

6. Al-Qassab, H. Sustainability and Green Project Management Skills: An Exploratory Study in the Construction Industry in Dubai. / H. Al-Qassab, A. Paucar-Caceres, G. Wright, R. Pagano // Social Responsibility and Sustainability. World Sustainability Series. – Cham. Springer International Publishing. 2019. – P. 223–239.

7. Malik, M. Green project management practices, green knowledge acquisition and sustainable competitive advantage: empirical evidence / M. Malik, M. Ali, H. Latan, C.J. Chiappetta Jabbour // Journal of Knowledge Management, Vol. 27 № 9. – 2023. – P. 2350–2375.

8. Пупликов, С.И. Финансы и финансовый рынок: учеб.-метод. комплекс / авт.-сост. В. Ф. Карпович, С. И. Пупликов. – Минск.: изд-во УО «Институт предпринимательской деятельности», 2022. – 255 с.

9. МТС установил «умные» контейнеры для мусора в Минском районе // МТС. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mts.by/news/811943/>. – Дата доступа: 10.12.2023.

10. Карпович, В. Ф. Финансирование инфраструктурных проектов развития «умных» городов в Беларуси / В. Ф. Карпович, К. Н. Драгун // Современная наука, общество и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации. – Пенза : Наука и Просвещение, 2023. – С. 160-174.

УДК 339.37

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТРАСЛИ: ОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ 1.0 К РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ 4.0

канд. экон. наук, доцент Л.С. Климченя, ФКТИ БГЭУ, г. Минск

Резюме. Промышленные революции оказали влияние на трансформацию промышленного производства, вызвав цепную реакцию в других отраслях экономики. Розничная торговля взаимосвязана как с промышленностью, так и с инновациями, что нашло отражение в ее трансформации на протяжении длительного времени. Цель статьи – исследовать трансформацию розничной торговли во взаимосвязи с промышленными революциями, охарактеризовав смену ее концепций от 1.0 к 4.0. Автором представлено собственную периодизацию трансформации розничной торговли, основанную на ключевых преобразованиях в исследуемой сфере под влиянием соответствующих промышленных революций.

Ключевые слова: трансформация отрасли, розничная торговля, трансформация торговли, концепция трансформации, торговля 1.0, торговля 4.0, концепция трансформации.

Введение. Происходящие изменения и преобразования в розничной торговле требуют их концептуального понимания, исходя из исследования факторов, их обуславливающих. В рамках современных исследований социально-экономического развития не только отдельных стран, но и мирового общества в целом существенное влияние уделяется влиянию промышленных революций на различные отрасли, что находит отражение в появлении новых терминов, например, Индустрия 2.0, Маркетинг 4.0, Торговля 4.0 и т.д. В рамках нашего исследования применяется определение «промышленная революция», предложенное И.С. Авериной: «промышленная революция – трансформация жизнедеятельности общества, выражающаяся: в смене технологического способа производства товаров и услуг; структурных сдвигах; изменениях экономического и институционального механизмов в рамках хозяйственной системы на всех уровнях ее функционирования (мега-, макро-, мезо- и микроуровне)» [1, С. 21]. При этом автор достаточно длительно исследует преобразования в розничной торговле, которые определяют ее конкурентоспособность как отрасль национальной экономики и составляющую мировой экономики [2–4], что позволило их концептуально систематизировать и охарактеризовать.

Основная часть. В рамках исследования трансформации розничной торговли применялся эволюционный подход к исследованию концепции ее трансформации, отражающей результаты внедренных в торговую практику преобразований. Данный подход позволяет выявлять закономерности долгосрочного экономического развития розничной торговли. Для определения временного лага исследования использованы представленные в научных публикациях основные этапы глобального технико-экономического развития, а именно пять промышленных революций. При чем, промышленные революции связаны со сменой технологических циклов, которые определяют цикличность развития экономики как системы и ее компонентов.

Выполненное исследование временных границ промышленных революций позволяет сделать вывод, что растет скорость преобразований. Так, первая промышленная революция охватывает период почти в сто лет, вторая и третья – около 50 лет, четвертая – 20 лет. При этом пятая промышленная революция наступит в ближайшие 10 лет. Как указывает Л.В. Липидус, это объясняется, в первую очередь, «сокращением жизненного цикла инноваций» [5, с. 26]. В свою очередь Ковалев М.М. отмечает: «Каждая промышленная революция (как и иная любая революция), опираясь на достижения предыдущей и подготавливая условия для последующей, кардинально изменяет мировое сообщество и отдельную страну, включая государство, предпринимательское сообщество, взаимоотношения между ними, механизмы государственного регулирования и управления, экономику и социальную систему, внутренний и внешний мир человека, семью и взаимоотношения внутри семьи» [6, с. 33]. Согласно научным публикациям внедрение инновационных технологий и иных достижений в первую очередь отражается на промышленном производстве, а именно – объемах выпуска промышленной продукции. Безусловно, это приводит к изменению ситуации на рынке: меняется соотношение спроса и предложения. Такие изменения вызывают определенную, так называемую цепную реакцию, в других отраслях

экономики, а в целом – во всех социально-экономических аспектах жизни общества, в том числе и в розничной торговле.

