

чтобы догонять мировые тренды и конкурировать с российскими платформами, белорусским маркетплейсам необходимо активно внедрять AR-решения.

Для этого можно предложить следующие рекомендации по внедрению технологии AR: запуск пилотных проектов перед масштабированием; адаптация AR под целевую аудиторию; измерение эффективности (конверсия, возвраты, вовлеченность); выбор удобных платформ; подготовка персонала.

Источник

1. Рукавишникова, Т. В. 3D-симуляция и визуализация одежды: инновации и перспективы / Т. В. Рукавишникова // *Universum: технические науки*. — 2025. — Т. 3, № 9. — С. 39–52.

Е. В. Акимова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. Е. Свирейко, канд. экон. наук, доцент

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ УП «МИНСКИЙ ПАРНИКОВО-ТЕПЛИЧНЫЙ КОМБИНАТ»

Ассортиментная политика является одним из ключевых инструментов обеспечения соответствия продукции структуре спроса и повышения конкурентоспособности предприятия. Научные подходы к управлению ассортиментом, представленные в трудах отечественных исследователей, подчеркивают важность системного анализа номенклатуры и ее адаптации к рыночным условиям [1].

Совершенствование ассортиментной политики предполагает оценку широты, глубины и сбалансированности ассортимента, а также анализ структуры спроса и выявление товаров-лидеров. Применение инструментов ABC-анализа и сегментации позволяет определить потребительские предпочтения и установить стратегические товарные группы, формирующие основной объем продаж.

УП «Минский парниково-тепличный комбинат» использует современные технологии выращивания овощей закрытого грунта и обеспечивает стабильное качество продукции. Ассортимент предприятия включает огурцы, томаты, зеленные культуры, цветочную продукцию и грибы, что обеспечивает удовлетворение потребностей конечных потребителей и торговых сетей. Благодаря деятельности предприятия обеспечивается частичное замещение импорта овощей, составляющего умеренную долю в продажах [2, с. 62].

Проведенный анализ показал, что наиболее значимыми товарными группами в структуре реализации предприятия являются томаты, огурцы и цветочная рассада. Одновременно выявлены товарные группы с невысокой долей продаж, требующие корректировки или нового подхода к продвижению. Сегментация покупателей позволила определить четыре ключевых сегмента, различающихся по мотивам приобретения и уровню лояльности.

Данные Белстата подтвердили низкую рыночную долю предприятия в масштабах республиканского рынка, что определяет необходимость расширения ассортиментной матрицы и углубления работы с торговыми сетями. Степень обновляемости ассортимента составила 26 %, что свидетельствует о достаточной активности предприятия в поиске новых ниш.

Для совершенствования ассортиментной политики УП «Минский парниково-тепличный комбинат» предлагается оптимизировать ассортиментную матрицу, расширить линейку зеленных культур и грибов, а также усилить продвижение товаров группы А. Реализация этих мер обеспечит рост объемов продаж, укрепит конкурентные позиции предприятия.

Источники

1. *Сатарова, И. В.* Формирование ассортиментной политики предприятия / И. В. Сатарова, Е. А. Луканова // Вопросы студенческой науки. — 2022. — № 3. — С. 169–177.
2. *Свирейко, Н. Е.* Импортозамещение потребительских товаров: проблемы и перспективы / Н. Е. Свирейко, Р. П. Валевич // Белорусский экономический журнал. — 2024. — № 2. — С. 58–67.

Е. В. Акимова, В. А. Малиновская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ В ТОРГОВЛЕ БЕЛАРУСИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В условиях цифровой трансформации экономики электронный документооборот (ЭДО) становится одним из инструментов повышения эффективности торговых процессов в Республике Беларусь. Его актуальность определяется ростом электронной торговли, расширением перечня прослеживаемых и маркируемых товаров, а также государственной политикой по отказу от бумажных документов. По данным Белстата, объем интернет-торговли в 2024 г. достиг 1,05 млрд р., а ее