

2. HR service delivery and technology survey. Advance highlights report for participants — key global findings. – Tower Watson, 2024. – P. 102.

3. Extending expertise: how cognitive computing is transforming HR and the employee experience / S. Feinzig, N. Guenole, S. Steele. – IBM Institution, 2021. – P. 120.

4. State of the global workplace: Employee engagement insights for business leaders worldwide. – Gallup, 2017. – P. 101.

5. Voorhees, B. The analytics eatery / B. Voorhees, A. Chidambaram // People analytics world, 2017. – P. 185.

(Дата подачи: 12.02.2025 г.)

Л. С. Климченя

Белорусский государственный экономический университет, Минск

L. S. Klimchenia

Belarus State Economic University, Minsk

УДК 658.8:004.738.5

ЦИФРОВЫЕ ТОРГОВЫЕ ОБЪЕКТЫ И ИХ МЕСТО В ТОРГОВОМ ОБСЛУЖИВАНИИ

RETAIL DIGITAL OBJECTS AND THEIR PLACE IN TRADE SERVICES

Цифровая трансформация экономики обусловила изменения в формах ведения хозяйственной деятельности, обеспечившие появление новой формы объектов – цифровой. Автор провел обзорное исследование дефиниции «цифровой объект»: раскрыта сущность понятия и выделены его характерные признаки. Разработана сравнительная характеристика признаков реальных и цифровых торговых объектов, выявлены общие для данных типов объектов признаки. Представлены результаты проведенного автором сравнительного исследования влияния цифровых торговых объектов на показатели торгового обслуживания в Республике Беларусь.

Ключевые слова: торговля; розничная торговля; торговый объект; цифровой торговый объект; интернет-магазин; признаки цифрового торгового объекта; цифровая трансформация.

The digital transformation of the economy has led to changes in the forms of economic activity, which have ensured the emergence of a new form of objects – digital. The author conducted a review research of the definition of “digital object”: the essence of the concept is revealed and the characteristic features are highlighted, the results of which are reflected in the article. The author has developed a comparative characteristic of the features of real and digital retail objects, identified common features for these types of objects. The author conducted a comparative study of the impact of digital retail facilities on trade service indicators in the Republic of Belarus.

Keywords: trade; retail; shopping object; digital shopping object; online store; features of a digital shopping object; digital transformation.

Цифровые информационно-коммуникационные технологии демонстрируют свою востребованность во многих отраслях экономики. Активное их

использование характерно и для социально-потребительского комплекса, включая розничную торговлю. Согласно ранее проведенным нами исследованиям, «влияние технологий нового поколения на результаты деятельности субъектов торгового бизнеса, как отражают исследования, безусловно положительное: «можно на 4 % увеличить результативность работы персонала, на 15 % повысить конверсию посетителей в покупателей, на 25 % сократить расходы на оплату труда» [1, с. 127]. Параллельно с повышением эффективности деятельности субъектов торговли отметим трансформацию моделей ведения торгового бизнеса, которая кардинально меняет условия торгового обслуживания. Трансформационные изменения в розничной торговле нашли отражение в работах ряда исследователей, включая автора [2–6]. Трансформационные преобразования привели к развитию цифрового сегмента торгового обслуживания, обеспечивающего постоянный рост доли электронной торговли в розничном товарообороте.

В период 2011–2023 гг. доля электронной торговли в мировом розничном товарообороте увеличилась с 4,7 % до 19,4 %. В денежном выражении ее рост составил почти 5 трлн долларов, т. е. с 0,89 трлн в 2011 г. до 5,6 трлн в 2023 г. [6, с. 161; 7]. Среднегодовой показатель темпа изменения розничного товарооборота в исследуемом периоде составил 6,65 %, а электронной торговли – 18,8 % [6, с. 162]. В Республике Беларусь доля электронной торговли в розничном товарообороте страны в 2023 г. достигла 8,1 %. Тенденция роста ее доли в розничном товарообороте сохраняется и в настоящее время. Равноправными участниками потребительского рынка стали интернет-магазины. Значимость их места в торговом обслуживании нашла отражение в законодательстве о торговле.

Традиционно торговое обслуживание зависит от функционирующей сети розничных торговых объектов, включающей стационарные и нестационарные торговые объекты. Качественным показателем, характеризующим торговое обслуживание, принят показатель обеспеченности торговыми площадями в расчете кв. м на 1000 человек. Однако интернет-магазины не обладают торговыми залами с торговой площадью, что не позволяет учитывать их при анализе торгового обслуживания. На протяжении длительного времени именно физические объекты выступали основным экономическим активом, находящимся в собственности субъекта хозяйствования, обеспечивающим получение коммерческой выгоды. С учетом отмеченного возникает необходимость обоснования возможности отнесения интернет-магазинов к торговым объектам, а именно цифровым торговым объектам.

