

ISSN 2523-4714

3. МАРКЕТИНГ, ЛОГИСТИКА

3. MARKETING, LOGISTICS

УДК 339.37:004(476)

Л. С. КлимченяБелорусский государственный экономический университет,
Минск, Беларусь

ИССЛЕДОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ К ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Важным условием реализации цифровой трансформации выступает оценка имеющихся ресурсов и соответствие их поставленной цели. Статья является продолжением исследования, частично опубликованного в статье «Методика оценки готовности организации к цифровой трансформации» [13]. Автор разработал алгоритм оценки готовности к цифровой трансформации и апробировал его на организациях розничной торговли. Для разных типов субъектов розничной торговли рассчитаны частные субиндексы готовности к цифровой трансформации и обобщающий их индекс. Результаты статистического обследования 280 организаций розничной торговли подтвердили научную гипотезу, что степень готовности организации к цифровой трансформации зависит от ее мощности.

Ключевые слова: торговля, розничная торговля, организация розничной торговли, готовность к цифровой трансформации, индекс готовности к цифровой трансформации, уровень готовности к цифровой трансформации, радар готовности к цифровой трансформации

Для цитирования: Климченя, Л. С. Исследование готовности организаций розничной торговли к цифровой трансформации / Л. С. Климченя // Бизнес. Инновации. Экономика : сб. науч. ст. / Ин-т бизнеса БГУ. — Минск, 2025. — Вып. 11. — С. 119–126.

L. Klimchenia

Belarusian State Economic University, Minsk, Belarus

THE RESEARCH OF THE RETAIL ENTITIES READINESS FOR DIGITAL TRANSFORMATION

An important condition for the implementation of digital transformation is the assessment of available resources and their compliance with the set goal. The article is a continuation of the research partially published in the article “Methodology for assessing the organization’s readiness for digital transformation” [13]. The author has developed an algorithm for assessing readiness for digital transformation and tested it on retail entities. Private sub-indexes of readiness for digital transformation and their generalizing index have been calculated for different types of retail entities. The results of a statistical survey of 280 retail trade organizations confirmed the scientific hypothesis that the degree of organization readiness for digital transformation depends on the trade organization capacity.

Keywords: trade, retail trade, organization of retail trade, readiness for digital transformation, index of readiness for digital transformation, level of readiness for digital transformation, radar of readiness for digital transformation

For citation: Klimchenia L. The research of the retail entities readiness for digital transformation. *Biznes. Innovatsii. Ekonomika* = *Business. Innovations. Economics*. Minsk, 2025, iss. 11, pp. 119–126 (in Russian).

Введение

Трансформационные процессы, связанные в первую очередь с преобразованиями за счет внедрения цифровых технологий, характерны для большинства отраслей национальной экономики как Республики Беларусь, так и других стран. Результатом цифровой трансформации становится не только ускорение процессов обработки различных данных по хозяйственной деятельности, повышение обоснованности коммерческих и иных решений, но и изменение бизнес-моделей деятельности в целом. Вопросы цифровой трансформации отраслей находят отражение как на государственном уровне, так и в научной сфере. В Республике Беларусь реализуется Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 гг., определяющая задачи внедрения передовых технологий в отрасли национальной экономики и сферы жизнедеятельности белорусского общества. В проекте Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2040 г. развитие цифровой индустрии входит в стратегическую цель долгосрочного развития Республики Беларусь. В Комплексном прогнозе научно-технического прогресса Республики Беларусь на 2026–2030 гг. и на период до 2045 г. цифровизация и внедрение цифровых технологий определены первым приоритетом развития. В научной сфере исследования ученых посвящены как изучению сущности и направлений цифровой трансформации экономики [1–4], так и ее отраслевой специфики [5–8]. Важной составляющей результативности цифровых преобразований выступает готовность субъектов экономической деятельности к трансформации [9–11], а также разработка соответствующего исследовательского инструментария [12–14] и его тестирование.

Целью настоящего исследования является апробация авторской методики оценки готовности субъектов деятельности к цифровой трансформации в розничной торговле. В статье представлены результаты проведенного статистического обследования, позволившие рассчитать субиндексы и индекс готовности к цифровой трансформации организаций розничной торговли. В качестве методологической базы применялись методы наблюдения, системного анализа, обобщения, индукции.

