

ИННОВАЦИИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ: ЧТО РЕАЛЬНО РАБОТАЕТ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Цифровая трансформация потребительского рынка диктует необходимость внедрения технологических инноваций как ключевого фактора конкурентоспособности. В фокусе современных стратегий — переход от точечных улучшений к построению целостной цифровой экосистемы клиентского опыта, использующей Big Data, AI и мобильные платформы.

На примере Минской области как наиболее экономически развитого региона наблюдаются противоречивые тенденции цифровой трансформации потребительского рынка. Анализ статистических данных (см. таблицу) выявляет структурный разрыв между инновационным потенциалом и реальной эффективностью внедрения технологий.

Внедрение инноваций и развитие цифровой торговли в Республике Беларусь [1]

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Число организаций, выполнявших НИОКР в секторе коммерческих организаций Минской обл., ед.	36	40	43
Число организаций, осуществлявших затраты на инновации в Минской обл., ед.	61	60	64
Доля оборота интернет-магазинов в общем розничном товарообороте организаций торговли, %	8,1	6	11,7
Общие затраты на инновации по Минской обл., млн р.	700	710	705

За период 2022–2024 гг. отмечается умеренный прирост количества организаций, выполнявших НИОКР (+19,4 %) и осуществлявших затраты на инновации (+4,9 %). Однако объем инновационных инвестиций остается стагнирующим в номинальном выражении. Параллельно наблюдается волатильная динамика доли интернет-торговли с резким ростом до 11,7 % в 2024 г. после предшествующего снижения.

Проведенный анализ позволяет констатировать, что в современных условиях цифровой трансформации традиционная модель инновационного развития, ориентированная на масштабные инвестиции в НИОКР, демонстрирует снижающуюся эффективность. Ключевым фактором конкурентоспособности становится не объем финансирования исследований, а способность к быстрому внедрению гибких техно-

логических решений, непосредственно влияющих на операционные показатели и клиентский опыт.

Оптимальной стратегией преодоления структурного разрыва между инновационным потенциалом и реальной отдачей является фокусировка на целевых «легковесных» решениях (таких как SaaS-платформы и CRM-системы), которые обеспечивают максимальное соответствие между инновациями и операционной эффективностью. Данный подход позволяет достигать значимых бизнес-результатов без необходимости осуществления капиталоемких проектов, что особенно актуально в условиях ресурсных ограничений.

Источник

1. Доля интернет-торговли в Беларуси достигла рекорда: что покупают онлайн // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: <https://dataportal.belstat.gov.by/osids/indicator-info/10219100001> (дата обращения: 24.11.2025).

Я. О. Василёнок
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. П. Ефимова-Стадник,
канд. экон. наук, доцент

ДИНАМИКА ТОВАРОБОРОТА НА ОДНО МЕСТО В ОБЪЕКТАХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Товарооборот на одно место — один из ключевых индикаторов эффективности предприятий общественного питания Республики Беларусь. Этот показатель отражает посещаемость, уровень сервиса и покупательную способность населения. Исследование динамики товарооборота позволяет оценить влияние экономических факторов и потребительских трендов на отрасль. Цель работы — выявить основные тенденции и перспективы развития сферы общественного питания через призму данного показателя.

Расчет товарооборота производится по двум показателям: товарооборот общественного питания по территории Республики Беларусь и число мест в объектах общественного питания. Результаты представлены в таблице.

По республике показатель вырос с 3,3 тыс. р. в 2020 г. до 7,9 тыс. р. в 2024 г. — рост в 2,4 раза за 5 лет. Все области демонстрируют положительную динамику, что свидетельствует о развитии сферы общественного питания по всей стране. Минск является абсолютным лидером по этому показателю — 15,6 тыс. р. в 2024 г., что в 2 раза выше