Эксперт Российской академии наук М. А. Рожкова, исследуя вопросы цифрового и виртуального имущества, подчеркивает: «Цифровизация предполагает прежде всего изменение формата или формы: самым тривиальным здесь будет пример перехода организации с бумажного документооборота на электронный, требующий применения информационных технологий» [8]. Исследователь А. А. Волос придерживается следующей позиции: «Циф-

ровизация общества предопределила и возникновение новых объектов, по поводу которых складываются реальные экономические отношения» [9, с. 122]. Аналогичную позицию поддерживает исследователь О. В. Пучков: «Тот факт, что в сферу экономического оборота встраиваются так называемые “цифровые объекты”, является закономерным, а признание данных объектов в качестве реального экономического блага – фундаментальной характеристикой аксиологии современного общества» [10, с. 69]. В других научных работах указывается, что в условиях цифровизации экономики появляются и используются в экономическом обороте новые информационные объекты, которые имеют как нематериальную природу, так и коммерческую ценность [11].

Вовлечение новых (цифровых) объектов в экономические отношения на потребительском рынке определяет необходимость решения двух вопросов:

1) выделение общих признаков, характерных для реальных и цифровых объектов;

2) разграничение внешних форм выражения и содержания цифровых объектов.

В научной среде термин «цифровой объект» регулярно обсуждается, представлены разные подходы к его сущности и предприняты попытки выделения определенных признаков. В таблице 1 представлены подходы исследователей к трактовке сущности дефиниции «цифровой объект».

Таблица 1

Подходы к сущности дефиниции «цифровой объект»

Автор	Содержание исследуемой дефиниции
Ганиева Д. З.	«Нематериальные объекты в виде цифровых кодов и записей, охранный объект, признаваемый законом в качестве таких объектов либо в силу соглашений субъектов цифровых прав» [12, с. 101]
Аль-Бахри М. С.	«Структурированная запись, содержащая данные и информацию о состоянии данных и метаданных. Цифровой объект может содержать указатели на места, где может быть найдена соответствующая информация» [13, с. 78]
Аюшеева И. З.	«Информация, записанная на электронном носителе в виде файла, кода, ключа доступа и т. п. При этом указанные объекты имеют определенную стоимость, обладают признаками товарности, оборотоспособности» [14, с. 36]
Мефодьева К. А.	«Информация, обособленная от материального (электронного) носителя, а также индивидуализированная среди всего многообразия иной информации, а значит может представлять самостоятельный объект оборота» [11, с. 12]
Семенова Е. Г.	«Самостоятельный вид имущества, как особый (цифровой) способ фиксации (удостоверения) имущественных прав» [15, с. 72]
Лосева О. В.	«Экономическая сущность цифрового объекта (актива) предполагает соответствие его свойств основным характеристикам экономического актива, под которым традиционно понимается объект, находящийся в собственности субъекта экономических» [16, с. 43]

Автор	Содержание исследуемой дефиниции
Тумаков А. В.	«Характеристика объекта как цифрового в первую очередь означает его существование в электронном виде при возможности наличия у него аналоговой формы» [17, с. 33].
Модельный закон СНГ «О цифровых правах»	«Не имеющий вещественного выражения объект гражданских прав, доказательства существования которого формируются и обладатель которого определяется посредством кодирования информации в информационно-коммуникационной среде» [18]

Как показало проведенное исследование научных публикаций по подходам к характеристике сущности цифровых объектов, исследователи едины во мнении, что цифровые объекты представляют собой результат цифровой трансформации общества и участвуют в экономических отношениях. Отметим, что в научных публикациях подчеркивается, что «принципиально новых по содержанию правоотношений не возникло, изменилась лишь форма» [17, с. 33; 19, с. 92]. Схожей позиции придерживается и коллектив авторов ряда российских университетов: «Цифровые объекты – это принципиально новые объекты, так как существуют в нематериальной форме и не нуждаются в материализации для вовлечения их в гражданский оборот, в отличие от других объектов, которые могут существовать в традиционной и цифровой форме» [20, с. 249].

