

УДК 378.4

Е. П. Багрянцева (ger07@mail.ru),
кандидат технических наук, доцент,
проректор по научной работе
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

Ж. Ч. Коновалова (konovalova65@mail.ru),
кандидат юридических наук, доцент,
заведующий кафедрой
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

В. В. Кугаева (kaf_etorg@bteu.by),
кандидат экономических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

И. В. Помаз (irina.pomaz@rambler.ru),
кандидат экономических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

ИССЛЕДОВАНИЯ УЧЕНЫХ БЕЛОРУССКОГО ТОРГОВО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

В статье приведен обзор проводимых в 2023 году научно-исследовательских разработок ученых Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, приобретающих актуальность в условиях развития цифровых технологий.

The article provides an overview of the research developments carried out in 2023 by scientists of the Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives that are becoming relevant in the context of the development of digital technologies.

Ключевые слова: цифровая экономика; «цифровой» потребитель; маркетинговые исследования; персональные данные; правовое регулирование; социальная реабилитация; ценовая политика; стратегии ценообразования; формат торговли; стимулирование продаж.

Key words: digital economy; “digital” consumer; marketing research; personal data; legal regulation; social rehabilitation; pricing policy; pricing strategies; trade format; sales promotion.

Введение

Научно-исследовательская и инновационная деятельность Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации сконцентрирована на выполнении фундаментальных и прикладных научных исследований в области естественных и технических наук, а также общественных и гуманитарных наук. Все научные исследования, проводимые в университете, соответствуют приоритетным направлениям научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2021–2025 годы, утвержденным Указом Президента Республики Беларусь № 156 от 7 мая 2020 года. Университет как научная организация занимается разработками новых теорий и методик как для отраслей потребительской кооперации, так и для национальной экономики. В 2023 году ученые университета выполняли порядка 16 научно-исследовательских работ в области экономики, бухгалтерского учета, права, социологии, материаловедения за счет различных источников финансирования, в том числе две темы по государственным программам научных исследований (ГПНИ), координируемых Национальной академией наук Беларуси, одну тему за счет средств внебюджетного централизованного инвестиционного фонда Белкоопсоюза.

Наиболее значимые научные разработки университета проводились в области совершенствования системы государственной миграционной политики в обеспечении социально-экономической безопасности и устойчивого развития Республики Беларусь (научный руководитель – доцент А. Г. Злотников), изучения процессов и закономерностей рециклинга вторичных полимеров (научный руководитель – профессор В. Е. Сыцко), оценки и алгоритма использования резервов воспроизводства и миграции населения для сохранения демографического роста в Союзном государстве России и Беларуси (научный руководитель – доцент А. Г. Злотников).

Вместе с тем в последнее десятилетие активно развиваются цифровые технологии. Развитие интернета и онлайн-сервисов выступает базовым инструментом формирования цифровой экономики. Внедрение информационных технологий и формирование информационной среды влекут цифровую трансформацию социально-экономических отношений в Республике Беларусь. При этом данные процессы оказывают влияние на все сектора экономики и социальной деятельности, производство, образование, финансы, правовое регулирование, маркетинговые технологии и т. д.

Одним из направлений научных исследований ученых университета стало изучение развития технологий проведения маркетинговых исследований и изучение поведения потребителей в условиях цифровизации общества (научный руководитель – доцент И. В. Помаз). Цифровая экономика добавляет коммуникационные каналы и каналы дистрибуции в маркетинговую активность, что трансформирует не только концепцию реализации продукции потребителям, но и меняет методы сбора информации о них.

Так, изучение современных технологий проведения маркетинговых исследований показало, что наиболее востребованными в ближайшее время станут такие методы маркетинговых исследований «цифровых» потребителей, как контент-анализ (в том числе анализ контента социальных сетей), онлайн-опросы, технологии цифрового наблюдения (WebVisor) потребителя на сайте, веб-аналитика, анализ данных из поисковых систем, анализ отзывов и комментариев, эксперимент, экспертные оценки, автоматизация маркетинга, использование машинного обучения и искусственного интеллекта, мобильный маркетинг, технологии дополнительной реальности (augmented reality, AR), геолокация и др. Использование данного методического аппарата проведения маркетинговых исследований позволит организациям самостоятельно осуществлять продажу производимых продуктов, изучать и расширять круг целевых сегментов потребителей, продвигать бренд, быстрее реагировать на рыночные изменения. Потребители получают возможность выбора и покупки продукта «не выходя из дома», участия в удобных для них маркетинговых коммуникациях через digital-каналы, быть задействованными в разработке идей новых продуктов и проектов.

