 241 334	2 682 603
Период рождения	1923–1943	1943–1963	1963–1983
Период формирования ценностей	до 1953 года	до 1973 года	до 1993 года
Основные события жизни	Сталинские репрессии, Вторая мировая война, восстановление разрушенной страны, открытие антибиотиков	Покорение космоса, СССР – мировая супердержава, «холодная война», бесплатное образование и медицина	Продолжение «холодной войны», Перестройка, развал СССР, борьба со СПИДом, наркотики, формирование демократических обществ, глобализация
Ценности	Преданность, соблюдение правил, законов, уважение к должности и статусу, честь, терпение	Оптимизм, личностный рост, коллективизм и командный дух, культ молодости	Готовность к изменениям, возможность выбора, индивидуализм, неформальность, взглядов, прагматизм, продолжительность жизни

Теория поколений помогает проанализировать особенности различных поколений и предсказать потребительское поведение, исходя из их базовых ценностей.

Для «бумеров» магазин – это место покупки. Главной целью процесса покупки выступает сам продукт. «Бумеры» очень любят специализированные магазины, потому что одна из глубинных ценностей этого поколения – экспертность.

**Основными мероприятиями геронтомаркетинга могут быть:**

- 1) изменение восприятия смысла старости;
- 2) развитие услуг, облегчающих жизнь и расширяющих возможности жизни;
- 3) адаптация товаров и услуг для людей старшего возраста;
- 4) обеспечение превентивных мер сохранения здоровья;
- 5) убеждение молодежи, нацеливание ее на достаточность в жизни, формирование правильного отношения молодых к старению [4].

В качестве примера для мероприятия под номером три можно привести институт третьего возраста в ГУ «Территориальный центр социального обслуживания населения Ленинского района г. Бреста». Институт третьего возраста (ИТВ) был создан в ноябре 2010 года. Проект направлен на поддержку пенсионеров для организации их досуга. Обучение проходит по 50 программам, адап-

тированным возрасту, потребностям и возможностям участников. Основные направления института – образовательное, оздоровительное, культурно-досуговое, нравственно-духовное и творческое.

ИТВ предлагает обучение компьютерной грамотности: планшеты, смартфоны, фотошоп, фотодело. Есть предложение добавить и обучение по соцсетям, то есть более современные направления. Также можно добавить еще в физическую активность и другие занятия. Дополнить их внутренним туризмом и увеличить количество направлений вне помещений. Например, в летний сезон собирать группы с выездом в другие населенные пункты.

Предложения по расширению видов услуг были получены путем авторского опроса в социальной сети «Одноклассники», где сконцентрировано большое количество людей старшего поколения.

Геронтомаркетинг стимулирует производство и распределение товаров и услуг для пожилых и стареющих людей, разработку маркетинговых концепций и стратегий продвижения геронтологических товаров и услуг на потребительский рынок.

Теория поколений позволяет сформировать новые взгляды на общественную классификацию, которые отличаются от традиционного классового подхода в анализе социальной структуры, и может быть полезна для сегментации потребительского рынка геронтопокупателей.

#### **Список цитированных источников**

1. Асташова, Ю. В. Концептуальные основы возрастного маркетинга / Ю. В. Асташова. – 2016. – № 4. С. 122–127.
2. Асташова, Ю. В. Предпосылки и тенденции развития геронтомаркетинга в России / Ю. В. Асташова, А. И. Демченко // Науковедение. – 2013. – № 4. С. 5–6.
3. Багиев, Г. Л. Социально-экономические факторы формирования и развития геронтомаркетинга / Г. Л. Багиев, Е. Г. Богданов, Бойцова А. Е. // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2. С. 207–211.
4. Соловьёва, Ю. Н. Методология и инструментарий управления / Ю. Н. Соловьёва, А. В. Бойко. – 2013. С. 84–91.

УДК 332.025.12

*Ширина Д. К.*

*Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Обухова И. И.*

### **СПОСОБЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МСП**

По мнению большинства предпринимателей Республики Беларусь, проблема налогообложения является основным препятствием для дальнейшего развития организаций. Особенно в неудовлетворительном финансовом состоянии находятся субъекты малого и среднего предпринимательства. Основная причина этого – высокая налоговая нагрузка. Субъекты МСП могут занимать до 40 % валовой добавленной стоимости страны. Соответственно их финансовый фиаско – фиаско целого региона, который становится инвестиционно-непривлекательным для иностранных инвесторов.

Наибольшую долю поступлений в консолидированный бюджет составляют налоговые поступления (84,9 %, 2019 г.) (рис. 1). С начала 2021г. было объявлено об увеличении некоторых налоговых ставок для предпринимателей. В их числе увеличение налога на прибыль для операторов сотовой связи с 18 % до