Алгоритм проведения обследования субъектов торговли

Исследование готовности организаций розничной торговли к цифровой трансформации основывалось на понимании предмета исследования – готовности к цифровой трансформации, как «признака состояния, при котором возможна реализация намеченных целей» [15, с. 91]. Позиция автора основывалась на следующем: «1) готовность выступает одним из признаков, характеризующим состояние организации, а не ее потенциал в целом; 2) представлена самостоятельной научной категорией, отражающей процесс изменения и развития, имеющей важнейшее значение для раскрытия сущности происходящих процессов» [15, с. 91]. Понимание содержания готовности субъекта экономической деятельности к цифровой трансформации, применение методологических инструментов ее оценки направлено не только на выявление проблемных вопросов в деятельности организаций, сдерживающих трансформационные процессы, но и на разработку корректирующих мероприятий, позволяющих решить выявленные проблемные вопросы или уменьшить их негативное влияние на трансформационные процессы.

Алгоритм проведения обследования субъектов розничной торговли представлен на рис. 1.

В рамках реализации представленного алгоритма проведения обследования было разработано 25 вопросов, направленных на выявление объективной оценки частных составляющих готовности субъекта деятельности к цифровой трансформации: стратегической, технологической, кадровой и организационной готовности. В блок оценки стратегической готовности субъекта торговли к цифровой трансформации вошли вопросы, касающиеся сущности цифровой трансформации, подходов к инвестированию в цифровые технологии, управления процессами трансформации, предполагаемых ключевых изменений и ожидаемых результатов. В блок технологической готовности включены вопросы по используемым и планируемым к использованию цифровым технологиям, причинам их внедрения, направлениям применения данных и подходам к получению выручки от реализации. В блок кадровой готовности вошли вопросы, ка-

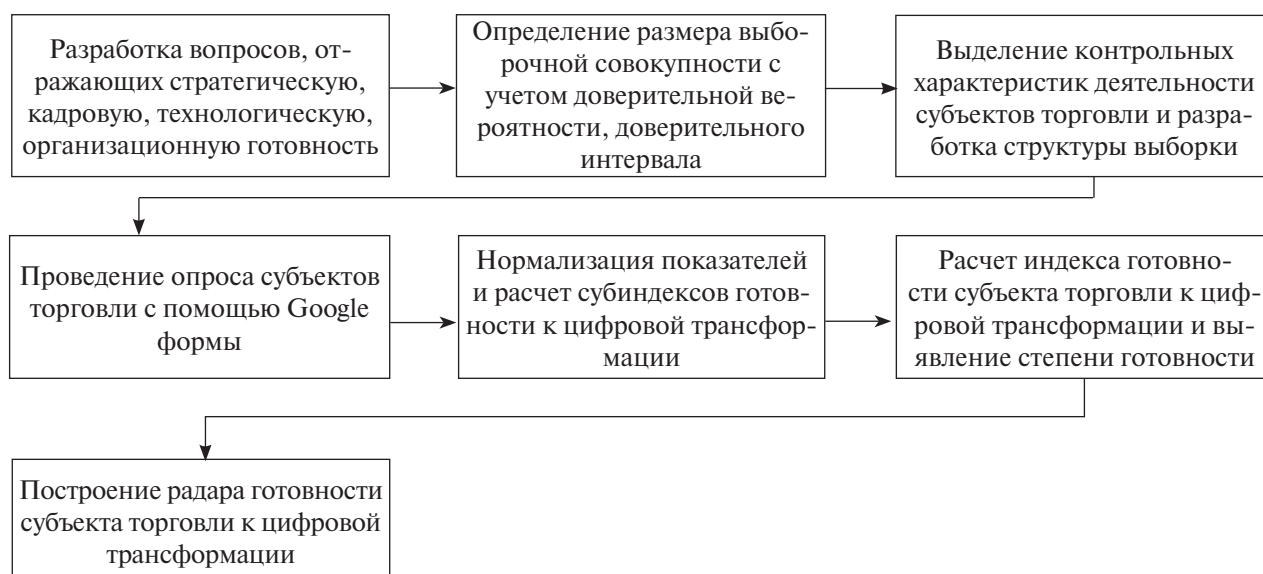


Рис. 1. Алгоритм проведения обследования готовности субъектов торговли к цифровой трансформации

Источник: разработано автором.

Fig. 1. Algorithm for conducting a survey of the trade entities readiness for digital transformation

Source: author's developed.