Как показала практика, онлайн-сообщества и социальные сети (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Twitter, Youtube, Pinterest, «ВКонтакте» и др.) в настоящее время играют ключевую роль в современном маркетинге, так как позволяют проводить мониторинг и анализ рынка, обеспечивают взаимодействие с целевой аудиторией, формируют ее лояльность, имеют группы влияния, генерируют контент, продвигают продукты и услуги.

Общество становится все более мобильным, поэтому использование мобильных устройств для проведения онлайн-опросов и анализа данных становится неотъемлемой частью успешной маркетинговой деятельности. Как показал анализ, эффективность маркетинговых исследований с помощью мобильных технологий базируется на выборе подходящей платформы. Исследовательская практика предлагает на рынке множество сервисов для проведения опросов, среди которых наиболее популярными с точки зрения функциональных возможностей выступают такие, как Google Forms, «Яндекс.Взгляд», Anketolog, Survio, Testograf, Survey Monkey, Simpoll, Online Test Pad, FormDesigner, QestionStar и др. Данные, полученные из онлайн-опросов на мобильных устройствах, помогут реальному сектору экономики понять, каких изменений требует продукт или услуга, определить потенциальные новые рынки или сегменты, разработать рекомендации по улучшению продукта, изменению маркетинговых сообщений или даже запуску нового продукта или услуги, соответствующего ожиданиям и потребностям целевой аудитории.

Проведенные исследования показали, что в настоящее время потребности бизнеса определили появление нового направления в информационных технологиях, названного Big Data (большие данные). Большие данные формируются в самых разнообразных сферах человеческой деятельности. Это банковская сфера, сфера бизнеса, торговля, медицина, социальные сети, научная деятельность и другие направления, связанные с обработкой и хранением больших объемов информации, что требует использования специальных программных средств и методов обработки данных, сформированных различными источниками. Выявлено, что перспективными техниками и методами анализа и обработки данных выступают методы класса или глубинный анализ (Data Mining),

краудсорсинг, A/B-тестирование, прогнозная аналитика, машинное обучение (Machine Learning), сетевой анализ, используются Dark Data (темные данные), искусственный интеллект, Blockchain, облачные хранилища. Использование больших данных дает возможность маркетологам получать достоверную информацию о текущем состоянии и тенденциях развития бизнеса, изучать поведение своих основных конкурентов, выявлять предпочтения своих клиентов, что позволит организациям увеличить объем продаж, выявить наиболее популярные товары и услуги, повысить качество обслуживания клиентов, удержать их, уменьшить расходы и повысить рентабельность бизнеса.

В результате проведенного научного исследования разработаны методические рекомендации по применению современных технологий проведения маркетинговых исследований целевых потребителей в информационном обществе, разработан комплекс рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности организаций, основанный на проведении маркетинговых исследований «цифровых» потребителей в онлайн-сообществах и социальных сетях, использовании в исследовательской практике современных мобильных устройств, возможностей технологий больших данных путем применения к ним соответствующего программного обеспечения, специальной аппаратуры, обновления программного обеспечения. Практическая значимость результатов состоит в возможности использования предложенного методического аппарата исследования и изучения поведения потребителей в работе реального сектора экономики в условиях цифровизации общества. Результаты проведенного исследования используются в образовательном процессе учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» при проведении занятий, внедрены в практику деятельности ООО «ГлобалМерч» [1].

Развитие современной экономики и социальной сферы, глобализация и цифровизация требуют выработки новых подходов и в правовом регулировании. Законодательство Республики Беларусь активно развивается в сфере цифровых технологий. В повседневную жизнь внедряются новые правовые институты. Санкционируется возможность взаимодействия с использованием современных информационных систем, сетей и технологий в различных сферах. В связи с этим еще одним актуальным научным направлением для исследования учеными университета стало совершенствование нормативного обеспечения социально-экономических процессов в условиях цифровизации и цифровой трансформации в Республике Беларусь (научный руководитель – заведующий кафедрой права и экономических дисциплин Ж. Ч. Коновалова).

