

конкурентоспособность продукции на отечественном и зарубежном рынках [3].

Таким образом, рынок кондитерских изделий Беларуси демонстрирует устойчивость и потенциал для роста. Дальнейшее развитие отрасли будет зависеть от способности производителей адаптироваться к глобальным трендам и оптимизировать издержки в условиях роста цен на сырье.

Источники

1. Промышленность Республики Беларусь, 2024 : стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. — Мн., 2024. — 157 с.

2. Эксперты рассказали о трендах и инвестициях в качество белорусского кондитерского рынка // SB.BY. Беларусь сегодня. — URL: <https://www.sb.by/articles/takoy-on-belorusskiy-fenomen.html> (дата обращения: 20.11.2025).

3. Сидорова, Е. Анализ рынка кондитерской продукции / Е. Сидорова // Аграрная экономика. — 2024. — № 4. — С. 88–92.

В. В. Лебедева, А. Г. Коломиец, И. А. Полоусов
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель — **О. А. Касабуцкая**

ГИПЕРЛОКАЛЬНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ: ТРАНСФОРМАЦИЯ МОДЕЛЕЙ ДИСТРИБУЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Современный этап развития, характеризующийся повсеместной цифровизацией, детерминирует возникновение принципиально новых бизнес-моделей и трансформацию традиционных рыночных отношений. Одной из ключевых тенденций последних лет стало развитие *гиперлокальной бизнес-модели*. Современный потребитель все больше ценит мгновенное удовлетворение своих запросов, и именно этот спрос делает гиперлокальную коммерцию столь важным явлением.

Данная модель представляет собой онлайн-бизнес, в рамках которого потребности клиентов оперативно удовлетворяются с помощью доставки из местных офлайн-магазинов посредством специализированной цифровой платформы. В основе описанной модели лежат два принципа: географическая близость и минимальное время доставки, что позволяет эффективно обслуживать потребителей в пределах четкой ограниченной территории.

Рост гиперлокальной коммерции обусловлен комплексом факторов: повсеместным распространением смартфонов и мобильного ин-

тернета, развитием логистической инфраструктуры, изменением потребительских привычек и общей цифровизацией бизнеса. Особенно мощным катализатором стала пандемия COVID-19, сделавшая бесконтактную доставку не просто удобством, а необходимостью.

Согласно отчету Dentsu мировой рынок гиперлокальных услуг демонстрирует совокупный среднегодовой темп роста (CAGR) в 14,9 % и к 2030 г. может достичь объема в 5188,6 млрд долл. США. Лидером спроса является доставка еды, при этом 33 % пользователей ценят в сервисе скорость, а 27 % — уникальность предложения. Гиперлокальный рынок обладает рядом конкурентных преимуществ, основанных на территориальной близости. Благодаря чему достигается скорость доставки, недоступная традиционным ретейлерам, а местные магазины получают доступ к онлайн-аудитории без создания собственных платформ. Дополнительными преимуществами становятся автоматизация управления запасами и возможность тонкой настройки ки-сервиса под локальные особенности спроса [1].

Перспективы развития гиперлокальной модели связаны с расширением ассортимента за пределы товаров первой необходимости и географической экспансией в сельскую местность. Также ее дальнейшая трансформация будет определяться внедрением искусственного интеллекта (ИИ) для прогнозирования спроса и повсеместной автоматизацией доставки с использованием дронов и роботов-курьеров.

Таким образом, гиперлокальная электронная коммерция трансформируется из ситуационного решения в устойчивый элемент цифровой экономики. Ее основой является синтез цифрового удобства и физической близости, что наилучшим образом отвечает запросу современного потребителя на скорость и персонализацию. Дальнейший рост сегмента будет определяться технологическими инновациями, такими как ИИ и роботизация, и экспансией в новые географические и товарные ниши.

Источник

1. *Румянцева, Н.* Как развитие гиперлокальной доставки может изменить сферу e-commerce / Н. Румянцева // inSales. — URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/giperlokalnaya-dostavka> (дата обращения: 11.11.2025).