сающиеся цифровой грамотности персонала, готовности сотрудников к реализации цифровых технологий, организации повышения квалификации персонала и системы подготовки, цифровой активности персонала. Блок организационной готовности включал в себя вопросы по выполнению и планированию к реализации проектов цифровой трансформации, препятствующих цифровой трансформации факторов и способствующих ей, партнерского взаимодействия при внедрении цифровых технологий, формировании нормативно-справочной информации в организации.

Разработанный автором алгоритм отражает все этапы обследования организаций розничной торговли.

Результаты обследования готовности организаций розничной торговли к цифровой трансформации

В рамках исследования была выдвинута научная гипотеза: готовность организации розничной торговли к цифровой трансформации зависит от ее мощности. Мощность организации розничной торговли определяется численностью работающего персонала. С учетом численности персонала выделяют микроорганизации, малые организации, средние и крупные организации, которые осуществляют торговое обслуживание населения.

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь в торговом обслуживании населения республики участвует 13 779 организаций розничной торговли [16, с. 10]. В 2020 г. их количество составляло 13 788 единиц [17, с. 10]. Следовательно, генеральная совокупность субъектов розничной торговли существенно не изменилась за два года. В рамках проводимого исследования принят объем генеральной совокупности 13 779 организаций розничной торговли.

В основу расчета объема выборки положен подход на основе использования доверительных интервалов. В статистических обследованиях применяется показатель достоверности (доверительной вероятности) 95 %. Доверительный интервал, рассчитанный с помощью онлайн-калькулятора, составил 3,87 %. Исходя из заданных условий, выборочная совокупность составила 280 организаций розничной торговли.

Для формирования структуры выборки в качестве контрольных характеристик использованы показатели розничного товарооборота и количества торговых объектов, принадлежащих субъекту торговли. Контрольные характеристики представлены в табл. 1.

Таблица 1

Контрольные характеристики организаций розничной торговли

Table 1

Control characteristics of retail trade organizations

№ п/п	Тип субъекта торговли	Доля в товарообороте, %				Доля в сети торговых объектов, %			
		2016 г.	2018 г.	2020 г.	2022 г.	2016 г.	2018 г.	2020 г.	2022 г.
1	Крупные организации	64,5	65	69,2	73,1	48,8	42,5	47,5	50,4
2	Средние организации	8	9,1	7,9	7,7	5	8,2	7,0	8,2
3	Малые организации	14,1	13,5	13	10,3	13,1	15,9	15,6	13,3
4	Микроорганизации	13,4	12,4	9,9	8,9	33,1	33,4	29,8	28,1

И с т о ч н и к : разработано автором на основе [16; 17].

S o u r c e : author's developed on the basis of [16; 17].

Крупные организации розничной торговли (численность персонала от 251 человека) обеспечивают наибольший удельный вес в розничном товарообороте и им принадлежит более 50 % торговых объектов. Их лидерство на потребительском рынке бесспорно. Менее представлены на потребительском рынке республики средние торговые организации (численность персонала от 101 до 250 человек). С учетом данных табл. 1 была сформирована следующая структура квотной выборки: микроорганизации – 18,5 %; малые организации – 11,8 %; средние организации – 7,9 %; крупные организации – 61,8 %. Согласно заявленной научной гипотезе группа крупных организаций была подразделена на две подгруппы: крупные организации (до 1 000 человек) и особо крупные организации (от 1 001 человека).

Для проведения опроса информация о нем была доведена при поддержке Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь до главных управлений торговли и услуг облисполкомов и Минского горисполкома.

Обработка результатов исследования проведена с помощью редактора данных IBM SPSS Statistics. Результаты проведенного обследования 280 организаций розничной торговли и расчета частных и итогового показателей готовности к цифровой трансформации представлены в табл. 2.

Таблица 2

Показатели готовности организаций розничной торговли к цифровой трансформации

Table 2

Indicators of the retail organizations readiness for digital transformation

№ п/п	Тип субъекта торговли (организации)	Количество обследованных субъектов	Субиндексы готовности к цифровой трансформации				Индекс готовности к цифровой трансформации
			стратегической готовности	технологической готовности	организационной готовности	кадровой готовности	
1	Особо крупные	65	0,58	0,52	0,67	0,46	0,56
2	Крупные	104	0,5	0,43	0,53	0,36	0,45
3	Средние	25	0,43	0,36	0,45	0,35	0,4
4	Малые	35	0,44	0,36	0,45	0,29	0,38
5	Микроорганизации	51	0,39	0,34	0,39	0,27	0,35

И с т о ч н и к : разработано автором.