В настоящее время проводится активная работа по формированию нормативной правовой базы в области цифровизации. Государство признало цифровизацию приоритетным направлением развития страны, где она становится трендом и основой развития при наличии возможностей, умений и желаний использования информационных технологий и при условии эффективного ее использования как ресурса развития. Цифровизация приведет к изменениям не только в экономике, но и в качестве жизни. Масштабное внедрение цифровизации – процесс многогранный, сложный, сопряженный с рисками и неоднозначными последствиями. Обратной стороной цифровизации служит сокращение личного общения и социализации, угроза роста киберпреступности, неизбежная трансформация «традиционного» рынка, изменение производства, структурная перестройка рынка труда и обострение проблемы безработицы, необходимость перестройки экономики, образования, управления. Всесторонняя реализация принципов эффективного правового обеспечения цифровизации и цифровой трансформации позволит предотвратить или существенно ослабить действие негативных последствий.

Объектом этого научного исследования явились общественные отношения, возникающие в связи с совершенствованием нормативного обеспечения социально-экономических процессов в условиях цифровизации и цифровой трансформации в Республике Беларусь. Внимание ученых было направлено на изучение отдельных проблем нормативного обеспечения социально-экономических преобразований в условиях цифровизации и цифровой трансформации в частноправовой и публично-правовой сферах. Исследованы аспекты влияния цифровизации на процессы образования, особенности реализации уголовно-правовых норм в контексте вызовов цифровизации, вопросы влияния цифровизации на экономическую политику страны. Также исследованы вопросы защиты персональных данных и работы с обращениями граждан в условиях цифровизации и цифровой трансформации.

Результатами проведенной работы стали сформулированные учеными предложения по следующим основным направлениям:

– Актуализировано значение качественного нормативного обеспечения социально-экономических процессов в условиях цифровизации и цифровой трансформации в Республике Беларусь

на современном этапе развития цифрового общества, включая вопросы развития малого предпринимательства и электронной торговли [2].

– Проведено исследование работы с обращениями граждан в условиях цифровизации как основы для разработки комплекса мероприятий по совершенствованию законодательства в указанной сфере. Рекомендовано закрепление в законодательстве положений, определяющих порядок направления и рассмотрения петиций, подаваемых посредством сети Интернет (интернет-петиций), что позволит повысить эффективность правового механизма реализации и защиты прав и законных интересов граждан и юридических лиц [3].

– Предложено более углублено изучать вопросы правовой информатизации при подготовке студентов юридических специальностей путем включения учебной дисциплины «Правовая информатизация» в число общепрофессиональных дисциплин государственного компонента в образовательный стандарт и типовые учебные планы для всех юридических специальностей, что способствует системному усвоению вопросов использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в юридической деятельности [4].

– Обосновано установление специальных норм уголовной ответственности за массовые утечки персональных данных как закономерного ответа на появление новых форм общественно опасного противоправного поведения в сети Интернет. Авторами обобщены и сформулированы для использования в деятельности организаций – операторов обработки персональных данных Рекомендации по подготовке к проведению проверки по соблюдению обязательных требований законодательства о защите персональных данных [5].

Много внимания в исследовании уделено вопросам совершенствования нормативно-правового обеспечения социальной реабилитации осужденного в условиях цифровизации и цифровой трансформации. Разработчиками темы сформулированы предложения по совершенствованию законодательства и практики его применения в указанной сфере, в частности: систематизация понимания информационно-коммуникативной среды, ее программного обеспечения и носителей в контексте уголовно-правовых представлений об объекте, предмете и признаках объективной стороны состава преступления в действующем Уголовном кодексе Республики Беларусь; расширение перечня оснований возмещения морального вреда в случаях, если имущественный вред причинен преступным посягательством с использованием информации, полученной посредством ИКТ. Также предложено процесс формирования и реализации индивидуальных исправительных программ осужденных осуществлять путем компьютеризации и использования типовых тестов. Потенциал современного информационного пространства по хранению, накоплению и обработке информации приводит исследователей к выводу о возможности заключения сведений, полученных на различных этапах уголовного судопроизводства, в специализированную программную оболочку в виде базы данных. Данный общегосударственный информационный ресурс может стать доступным для органов дознания и предварительного следствия, суда, учреждений уголовно-исполнительной системы, а также структур, на профессиональном уровне включенных в процесс ресоциализации осужденных [6].

