

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

доля в розничном обороте составила 11,7 %, что подтверждает активную цифровизацию торгового сектора [1].

Наиболее значимые изменения произошли в сфере электронных накладных. Количество участников ЭДО увеличилось с 483 предприятий в 2020 г. до 34 тыс. в 2024 г., а объем электронных накладных достиг 18,4 млн документов, что составляет более 10 % всех накладных в стране [2].

В 2025 г. ожидается дальнейшее расширение ЭДО, поскольку перечень прослеживаемых товаров увеличивается с 3 до 39 товарных групп, включая молочную продукцию, крупы, бытовую технику, парфюмерию и др. Это создает дополнительные стимулы для предприятий торговли переходить на электронные формы документооборота.

Одной из ключевых проблем развития ЭДО является низкая вовлеченность малого и среднего бизнеса. Многие МСП не располагают необходимыми ресурсами и компетенциями для внедрения современных систем документооборота, что приводит к сохранению бумажного обмена документами. Вторая существенная проблема связана с трансграничным ЭДО. Хотя Беларусь и Россия подписали соглашение о взаимном обмене электронными документами, его полная реализация затруднена из-за отсутствия поддержки белорусской электронной подписи на стороне российских операторов. Полноценный запуск трансграничного ЭДО прогнозируется не ранее 2027 г. Кроме того, на развитие ЭДО влияет недостаточная стандартизация документов, не связанных с движением товаров: актов, счетов, договоров, документов перевозчиков. В 2024 г. предприятия создали более 3 млн электронных документов свободной формы, однако до сих пор отсутствуют единые требования к их оформлению. Также требуется дальнейшее совершенствование технической инфраструктуры ЭДО: развитие механизмов «роуминга» между операторами, обеспечение совместимости систем, усиление мер по защите данных.

Перспективы развития ЭДО в Беларуси благоприятные. Увеличение числа аккредитованных операторов, развитие сервисов госуслуг, расширение перечня обязательных электронных документов и формирование нормативной базы создают условия для повышения эффективности торговой деятельности.

Таким образом, электронный документооборот становится неотъемлемой частью современного механизма функционирования торгового бизнеса в Беларуси. Его дальнейшее развитие будет определяться степенью готовности предприятий к цифровизации, совершенствованием нормативной правовой базы и интеграцией в международные электронные системы документооборота.

Источники

1. *Мацевило, А.* Объем электронной торговли в Беларуси вырос более чем в 5 раз за 5 лет / А. Мацевило // Экономическая газета. — URL:

<https://neg.by/novosti/otkrytj/obem-elektronnoy-torgovli-v-belarusi-vyros-bolee-chem-v-5-raz-za-5-let> (дата доступа: 15.11.2025).

2. Заяц, Д. МНС ожидает роста электронного документооборота / Д. Заяц // Экономическая газета. — URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/mns-ozhidaet-rosta-obema-elektronnogo-dokumentooborota> (дата обращения: 15.11.2025).

С. А. Ананич, К. А. Боленкова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. А. Касабуцкая

СИСТЕМА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СПРОСА И УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ В MCDONALD'S КАК СПОСОБ УЛУЧШЕНИЯ СЕТИ MAK.BY

Столкнувшись с вызовами после ребрендинга, сеть Mak.by имеет уникальное преимущество — в основе его логистической системы лежит система управления McDonald's. Использование бенчмаркинга позволит адаптировать кейсы, используемые McDonald's для возврата лидерских позиций на рынке Беларуси, после официального ухода франшизы McDonald's в 2022 г.

McDonald's всегда был одним из новаторов в сфере продвижения своей продукции и услуг. И можно сказать, что эффективная логистическая сеть стала одним из главных факторов. Компания сталкивается с необходимостью мгновенного производства, поддержания широкого ассортимента и обработки пиковых нагрузок одновременно. Короткий срок хранения продукции и резкие всплески спроса требуют точного прогнозирования, чтобы избежать как излишков, так и дефицита.

Для оптимизации управления запасами McDonald's создал замкнутую систему, где логистика данных напрямую управляет физической логистикой — поставками и производством на кухне. Точками сбора данных в этой системе выступают кассовые системы и киоски самообслуживания, где каждый заказ фиксируется с привязкой ко времени, ресторану и составу, а также системы, учитывающие внешние данные, такие как погода (в жару растут продажи мороженого и холодных напитков), местные события (футбольный матч рядом), день недели и время года.

Собранные данные анализируются с помощью алгоритмов машинного обучения, которые формируют персонализированные прогнозы для каждого ресторана. Для поставок это значит, что региональные распределительные центры могут получать агрегированные прогнозы от всех ресторанов в своем регионе. Это позволяет точно планировать закупки и поставки полуфабрикатов, минимизируя рис-