S o u r c e : author's developed.

Проведенное обследование позволяет отметить, что готовность организаций розничной торговли к цифровой трансформации находится в пределах 0,35–0,56, что соответствует низкой и средней степеням готовности к цифровой трансформации [13, с. 95]. Микроорганизации уступают по рассчитанному показателю готовности к цифровой трансформации в 1,6 раза. Выдвинутая научная гипотеза подтверждена результатами исследования: чем мощнее организация розничной торговли, тем выше ее готовность к цифровой трансформации. При этом по мере укрупнения организации увеличиваются как показатели субиндексов готовности к цифровой трансформации, так и итоговый индекс готовности субъектов розничной торговли к цифровой трансформации.

Наиболее высокий показатель среди частных субиндексов, составляющих индекс готовности к цифровой трансформации, характерен для субиндекса организационной готовности. Максимальное значение данного индекса получили особо крупные организации (0,67). Данный субиндекс стал наиболее высоким показателем у всех типов субъектов розничной торговли. Следовательно, представляет собой наиболее сильный компонент показателя готовности к цифровой трансформации для организаций розничной торговли. Наиболее низкие значения получил индекс кадровой готовности: для микроорганизаций он составил 0,27; для малых организаций – 0,29; средних организаций – 0,35; крупных организаций – 0,36 и особо крупных организаций – 0,46. Следовательно, кадровая обеспеченность специалистами, обладающими цифровыми компетенциями, – наиболее уязвимый компонент показателя готовности к цифровой трансформации. Приоритетной задачей в сложившихся условиях выступает формирование цифровых компетенций в процессе профессиональной подготовки и переподготовки специалистов для торговли.

Важно отметить, что среди 280 обследованных организаций только двумя (особо крупные организации розничной торговли) получен высокий индекс готовности к цифровой трансформации (0,75), что составило только 0,7 % от числа обследованных организаций и 3 % от числа особо крупных организаций розничной торговли.

Радар готовности организаций розничной торговли к цифровой трансформации с учетом типа субъекта, позволяющий визуализировать полученные результаты обследования, представлен на рис. 2.

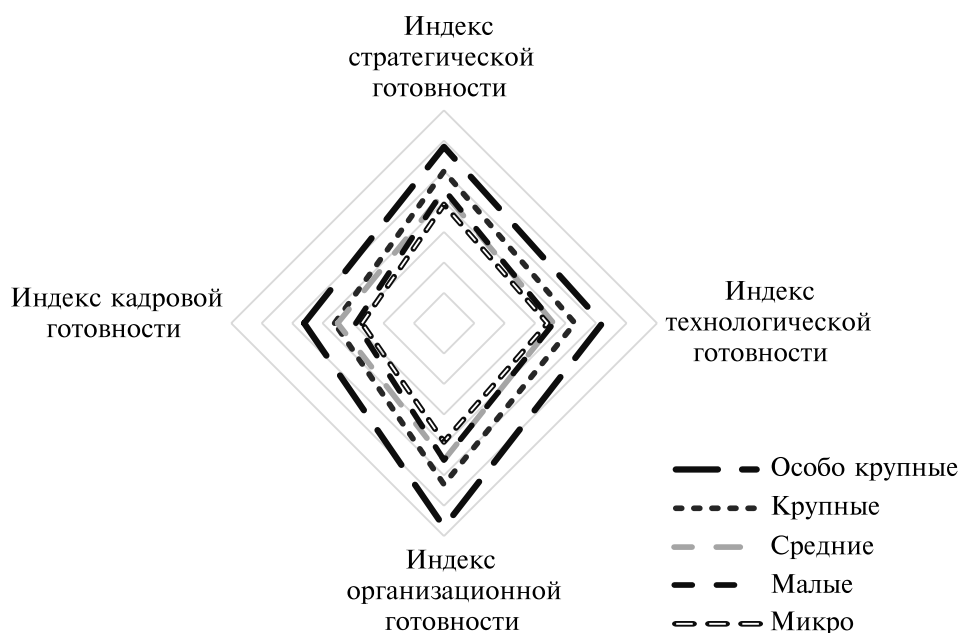


Рис. 2. Радар готовности субъектов розничной торговли к цифровой трансформации
Источник: разработано автором.

