

СТРАТЕГИИ АДАПТАЦИИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ К ВЫЗОВАМ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Стремительный рост электронной коммерции кардинально меняет розничный ландшафт Беларуси, вынуждая традиционные торговые центры пересматривать свои роли и бизнес-модели. Главным вызовом стало сокращение покупательского трафика в физические магазины, что стимулирует ретейлеров к поиску инновационных путей для сохранения конкурентоспособности.

В 2025 г. маркетплейсы утвердились в качестве одного из самых динамичных каналов продаж, особенно в fashion-сегменте. По темпам роста они обгоняют онлайн-платформы самих ретейлеров, уступая лишь офлайн-продажам. Статистика подтверждает этот тренд: например, продажи белорусских товаров через такие площадки, как Wildberries и Emall, в 2024 г. выросли на 75 %, и эта положительная динамика сохраняется [1].

В ответ на снижение трафика торговые центры активно трансформируются из pure-play-ретейла в многофункциональные досуговые центры — так называемые третьи места. Стратегия заключается в создании эмоциональной связи с посетителями через развлечения и гастрономию.

Эта стратегия отражается на структуре аренды: наблюдается значительный рост доли объектов общественного питания и развлекательных зон. Только за первое полугодие 2023 г. в Беларуси открылось около 490 новых точек общепита, что наглядно демонстрирует смещение акцента на сторону досуговой функции [2].

Для повышения операционной эффективности и улучшения сервиса торговые центры активно внедряют цифровые решения. Бесконтактные платежи, мобильные приложения, программы лояльности и автоматизация промоакций становятся стандартом. Эти усилия поддерживаются на государственном уровне. Госпрограмма развития торговли до 2035 г. акцентирует необходимость цифровой трансформации и развития гибридных моделей. Результаты налицо: за последние 5 лет объем электронной торговли в Беларуси вырос более чем в 5 раз, превысив в 2024 г. 1 млрд р., а ее доля в ВВП удвоилась (с 0,2 до 0,4 %) [3].

Белорусские ретейлеры меняют подход к маркетплейсам, видя в них не только угрозу, но и возможность. Развитие совместных проектов, запуск эксклюзивных товарных линий и создание нишевых цифровых платформ позволяют компаниям расширять аудиторию и адаптировать бизнес-модели. Этот тренд гибридизации подтверж-

дается ростом спроса на онлайн-покупки в Беларуси (в 2025 г. увеличился на 45 %).

Торговые центры Беларуси переживают глубокую структурную трансформацию. Их будущий успех будет зависеть от способности создать синергию между тремя ключевыми элементами: редизайн пространства (создание многофункциональных досуговых кластеров), внедрение передовых цифровых технологий, стратегическое партнерство с игроками онлайн-рынка.

Источники

1. Маркетплейсы в Беларуси: главные нововведения и отечественные товары на пике популярности // proleasing. — URL: <https://pro.by/blog/news/marketpleysy-v-belarusi-glavnye-novovvedeniya-i-otechestvennye-tovary-na-pike-populyarnosti> (дата обращения: 11.11.2025).

2. Кошелев, Д. Новые торговые центры и старые вызовы: как дела на рынке ретейлера Минска / Д. Кошелев // ТОЧКА. — URL: https://tochka.by/articles/economics/novye_torgovye_tsentry_i_starye_vyzovy_kak_dela_na_rynke_reteyla_minska/ (дата обращения: 11.11.2025).

3. Wildberries о статистике продаж белорусских товаров через маркетплейс // Экономическая газета. — URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/wildberries-o-statistike-prodazh-belorusskikh-tovarov-cherez-marketpleys/> (дата обращения: 11.11. 2025).

А. Б. Тетерёнок
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. И. Гуторова

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В БОРИСОВЕ

В современном мире развитие промышленного туризма становится эффективным инструментом диверсификации экономики и продвижения регионов, способствуя привлечению инвестиций, формированию новых рабочих мест и укреплению имиджа города как инновационного центра.

Город Борисов сегодня является одним из ведущих промышленных центров Минской области. Здесь проживают около 140 тыс. чел., экономику города определяют машиностроительная, деревообрабатывающая и пищевая отрасли. Географическое положение Борисова, его близость к Минску (около 70 км) и развитая транспортная инфраструктура создают благоприятные условия для привлечения инвестиций и развития туризма.

Одним из наиболее перспективных направлений в этом контексте становится промышленный туризм — форма путешествия, объединя-