

Важно, чтобы градостроительные решения принимались с учётом баланса между развитием и сохранением сельскохозяйственного потенциала. Это особенно актуально для пригородных зон, где давление на землю наиболее высокое. Реализация таких мер позволит не только замедлить сокращение сельхозземель, но и повысить устойчивость аграрного сектора в условиях современных экологических и экономических вызовов.

Заключение. Анализ динамики землепользования в Республике Беларусь выявил устойчивое сокращение площади сельскохозяйственных угодий, что отражает сложные процессы трансформации ландшафта под влиянием природных и антропогенных факторов. Согласно выводам, представленным в работе Гордейчик С. В., устойчивое развитие невозможно без эффективного использования сельхозугодий [7, с. 27]. Снижение продуктивности отдельных участков, расширение инфраструктурных зон и экологические ограничения формируют вызовы, требующие системного реагирования. В рамках данной работы предложены направления, способствующие сохранению аграрного потенциала: совершенствование механизмов контроля, внедрение мониторинговых систем и экологически ориентированное планирование. Перспективным представляется дальнейшее изучение влияния климатических изменений, эффективности восстановительных мероприятий и возможностей адаптации деградированных территорий к современным условиям.

Список цитируемых источников

1. Изменение ресурсов и почв — URL: <https://belarus.by/be/belarus/beleh/article.php?id=388> (дата обращения: 01.01.2021).
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: <https://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 05.10.2025).
3. Земельные ресурсы Республики Беларусь: состояние и перспективы рационального использования / Науч.-практ. центр НАН Беларуси по земледелию. — Минск : НПЦ по земледелию, 2020. — 112 с.
4. Почвы Беларуси: эколого-геохимическое состояние. Геоинформационный портал БГУ. — URL: <https://www.geokhi.by/soil/soil03.pdf> (дата обращения: 01.01.2021).
5. Национальный атлас Беларуси / Редкол.: Г. П. Пашков и др. — Минск : Белкартография, 2002. — 208 с.
6. Актуальные проблемы деградации сельскохозяйственных земель в Беларуси / Под ред. В. А. Шевцова // Земледелие и экология. — 2021. — № 3. — С. 45–52.
7. Гордейчик, С. В. Формирование человеческого капитала в эпоху информатизации экономики / С. В. Гордейчик // Вестник БарГУ. Серия: Исторические науки и археология. Экономические науки. Юридические науки. — 2023. — Вып. 14. — С. 25–30.

УДК: 004.67

Д. Ю. Марченко

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель Д. В. Низовец

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Введение. В 2025 году цифровая трансформация экономики достигла точки, когда наличие интернет-магазина превратилось из конкурентного преимущества в обязательное условие для выживания и роста большинства компаний. Интернет-магазин стал комплексной системой для привлечения клиентов, формирования лояльности и сбора уникальных данных о потребителях. В условиях, когда потребительский путь начинается и заканчивается в сети, способность компании эффективно использовать этот инструмент напрямую определяет ее рыночные позиции.

Основная часть. По данным мирового статистического портала «Datareportal», 69,3% населения Республики Беларусь произвели хотя бы один цифровой платеж за прошлый год. Эти цифры говорят о массовом освоении населением банковских приложений, онлайн-банкинга и электронных кошельков. Финансовая услуга перестала быть просто функцией хранения денег и стала инструментом для повседневных операций. При этом потенциал для роста еще огромен. Тот же отчет показывает, что доля людей, совершивших непосредственно покупку через мобильный телефон или интернет, составляет 30%. Это означает, что каждый третий белорус уже является активным участником интернет-торговли [2].

Ключевые тенденции развития интернет-торговли в Беларуси по данным Белстата:

1. Быстрый рост доли рынка. В 2024 году доля оборота интернет-магазинов в общем розничном товарообороте организаций торговли достигла 11,7%. Для сравнения: в 2022 году показатель составлял 6%, в 2023 году — 8,1%. Таким образом, за два года интернет-торговля увеличила свою долю в рознице более чем в два раза. Такой рост явно свидетельствует о значимом изменении в поведении потребителей.

2. Расширение числа участников рынка. Количество зарегистрированных интернет-магазинов к 2025 году достигло почти 31 тысячи, что в три раза превышает показатели десятилетней давности.

3. Структура рынка. 53% онлайн-площадок принадлежат юридическим лицам, остальные 47% — индивидуальным предпринимателям. С 2021 года количество субъектов интернет-торговли выросло с 16 тысяч до 19,5 тысяч.