Fig. 2. A radar of the retail entities readiness for digital transformation
Source: author's developed.

Получив значение индекса готовности к цифровой трансформации субъектов розничной торговли в разрезе типов субъектов, методом средних взвешенных был рассчитан отраслевой индекс готовности розничной торговли к цифровой трансформации. Он составил 0,44, что соответствует низкой степени готовности. Полученные результаты объясняются большей долей субъектов малого предпринимательства в торговле (микроорганизаций и малых организаций). Из общего числа организаций торговли (включая оптовую торговлю) на долю субъектов малого предпринимательства приходится 62 % от числа субъектов торговли, на долю индивидуальных предпринимателей — 7,1 %. К аналогичному выводу пришли исследователи Л. И. Карпенко и А. Б. Бельский по результатам статистической оценки готовности к цифровой трансформации экономики Республики Беларусь: «к „цифровым аутсайдерам“ в Беларуси относятся сельское хозяйство и строительство, а также виды экономической деятельности с высокой долей малых и микроорганизаций: торговля, ремонт» [18, с. 24]. Период между данным исследованием и исследованием указанных авторов составил семь лет, однако существенно ситуация в отрасли по вопросам готовности к внедрению цифровых технологий не изменилась.

Выводы

Готовность организаций розничной торговли к цифровой трансформации является важным показателем, используемым для оценки внутренней среды организации и выявления ее соответствия условиям для начала цифровых трансформационных преобразований. Единый методологический подход к исследованию данного показателя отсутствует, что обусловило разработку ряда методик оценки готовности организаций (предприятий) к цифровой трансформации.

Для организаций розничной торговли апробирована авторская методика оценки готовности организации к цифровой трансформации, включающая в себя расчет частных показателей готовности к цифровой трансформации, охватывающих такие уровни управления в организации, как стратегический, технологический, кадровый и организационный, и индекс готовности к цифровой организации. Применение методики несложно, поскольку основано на опросе, исключающем завышение показателей как в случае самооценки; позволяет сравнить полученные результаты организациями розничной торговли в рамках выделенных контрольных признаков выборочной совокупности.

Результаты обследования 280 организаций розничной торговли подтвердили научную гипотезу о зависимости степени готовности организации розничной торговли от ее мощности. Чем мощнее (крупнее) организация торговли, тем выше значения субиндексов готовности к цифровой трансформации и итоговый индекс. Сильной составляющей готовности к цифровой трансформации у всех обследуемых организаций стала организационная готовность (средний индекс организационной готовности организаций розничной торговли к трансформации составил 0,52), а наиболее слабой — кадровая готовность (средний индекс кадровой готовности организаций розничной торговли к трансформации составил 0,36). Существенное влияние на полученные показатели в отрасли оказало большое количество субъектов малого предпринимательства, занятых в торговом обслуживании населения.

Список использованных источников

1. Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. — СПб. : Политехн. ун-т, 2017. — 807 с.
2. Фролов, К. В. Понятие и сущность цифровизации и цифровой трансформации на основе фундаментальных и прикладных аспектов системно-кибернетической теории / К. В. Фролов, А. В. Бабкин, А. К. Фролов // *π-Economy*. — 2024. — № 17 (1). — С. 7–26.
3. Климченя, Л. С. Цифровая трансформация экономики как результат цифровой трансформации бизнес-процессов / Л. С. Климченя // *Научные труды РИВШ*. — Минск : РИВШ, 2021. — С. 178–185.
4. Усков, В. С. Развитие цифровой экономики РФ в условиях научно-технологических изменений / В. С. Усков, Ю. О. Климова. — Вологда: ВолНЦ РАН, 2021. — 167 с.

