

ства, несовершенством управления, инновационной и инвестиционной политикой.

Существуют различные точки зрения о том, какие шаги нужно предпринять по восстановлению экономики. Все зависит от масштабов экономического спада, а также от особенностей экономической модели. Например, необходимо укрепить национальную валюту, сделав ее конвертируемой и надежной. Для этого собственная валюта должна быть обеспечена ресурсами своего баланса без привлечения иностранных кредитов.

Рекапитализация банковской системы, а именно, необходимость контроля над кредитными органами, затронутыми кризисом. Основное направление рекапитализации – списание убыточных операций с баланса банков и пополнение их капиталов государственными средствами.

Снижение налогов с деятельности предприятий. Такие меры направлены на уменьшение расходов субъектов хозяйствования, задействованных в производственной сфере. Понижение налогов призвано ускорить рост производства, а значит, и рост ВВП.

Одним из пунктов на пути выхода из экономического кризиса может быть и поддержка отдельных ключевых отраслей народного хозяйства. Выполнение этой задачи осложняется тем, что в условиях кризиса государственных средств может не хватать на поддержку всех без исключения отраслей. Поэтому должны определяться наиболее приоритетные, стратегические области народного хозяйства, которым необходима первоочередная помощь со стороны государства.

В понимании кризиса большое значение имеют не только его причины, но и разнообразные последствия: возможно обновление организации или ее разрушение, оздоровление или возникновение нового кризиса. Выход из кризиса не всегда связан с позитивными последствиями. Нельзя исключать переход в состояние нового кризиса, может быть даже еще более глубокого и продолжительного.

УДК 336.44

Студ. Е.В. Пуйша, Н.П. Михеенко

Науч. рук. доц. С. В. Шишло

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

КРИПТОВАЛЮТЫ

В настоящее время все большее внимание уделяется цифровым валютам, являющимся сетевыми аналогами национальных. По своей природе любая криптовалюта является цифровой валютой, работаю-

щей только в сети Интернет. Система любой криптовалюты функционирует на основании программного обеспечения с открытым кодом. С точки зрения информационных технологий, криптовалюты являются обширным полем для изучения криптографических алгоритмов и систем, поддерживающих функционирование цифрового актива криптовалюты.

Актуальность изучения понятия криптовалют состоит в том, что в настоящее время растет необходимость использования финансового инструмента с таким потенциалом.

Криптовалюта – вид децентрализованной цифровой валюты, эмиссия и учет которой основан на применении криптографических методов защиты [1].

Основными принципами криптовалюты являются: отсутствие контроля над криптовалютами (децентрализация); псевдонимность транзакций; прогнозируемая скорость выпуска единиц криптовалюты; наличие предела эмиссии.

Криптовалюта генерируется в блоках – хешах, которые соответствуют определенным правилам. В каждом блоке находится определенное количество валюты. Таким образом, вознаграждение получает тот, кто первым сгенерировал валидный блок. Задача генерации хешей, а значит и создание новых единиц криптовалюты, находится в руках пользователей системы. Для создания блоков используются вычислительные способности компьютерных систем. Особенности задачи майнинга позволяют применять распараллеливание вычислений – генерация каждого хеша не зависит друг от друга, а значит количество созданных блоков зависит только от мощности системы. Для уменьшения фактора удачи и для более предсказуемого получения единиц криптовалюты используются специализированные веб-сервисы (пулы). Системы-участники предоставляют пулу свои вычислительные возможности, пул производит генерацию блоков от своего имени, а затем делит вознаграждение между участниками по заранее определенным алгоритмам.

Почти все современные виды криптовалют имеют предел эмиссии – максимальное количество единиц криптовалюты, которое можно добыть путем поиска валидных блоков. Это ограничение заложено разработчиками с целью ограничения бесконтрольного создания единиц криптовалюты.

Транзакции между пользователями криптовалюты происходят по системе блокчейн. Для хранения данных, транзакции объединяются в блоки, из которых формируется цепочка блоков. Непрерывность

цепочки блоков достигается тем, что в текущий блок добавляется хеш-сумма предыдущего блока.

