

Заключение. Финансовое проектирование и управление развитием объектов общественного питания, основанное на использовании цифровых технологий, позволяет повысить их конкурентоспособность, способствует внедрению информационных технологий обслуживания гостей и обеспечивает возможность установки интеллектуального технологического оборудования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиев, К. Д. Стратегическое развитие общественного питания, как направление социально-экономического развития региона / К. Д. Алиев // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 2–1. – С. 116–121.
2. Исаенко, Е. В. Подходы к разработке стратегии развития общественного питания / Е. В. Исаенко, А. В. Исаенко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 6(79). – С. 364–379.
3. Интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 27.04.2023.

УДК 339.3

КОНТЕКСТНАЯ ТОРГОВЛЯ

*А. Д. Питюк, студент группы 10507122 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель А. В. Смёткина*

Резюме – в этой статье отображено, почему контекстная торговля имеет огромную популярность интегрируя возможности для совершения покупок в повседневном контексте. Ее возможности и преимущества.

Resume – this article shows why contextual shopping is hugely popular by integrating shopping opportunities into everyday contexts. Its capabilities and advantages.

Введение. Цель исследования – рассмотреть такое понятие, как «контекстная торговля». Данная тема выбрана из-за ее актуальности и важности на сегодняшний день, так как многие контекстные рекламы на различных платформах способствуют развитию торговли, повышению конкурентности на рынке и появлению новой коммерции. Будет проведен анализ влияние развития данной рекламы на мировой рынок.

Основная часть. Контекстная коммерция – это практика плавной оптимизации возможностей покупки в каждодневной деятельности клиента, будь то приготовление еды или общение в мессенджерах. Таким образом, это вид интернет коммерции, которая позволяет кому-либо приобретать вещи, продукты или услуги, без необходимости переключения приложения, которые используют в настоящее время.

Предположим, кто-то просматривает Instagram и находит фотографию желаемого товара, которое ему нравится. Ранее нам необходимо было выполнять множество лишних действий, которые затрудняли выполнять покупку сразу. У пользователей есть множество поводов отказа от данного запутанного путешествия. Контекстная коммерция дает возможность пользователям нажать на фотографию и сразу же купить платье, не покидая приложения, что позволяет переходить к покупке в одно нажатие. Данный вариант эффективен, так как уменьшается количество действий и повышает комфорт для клиентов, что увеличивает продажи. Чем меньше этапов для завершения покупки, тем больше вероятность, что пользователи откажутся от покупки [2]. Одним из вариантов использования контекстной коммерции в электронной коммерции, является приобретение пользователями социальных сетей одежды в Instagram [1]. Рассмотрим некоторые варианты, которые применяются в условиях контекстной торговли, табл. 1.

Таблица 1 – Примеры контекстной торговли

Показатели	Примеры
Бронирование места	кто-то внезапно вспоминает, что забыл забронировать место на свидание, поэтому попросил свои умные часы заказать место
Заказ продуктов с помощью умных ассистентов	занятой человек получает свой заказ на покупку, поэтому все, что ему необходимо, ждет его когда он придет домой
Умный холодильник	предлагает закупить все необходимое, человек сразу же делает заказ

Источник: разработка автора на основе [3].

Рассмотрим преимущества электронной коммерции, табл. 2.

Таблица 2 – Преимущества электронной коммерции

Преимущества	Характеристики
В любое время и месте	внедряя возможности для совершения покупок ежедневном окружении, вы устанавливаете барьеры, препятствующие в реализации покупок вашими клиентами
Повышение целевых действий	увеличит количество успешных продаж, которые вы сможете совершить
Сокращение расходов	уменьшение суммы, которую вам нужно потратить на рекламу, создав систему для совершения покупки одним кликом
Покупки без проблем	устраняет лишние действия, которые могут привести к отказу от данной продукции

Источник: разработка автора на основе [3].

Заключение. Подводя итоги, можно сказать, что контекстная коммерция помогает людям купить, заказать либо забронировать что угодно, в любое время и в любом месте, одним нажатием кнопки или даже просто своим голосом. Данные торговые операции позволяют совершать многие сделки с покупателями намного быстрее, проще, комфортнее и соответствуют концепции современного мира [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Маршалл П., Тодд, Б. Контекстная реклама, которая работает: учеб. пособие: в 1 ч. / Манн, Иванов, Фербер, 2014. – 464 с.
2. «Contextual commerce explained» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.checkout.com/blog/post/what-is-contextual-commerce>. – Дата доступа: 04.05.2023
3. Геддс, Б. Google AdWords Исчерпывающее руководство: учеб. пособие: в 1 ч. / Манн, Иванов, Фербер, 2014. – 624 с.

УДК 338.47

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Я. С. Сипакова, А. Е. Жук студенты группы 10507222 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель **А. В. Смёткина**

Резюме – в статье описывается инновационная деятельность промышленных предприятий на примере двух холдингов: «Бобруйскагромаш» и «БелАЗ».

Resume – the article describes the innovative activity of industrial enterprises on the example of two holdings: “Bobruiskagromash” and “BelAZ”.

Введение. Инновация – это внедрение новых идей, технологий, продуктов или услуг, которые приводят к значительным изменениям и улучшениям в обществе. В последние годы инновации стали жизненно важным фактором успеха предприятий. Белорусские предприятия особенно успешно внедряют инновационные технологии, которые помогают им оставаться конкурентоспособными на мировом рынке.

Инновационная деятельность – это процесс внедрения новых идей и технологий в производственный процесс. Инновационная деятельность может принимать различные формы, такие как разработка продуктов, внедрение новых технологий или процессов или улучшение существующих продуктов или услуг. Инновационную деятельность можно разделить на две категории: радикальные и постепенные инновации. Радикальные включают в себя разработку совершенно новых продуктов или услуг, в то время как постепенные включают в себя улучшение существующих продуктов или услуг. «Бобруйскагромаш» и «БелАЗ» – два ведущих предприятия Беларуси по производству сельскохозяйственной техники и большегрузных