5. Климченя, Л. С. Цифровая трансформация отраслей экономики и ее влияние на инструменты продвижения продукции / Л. С. Климченя, Л. В. Безпалько // Экономика и управление цифровой трансформацией экономических систем / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. — СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2024. — С. 75–101.
6. Gromova, T. V. Digital Transformation of Higher Education: Components and Conditions of Functioning (on the Example of Samara State University of Economics) / T. V. Gromova // Pedagogy. Theory & Practice. — 2023. — Т. 8, № 6. — Р. 641–647.
7. Климченя, Л. С. Цифровая трансформация розничной торговли / Л. С. Климченя // Технологическая независимость и конкурентоспособность Союзного государства, стран СНГ, ЕАЭС и ШОС : сб. ст. VI Междунар. науч.-техн. конф. «Минские научные чтения-2023», 6–8 дек. 2023 г., г. Минск : в 3 т. — Минск : БГТУ, 2023. — Т. 1. — С. 234–238.
8. Сердюков, С. Д. Методические рекомендации по оценке цифровой зрелости предприятий индустрии туризма и сферы услуг в цифровой экономике / С. Д. Сердюков // Естественно-гуманитарные исследования. — 2023. — № 4(48). — С. 311–318.
9. Климченя, Л. С. Готовность организации к цифровой трансформации: компоненты и оценка / Л. С. Климченя // Санкт-Петербургский конгресс «Профессиональное образование, наука и инновации в XXI веке» (26–27 ноября 2024 г.) : сб. тр. — СПб. : ЭкспоФорум-Интернэшнл, 2024. — С. 87–92.
10. Вайсман, Е. Д. Методический подход к оценке готовности промышленного предприятия к цифровой трансформации / Е. Д. Вайсман, А. Е. Коротовских // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. — 2021. — Т. 15, № 4. — С. 65–73.
11. Галимова, М. П. Готовность российских предприятий к цифровой трансформации: организационные драйверы и барьеры / М. П. Галимов // Вестник УГНТУ. Наука. Образование. Экономика. Серия: Экономика. — 2019. — № 1 (27). — С. 27–37.
12. Федорова, А. А. Инструментарий оценки цифровой готовности промышленного предприятия к умному развитию / А. А. Федорова, О. А. Чернова // *π-Economy*. — 2023. — № 16 (6). — С. 18–31.
13. Климченя, Л. С. Методика оценки готовности организации к цифровой трансформации / Л. С. Климченя // Бизнес. Инновации. Экономика: сб. науч. ст. / Ин-т бизнеса БГУ. — Минск, 2024. — Вып. 10. — С. 92–100.
14. Алена, К. А. Разработка алгоритма оценки цифровой зрелости компании / К. А. Алена, А. В. Курицына // Экономика, предпринимательство и право. — 2024. — Т. 14, № 4. — С. 1057–1078.
15. Климченя, Л. С. Готовность к цифровой трансформации как условие результативных преобразований / Л. С. Климченя // Интеллектуальная инженерная экономика и Индустрия 5.0 (ЭКОПРОМ) : сб. тр. XI Междунар. науч.-практ. конференции, 1–2 ноября 2024 г. / под ред. д-ра экон. наук, проф. Д. Г. Родионова, д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. — СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2024. — С. 89–96.
16. Внутренняя торговля и общественное питание Республики Беларусь. Статистический буклет. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2023. — 60 с.
17. Внутренняя торговля и общественное питание Республики Беларусь. Статистический буклет. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2021. — 60 с.
18. Карпенко, Л. И. Статистическая оценка готовности к цифровой трансформации экономики Республики Беларусь / Л. И. Карпенко, А. Б. Бельский // Цифровая трансформация. — 2018. — № 1. — С. 14–25.

References

1. *Digital transformation of the economy and industry: problems and prospects*. Saint Petersburg, 2017. 807 p. (in Russian).
2. Frolov K. V., Babkin A. V., Frolov A. K. The concept and essence of digitalization and digital transformation based on fundamental and applied aspects of the system cybernetic theory. *π-Economy*, 2024, no 17 (1), pp. 7–26 (in Russian). <https://doi.org/10.18721/JE.17101>
3. Klimchenia L. S. Digital transformation of the economy as a result of digital transformation of business processes. *Nauchnye trudy RIVSH = Scientific works of RIHE*. Minsk, 2021, pp. 178–185 (in Russian).
4. Uskov V. S., Klimova Iu. O. *The development of the digital economy of the Russian Federation in the context of scientific and technological changes*. Vologda, 2021. 167 p. (in Russian).

