

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

процессов, которые удовлетворяют потребности потребителей и создают добавленную ценность.

Примером инноваций на потребительском рынке могут быть умные полки: на торговые полки встраиваются специальные светодиоды, сигнализирующие о том, что товарная позиция на конкретной полке закончилась и сотрудникам магазина необходимо выставить запас продуктов. Умные полки значительно упрощают процесс инвентаризации, отпадает необходимость проводить сложный и длительный процесс подсчета товаров вручную.

Оперативное управление ценниками через единую базу позволит до 15 % сократить время, затраченное сотрудниками на выкладку товара, обновление цен, значительно уменьшит количество жалоб на отсутствие ценников либо наличие ценников с неверными ценами.

Стоимость умных полок может варьироваться в зависимости от функционала. Базовые модели стоят от 500 до 2000 долл. США за единицу. Стоимость более продвинутых систем (с включенной аналитикой и интеграцией с ERP) может достигать 5000 долл. США. Исследования показали, что эффективность работы после внедрения умных систем может повыситься на 20–30 %. При правильном внедрении и использовании система может принести прибыль в размере 10–15 % от общего объема продаж, особенно в розничной торговле, за счет роста товарооборота, снижения издержек, сокращения общей величины расходов на персонал.

Объем рынка умных полок оценивается в 4,61 млрд долл. США в 2024 г. и, как ожидается, достигнет к 2029 г. 12,58 млрд долл. США, увеличиваясь в среднем на 22,26 % в течение прогнозируемого периода (2024–2029 гг.) [2].

Умные полки являются составным элементом Интернета вещей — одной из главных инноваций на потребительском рынке.

Интернет вещей — система, которая объединяет устройства в компьютерную сеть и позволяет им собирать, анализировать, обрабатывать и передавать данные другим объектам через программное обеспечение, приложения или технические устройства [3]. В качестве примера можно рассмотреть компанию Amazon, которая продвигает инновации в области автоматизации и взаимодействия человека и машины в розничной торговле. На объектах Amazon используются подключенные к интернету роботы для отслеживания, обнаружения, сортировки и перемещения товаров.

Умные полки и Интернет вещей являются передовыми технологиями на потребительском рынке, которые значительно упрощают его функционирование и позволяют получать дополнительную прибыль.

Источники

1. Шелег, Н. С. Диагностическая оценка современного потребительского рынка Республики Беларусь / Н. С. Шелег, Е. В. Андрос // Общество и экономика. — 2023. — № 11. — С. 125–139.

2. Анализ размера и доли рынка умных полок — тенденции роста и прогнозы (2024–2029 гг.) // Mordor Intelligence. — URL: <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/smart-shelf-market> (дата обращения: 22.11.2024).

3. Что такое Интернет вещей (Internet of Things, IoT)? // AWS. — URL: <https://aws.amazon.com/ru/what-is/iot/> (дата обращения: 22.11.2024).

А. М. Науменко, Р. В. Чаус

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. В. Андрос

ВЛИЯНИЕ ФЕСТИВАЛЕЙ GASTROFEST НА МАРКЕТИНГОВУЮ СОСТАВЛЯЮЩУЮ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Исследование посвящено влиянию гастрономического фестиваля «Гастрофест» на маркетинговую эффективность минских ресторанов. Цель работы — оценить воздействие фестиваля на продвижение заведений и разработать рекомендации по его совершенствованию.

«Гастрофест» представляет собой серию тематических гастрономических мероприятий, в рамках которых рестораны предлагают специальные сет-меню по фиксированной цене. Фестиваль проходит в самих ресторанах, предоставляя им площадку для самопрезентации и оптимизации внутренних процессов.

По результатам исследования, проведенного среди рестораторов, выяснилось, что во время фестиваля прибыль заведений, как правило, не увеличивается. Большинство участников, таких как ресторан «Кулинарная лавка» и кафе «Светлая Кухня», отметили, что главная цель участия — не добиться роста прибыли, а повысить узнаваемость заведения и вернуть клиентов.

Восьмой Республиканский Gastrofest проходил в Минске, Бресте, Гомеле, Гродно, Могилеве и Витебске с 14 ноября по 1 декабря 2024 г. [1]. По данным опроса, 80 % респондентов были знакомы с «Гастрофестом» и 60 % посещали заведения в рамках фестиваля. Опрос показал, что основные каналы информирования — социальные сети (70 %) и сарафанное радио (68 %). Ключевые проблемы фестиваля, выявленные в процессе опроса: нехватка посадочных мест, неудовлетворительное обслуживание (35 % респондентов отметили медленную работу персонала), несоответствие предложенных сетов разнообразию меню заведений (30 %), а также недостаток дополнительных активностей (20 % ожидали мастер-классов, дегустаций, встреч с шеф-поваром и т.п.). Только 15 % посетивших фестиваль возвращались в заведения после проведения мероприятия.