Проведенное исследование позволило выделить ряд признаков, характеризующих цифровые объекты как участников экономических отношений:

- нематериальная природа объекта и отсутствие потребности в ее материализации;
- цифровая форма, обеспеченная применением цифровых информационно-коммуникационных технологий;
- функционирование (применение) только в цифровой среде;
- функциональные характеристики соответствуют характеристикам реальных объектов;
- обладают экономической и коммерческой ценностью, т. е. при использовании в хозяйственной деятельности обеспечивают получение дохода.

С учетом представленных признаков цифровых объектов отметим, что цифровизация изменила форму ряда реальных объектов, в результате чего на рынке стали использоваться их цифровые аналоги.

Применительно к торговле и торговым объектам в условиях цифровизации экономики осуществляется переход от стационарных зданий к цифровым объектам (нематериальным) благодаря использованию информационных и цифровых технологий. Как результат – функционирование интернет-магазинов, электронных бирж, цифровых платформ (рынков).

Для обоснования целесообразности выделения в торговле цифровых объектов наряду с материальными торговыми объектами следует выделить общие свойства, характерные данным типам объектов (таблица 2).

Таблица 2

Сравнительная характеристика цифровых и реальных торговых объектов

Признак	Реальный торговый объект	Цифровой торговый объект
Назначение	Организация торгового процесса	Организация торгового процесса
Природа объекта	Чаще недвижимое имущество (признак материальности)	Нематериальное (цифровое) имущество (признак абсолютной нематериальности)
Создание и использование объекта	Используют строительные технологии и специальное торговое оборудование (холодильное, измерительное, торгово-выставочное, кассовое и др.)	Необходимы информационные технологии и соответствующее оборудование (серверы, компьютеры, сети передачи данных и др.)
Доступ покупателей	Свободный (с учетом режима работы объекта)	Посредством сетевых технологий, свободный
Регистрация объекта	В Торговом реестре Республики Беларусь	В Торговом реестре Республики Беларусь
Имущественная ценность	Право владеть, распоряжаться, пользоваться, правовая фиксация принадлежности конкретному лицу	Право владеть, распоряжаться, пользоваться, правовая фиксация принадлежности конкретному лицу
Экономическая ценность	Могут быть проданы (куплены), обменены	Могут быть проданы (куплены), обменены
Идентификаторы	Адрес месторасположения, фирменное наименование	Доменное имя, фирменное наименование
Наименование торгового объекта	Определяется собственником	Определяется собственником
Операции торгового процесса	Демонстрация товара, консультация, оплата покупки	Демонстрация товара, онлайн-консультация, оплата покупки
Информация, доводимая до сведения покупателя	Свое наименование (фирменное наименование); наименование торгового объекта, режим работы; информация о месте нахождения продавца; необходимая информация о товаре; рекомендации и (или) ограничения по использованию; иные сведения	Полное наименование и место нахождения юридического лица; номера контактных телефонов, адрес электронной почты продавца, режим работы; необходимая информация о товаре; цена и условия оплаты доставки товаров; иные сведения
Регулирование деятельности по продаже товаров	Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22.06.2014 № 703 «О продаже отдельных видов товаров...»	Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15.01.2009 № 31 «Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли». Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22.06.2014 № 703 «О продаже отдельных видов товаров...»

Исследование выделенных автором признаков как цифровых, так и реальных торговых объектов, обобщенно представленных в таблице 2, позволяет сделать вывод о наличии у данных объектов общих признаков:

- назначение объекта;
- имущественная ценность;
- экономическая ценность;
- содержание торгового процесса;
- обязательная регистрация в Торговом реестре Республики Беларусь;
- обеспечение информационного сопровождения покупателя, включая доведение необходимой информации о товарах;
- регламентированность торговой деятельности в объекте.

Выявленные и представленные общие признаки данных объектов позволяют сделать вывод о целесообразности выделения цифровых торговых объектов наряду с материальными торговыми объектами как участников торгового обслуживания. Необходимость их выделения подтверждается и постоянным увеличением доли электронной торговли в розничном товарообороте как отдельных стран, так и в совокупном мировом розничном товарообороте.

С учетом полученных результатов исследования разработано авторское определение «цифровой торговый объект»: нематериальный объект в виде программного алгоритма, имитирующий торговый процесс реального торгового объекта и предоставляющий возможность заключить договор розничной купли-продажи, доступ к которому осуществляется посредством сетевых технологий.

