

дартами, такими как AACSE International, ISO 21500, и рекомендациями ФИДИК для обеспечения совместимости с практикой стран ЕАЭС.

Совершенствование системы ценообразования, таким образом, требует комплексного подхода. Реализация предлагаемых мер повысит эффективность ценообразования в строительной отрасли и конкурентоспособность белорусских подрядчиков на рынке ЕАЭС.

Источники

1. *Голубова, О. С.* Методика конкурентного ценообразования в строительстве / О. С. Голубова, А. А. Хасен // Труды БГТУ. Серия 5, Экономика и управление. — 2023. — № 1. — С. 69–75.

2. *Думов, Г. И.* Индексы как инструмент прогнозирования стоимости строительства: сравнительный анализ подходов Беларуси и России / Г. И. Думов, О. С. Голубова // Материалы Междунар. науч.-техн. конф. «Инженерная экономика», 27–28 нояб. 2024 г. / Бел. нац. техн. ун-т. — Мн., 2024. — С. 765–776.

А. В. Денисюк, А. В. Самотошенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. В. Андрос

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ СТРАТЕГИЮ РОЗНИЧНОГО РЕТЕЙЛА

Цифровизация оказывает решающее влияние на инвестиционную стратегию розничного ретейла, трансформируя ее от традиционных долгосрочных вложений в недвижимость и логистику к гибким технологичным проектам с быстрой окупаемостью. Компании перераспределяют бюджеты в пользу цифровых решений, направляя значительные средства на развитие e-commerce, автоматизацию процессов и внедрение аналитических систем. В условиях высокой ключевой ставки и ограниченного доступа к финансированию приоритет получают проекты с коротким циклом возврата инвестиций, что позволяет снижать риски и быстрее адаптироваться к изменениям рынка.

В процессе цифровой трансформации субъекты хозяйственной деятельности могут столкнуться с определенными ограничениями, которые можно условно разделить на две группы. Общие проблемы: недостаточные знания и компетенции, позиция руководства, дефицит квалифицированных кадров, отсутствие четкой стратегии, недостаточное финансирование. Данные ограничения специфичны для организаций торговли [1].

Цифровые технологии становятся инструментом снижения издержек и повышения эффективности: автоматизация складских операций, CRM-системы и аналитика спроса помогают оптимизировать расходы. Изменение потребительского поведения усиливает значимость онлайн-каналов: персонализированные предложения, мобильные приложения, программы лояльности и быстрая доставка становятся активом для удержания клиентов.

Цифровизация открывает новые возможности для монетизации данных: крупные сети используют аналитику для прогнозирования спроса и оптимизации ассортимента. В условиях санкций и импортозамещения цифровые технологии помогают адаптироваться к нестабильной экономике, снижая зависимость от внешних поставщиков и усиливая контроль над цепочками поставок.

Цифровизация трансформирует инвестиционную стратегию ретейла: компании делают ставку на автоматизацию, маркетплейсы, искусственный интеллект и омниканальные продажи. Эти проекты не только быстро окупаются, но и формируют долгосрочную конкурентоспособность, позволяя ретейлу удерживать клиентов и находить новые источники дохода.

Таким образом, цифровизация не только меняет структуру инвестиций, но и формирует новую стратегическую логику ретейла: гибкость, технологичность и ориентация на клиентский опыт становятся ключевыми факторами конкурентоспособности, позволяя компаниям адаптироваться к нестабильной экономике и усиливать свои позиции на рынке.

Источник

1. Андрос, Е. В. Специфика внедрения цифровой трансформации в торговле / Е. В. Андрос // Тезисы докладов 56-й Междунар. науч.-техн. конф. преподавателей и студентов, Витебск, 19 апр. 2023 г. / Витебск. гос. технол. ун-т. — Витебск, 2023. — С. 110–111.

В. В. Долгополов
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. В. Андрос

АНАЛИЗ РОЛИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В СТРУКТУРЕ БЕЛОРУССКИХ ОНЛАЙН-ПОКУПОК

После 2020 г. белорусский рынок розничной торговли пережил структурные изменения: рост спроса на зарубежные товары и сдвиг