

ный фон. Причинами повышения потребления выделяют: увеличение доходов, повышение уровня стресса, появление любимого человека (для него стал приобретать), еще больше полюбил сладкое.

В целом потребительское поведение на белорусском рынке кондитерских изделий подвержено воздействию мировых трендов: активное всестороннее продвижение здорового образа жизни; изменения в демографическом плане; желание потребителей постоянно пробовать что-то новое; развитие конкуренции с производителями товаров-заменителей.

Таким образом, для повышения потребления кондитерских изделий производителям необходимо осуществлять следующую деятельность: расширение ассортимента, снижение себестоимости продукции, проведение рекламных акций, улучшение качества продукции, продвижение бренда, регулярное получение обратной связи от потребителей.

Источники

1. Официальная статистика [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/index.php>. — Дата доступа: 24.03.2024.

2. В Минэкономике прокомментировали основные показатели развития белорусской экономики в 2023 году [Электронный ресурс] // ibMedia. — Режим доступа: <https://ibmedia.by/news/v-minekonomiki-prokommentirovali-osnovnye-pokazateli-razvitiya-beloruskoj-ekonomiki-v-2023-godu/>. — Дата доступа: 11.03.2024.

Д. К. Бондаренко, А. С. Рябая

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Р. П. Валевиц
БГЭУ (Минск)*

ИННОВАЦИИ В ТОРГОВЛЕ: РОБОТИЗАЦИЯ

Розничная торговля как ведущий сектор национальной экономики, дальнейшее развитие которой базируется на глубоком внедрении инновационных процессов, что реализует концепцию цифровизации. Инновации в торговле — это дополнительный импульс к обеспечению удовлетворенности покупателей. Современный покупатель — цифровой, информация приходит к нему извне по различным каналам. Он ценит временной ресурс и предпочитает тратить наименьшее количество времени на приобретение желаемого товара, а торговые организации заинтересованы в привлечении клиентов путем внедрения инновационных технологий, оптимизируя при этом свои затраты, и в получении большей прибыли [1].

Процесс внедрения инноваций в розничную торговлю позволяет решить ряд проблем хозяйствующих субъектов: улучшение эффективности торговых опера-

ций; улучшение качества обслуживания покупателей; расширение границ бизнеса; улучшение маркетинговых стратегий [2].

В современном мире роботы могут использоваться для выполнения различных задач, таких как: пополнение запасов, сбор заказов, обслуживание клиентов, персонализации покупательского опыта (роботы могут запоминать предпочтения покупателей и предлагать им товары, которые могут им понравиться), уборка, безопасность [2].

В рамках исследования рассмотрено такое направление использования роботов в торговле, как доставка товаров дронами. Для определения целесообразности использования дронов в торговой деятельности проведено сравнение количества доставок дронами и курьерами в день. Количество доставок, которые может выполнить курьер за сутки: пеший — 10–15 доставок, велосипед — 15–20 доставок, автомобиль — 20–30 доставок [3]. Учитывая 30-минутное время полета, некоторый буфер и потенциал встречного ветра на обратном пути доставка туда и обратно для дрона занимает 45 мин [4]. Вычитая время погрузки/разгрузки (3 мин), потенциальный цикл доставки составит 42 мин. За 24 ч (1440 мин) один дрон потенциально может выполнить 34 доставки. Соответственно, 1 дрон за день может сделать несколько больше доставок, чем курьер на машине, и почти в два раза больше, чем пеший курьер или курьер на велосипеде.

Экономическая выгода для использования дрона измеряется уровнем его окупаемости. Для измерения окупаемости дрона рассчитаны примерные расходы. Средняя заработная плата курьера с учетом ФСЗН составляет 2184,2 руб., стоимость дрона — 25 206,72 руб., к стоимости дрона также добавлена стоимость дополнительного съемного аккумулятора (который необходим для более эффективного использования времени полета дрона) стоимостью 200 руб., таким образом, дрон окупится за 11,6 месяцев [3, 4].

В целом такие дроны могут использоваться службами доставки разных организаций, например, для доставки еды, доставки заказов из пунктов выдачи интернет-магазинов, доставки книг и т.д. Можно отметить, что введение инновационных технологий в торговое дело имеет множество преимуществ. Они позволяют повысить качество торгового обслуживания покупателей и улучшить эффективность работы торговых предприятий, обучить потребителя использовать инновационный продукт. Внедрение инноваций становится необходимостью для торговых компаний, чтобы оставаться конкурентоспособными и удовлетворять потребности покупателей.

Источники

1. Цифровизация ритейла 2023–2025: тенденции и актуальные решения [Электронный ресурс] // Agora. — Режим доступа: <https://www.agora.ru/blog/tsifrovizatsiya-riteyla-2023-2025/>. — Дата доступа: 10.03.2024.

2. Retail.ru — ритейлеру и поставщику [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.retail.ru/>. — Дата доступа: 10.03.2024.

3. Яндекс. Доставка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://delivery.yandex.by/for-courier/>. — Дата доступа: 10.03.2024.

4. MyDrone [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://mydrone.ru>. — Дата доступа: 10.03.2024.

П. А. Окулич, К. Н. Кулешова

*Научный руководитель — кандидат экономических наук, профессор Р. П. Валевич
БГЭУ (Минск)*

ДОВЕРИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К БИЗНЕСУ И ЕГО ВОССТАНОВЛЕНИЕ С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Современный мир сталкивается с растущей проблемой контрафактной продукции, которая наносит огромный ущерб как потребителям, так и производителям. Контрафактом называют товары, созданные в обход прав интеллектуальной собственности и владельцев оригинальной марки. Для них характерна низкая стоимость, отличные от оригинала внешние и функциональные характеристики.

В последнее время усиленными темпами развивается электронная торговля, а именно продажи через маркетплейсы и интернет-магазины. В Республике Беларусь электронная торговля осуществляется преимущественно через интернет-магазины. С недавнего времени на потребительском рынке страны осуществляют активную деятельность и российские маркетплейсы Ozon, Wildberries, где существует большая вероятность приобрести подделку. Частые уловки нарушителей на маркетплейсах: подделка документов, подмена товаров на фото и в описании.

В январе — феврале «Общественная потребительская инициатива» выяснила, что на Wildberries доля нелегальных продавцов обуви достигает 47 %, парфюмерии — 66 %, воды — 58 %. На Ozon показатель варьируется в диапазоне 8–13 %. Эксперты провели исследование на фоне резко возросших жалоб со стороны потребителей на качество продукции [1].

В свете этого разработка и внедрение новых технологий становится неотъемлемой частью борьбы с поддельными товарами. Широкое распространение получила проверка качества и соответствия продукции стандартам при помощи искусственного интеллекта.

Примером использования искусственного интеллекта на белорусском рынке является приложение «Электронный знак». Принцип его работы заключается в наведении приложения на цифровой код маркировки Data Matrix, нанесенный на упаковку товара. Приложение выводит подробную информацию, которая поможет уточнить, принадлежит ли данная продукция к заявленной торговой марке, тип и наименование товара. В приложении также будет указано, действительно ли товар промаркирован законными средствами идентификации. Результаты