4. Увеличение товарооборота. В 2024 году товарооборот интернет-магазинов составил почти 10,2 млрд рублей, что почти вдвое больше, чем годом ранее. На непродовольственные товары приходилось 95% всех онлайн-продаж [1].

Среди основных причин такой быстрой трансформации можно выделить то, что банки активно развивают удобные и безопасные мобильные приложения, делая цифровые платежи простыми, рост числа магазинов заставляет их бороться за клиента через улучшение сервиса, логистики и ассортимента. Также на это сказывается повсеместная доступность интернета и смартфонов и удобство, экономия времени и часто более выгодные цены в онлайн-среде.

Подобная статистика позволяет прогнозировать, что в ближайшие годы мы увидим дальнейшее увеличение как доли рынка, так и зрелости сервисов. Роль интернет-магазинов будет непрерывно расти и становиться все более важным атрибутом любой компании на рынке.

Более глубокий анализ показывает, что рынок онлайн-продаж в Беларуси имеет четкую структуру. Две трети всего объема продаж непродовольственных товаров приходится всего на 7 ключевых категорий:

1. Одежда — 1,86 млрд руб.
2. Электробытовые приборы и комплектующие — 1,6 млрд руб.
3. Автокомпоненты — 864,8 млн руб.
4. Строительные материалы — 748,9 млн руб.
5. Компьютеры, программное обеспечение, периферийные устройства, телеком и аудиовидеотехника — 605,3 млн руб.
6. Парфюмерия и косметика — 423,3 млн руб.
7. Мебель — 406,5 млн руб. [3].

Для компаний, работающих в этих семи секторах, наличие функционального и удобного интернет-магазина перестало быть конкурентным преимуществом и превратилось в стратегическую необходимость. Аудитория, готовая покупать эти товары онлайн, уже сформирована и исчисляется миллионами человек. Отсутствие онлайн-точки входа означает добровольный отказ от огромной, лояльной и растущей доли рынка. В каждой из этих категорий представлены десятки и сотни игроков. Борьба ведется за место в поисковой выдаче, за удобство фильтрации товаров, за скорость загрузки страниц и качество фотографий, и тот, кто предлагает лучший пользовательский опыт, побеждает.

На фоне стремительного роста белорусского e-commerce набирает обороты и ключевая стратегическая дилемма для производителей и ритейлеров: продавать через маркетплейсы или развивать собственный интернет-магазин? Маркетплейсы, безусловно, предлагают мгновенный доступ к огромной аудитории и готовую логистическую инфраструктуру, но собственный интернет-магазин — это не просто канал продаж, это инструмент построения цифрового бренда. Собственный сайт позволяет собирать собственную базу клиентов, напрямую общаться с ними, понимать их потребности через аналитику и строить долгосрочные лояльные отношения. Также он позволяет не зависеть от комиссий маркетплейса, самим устанавливать цену и проводить акции.

Заключение. Цифровая реальность все глубже проникает в повседневную жизнь белорусов, и свежие данные международных и национальных статистических порталов лишь подтверждают эту информацию. Высокий уровень проникновения онлайн-платежей служит прочным фундаментом для дальнейшего роста интернет-продаж. Рынок вышел из нишевого статуса и стал значимой, динамичной частью всей экономики. Поэтому инвестиции в развитие онлайн-канала, его глубокую интеграцию в бизнес-процессы и маркетинг являются ключевым императивом для сохранения конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

Список цитируемых источников

1. Ключевые тенденции развития интернет-торговли в Беларуси. — URL: <https://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 24.09.2025).
2. Показатели интернет-торговли в Беларуси. — URL: <https://datareportal.com> (дата обращения: 24.09.2025).
3. Изменения правил работы интернет-торговли в Беларуси. — URL: <https://neg.by> (дата обращения: 24.09.2025).

УДК 339.138

А. Н. Матвеева

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

ЗНАЧЕНИЕ МОДЕЛИ М. ПОРТЕРА «ПЯТЬ СИЛ КОНКУРЕНЦИИ» ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ

Введение. Товарная политика является важным инструментом для адаптации компании к конкурентной среде. Она позволяет эффективно использовать ресурсы и достигать рыночных целей, учитывая действия конкурентов. Модель Майкла Портера, также известная как «Пять сил конкуренции», помогает анализировать конкурентную среду и определять стратегию поведения компании на рынке. Она включает в себя анализ пяти