Одним из важнейших направлений научной деятельности ученых университета является проведение исследований, направленных на совершенствование деятельности системы потребительской кооперации и повышение ее эффективности. В 2023 году объектом исследования стала ценовая политика как фактор роста доходности и объемов деятельности торговых организаций потребительской кооперации (научный руководитель – доцент В. В. Кугаева).

Объективным основанием для разработки темы послужили результаты работы торговой отрасли потребительской кооперации, которая на фоне развития сетевых структур демонстрирует невысокие темпы роста товарооборота и низкорентабельную работу, особенно в сельской местности. Снижение объемов деятельности и связанное с ним падение доли рынка торговых организаций потребительской кооперации в условиях возрастающей конкуренции и агрессивности внешней среды потребовали поиска мер по выработке активной ценовой политики во взаимодействии с ассортиментной политикой, способной обеспечить стимулирование продаж. Исследование было нацелено на изучение и апробирование теоретических, методических и прикладных подходов к обоснованию ценовой политики торговой организации потребительской кооперации с учетом специфики ее функционирования, выполнения социальных задач и перспектив развития.

Исходя из поставленных задач, в рамках первого этапа были обобщены теоретические положения формирования ценовой и ассортиментной политики применительно к торговле, охарактеризованы современные методы и стратегии ценообразования как инструменты ценовой политики, проведен мониторинг применения рыночных подходов к управлению ценами и стимулированию

продаж в потребительской кооперации и сетевых ретейлах, представлена система взаимосвязей и даны характеристики базовых параметров формата торговли, обобщены факторы и условия формирования эффективной ценовой политики торговой организации, определены векторные направления разработки стратегии ценообразования с учетом ряда влияющих факторов внешней среды функционирования организации [7–9].

На втором этапе предложен комплексный подход по определению стратегических целей ценообразования, выработке единых принципов формирования ценовой политики, обеспечению конкурентного ценообразования, применению дифференцированного подхода к выбору методов и стратегий ценообразования в зависимости от условий хозяйствования и сложившейся конъюнктуры рынка.

Разработаны и апробированы научно обоснованные рекомендации по формированию эффективной ценовой политики в торговле потребительской кооперации, включающие применение методов ценового и неценового стимулирования продаж, оптимизацию ассортимента, установление границ ценовых уровней, унификацию форматов торговых объектов, совершенствование ассортиментных матриц действующего программного обеспечения. Научным коллективом выработаны концептуальные подходы по формированию ценовой политики, даны предложения по корректировке тактических мер стимулирования продаж. Совместно с практиками выработан регламент внедрения гибридного подхода в ценообразовании в торговле потребительской кооперации.

Все предложенные направления совершенствования ценовой политики в комплексе с другими элементами торгового менеджмента были неоднократно доложены авторским коллективом разным категориям специалистов потребительской кооперации при освоении образовательных программ повышения квалификации. Предложения по формированию эффективной ценовой политики на основе экспериментального внедрения Регламента применения гибридного подхода в ценовой политике потребительской кооперации в розничной торговле апробированы на примере двух магазинов.

Совершенствование ценовой политики в сочетании с развитием форматов и ассортиментных матриц обеспечит формирование устойчивого ассортимента товаров, рост выручки от реализации товаров и доходов торговли, удовлетворение потребностей населения с различными ценовыми запросами, рост числа потенциальных покупателей, повышение имиджа торговли потребительской кооперации и качества обслуживания.

По итогам исследования обобщены концептуальные теоретические подходы формирования результативной ценовой политики, определены базовые форматы и подформаты торговли, обоснованы уровни дифференциации при построении ассортиментных матриц, с учетом специфики потребительской кооперации предложены к использованию актуальные стратегии ценообразования и дополнительные инструменты стимулирования продаж в торговле. Учеными сделан главный вывод об актуальности применения гибридного подхода в ценообразовании торговых организаций потребительской кооперации. Его эффективность обеспечивается дополнительными мерами стимулирования продаж, рекламой, устойчивым ассортиментом, рациональным товародвижением.

