

имеет система поощрения инвестиций в периферийных районах страны.

Субсидии подразделяются на национальные и местных органов самоуправления. Национальные субсидии применяются при переносе производственных мощностей из «промышленно избыточных» регионов и при создании социальной инфраструктуры и инфраструктуры защиты окружающей среды: величина субсидии от размеров расширения или вновь построенных заводских площадей. Система при субсидировании региональной занятости основывается на дотациях – от 18 тыс. до 29 тыс. иен в месяц – на каждого работника, который получает работу в регионах с малой степенью занятости в результате строительства новых или расширения действующих производственных или иных мощностей и дается сроком на один год [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Налоговая система Японии [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://worldtaxes.ru/nalogi-v-aziatskih-stranah/nalogovaya-sistema-yaonii/> – Дата доступа 13.04.2022.

2. Министерство финансов Японии [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.mof.go.jp> – Дата доступа 13.04.2022.

3. Налоговые системы зарубежных стран // Международный бухгалтерский учет. 2017. № 9.

4. Налоговые системы зарубежных стран. Учебник / Н.Н. Тютююков, А. В. Гурнак, А. В. Князева. – М.: Прометей, 2019. – 282 с.

УДК 338.2

Студ. Д.В. Зиновенко, П.А. Миткевич
Науч. рук. доц. С.Ф. Куган
(кафедра экономики промышленных предприятий, БГЭУ)

ЛИДЕРЫ ИННОВАЦИЙ В РЕЙТИНГЕ BOSTON CONSULTING GROUP

Инновации являются главнейшими факторами макроэкономического роста экономики отдельных государств и мира в целом. По результатам последнего исследования Boston Consulting Group (BCG) – международной консалтинговой компании и ведущего мирового консультанта по бизнес-стратегиям – большинство самых инновационных компаний мира в 2021 были американскими. Такой рейтинг компания BCG публикует ежегодно уже на протяжении 15 лет, и особый интерес представляет исследование динамики разработок инноваций в крупных корпорациях. Последние исследования отражают период времени с 2018 по 2021 год.

Традиционно в первой десятке рейтинга лидирует компания Apple. На втором месте – Alphabet, на третьем – Amazon. Далее идут Microsoft, Tesla, Samsung, IBM, Huawei, Sony, согласно рейтингу 2021 года. Проанализировав изменение позиций в показателях, необходимо подчеркнуть, что число компаний, назвавших инновации своим ключевым приоритетом, увеличилось на 10 % – до рекордных 75 %. В реальности же чуть менее половины компаний, реально инвестировали в свои инновации. К числу таких реальных новаторов можно отнести китайскую компанию Huawei, которая продемонстрировала самый большой «прыжок» с 48 места в 2019 году на 6 место в 2020 году. Этот рост связан со значительными инвестициями компании в исследования и разработки (R&D) в размере 19 миллиардов долларов в 2019 году [1].

Необходимо отметить компании, которым на фоне пандемии в рейтинге 2021 года нашлось место для целых девяти позиций из фармацевтической отрасли – в 2020 году их было только три. Число таких новаторов составили ключевые разработчики вакцин от COVID-19: Pfizer на 10 месте, Johnson & Johnson на 20, Moderna на 42, а AstraZeneca – на 49.

Проведенный анализ показал, что в рейтинге 2021 года из 50 компаний – 27 американских, 11 – европейские, ещё 4 из Китая, однако, стоит признать, что присутствие азиатской страны в списке постепенно расширяется. Из европейских компаний наиболее инновационной компанией был признан Siemens из Германии, который нашел новое применение данным и передовым технологиям, таким как искусственный интеллект. Также Европу представляли в рейтинге Нидерланды, Швейцария, Великобритания и Швеция (компания Volvo в 2020 году появилась в рейтинге впервые). Помимо Volvo автопром в период с 2018 – 2021 года дополняли компании Tesla, Volkswagen, Toyota, Fiat Chrysler Automobiles, BMW и Volkswagen [2].

Серьезный рост в рейтинге в данный период показали HP и Walmart. Walmart – розничный гигант поднялся на 13-е место в списке, увеличившись на 29 мест с 2019 года. Компания анонсировала в 2020 году свой новый сервис экспресс-доставки NextDay Delivery, которая охватила более 75% населения США. Также в Топ-50 много других известных брендов. В том числе, Facebook, Toyota, Nike, Xiaomi, Ikea, Adidas.

Таким образом, исследование рейтинга показало, что в список попало всего 8 компаний, которые присутствовали в нем начиная с 2005 года (Apple, Alphabet, Amazon, Microsoft, Samsung, IBM, HP, Toyota). Эти компании являются серийными инноваторами, и им уда-

лось создать инновационные системы, которые постоянно способствуют творчеству и гибкости. Google постоянно пересматривает свои алгоритмы и предложения. Amazon неустанно изобретает новые категории, услуги, модели и способы привлечения своих клиентов. Microsoft успешно избавился от давней зависимости от партнёрства с Intel в ПК и стал облачным технологическим бизнесом. IBM не боится периодически обновляться – от мейнфреймов к ПК, от сервисов к облакам, ИИ, платформам и экосистемам. На основании проведенного анализа можно сделать следующий вывод: базовая ориентация на перемены – никогда не быть удовлетворённым и всегда желать заново изобретать себя – остаётся частью жизненной силы самых инновационных компаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Самые инновационные компании 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bcg.com/publications/2021/most-innovative-companies-overview> – Дата доступа: 27.03.2022.
2. 15 лет самых инновационных компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bcg.com/publications/most-innovative-companies-historical-rankings> – Дата доступа: 27.03.2022.

УДК 004.89

Студ. М.А. Дыба, А.И. Долбик
Науч. рук. канд. экон. наук, доц. С.Ф. Куган
(кафедра экономики промышленных предприятий, БГЭУ)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТАРГЕТИНГОВОЙ РЕКЛАМЫ

Сложно представить современную жизнь без влияния социальных сетей. Они стали одной из главных точек входа аудитории в интернет и не иметь в них представительства не выгодно для любого бизнеса. Это и стало одной из причин появления и такой популярности таргетинговой рекламы. Сам термин «таргетинговая реклама» обозначает вид рекламных объявлений, направленный на поиск целевой аудитории в соответствии с интересами и характеристиками людей, которые интересуются предлагаемыми услугами и продуктами. В настоящее время кампании стараются максимально усовершенствовать свою рекламу. Можно наметить такие тенденции как виртуальные витрины, короткие видеоролики, инфлюенс-маркетинг. Также улучшается и процесс создания самой рекламы с помощью новых