

Для Беларуси важно рассматривать лесные земли в расширенном и многообразном контексте реализации коммерческих прав инвесторов и других потенциальных участников с учетом ясных индикаторов качества выполнения договоренностей и прозрачности процесса контроля (ответственности регулирующих органов). Онлайн-площадки являются информационным средством, позволяющим реализовывать принцип перформативности экологической политики, последовательно и взвешенно управляя всеми сферами жизнедеятельности человека с учетом экологических паттернов. Цифровизация управленческих решений представляет собой новый этап в развитии экономических агентов, выполняющих реальные действия в отношении экологических мероприятий, чему обязаны способствовать онлайн-торговые площадки экосистемных услуг.

Список использованных источников

1. Вerezubova, T.A. Финансовая стратегия страховых организаций в условиях развития национальной экономики: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.10. «Финансы, денежное обращение и кредит» / Т. А. Вerezubova. – Мн., 2015. – 267 с.

2. Исаев, А.Г. Правовое регулирование государственной финансовой поддержки при реализации специальных инвестиционных контрактов в России и инвестиционных приоритетных проектов в Казахстане: дис. ... канд. юр. наук: 5.1.2 «Публично-правовые (государственно-правовые) науки» / А. Г. Исаев. – М., 2023. – 211 с.

УДК 339.37:004(476)

Л.С. Климченя

Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ БЕЛАРУСИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

***Аннотация.** Автор исследовал изменения, произошедшие в розничной торговле республики в условиях внедрения информационных и цифровых технологий. Цифровизация разделила розничную торговлю на два сегмента: традиционный и цифровой. Выявлен ряд тенденций в развитии розничной торговли: сокращение количества магазинов в розничной сети, укрупнения магазинов, увеличения интернет-магазинов в торговом обслуживании и рост доли электронной торговли в розничном товарообороте.*

RETAIL TRADE DEVELOPMENT IN BELARUS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

***Abstract.** The author researched the changes that have occurred in the retail trade of the republic in the context of the introduction of information and digital technologies. Digitalization has divided retail into two segments: traditional and digital. The author has identified a number of trends in the retail trade development: reducing the number of stores in the retail network, enlarging stores, increasing online stores in retail services and increasing the share of e-trade in retail turnover.*

Розничная торговля как экономически целесообразный сектор национальной экономики активно адаптирует и трансформирует бизнес-модели торговли в условиях цифровизации экономики. В исследованиях трансформации розничной торговли под влиянием информационных и цифровых технологий выделено три концепции розничной торговли: розничная торговля 3.0 (1992-2010 гг., зарождение и рост электронной торговли), розничная торговля 4.0 (2011 г. – настоящее время, применение платформенных решений) и розничная торговля 5.0 (начнется в 2030-е гг., интеллектуальное торговое обслуживание) [1, с. 409]. В настоящем исследовании поставлена цель выявить основные тенденции, характерные для розничной торговли Беларуси, определяющие трансформацию торгового обслуживания и обуславливающие изменения поведения потребителей.

Трансформационные процессы в розничной торговле республики начались с 1999 г., когда был открыт первый интернет-магазин [2, с. 213] и продолжают в настоящее время. С 1999 года в торговом обслуживании появился новый сегмент объектов для торгового обслуживания, размещенный в Интернете – электронный (или цифровой). На начало 2024 г. сеть интернет-магазинов насчитывала 28217 единиц (по данным Торгового реестра Республики Беларусь). Параллельно с интернет-магазинами торговое обслуживание продолжает осуществлять сеть торговых объектов, насчитывающая на конец 2023 г. 66671 единицу, из которых 59826 единиц являются магазинами (89,7 % от общего количества торговых объектов). Динамика развития магазинов и интернет-магазинов в Республике Беларусь в рамках выделенных концепция розничной торговли представлена на рис. 1.

