

Опираясь на приведенные факты, можно сделать вывод, что, несмотря на попытки стран — участниц ЕЭАС развивать интеграционный процесс, на рынке объединения по-прежнему присутствуют препятствия, снижающие эффективность работы союза.

Источники

1. Карта реестра ограничений // ЕАЭС. — URL: <https://barriers.eaeunion.org/ru-ru/Pages/obstacle-limitations.aspx> (дата обращения: 19.11.2024).

2. Ликвидация барьеров, ограничений и изъятий во взаимной торговле в ЕАЭС // Министерство экономики Республики Беларусь. — URL: https://economy.gov.by/ru/likv_izjatij-ru/ (дата обращения: 20.11.2024).

СНИЛ «Гандаль»

В. В. Мицкевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Пацай, канд. экон. наук, доцент

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА СОЦИАЛЬНО-ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КОМПЛЕКС

Цифровизация является одной из самых значительных тенденций современного общества, которая затрагивает все сферы жизни, включая социально-потребительский комплекс. Этот комплекс охватывает широкий спектр услуг и товаров, предоставляемых населению по всему миру, и включает в себя такие сегменты, как розничная торговля, общественное питание, бытовые услуги и многое другое. Основное внимание уделяется модернизации, улучшению качества услуг и обеспечению их доступности для населения. В условиях стремительного развития технологий и растущей зависимости от цифровых решений важно понять, как цифровизация влияет на структуру, функции и динамику этого сектора.

Быстрое развитие основных платформ электронной коммерции и постепенная зрелость сетевых каналов онлайн-сервисов привели к значительным изменениям в экономической сфере. Так, например, сегодня широко распространена система бесконтактной оплаты через NFC и QR. Население все чаще отказывается от бумажных денег и пластиковых карт и оплачивает услуги с помощью смартфона. Все реже встречается клиент в банке или на почте с просьбой оплатить услуги мобильной связи или услуги ЖКХ. По данным информационно-аналитического портала Digital Report, количество пользователей интернет-банкинга в Беларуси увеличилось в 3,5 раза, хотя 70,5 % клиентов банков никогда не совершали онлайн-платежей [1]. Что касается магазинов, то здесь ситуация с очередями не всегда бывает

стабильной и загруженность иногда превышает 68 % [2]. Для решения данной проблемы в России было создано комплексное решение «Умный магазин», основанное на технологиях RFID: оно позволило автоматически регистрировать все товары, которые покупатель берет с полки и кладет в тележку. Использование новой технологии уменьшило очереди и снизило время пребывания покупателей в магазине на 40 %.

В настоящее время основной процент пути к потреблению выстраивается через цифровые медиа, и это относится к большинству категорий товаров и услуг. Влияние цифровизации на социально-потребительский комплекс приводит к высокой концентрации экономических интересов, улучшению качества жизни населения и модернизации основных экономических процессов. Внедрение цифровых решений в коммерческую сферу поддерживает устойчивое потребление и способствует появлению новых бизнес-моделей.

Источники

1. Количество пользователей интернет-банкинга в Беларуси возросло в 3–5 раз // Digital Report. — URL: <https://digital-report.ru/kolichestvo-polzovateley-internet-bankinga-v-belarusi-vozroslo-v-3-5-raza/> (дата обращения: 20.11.2024).

2. О состоянии потребительского рынка г. Минска в преддверии Рождественских и новогодних праздников (информация предоставлена ГУ «Главное управление потребительского рынка») // Минский городской исполнительный комитет. — URL: https://minsk.gov.by/ru/freepage/other/news_2898/ (дата обращения: 20.11.2024).

3. Решение Ростеха об уменьшении очередей в супермаркетах // Новости Интернета вещей. — URL: <https://iot.ru/riteyl/reshenie-rostekhamenshit-ocheredi-v-supermarketakh> (дата обращения: 20.11.2024).

А. Д. Мицковец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. В. Андрос

ИННОВАЦИИ НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Рынок потребительских товаров и услуг является сложной социально-экономической системой и составляет основу формирования и развития товарного рынка в целом: именно на потребительском рынке сочетаются интересы производителей, потребителей и торговой сферы [1].

Инновации на потребительском рынке — процесс создания и внедрения новых или значительно улучшенных продуктов, услуг или