Заключение

Результаты научной работы ученых Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации получают высокую оценку. В 2023 году старшему преподавателю кафедры бухгалтерского учета и финансов Новиковой Инне Николаевне вручена Грамота Министерства образования Республики Беларусь за многолетнюю добросовестную научно-педагогическую деятельность, успешное руководство научными работами студентов, победителей XXIX Республиканского конкурса научных работ студентов. Доценту кафедры бухгалтерского учета и финансов Сидоренко Юлии Юрьевне объявлена Благодарность Гомельского городского исполнительного комитета за вклад в развитие научных исследований в теории и практике оценки и хеджирования финансовых рисков, высокие достижения в научно-исследовательской деятельности, активное участие в выполнении научных исследований и подготовку высококвалифицированных специалистов. Нагрудный знак «30 гадоў працоўнай дзейнасці ў спажывецкай кааперацыі Беларусі» за многолетний плодотворный труд, значительный личный вклад в подготовку кадров для системы потребительской кооперации вручен ректору университета, доктору экономических наук, профессору Лебедевой Светлане Николаевне.

Таким образом, коллектив Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации нацелен на решение приоритетных социально-экономических задач, приобретающих актуальность в условиях развития цифровых технологий.

Список использованной литературы

1. **Помаз, И. В.** Состояние и направления развития розничной торговли Республики Беларусь / И. В. Помаз // Потребит. кооп. – 2022. – № 3. – С. 3–9.
2. **Коновалова, Ж. Ч.** Правовые аспекты развития электронной торговли в Республике Беларусь / Ж. Ч. Коновалова, С. П. Батура // Достижения казахстанской государственности и права: международные и внутригосударственные аспекты : материалы междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 30-летию вступления Казахстана в ООН, Караганда, 10 февр. 2022 г. – Караганда, 2022. – С. 243–244.
3. **Афонченко, Т. П.** О развитии информационного пространства и праве на личную неприкосновенность / Т. П. Афонченко, Д. Г. Нилов // Изв. Гомел. гос. ун-та им. Ф. Скорины. – 2022. – № 2 (131). – С. 60–65.
4. **Коновалова, Ж. Ч.** Роль правовой информатизации в подготовке студентов специальности «Экономическое право» / Ж. Ч. Коновалова // Актуальные вопросы развития государственной системы правовой информации Республики Беларусь и цифровизации правовой сферы государства : сб. науч. ст. / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь ; под общ. ред. А. Ф. Мательского. – Минск, 2022. – С. 372–376.
5. **Житкевич, А. А.** Организационно-правовые аспекты защиты персональных данных / А. А. Житкевич // Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики : материалы XIX Междунар. науч.-практ. конф. / Волж. ун-т им. В. Н. Татищева. – Тольятти, 2023. – С. 95–98.
6. **Афонченко, Т. П.** Меры социального уголовно-правового контроля в контексте обеспечения правового статуса осужденного в постпенальный период / Т. П. Афонченко // Қазақстандық мемлекеттілік пен құқықтың жетістіктері: халықаралық және мемлекетшілік аспектілер : Қазақстанның БҰҰ-ға кіруінің 30 жылдығына арналған халықаралық ғылыми-практикалық конференция материалдары, Қарағанды, 10 ақпан 2022 жыл. – Қарағанды, 2022. – С. 60–64.
7. **Науменко, Е. П.** Ассортиментные матрицы как инструмент категорийного менеджмента: оценка существующей практики ее использования [Электронный ресурс] / Е. П. Науменко, О. В. Пигунова // Коммерция, логистика и маркетинг в инновационной экономике: научная дискуссия : материалы междунар. науч.-практ. интернет-конф., Гомель, 25 окт. 2018 г. / Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. ; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель, 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
8. **Емельянова, Т. В.** Стратегии ценообразования в розничной торговле [Электронный ресурс] / Т. В. Емельянова, Л. Т. Снитко // Эффективность сферы товарного обращения и труда : материалы VI Писарен. чтений, Гомель, 20–21 окт. 2020 г. / Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. ; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель, 2020. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
9. **Емельянова, Т. В.** Применение ценовой стратегии периодической скидки в розничной торговле / Т. В. Емельянова, В. В. Кугаева // Потребит. кооп. – 2018. – № 3 (62). – С. 3–10.

Получено 05.03.2024.