О. И. Шутова, К. А. Саркан
БГЭУ (Минск)
*Научный руководитель — **Е. Ю. Ракова**, канд. экон. наук*

ПЛАТФОРМЕННЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Современная международная торговля характеризуется активной цифровизацией и переходом к новым форматам взаимодействия между участниками рынка. Одним из направлений стало развитие платформенных бизнес-моделей, которые обеспечивают прямую коммуникацию между производителями, поставщиками и конечными потребителями, минимизируя транзакционные издержки и повышая прозрачность торговых операций.

Платформенная модель представляет собой цифровую экосистему, объединяющую различные сегменты рынка в рамках единого информационного пространства. Такие системы обеспечивают автоматизацию процессов поиска партнеров, оформления заказов, расчетов и логистики, что способствует росту эффективности внешнеэкономической деятельности.

Наиболее яркие примеры успешного применения платформенных моделей наблюдаются в деятельности глобальных компаний, формирующих инфраструктуру электронной торговли. Так, платформа Alibaba обеспечивает малым и средним предприятиям доступ к международным рынкам, предлагая полный цикл услуг от поиска покупателей до оформления экспортных сделок и организации логистики. Это снижает барьеры входа на внешние рынки и стимулирует развитие экспортной активности [1].

Платформенные бизнес-модели в Российской Федерации активно развиваются и уже формируют основу цифровой инфраструктуры торговли. Наиболее крупными примерами являются экосистемы Ozon, Wildberries, Яндекс.Маркет, а также отраслевые B2B-платформы, объединяющие производителей, логистических операторов и финансовые сервисы в единое цифровое пространство. Их развитие способствует формированию устойчивых цепочек поставок, снижению транзакционных издержек и повышению прозрачности международных операций.

Республика Беларусь в этих условиях может развиваться по двум направлениям. Первое направление предполагает создание и укрепление национальных платформенных решений, среди которых выделяются маркетплейс 21vek.by и крупные цифровые площадки deal.by, onliner.by и kufar.by. Эти платформы формируют базовую инфраструктуру внутреннего цифрового рынка и обладают значительным потенциалом для развития в трансграничном формате. Однако такой подход требует значительных инвестиций, технологических

компетенций и государственной поддержки. Второе направление — интеграция с российскими платформами, что позволит быстрее расширить экспортные каналы, воспользоваться масштабируемой инфраструктурой и снизить издержки входа на международные рынки. В обоих случаях перспективным является использование искусственного интеллекта для анализа торговых потоков и адаптации цифровых платформ под потребности отдельных стран и отраслей, что в целом способствует повышению устойчивости, прозрачности и эффективности международной торговли.

Таким образом, платформенные бизнес-модели становятся ключевым инструментом повышения эффективности международной торговли, создавая основу для формирования более гибкой, цифровой и ориентированной на клиента глобальной экономики.

Источник

1. *Юйин, С.* Анализ стратегии и бизнес-модели Alibaba / С. Юйин // КиберЛенинка. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-strategii-i-biznes-modeli-alibaba (дата обращения: 27.11.2025).

А. А. Щаснович
БГЭУ (Минск)
*Научный руководитель — **А. И. Ярцев**, канд. экон. наук, доцент*

РАСШИРЕНИЕ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «АГРОКОМБИНАТ НЕСВИЖСКИЙ»

Агрокомбинат 29 лет является производителем сельскохозяйственной продукции (молоко коровье, мясо крупного рогатого скота, овощи закрытого грунта, зерно), а также осуществляет переработку мяса на двух производствах. В условиях глобализации и усиления конкуренции на внутреннем рынке организация развивает внешнеэкономическую деятельность, увеличивая экспорт мясной продукции собственного производства в Россию, Китай и Казахстан. В качестве перспективных рынков сбыта рассматривает страны Ближнего Востока. Главным составляющим экспортной деятельности ЗАО «Агрокомбинат Несвижский» является цена реализации мясной продукции, которая лежит в основе формирования доходности всего предприятия и выбора перспективности освоения новых рынков сбыта.

За 2024 г. выручка предприятия от реализации мясной продукции составила 55,1 млн р., или 60 % от общей выручки, темп роста к 2023 г. составил 147 %, что указывает на значимость этого направления на деятельность всего агрокомбината.