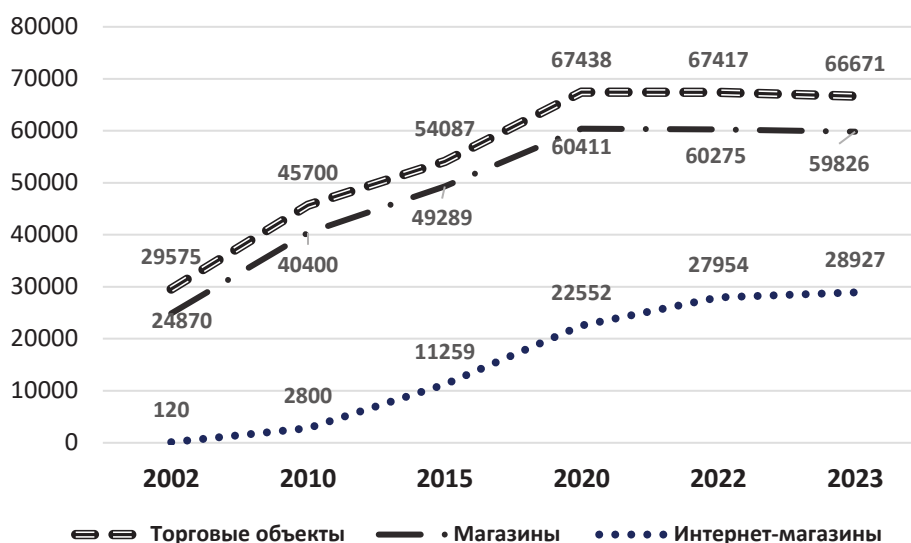


Рис. 1- Динамика торговых объектов, включая магазины, и интернет-магазинов Беларуси за 2002 – 2023 гг., ед.

В период концепции розничной торговли 3.0 (1992 - 2010 гг.), согласно данным рис.1, сеть торговых объектов увеличилась до 45,7 тыс. единиц, из которых 88,4 % приходилось на магазины. В натуральном выражении сеть торговых объектов за 1992-2010 гг. приросла на 15280 единиц, а количество магазинов увеличилось за данный период на 17605 единиц. Положительной тенденцией в торговом обслуживании стало сокращение нестационарных торговых объектов (с 25,07 % от общего количества объектов в 1992 году до 11,6 % в 2010 году), что оказало благоприятное влияние на качество торгового обслуживания в связи с доминированием стационарных торговых объектов – магазинов. Параллельно с отмеченными изменениями в структуре сети торговых объектов развивалась сеть интернет-магазинов, достигнув в 2010 году 2800 единиц. В 2010 году по своему количеству сеть интернет-магазинов уступала сети магазинов в 14 раз. Покупатели приобретали первый опыт покупок в новой коммуникационной среде – Интернете [3]. Доля электронной торговли в розничном товарообороте достигла 1,0 %.

Реализация на потребительском рынке Беларуси концепции розничной торговли 4.0 связана с высокой динамикой увеличения сети интернет-магазинов. За последующие десять лет сеть интернет-магазинов увеличилась на 19752 единицы или в восемь раз, достигнув 22,5 тыс. единиц. Сеть магазинов в количественном выражении приросла на 20011 единиц, достигнув 60,4 тыс. единиц и увеличившись в 1,5 раза. Соотношение магазинов и интернет-магазинов, участвующих в торговом обслуживании составило 2,7 к 1. Развитие

сети торговых объектов осуществлялось не только за счет увеличения количества торговых объектов, но и за счет качественных изменений – укрупнения торговых объектов (в первую очередь ввод в эксплуатацию гипермаркетов и супермаркетов). Как результат качественных изменений увеличился средний размер торговой площади магазина (на 116 %).

Дальнейшее смещение предпочтений покупателей в сторону покупок в Интернете обусловило начало сокращения розничной сети как торговых объектов, так и сети магазинов в частности. Начиная с 2022 года сеть торговых объектов сократилась с 68,0 тыс. объектов до 66,7 тыс. объектов (на 1298 торговых объектов или на 1,9 %), в том числе и за счет уменьшения количества магазинов на 1050 единиц или 1,7 %. Показатели, характеризующие развитие розничной торговли в рамках концепции розничной торговли 4.0, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели развития розничной торговли в рамках концепции розничная торговля 4.0

Показатель	2010	2015	2020	2021	2022	2023
Количество торговых объектов, ед.	45700	54087	67438	67969	67417	66671
Количество магазинов, ед.	40400	49289	60411	60876	60275	59826
Торговая площадь, тыс. кв. м	3705,2	5236,40	6368,7	6439,8	6385,9	6423,1
Средняя торговая площадь магазина, кв. м	92	106	105	106	106	107
Количество интернет-магазинов, ед.	2800	11259	22552	24765	27954	28927

Сокращение розничной сети торговых объектов, включая сеть магазинов, рассматриваем как естественную реакцию субъектов торговли на проникновение и распространение применения информационно-коммуникационных технологий в торговле и среди населения. Согласно данным отчета «Digital Reports 2024» на начало 2024 года 89,5 % населения Беларуси пользуется Интернетом. Данный показатель по Беларуси превышает среднемировое значение показателя на 23 %.