Придерживаясь позиции, что концепция розничной торговли меняется вместе с изменениями в экономике и социальной среде общества, отметим, что торговля, в том числе и розничная, прошла ряд трансформаций. Следует указать, что если применительно к промышленному производству (индустрии) авторы придерживаются единого подхода к периодизации концепций ее трансформации, то для торговли, во-первых, значительно меньше выполнено исследований по этому направлению, а, во-вторых, нет единого подхода к периодизации концепций трансформации. Чаще в научной литературе встречается дефиниция «Розничная торговля 4.0». Кроме того, исследования в сфере розничной торговли в целом носят фрагментарный характер, практически отсутствует комплексный подход. Эту же характеристику эмпирических исследований развития розничной торговли отмечает исследователь Панюкова В.В. [7, с. 12].

В рамках гипотезы нашего исследования, концепции розничной торговли формировались и изменялись на определенных стадиях трансформации под влиянием промышленных революций. Ряд авторов в большей степени связывают концепцию розничной торговли 1.0 с появлением универмагов в XIX веке, которые позволили представить населению товары массового производства в широком ассортименте [7-9]. Полагаем, что до XIX века в торговле также происходили существенные преобразования, следовательно, концепция торговли 1.0, связанная с I-й промышленной революцией, возникла раньше, а именно в первой половине XVIII века, что было обусловлено первой трансформацией форм обслуживания: переход от внемагазинной продажи товаров к магазинной. Такую позицию высказывают и зарубежные исследователи историографии розничной торговли Ферни Дж. Ю. и Лесгер К. (Furnee J.Y. и Lesger С.), представившие исследование развития розничной торговли в пяти городах Западной Европы в 1600-1900 гг. [10]. Важно отметить, что авторы указывают, что первоначально основным местом осуществления розничной торговли в Западной Европе был рынок, на котором продавцы «перехватывали» покупателей. Полагаем, что переход к розничной торговле 1.0 связан именно с использованием инновационных объектов для продажи товаров (магазинов) и преобразованием форм осуществления торговли – переходом к магазинной форме продажи товаров. Временной период концепции розничной торговли 1.0 охватывает период 1750-1910-е года.

Переход к розничной торговле 2.0 в начале XX века связан с трансформацией торгового обслуживания, а именно внедрением самообслуживания как принципиально нового метода продажи товаров. Первый магазин самообслуживания открылся в 1916 году в Мемфисе в США. В СССР новый метод продажи впервые был внедрен только в 1954 году, т.е. через 38 лет, т.к. страна приняла участие в двух мировых войнах. Концепция розничной торговли 2.0 просуществовала до начала 1990-х годов, когда в хозяйственную деятельность начали внедрять информационные технологии. В 1992 году был зарегистрирован первый в мире интернет-магазин books.com. Следует отметить, что, начиная с 1996 года, международные организации активно начали вводить в практику термин «электронная торговля». В рамках этой концепции субъекты торговли начали использовать информационные ресурсы для продажи товаров, автоматизировать торговые процессы. Четвертая промышленная революция оказала влияние на розничную торговлю, предопределив переход к новой концепции розничной торговли 4.0. В данном контексте трансформации торговли, как и иных отраслей экономики началась с 2011 года. В рамках этой концепции розничной торговли автор разделяет позицию исследователей Ноговициной Л.П., Шнорр Ж.П. [11], что для розничной торговли 4.0 характерна платформенность, цифровая автоматизация, омниканальность продаж. Вектор внимания в рамках данной концепции смещается в сторону интеграции бизнес-процессов между реальными торговыми объектами и торговыми информационными ресурсами (интернет-магазинами, цифровыми торговыми платформами, электронными торговыми площадками).

Заключение. Промышленные революции оказали значимое влияние на преобразование розничной торговли, что нашло отражение в ключевых элементах торгового обслуживания. Каждая промышленная революция стимулировала трансформацию розничной торговли, обеспечивая переход от одной отраслевой концепции к другой. Начиная с середины XVIII века розничную торговлю можно характеризовать как арену ресурсных, технологических и иных преобразований, в результате которых на потребительском рынке и академической среде формировались концепции розничной торговли, начиная с розничной торговли 1.0 и до розничной торговли 4.0.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аверина, И. С. Эволюция феномена «промышленная революция»: предпосылки и факторы / И.С.Аверина // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2020. – Т. 22. – № 4. – С. 18–25.
2. Климченя, Л.С. Развитие сети торговых объектов и практика оценки обеспеченности населения торговыми площадями / Л.С.Климченя // Научные труды БГЭУ. – Минск: БГЭУ, 2016. – С. 164-169.
3. Климченя, Л.С. Электронная торговля Беларуси: условия, факторы, обусловившие развитие, и результаты / Л.С.Климченя // Современные тенденции развития социально-экономических систем: Материалы международной научно-практической конференции (27 октября 2017 г., г. Волгоград): Сборник статей – Волгоград: Сфера, 2018. – С.486–488.
4. Климченя, Л.С. Электронная торговля в контексте трансформации торговых процессов / Л.С.Климченя // Научные труды РИВШ. – Минск: РИВШ, 2022. – С. 57–64.

