

дал ответ: «Необходимо развивать национальную интернет-торговлю, и если вопрос — разрешать ли торговлю алкоголем через интернет-магазины — будет поставлен, его необходимо обсудить с общественностью, производителями, правоохранительными и налоговыми органами, поскольку это товар специфический» [3].

Готовы ли жители Беларуси покупать в сети Интернет? Безусловно. Об этом говорит статистика: по данным МАРТ, в 2017 г. доля интернет-торговли в розничном товарообороте страны составила 2,8 % или 1,1 млрд руб. (\$568 млн). По прогнозам, в 2018 г. рынок вырастет на 20 % и к концу года превысит 1,3 млрд руб. или \$681 млн [4].

Создание интернет-представительства магазина позволяет проводить более достоверные маркетинговые исследования, улучшить сервис и качество предоставляемых товаров и услуг. Это делает интернет-магазин более привлекательным в глазах пользователей и позволит завоевать уважение новых клиентов.

Литература

1. Беларусь в цифрах, 2018 [Электронный ресурс] — Электрон., текстовые данные и программы (2,7 Мб). — Минск : Белстат, 2018.
2. Наша Ніва [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://nn.by>. — Дата доступа: 03.04.2018.
3. Marketing.by [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://marketing.by/analitika>. — Дата доступа: 03.04.2018.
4. Byfin — Финансовый портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://byfin.by/zhurnal-byfin>. — Дата доступа: 04.04.2018.

В.В. Лойко, Ю.Д. Быченко

*Научный руководитель — А.В. Кармызов
БГЭУ (Минск)*

АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Термин «инновационный проект» можно рассматривать с двух сторон: во-первых, это целевое управление инновационной деятельностью; во-вторых, как совокупность процедур и действий по превращению новшеств в инновации.

Эффективность проекта в целом оценивается с целью определения потенциальной привлекательности проекта для возможных участников и источников финансирования (инвесторов). Общим принципом оценки эффективности является сопоставление эффекта (результата) и затрат, связанных с его получением — в явной и неявной формах.

Что касается процесса оценки эффективности инновационных проектов, его целью является поиск исчерпывающего ответа на три основ-

ных вопроса: какова рентабельность инвестиции, каковы сроки окупаемости проекта и каковы риски проекта.

Для ответа на эти вопросы было рассмотрено несколько примеров, в том числе изучен зарубежный опыт внедрения касс самообслуживания в супермаркет «АТБ-Маркет» (Украина). Сразу возникает вопрос, как же нововведение сказалось на деятельности организации. По итогам первого полугодия 2017 г. «АТБ» занимала долю в 10,3 % в обороте розничной торговли в Украине. По итогам января-сентября 2017 г. компания увеличила товарооборот на 28 % по сравнению с аналогичным периодом 2016 г.

В Беларуси также был реализован уникальный проект по внедрению кассы самообслуживания, которая была установлена в супермаркете «Виталюр».

Почему же все-таки этот проект не нашел такого широкого применения в Беларуси? Для того чтобы ответить на этот вопрос, предположим, что эти кассы будут введены, и рассчитаем рентабельность и сроки окупаемости.

Если оставить кассу на постоянной основе она сможет заменить работу двух кассиров. При соразмерном сокращении среднесписочной численности работников торгово-операционного состава и прочих равных условиях срок окупаемости такой кассы составит 3,8 года, а средний срок окупаемости обычных касс — 1,5–2 года.

Кроме этого существует ряд проблем, из-за которых введение таких касс для нас пока непосильно.

Проблемой со стороны организаций является отсутствие средств. Возникает необходимость брать кредит, а это дополнительные затраты и расходы. Допустим, организация берет кредит под 11,5 % годовых. И для того чтобы понять, на какую прибыль может рассчитывать инвестор, необходимо рассчитывать не просто сумму поступлений, а дисконтированный доход.

Тогда уже срок окупаемости такой кассы составит 5,5 лет, а это значительно выше, чем средняя окупаемость таких касс, поэтому организация будет терять средства, что может привести к убыточности.

Но с другой стороны возникают трудности у клиентов, к которым в Беларуси еще не готовы.

Скорее всего, кассы самообслуживания в Беларуси приживутся, как прижились пенсии на банковских карточках. Но это произойдет совсем не скоро: менталитет и некоторые особенности прошлого не допустят бойкого старта полезным новым технологиям.

Литература

1. Гершман, М. А. Инновационный менеджмент : учебник / М. А. Гершман. — М. : Маркет ДС, 2010. — 199 с.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 03.04.2018.

3. Анализ эффективности внедрения инноваций в торговлю [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум — 2015. — Режим доступа: <https://www.scienceforum.ru/2015/1312/15696/>. — Дата доступа: 30.03.2017.

Д.А. Лукошкина, Д.И. Горошевич
Научный руководитель — *А.В. Кармызов*
БГЭУ (Минск)

КРИПТОВАЛЮТА: ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КУРС

Блокчейн и криптовалюты сейчас у всех на слуху. Биткоин устанавливает рекорд за рекордом по стоимости, а Национальный банк «изучает и активно мониторит соответствующий опыт мировых финансовых институтов». Мнение экономистов и непрофессионалов разделилось на два лагеря: одни считают, что криптовалюта это финансовый пузырь, другие же утверждают, что за электронной валютой будущее. Однако эксперты задаются вопросом, от чего конкретно зависит курс криптовалюты и какие факторы влияют на ее курс.

Одним из определяющих факторов, влияющих на курс биткоина и других криптовалют являются **трудности добычи криптовалюты**. На сегодняшний день тенденция такова, что способы майнинга криптоманет становятся все сложнее и менее эффективны. Это не может не сказываться на цене электронных денег, и как следствие они дорожают [1].

Потенциальный интерес к криптовалюте также влияет на ее курс. Аналитики доказали, что когда количество тематических запросов в сети растет, то растет и цена биткоина и любой криптовалюты соответственно. Таким образом, чем выше интерес к валюте, тем больше ее используют, и как следствие тем дороже она становится.

Уровень доверия со стороны мировых регуляторов, производителей и инвесторов оказывает большое влияние на курс криптовалюты [2]. Так, например, еще 1 сентября 2017 г. биткоин стоил 5 тыс. дол. Через три дня курс криптовалюты начал резко снижаться: Народный банк Китая объявил незаконными операции, связанные с ICO [3].

Один из главных факторов роста стоимости криптовалюты — это **спрос**. Ажиотаж вокруг криптовалюты и ведет к тому, что она дорожает. Например, американцы интересовались криптовалютой накануне Дня благодарения и следующей за ним «черной пятницей».

На курс могут негативно повлиять **известия о вскрытых уязвимостях в механизмах работы некоторых криптовалют**, взломах, проблемах с безопасностью на криптовалютных сервисах, а также, если создателей известных криптовалют поймут в афере.

На курс криптовалют может оказывать влияние **множество внешних факторов**, таких как девальвация национальных валют, состояние экономики стран и другие факторы.

Ко внешним факторам можно также отнести **деятельность крупных игроков** — инвесторов или спекулянтов, которых биржевые круги