Несмотря на представленность цифровых торговых объектов (включая интернет-магазины, маркетплейсы) на потребительском рынке Республики Беларусь, сеть торговых объектов республики характеризуется количественными показателями, без учета наличия новых объектов, позволяющих населению покупать потребительские товары удаленно от реальных торговых объектов. В таблице 3 представлены как применяемые, так и предложенные автором показатели, позволяющие охарактеризовать организацию торгового обслуживания в условиях его цифровизации. С учетом сложившейся практики покупки товаров на потребительском рынке целесообразно применение следующих новых показателей: совокупность торговых объектов; количество интернет-магазинов на 10 000 человек; удельный вес реальных торговых объектов в совокупной сети; удельный вес цифровых торговых объектов в совокупной сети; количество обслуживаемого населения на 1 торговый объект; количество обслуживаемого населения на 1 реальный торговый объект; количество обслуживаемого населения на 1 цифровой торговый объект. Данные показатели отражают новый подход к составу сети торговых объектов, учитывающий наличие реального и цифрового сегментов торгового обслуживания, сформировавшихся в результате цифровой трансформации розничной торговли и продолжающих дальнейшие преобразования под влиянием цифровых технологий.

Таблица 3

**Показатели, характеризующие состояние розничной сети торговых объектов
Республики Беларусь [21; 22]**

Показатель	Год	
	2010	2023
Торговые объекты, ед.	45 657	66 671
Магазины, ед.	40 402	59 826
Торговая площадь магазинов, тыс. кв. м	3705	6423
Средний размер магазина, кв. м	92	107
Удельный вес магазинов в сети торговых объектов, %	88,5	89,7
Количество магазинов на 10 000 человек, ед.	42,6	65
Обеспеченность торговой площадью, кв. м / 1000 человек	390,2	698
Интернет-магазины, ед.	2800	28 927
Количество интернет-магазинов на 10 000 человек, ед.	2,9	31,4
Удельный вес розничного товарооборота электронной торговли, %	0,8	8,1
Совокупность торговых объектов (совокупная сеть), ед.	48 457	95 598
Удельный вес реальных торговых объектов в совокупной сети, %	94,2	69,7
Удельный вес цифровых торговых объектов в совокупной сети, %	5,8	30,25
Количество человек на 1 торговый объект, чел.	196	96
Количество человек на 1 реальный торговый объект, чел.	208	138
Количество человек на 1 цифровой торговый объект, чел.	3391	318

Согласно данным таблицы 3, за 2010–2023 гг. доля реальных торговых объектов, осуществляющих торговое обслуживание, в совокупной сети торговых объектов республики снизилась с 94,2 % до 69,7 % при соответствующем увеличении доли цифровых торговых объектов. Развитие совокупной сети торговых объектов и увеличение количества цифровых торговых объектов в исследуемом периоде позволило снизить нагрузку по обслуживанию покупателей на торговый объект: со 196 до 96 человек в целом по сети, с 208 до 138 человек на реальный торговый объект и с 3391 до 318 человек на цифровой торговый объект. Снижение нагрузки по обслуживанию покупателей при существенном увеличении количества цифровых торговых объектов (в 10 раз) позволяет сделать вывод, что конкуренция между реальными и цифровыми торговыми объектами способствует повышению качества торгового обслуживания населения республики, расширению торгового ассортимента и увеличению розничного товарооборота, сокращению затрат времени покупателей на получение торгового обслуживания. С учетом мировых тенденций развития розничной торговли можно отметить, что роль цифровых торговых объектов будет возрастать в торговом обслуживании населения.

Цифровая трансформация отраслей экономики осуществляется с учетом специфики каждой отрасли. Применительно к розничной торговле одним из результатов ее цифровой трансформации стали цифровые торговые объек-

ты, которые активно конкурируют за покупателя на потребительском рынке каждой страны, увеличивая свой удельный вес в розничном товарообороте. В рамках разработанного понятия «цифровой торговый объект», под которым понимается нематериальный объект в виде программного алгоритма, имитирующий торговый процесс реального торгового объекта и предоставляющий возможность заключить договор розничной купли-продажи, предложен новый комплексный подход к оценке состояния сети торговых объектов, обеспечивающей торговое обслуживание населения, рассматривающий сеть торговых объектов как совокупность реальных и цифровых торговых объектов (совокупная сеть) и основанный на показателях, учитывающих наличие цифровых торговых объектов и их значение для современного покупателя.