5. Klimchenia L. S., Bezpalko L. V. Digital transformation of economic sectors and its impact on product promotion tools. *Economics and management of the economic systems digital transformation*. Saint Petersburg, 2024, pp. 75–101 (in Russian).
6. Gromova T. V. Digital Transformation of Higher Education: Components and Conditions of Functioning (on the Example of Samara State University of Economics). *Pedagogy. Theory & Practice*, 2023, vol. 8, no 6, pp. 641–647.
7. Klimchenia L. S. Digital transformation of retail trade. *Sbornik statej VI Mezhdunar. nauch.-tekhn. konf. «Tekhnologicheskaya nezavisimost' i konkurentosposobnost' Soyuznogo gosudarstva, stran SNG, EAES i SHOS: Minskie nauchnye chteniya-2023»* [Collection of art. VI International Scientific and Technical Conference «Technological independence and competitiveness of the Union State, the CIS countries, the EAEU and the SCO: Minsk Scientific Readings-2023»]. Minsk, 2023, vol. 1, pp. 234–238 (in Russian).
8. Serdyukov S. D. Methodological recommendations for assessing the digital maturity of tourism industry enterprises and the service sector in the digital economy. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya = Natural Sciences and Humanities Research*, 2023, no. 4(48), pp. 311–318 (in Russian).
9. Klimchenia L. S. The organization's readiness for digital transformation: components and assessment. *Sbornik trudov Sankt-Peterburgskogo kongressa «Professional'noe obrazovanie, nauka i innovacii v 21 veke»* [Proceedings of the St. Petersburg Congress «Vocational Education, Science and Innovation in the 21st Century»]. Saint Petersburg, 2024, pp. 87–92 (in Russian).
10. Vaisman E. D., Korotovskikh A. E. A methodological approach to assessing the readiness of an industrial enterprise for digital transformation. *Vestnik IuUrGU. Seriya «Ekonomika i menedzhment» = Bulletin of SUSU. The series «Economics and Management»*, 2021, vol. 15, no 4, pp. 65–73 (in Russian).
11. Galimova M. P. The Russian enterprises readiness for digital transformation: organizational drivers and barriers. *Vestnik UGNTU. Nauka. Obrazovanie. Ekonomika. Seriya: Ekonomika = Bulletin of the UGNTU. Science. Education. Economics. Series: Economics*, 2019, no. 1 (27), pp. 27–37 (in Russian).
12. Fedorova A. A., Chernova O. A. Tools for assessing the digital readiness of an industrial enterprise for smart development. *π-Economy*, 2023, no 16 (6), pp. 18–31 (in Russian). <https://doi.org/10.18721/JE.16602>
13. Klimchenia L. S. Methodology for assessing the organization's readiness for digital transformation. *Biznes. Innovatsii. Ekonomika = Business. Innovations. Economics*. Minsk, 2024, iss. 10, pp. 92–100 (in Russian).
14. Alenina K. A., Kuritsyna A. V. Development of an algorithm for evaluating the digital maturity of a company. *Ekonomika, Predprinimatel'stvo i Pravo = Economics, Entrepreneurship and Law*, 2024, vol.14, no 4, pp. 1057–1078 (in Russian). <https://doi.org/10.18334/epp.14.4.120726>
15. Klimchenia L. S. Digital transformation and retail concepts. *Sbornik trudov X Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Intellektual'naia inzhenernaia ekonomika i Industriia 5.0 (INPROM)»* [Proceedings of the X International Scientific and Practical conference «Intelligent Engineering Economics and Industry 5.0 (INPROM)»]. Saint Petersburg, 2024, pp. 406–410 (in Russian).
16. *Domestic trade and catering in the Republic of Belarus. Statistical booklet*. Minsk, 2023. 60 p. (in Russian).
17. *Domestic trade and catering in the Republic of Belarus. Statistical booklet*. Minsk, 2021. 60 p. (in Russian).
18. Karpenko L. I., Belsky A. B. Statistical assessment of readiness for digital transformation of the economy of the Republic of Belarus. *Cifrovaya transformaciya = Digital transformation*, 2018, no. 1, pp. 14–25 (in Russian).

Информация об авторе

Климченя Людмила Сергеевна — кандидат экономических наук, доцент; докторант кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости, Белорусский государственный экономический университет, e-mail: klimchenia@bseu.by

Information about the author

Klimchenia L. — PhD in Economic sciences, Associate Professor; Doctoral student of the Department of Commercial Activity and Real Estate Market, Belarusian State Economic University, e-mail: klimchenia@bseu.by

Статья поступила в редколлегию 16.04.2025

Received by editorial board 16.04.2025