

Если рассматривать венчурные фонды, то большинство из них в Республике Беларусь по сути не являются инвестиционными компаниями. Более известные (Zubr Capital, VP Capital) — источник прямых инвестиций, а, к примеру, Vulba Ventures, Naхus имеют узкую отраслевую направленность. Классический венчурный фонд в нашей стране — инвестиционное товарищество «Российско-белорусский фонд венчурных инвестиций». Однако и в нем есть фундаментальная проблема — государственный регулятор вмешивается в его деятельность, что может вызвать торможение развития. В Беларуси существует определенное число бизнес-ангелов (сейчас, по данным сайта AngelsBand, их 76), которые заинтересованы в том, чтобы вкладываться в стартапы. Кроме того, бизнес-ангелы иногда финансируют венчурные проекты. Но масштаб этих вложений для Беларуси незначительный.

Таким образом, мероприятий, проводимых в Беларуси, недостаточно для того, чтобы количество новых организаций, успешно продвигающих свой бизнес и вносящих вклад в ВВП страны, стабильно увеличивалось высокими темпами. Поэтому решением данной проблемы, например, является привлечение иностранных инвесторов, создание совместных фондов, которые наладят ситуацию благодаря совместным проектам.

А. А. Липская, А. М. Пушило

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Пацай, канд. экон. наук

ТЕХНОЛОГИИ И ТЕНДЕНЦИИ МИРОВОГО РЫНКА РИТЕЙЛА

Ритейл — это розничная торговля, но не просто розница, а розница, ориентированная на массового покупателя. Отличительным признаком ритейла является большое разнообразие предлагаемых товаров и услуг, собранных в одном месте. Все это сокращает затраты на обслуживание каждого клиента, а значит, повышает конкурентоспособность.

Технологии для ритейла — способ выживания на развивающемся рынке. К 2022 г. мировой рынок e-commerce составит 22 % от всего ритейла. Доля онлайн-торговли рынка, по прогнозу на 2021 г., пока 9 %, к 2024 г. вырастет, по прогнозам, до 19 %.

Довольно популярным направлением сегодня является движение в сторону Omni-channel — подход к торговле, подразумевающий одновременное использование офлайна и онлайн и предполагающий возможность полностью проследить путь клиента. Omni можно перевести как «существующий повсюду». С помощью его можно узнать,

к примеру: сколько времени прошло от просмотра покупателем баннера в интернете или захода на сайт до покупки в офлайне, какой товар и через какой канал в итоге приобрел покупатель, возможность cross- и up-sale при дальнейших покупках и т.д. Кроме того, омниканальный подход также позволяет увеличить трафик и продажи, повысить лояльность клиентов, улучшить качество собираемых данных, сосредоточиться на всем клиентском опыте в целом.

Рассмотрим некоторые технологии и тенденции, которые уже используются мировым рынком ритейла: виртуальные примерочные с использованием AR (дополненная реальность), автоматические кассы или магазины без персонала, голосовая коммерция, онлайн-up-sell возле кассы, технологии, распознающие движения покупателей и мимику.

В современных условиях люди ходят в магазины не только за покупками, но и за впечатлениями. Чтобы удовлетворить запросы потребителей, ритейлерам приходится постоянно развлекать, просвещать, удивлять, быть одновременно создателями развлечений, медиакомпаниями и соцсетями. И именно благодаря современным технологиям это становится доступным. Кроме того, использование данных ритейл-технологий позволяет продавать товар в розницу большими объемами, которые сопоставимы с объемами продаж оптовой торговли.

СНИЛ «Гандаль»

В. В. Лойко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Пацай, канд. экон. наук

АДВОКАТИРОВАНИЕ КОНКУРЕНЦИИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ

Под адвокатированием конкуренции понимается совокупность определенных видов деятельности антимонопольных органов, нацеленных на формирование, укрепление и поддержание конкурентной среды. При этом инструменты реализации данного направления деятельности антимонопольных органов не входят в разряд принудительных мер к соблюдению установленных правил, но направлены на осознание органами государственной власти, хозяйствующими субъектами, в том числе юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями выгод самой конкуренции.

Адвокатирование конкуренции как инструмент защиты конкуренции используется в Республике Беларусь в недостаточной степени, являясь в то же время одним из наиболее актуальных направлений государственной конкурентной политики в Российской Федерации и широко используемым за рубежом в развитых странах. Важность