Список использованных источников

1. Климченя, Л. С. Развитие концепций трансформации розничной торговли под влиянием промышленных революций / Л. С. Климченя // Вестник университета. – 2024. – № 6. – С. 121–129.
2. 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: монография / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2024. – С. 75–101.
3. Климченя, Л. С. Трансформация торговли: сущность, виды / Л. С. Климченя // Научные труды РИВШ. – Минск: РИВШ, 2024. – С. 213–220.
4. Антинескул, Е. А. Теоретические основы цифровой трансформации продовольственного ритейла / Е. А. Антинескул // Мир экономики и управления. – 2022. – Т. 22, № 3. – С. 103–127.
5. Алябьева, М. В. Цифровая трансформация ритейла в информационном обществе и методологические аспекты ее оценки / М. В. Алябьева // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2023. – № 3 (33). – С. 24–33.
6. Климченя, Л. С. Глобальные тенденции развития розничной торговли / Л. С. Климченя // Научные труды БГЭУ. – Минск: БГЭУ, 2024. – Вып. 17. – С. 160–166.
7. Ecommerce Share of Retail Sales (2022–2028). – URL: <https://www.oberlo.com/statistics/ecommerce-share-of-retail-sales> (date of access: 09.11.2023).
8. Рожкова, М. А. Цифровые активы и виртуальное имущество: как соотносится виртуальное с цифровым / М. А. Рожкова. – URL: https://zakon.ru/blog/2018/6/13/cifrovy_e_aktivy_i_virtualnoe_imuschestvo_kak_sootnositsya_virtualnoe_s_cifrovym (дата обращения: 23.01.2025).
9. Волос, А. А. Основополагающие категории гражданского права в условиях цифровизации общества (на примере банковских договоров) / А. А. Волос // Вестник университета имени О. Е. Кутафина. – 2023. – № 1. – С. 118–126.
10. Пучков, О. В. Цифровые объекты в цивилистической доктрине: QUO VADIS? / О. В. Пучков // Вестник Саратовской государственной юридической академии. – 2020. – № 4(135). – С. 68–82.
11. Мефодьева, К. А. Цифровые данные как объект гражданско-правового регулирования в Германии, США и России: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Мефодьева Кристина Александровна. – Москва: Ин-т законодательства и сравнит. правоведения, 2019. – 28 с.
12. Ганиева, Д. З. Цифровые объекты и субъекты в праве / Д. З. Ганиева // Образование и право. – 2021. – № 11. – С. 100–104.

13. *Аль-Бахри, М. С.* Архитектура цифровых объектов как основа идентификации в эпоху цифровой экономики / М. С. Аль-Бахри, Р. В. Киричек, А. С. Бородин // *Электро-связь*. – 2019. – № 1. – С. 12–22.
14. *Аюшеева, И. З.* Цифровые объекты гражданских прав / И. З. Аюшеева // *Lex russica*. – 2021. – Т. 74, № 7. – С. 32–43.
15. *Семенова, Е. Г.* Методологические основы систематизации объектов гражданских прав: постановка проблемы / Е. Г. Семенова // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право*. – 2023. – Т. 13, № 6. – С. 69–77.
16. *Лосева, О. В.* Цифровые активы: экономический, юридический и технологический контексты / О. В. Лосева // *Имущественные отношения в РФ*. – 2021. – № 11(242). – С. 42–51.
17. *Тумаков, А. В.* Цифровые и виртуальные объекты современного гражданского оборота: к вопросу о разграничении понятий / А. В. Тумаков // *Lex russica*. – 2024. – Т. 77, № 7. – С. 30–38.
18. О цифровых правах: Модельный закон Межпарламентской Ассамблеи государств – участников Содружества Независимых Государств, 14.04.2023, № 55-12. – URL: https://iacis.ru/baza_dokumentov/modelnie_zakonodatelnie_akti_i_rekomendatcii_mpa_sng/modelnie_kodeksi_i_zakoni/10 (дата обращения: 27.01.2025).
19. *Афанасьева, О. О.* Понятие, виды цифровых объектов. Проблемы правового регулирования / О. О. Афанасьева // *Фундаментальные и прикладные научные исследования: сб. тр. по материалам IX Междунар. конкурса науч.-исслед. работ*. – Уфа: Науч.-издат. центр «Вестник науки», 2022. – С. 84–93.
20. *Кириллова, Е. А.* Институт цифровых прав в гражданском праве России / Е. А. Кириллова, Т. Э. Зульфагарзаде, С. Е. Метелёв // *Правоприменение*. – 2022. – Т. 6, № 1. – С. 245–256.
21. Розничная и оптовая торговля Республики Беларусь. Статистический сборник. – Минск: Нац. стат. комитет Респ. Беларусь, 2012. – 156 с.
22. Статистика внутренней торговли и общественного питания / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – URL: <https://dataportal.belstat.gov.by/osids/indicator-info/10211000016> (дата обращения: 24.01.2025).

(Дата подачи: 11.02.2025 г.)