Получение единиц криптовалюты сравнивается с добычей золота: после нахождения каждой новой единицы добыть следующую становится все сложнее. Участники системы производят единицы криптовалюты с помощью компьютеров и вычислительных систем, затрачивая при этом электричество.

Таким образом, ценность криптовалюты определяется в два этапа. Первоначально, стоимость криптовалюты – это стоимость оборудования и затраченной электроэнергии. Вторичная стоимость криптовалюты определяется спросом на эту криптовалюту. Спрос на криптовалюту бывает трех видов: спекулятивно-инвесторский; покупка товаров и услуг; совершение транзакций без комиссии.

Обмен криптовалют на другие криптовалюты или реальные деньги происходит на биржах.

Биржи созданы по образцу электронных бирж, торгующих финансовыми активами, где участники выставляют заявку на покупку криптовалюты, указывают объем и цену, за которую готовы совершить транзакцию.

Количество криптовалют постоянно увеличивается. Основной причиной этой тенденции стал огромный успех криптовалюты под названием Bitcoin. Поскольку исходный код Bitcoin является открытым, то появляются форки, каждый из которых чем-то отличается и призван решить проблемы родительской криптовалюты. Каждая новая валюта отличается от всех остальных степенью сложности майнинга, ценой, сервисами. Процесс создания криптовалюты, по сути, является серьезным бизнесом.

Криптовалюты, появление которых было встречено с опаской представителями национальных валют, становятся все более популярными у предпринимателей. Причина этой популярности кроется в большом потенциале криптовалют. Криптовалюты являются очень мощным финансовым инструментом с ярко выраженными преимуществами над национальными валютами.

Финансовые аналитики, изучающие этот вопрос, выделяют несколько основных факторов, которые обеспечивают криптовалютам надежное и устойчивое положение на фоне традиционных видов денежных платежей.

Недостатками любой криптовалюты можно назвать следующие особенности: нестабильность курса; отсутствие обеспеченности; высокая спекулятивность; низкая популярность.

Криптовалюты обладают двумя важнейшими свойствами всеобщего эквивалента – признаваемостью и ликвидностью. По этим причинам криптовалюты уже сейчас являются очень выгодным и удобным средством. В недалеком будущем криптовалюты станут все более популярными, стоит ожидать, что их использование станет нормой как для крупных компаний, так и для обывателей.

УДК 336.44

Студ. М. Л. Марчик

Науч. рук. доц. С. В. Шишло

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

РЕТАРГЕТИНГ КАК СПОСОБ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ

Ретаргетинг (англ. retargeting – перенацеливание) – инструмент маркетинга, с помощью которого онлайн-реклама демонстрируется тем пользователям, которые уже проявляли интерес к рекламируемому объекту. Суть процесса состоит в том, чтобы не столько перенацелить человека с того, что он хотел купить на другое, а в том, чтобы обновить эту цель. Желания людей как правило не меняются и зависят только от настроения. Для продавца важно оказаться рядом в тот самый момент, когда у потенциального покупателя актуализируется желание именно на то, что есть в продаже.

Первое посещение сайта не часто переходит сразу в конверсию и пользователю требуется еще некоторое время для выбора и определения с местом покупки, ретаргетинг позволяет не терять с таким потенциальным клиентом контакт, тем самым существенно повышая шансы на то, что в итоге целевое действие будет совершено именно на сайте. Если пользователь интересовался или даже купил конкретный товар, то нередко бывает полезным посоветовать ему схожие товары или спустя некоторое время после покупки имеет смысл предложить клиенту свои услуги повторно. С помощью ретаргетинга увеличивают узнаваемости бренда среди потенциальной аудитории за счет таргетинга на людей уже знакомых с брендом.

Источниками данных для ретаргетинга являются код на сайте, система аналитики, загрузка клиентских баз, поисковые системы, сервисы рекламных площадок, списки ретаргетинга от сторонних сайтов.

Так как потребители большую часть заказов осуществляет минута онлайн механизмы, отследить факт покупки и сопоставить покупателя с интернет-пользователем крайне затруднительно. Поэтому одной из проблем ретаргетинга является продолжение показов товара,