Для характеристики обеспеченности населения магазинами и торговыми площадями применяется показатель, отражающий их наличие на 10000 человек населения. Представим обеспеченность населения Беларуси магазинами и интернет-магазинами в расчете на

10000 человек населения (рис. 2). Роль интернет-магазинов в торговом обслуживании существенно возросла в исследуемом периоде. Если в 2010 г. на 10000 человек населения Беларуси приходилось 43 магазина и 3 интернет-магазина (традиционные магазины в 14 раз превышали аналогичный показатель по интернет-магазинам), то к 2020 году показатель составил 64 магазина и 24 интернет-магазина (разрыв между показателями уменьшился в 5 раз), а в 2023 году – 65 магазинов и 31 интернет-магазин. Полученные данные позволили сделать вывод, что востребованность интернет-магазинов в торговом обслуживании населения достаточно высокая, в результате чего соотношение магазинов и интернет-магазинов составило 2 к 1. Следовательно, практически каждый третий объект для покупок является интернет-магазином, что определяет и рост доли электронной торговли в розничном товарообороте страны. Исследования влияния интернет-магазинов на поведение покупателей представлены в отдельных научных публикациях [4, 5].



Рис. 2 - Динамика отдельных показателей развития розничной торговли Беларуси в 2010 – 2023 гг.

Проведенное исследование позволило сделать вывод, что в условиях цифровизации экономики трансформационные процессы протекают и в розничной торговле, изменяя подходы к организации торгового обслуживания. В розничной торговле выделилось два сектора торгового обслуживания: традиционный и цифровой. При этом цифровой сектор розничной торговли в исследуемом периоде продемонстрировал бурное развитие, повлекшее ряд изменений в структуре розничных торговых объектов: сокращение доли нестационарных торговых объектов, уменьшение количества

магазинов и их укрупнение за счет увеличения показателей торговых площадей. Переломным стал 2022 год, когда впервые статистические показатели, характеризующие состояние розничных торговых объектов республики, продемонстрировали снижение. Отметим, что сохраняется тенденция роста доли электронной торговли в розничном товарообороте Беларуси, что соответствует мировым трендам развития розничной торговли.

Список использованных источников

1. Климченя, Л.С. Цифровая трансформация и концепции розничной торговли / Л.С. Климченя // Интеллектуальная инженерная экономика и Индустрия 5.0 (ИНПРОМ): сб. трудов X Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 25-28 апреля 2024 г. В 2 т. Т.1. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2024 – С. 406-410.
2. Климченя, Л. С., Давидовская, И. А. Развитие розничной электронной торговли Республики Беларусь как фактор формирования электронной экономики/ Л. С. Климченя, И. А. Давидовская // Научные труды БГЭУ. – Минск: БГЭУ, 2014. – Вып.7. – С.211-217.
3. Климченя, Л. С., Давидовская, И. А. Развитие сети электронных магазинов в Беларуси / Л. С. Климченя, И. А. Давидовская // Научные труды БГЭУ. – Минск: БГЭУ, 2012. – Вып.5. – С.146-152.
4. Безпалько, Л. В. Источники доверия покупателей интернет-магазинов с позиции теории поколений/ Л. В. Безпалько // Белорусский экономический журнал. –2023. – № 2 (103). – С. 139-152.
5. Климченя, Л. С., Флерко, С. Л. Интернет-магазины и их влияние на потребительское поведение / Л. С. Климченя, С. Л. Флерко // Экономическая психология инновационного менеджмента: сб. научн. статей XI Всерос. науч.-практ. конф., Брянск, 28 дек. 2020 г. - Брянск: БГТУ, 2020. – С. 95-100.

УДК 330.34

П. Г. Крупская, Л. А. Демко, И.И. Полоз
Белорусский национальный технический университет,
Минск, Беларусь

ДИЗАЙН КАК ИНДИКАТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА

Аннотация. Дизайн играет важную роль в формировании национальной идентичности, конкурентоспособности и экономического роста страны. Данная