

Одной из причин выбора в пользу онлайн-покупок для потребителей является возможность сэкономить. По данным исследования NielsenIQ, в 2023 г. 7 из 10 товаров на онлайн-рынке были куплены по скидке [4]. По сравнению с 2022 г. доля промопродаж в интернете выросла сразу на 5 п.п. и достигла в среднем 71 %, тогда как на офлайн-рынке развивается обратный тренд.

Источники

1. Немного ошеломляющей статистики об электронной коммерции // New Scentral Asia. — URL: <https://www.newscentralasia.net/2024/10/11/nemnogo-oshelomlyayushchey-statistiki-ob-elektronnoy-kommertsii/> (дата обращения: 17.11.2024).

2. Новости // ibMedia. — URL: <https://ibmedia.by/news/> (дата обращения: 13.11.2024).

3. Интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: <https://dataportal.belstat.gov.by/osids/home-page> (дата обращения: 13.11.2024).

4. Интернет-торговля в Беларуси удвоилась за 5 лет. Что этому способствовало // ibMedia. — URL: <https://ibmedia.by/news/internet-torgovlya-belarus/> (дата обращения: 17.11.2024).

А. Д. Мельникова, И. Д. Наумович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Л. В. Безпалько**

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Торговый центр (ТЦ) — это совокупность расположенных на определенной территории, спланированных и управляемых как единое целое торговых объектов, объектов общественного питания и иных объектов, в которых реализуются товары и оказываются услуги населению [1]. С учетом торговой зоны обслуживания выделяют четыре вида ТЦ, что отражено в табл.

Виды и характеристика ТЦ с учетом торговой зоны обслуживания [2]

Вид ТЦ	Характеристика ТЦ	Примеры ТЦ в Беларуси
1	2	3
Микрорайонный	Осуществляет торговлю товарами первой необходимости и предлагает услуги повседневного спроса на площадях до 3000 м ² , рассчитанный на число	ТЦ «Праздник» (Минск), ТЦ «Меркур» (Минск), ТЦ «Центральный» (Барановичи) и др.

1	2	3
	покупателей до 10 тысяч, в 5–10-минутной пешеходной доступности. Основной оператор ТЦ — универсам	
Районный	Площадь до 10 000 м ² , первичная торговая зона ТЦ находится в пределах 5–10 мин транспортной доступности, количество покупателей достигает до 40 000 чел. Основной оператор ТЦ — супермаркет или гипермаркет	ТЦ Galleria Minsk, ТЦ Galileo (Минск), ТЦ «Замок» (Минск), ТЦ «Вест» (Солигорск) и др.
Региональный	Площадь от 10 000 м ² , первичная торговая зона ТЦ находится в пределах 10–20 мин транспортной доступности, количество покупателей составляет от 40 000 до 150 000 чел. В структуре ТЦ присутствуют универмаг, а также крупные специализированные магазины	ТЦ Dana Mall (Минск), ТЦ «Тринити» (Гродно)
Межрегиональный	Площадь от 50 000 м ² , характеризуется широким выбором товаров, транспортной доступностью 1,5 часа, количеством посетителей от 300 000 чел. и более. Строится вокруг трех и более универмагов площадью не менее 7000 м ² каждый	Такой вид ТЦ в Республике Беларусь отсутствует

Динамика изменения числа ТЦ в Беларуси за 2019 г. — сентябрь 2024 г. представлена на рисунке. На 1-е полугодие 2024 г. количество ТЦ составило около 590. Наибольшее их число (более 100) расположено в Минске, а также в Гомельской области, наименьшее (около 56) — в Гродненской области.



Динамика развития торговых центров
в Беларуси за 2019 г. — сентябрь 2024 г., ед. [3]

В будущем ожидаются следующие тенденции развития ТЦ в Беларуси [4]:

- превращение ТЦ из торговых в общественно-досуговые и развлекательные;

- улучшение условий пребывания покупателей в ТЦ;
- увеличение количества пунктов выдачи онлайн-заказов и других цифровых сервисов.

Источники

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания : Закон Респ. Беларусь от 8 янв. 2014 г. № 128-З : с изм. и доп. от 7 марта 2024 г. 358-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11400128> (дата обращения: 21.11.2024).
2. Платонов, В. Н. Организация и технологии торговли : учебник / В. Н. Платонов, Л. С. Климченя. — Минск : БГЭУ, 2017. — 426 с.
3. Внутренняя торговля и общественное питание Республики Беларусь : стат. буклет. — Минск, 2023. — 60 с.
4. Тенденции развития рынка торговых центров в Беларуси на 2022–2025 годы // BelRetail.by. — URL: <https://belretail.by/article/tendentsii-razvitiya-ryinka-torgovyih-tsentrov-v-belarusi-na-godyi> (дата обращения: 21.11.2024).

К. А. Меньшенин
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. А. Касабуцкая

БЛОКЧЕЙН В ТОРГОВЛЕ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Блокчейн в настоящее время становится мощным инструментом, который обеспечивает прозрачность бизнеса, улучшает контроль качества и повышает доверие потребителей. Представляя собой распределенную базу данных, которая хранит информацию обо всех транзакциях участников системы в виде цепочки блоков, блокчейн гарантирует ее достоверность. Потенциал и возможности использования данной технологии в цепочках поставок ресторанного бизнеса могут быть рассмотрены на каждом его этапе.

Первый этап связан с прозрачностью и отслеживанием происхождения продуктов: блокчейн позволяет точно отслеживать путь каждого ингредиента от фермы или производителя до ресторана. Это помогает клиентам узнать, откуда взяты продукты, их свежесть и соответствие стандартам. В рамках сертификации качества существует возможность записывать в блокчейн данные о проверках качества, органических сертификатах и экологической устойчивости продуктов. Информация предоставляется в реальном времени, т.е. рестораны могут получать актуальные данные о местонахождении поставок, сроках хранения и условиях транспортировки.