

ные и организационные характеристики, а также подходы и методы к формированию с учетом специфики их отраслевой и функциональной деятельности.

Решение этих проблем остаются весьма актуальными и для организаций Республики Беларусь, которые работают в не совсем благоприятной экономической ситуации. В 2017 г. снижался реальный объем ВВП, происходила дальнейшая девальвация курса национальной валюты, ухудшалась ценовая конкурентоспособность белорусского экспорта и др. Возрастающая рисковость хозяйствования белорусских предприятий являлась мощным импульсом для расширения и активизации действий всех участников страхового рынка.

В этой связи одним из важных направлений стабилизации и роста происходящих в Республике Беларусь процессов становится стратегическое управление финансами субъектов страхового рынка, что обеспечивает повышение его роли в минимизации степени риска и рационализации распределения финансовых ресурсов. Реализация соответствующих задач предполагает научное обоснование ключевых направлений развития национального страхового рынка, а также повышение качества и количества страховых услуг, результативность их влияния на улучшение социальных процессов в обществе. Все эти требования обуславливают необходимость определения эффективных правил регулирования деятельности участников страхового рынка, а также совершенствования их стратегического финансового менеджмента. Данные направления красной нитью проходят и в разрабатываемой методике адаптации международной системы контроля платежеспособности страховщиков Solvency II к национальной практике функционирования отечественных страховых организаций.

*А. Д. Веренич, аспирант
БГУ (Минск)*

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В условиях стремительного развития технологий и высокой конкуренции в сфере розничной торговли уровень взаимодействия с потребителем требует освоения новых подходов и внедрения инновационных ИТ-решений. Стремительная цифровая трансформация подразумевает внедрение эффективных программ лояльности, персонализации отношений с клиентами и развития омниканальных технологий.

Внедрение омниканальных технологий направлено на взаимодействие различных каналов сбыта, связанных единой системой управления отношениями с клиентом. Взаимодействие офлайн и онлайн-магазинов, а также различных мобильных сервисов позволит компании быть ближе к клиенту и предоставит ему возможность самостоятельно делать выбор, где, когда и каким образом совершить покупку.

Использование омниканальных технологий возможно с помощью внедрения систем и методов электронной коммерции, таких как электронный обмен информацией, электронная торговля, электронный маркетинг. Эффективное использование систем электронной коммерции предоставит организациям розничной торговли производить глубокую аналитику поведения своих покупателей, что в свою очередь позволит не только эффективнее продавать товар посредством онлайн-торговли, но и составить индивидуальный портрет каждого потребителя с целью создания персональных рекомендаций и дисконтных программ. При внедрении методов электронной коммерции необходимо учитывать, что в последние годы стремительно увеличивается количество покупок, совершенных с помощью мобильных технологий.

В условиях стремительного развития мобильных технологий необходимо ориентироваться на создание и продвижение мобильных приложений, использование которых позволит покупателям планировать и совершать покупки в любое время и в любом месте, своевременно оповещать покупателей о новинках, скидках и акциях, использовать смартфон как дисконтную либо накопительную карту.

Одним из наиболее эффективных способов использования мобильных технологий в розничной торговле является применение чат-ботов — программ, взаимодействующих с пользователем с целью предоставления удобного и быстрого доступа к информации о товарах либо предоставляемых услугах. Чат-боты активно применяются в таких направлениях, как денежные переводы, организация канала связи с клиентами, замена колл-центров и диспетчеров, а также личного кабинета.

Цифровая трансформация организаций розничной торговли позволит четко сегментировать целевые группы потребителей, поддерживать прямую связь с каждым клиентом, всегда быть на виду и своевременно предоставлять покупателям актуальную информацию о продукции, анализировать уровень взаимодействия с каждым потребителем, что позволит корректировать стратегию ведения бизнеса.

Литература

1. *Бянкина, А. О.* Цифровые технологии и их роль в современной экономике / А. О. Бянкина // Экономика и социум: современные модели развития : межвуз. сб. науч. тр. Вып. 16. — М., 2017. — С. 15–25.

2. Десять трендов электронной коммерции 2018 года по версии digital-агентства Absolutnet [Электронный ресурс] // BelRetail. Специализированный интернет-ресурс о розничной торговле и e-commerce в Беларуси. — 2018. — Режим доступа: <https://belretail.by/article/desyat-trendov-elektronnoy-kommertsii-goda-po-versii-digital-agentstva-absolutnet>. — Дата доступа : 07.03.2018.

*С. П. Вертай, канд. экон. наук, доцент
1АК-GROUP ООО «ПАК-управление» (Минск)*

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ АККУМУЛЯТОРНОГО ПРОИЗВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В мире продается аккумуляторов свинцово-кислотных стартерных на сумму 8 686 880 тыс. дол. США, что составляет 12 233 477 т, или 611 673 850 шт. (расчетно) [1]. Анализ показал, что быстрых изменений на рынке электрических батарей не предвидится: несмотря на стремительное развитие технологий, трансфер, например литий-ионных батарей, в традиционные для свинцово-кислотных батарей области осуществляется низкими темпами и положительная динамика мирового рынка свинцово-кислотных батарей сохранится [2].

В 2017 г. емкость белорусского рынка стартерных свинцово-кислотных аккумуляторных батарей составила 676 648 шт. (13 533 т расчетно). Основные поставки стартерных свинцово-кислотных аккумуляторных батарей осуществляются из трех стран: Польши — 41 %, России — 24 %, Украины — 15 %.

В мировой практике все использованные аккумуляторы подлежат утилизации и последующему восстановлению свинца, для повторного использования в производстве. Извлеченный из вторсырья свинец составляет более половины произведенного во всем мире металла. В США более 80 % свинца получено путем вторичной переработки, в Европе — 60 %.