5. Лapidус, Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: монография / Л.В. Лapidус. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 381 с.
6. Головенчик, Г.Г. Цифровая экономика. Монография. / Г.Г. Головенчик, М.М. Ковалев. – Минск: Изд. центр БГУ, 2019. – 395 с.
7. Панюкова, В.В. Эволюция розничной торговли и формирование ее интегрирующей роли в XXI веке: монография / В.В. Панюкова. – М.: Креативная экономика, 2017. – 194 с.
8. Жуковская И.Ф. Ритейл 4.0: Розничная торговля в цифровом мире // Modern Economy Success. – 2023. – № 1. – С. 325 – 331.
9. Har L. L., Rashid U. K., Chuan L. T., Sen S. C., Xia L. Y. Revolution of Retail Industry: From Perspective of Retail 1.0 to 4.0. // Procedia Computer Science. – 2022. [Electronic resource]. – Режим доступа: 7.2022-Revolution-of-Retail-Industry.pdf (across-magazine.com). – Date of application: 20.01.2024.
10. Furnee, J.Y., Lesger, C. The Landscape of Consumption. Shopping Streets and Cultures in Western Europe, 1600-1900 / J.Y. Furnee, C. Lesger. [Electronic resource] – Режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1057/9781137314062>. – Date of application: 27.01.2024.
11. Наговицина, Л.П., Шнорр, Ж.П. Розничная торговля 4.0: характерные черты и технологии развития / Л.П. Наговицина, Ж.П. Шнорр // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 3. – С. 260–274.

УДК 339.5

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕПОЧЕК ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В КОНТЕКСТЕ ЭКСПОРТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

аспирант, В.В. Кожар, ФММП БНТУ, г. Минск

***Резюме.** Развитие экспорта является одним из определяющих направлений динамичного роста всего хозяйственного комплекса страны. Необходимо не только оценка, но и выработка управленческих решений для эффективного развития экспортного потенциала Республики Беларусь. Главное направление развития экспортного потенциала – это формирование сравнительных преимуществ, позволяющих успешно конкурировать белорусским продуктам на мировом рынке за счёт создания национальных факторов. Низкая ресурсная база стимулирует участие субъектов хозяйствования Республики Беларусь в глобальных цепочках создания добавленной стоимости. В настоящей работе формулируются подходы к решению проблем эффективного развития белорусского экспорта в части формирования национальной добавленной стоимости.*

***Ключевые слова:** экспорт, сравнительные преимущества, добавленная стоимость, эффективность, цепочка добавленной стоимости.*

Основная часть. В последнее десятилетие многие экономисты активно обсуждают вопросы, связанные с функционированием глобальных цепочек создания стоимости и участия контрагентов Республики Беларусь в этих процессах. Аналитические механизмы оценки воздействия этого феномена на мировую торговлю до конца не выработаны и продолжают формироваться в настоящее время. Прежде чем оперировать понятиями и терминами, определяющими взаимоотношения между субъектами, участвующими в формировании международного разделения труда и межстрановой кооперации, необходимо конкретизировать исходные данные для формирования общей картины этого явления. Описывая мировую торговлю, большинство авторов выделяют значимость в её функционировании процессов глобализации мирового хозяйства. Сформированные глобальные стоимостные цепочки послужили основой повышения эффективности воспроизводства и мировой торговли. Понятие «стоимостная цепочка» было сформировано Майклом Портером в 1985 году [1, с. 67-104]. Неравномерный характер добавления стоимости на разных этапах производственного цикла от разработки до продажи конечного продукта позволил взглянуть на развитие международной торговли в новом ракурсе. Межстрановая торговля конечными продуктами была значительно дополнена элементами торговли промежуточными продуктами. В настоящее время в общем объёме мировой торговли оборот промежуточных товаров составляет более 60% рынка [2]. Основой развития мировой торговли в этом направлении послужила неравномерность распределения ресурсов в мировой экономике и возможность оптимизации затрат при размещении отдельных звеньев технологического процесса в страны с минимальными издержками по факторам производства. В качестве инициаторов формирования оптимальных с точки зрения получения прибыли глобальных цепочек создания стоимости изначально, в основном, выступали вертикально интегрированные ТНК. Причём во главу угла ставилась не только оптимизация факторов производства, но и расширение рынка сбыта. Компания, формирующая стоимостную цепочку, оптимизирует не только структуру затрат в производстве конечного продукта, но и структуру распределения прибыли на всех стадиях производственно-сбытового процесса. Эффект оптимизации всех производственных факторов, в том числе системы управления этими факторами с учётом обратных связей в цепочке разработка-производство-продажа, в созданной цепочке ведут к нелинейному возрастанию добавленной стоимости для базовой компании. Вместе с тем ситуация с производственными факторами в настоящее время очень динамична. Например, по мере роста доходов населения в Китае в настоящее время некоторые виды производства и соответственно элементы цепочек создания добавленной стоимости перемещаются в страны с более низким уровнем доходов населения,