

DARK STORE КАК НОВЫЙ ПОДХОД К ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ

Пандемия заставляет ритейлеров не стоять на месте, а искать варианты для сохранения своей прибыли. Онлайн-торговля получила гигантский толчок в развитии. Особенно это касается товаров первой необходимости: продуктов, медикаментов и т.п. О дарксторах говорят сегодня как о перспективном формате FMCG (от английского Fast Moving Consumer Goods — товары повседневного спроса).

Суть такого магазина в том, что в нем хранятся товары, которые обеспечивают формирование онлайн-заказов. Главное отличие такого магазина от склада заключается в способе хранения товаров [1].

От обычных торговых объектов даркстор отличается отсутствием покупателей, яркой рекламы, привлекательного оформления и мерчандайзинга. Товары расположены максимально удобно на стеллажах с соблюдением правил товарного соседства, чтобы быстро собрать заказ [2]. Недостатки и преимущества dark store для собственников бизнеса и для покупателей отражены в таблице.

Недостатки и преимущества dark store для бизнеса и покупателей

	Для собственников бизнеса	Для покупателей
Преимущества	Легко обеспечить правильное хранение продуктов. Экономия на аренде. Сокращены расходы на маркетинг и мерчандайзинг	Меньше вероятности заразиться коронавирусом и другими инфекционными заболеваниями. Экономия времени на поход в магазин и стояние в очередях. Быстрая доставка
Недостатки	Главный риск — застрять на определенном объеме продаж. Высокие транспортные расходы. Зависимость от ИТ-инфраструктуры, серверов и работы приложения. Медленное развитие формата в странах СНГ	Жалобы на опоздания, просрочку, перепутанные артикулы при доставке. Консервативность и недоверие, особенно в регионах

Источники: собственная разработка на основе [1, 2].

Такой подход к онлайн-торговле, как dark store, уже доказал свою состоятельность во многих европейских государствах. Пусть в СНГ он внедряется чуть позже, но зато отечественные компании успешно перенимают и улучшают опыт зарубежных коллег. В Беларуси также уже есть несколько игроков, которые работают в данном сегменте (например, сервис экспресс-доставки «Ямигом», который недавно купил другого игрока — «Бегу»). Этот опыт позволяет им развиваться гораздо быстрее, а для покупателей упрощает процесс покупки.

Источники

1. Пока формат dark stores в Беларуси не развит, но за этим будущее рынка e-grocery [Электронный ресурс] // Belretail. — Режим доступа: <https://belretail.by/news/poka-format-dark-stores-v-belarusi-ne-razvit-no-zatim-budushee-ryinka-e-grocery>. — Дата доступа: 07.11.2021.

2. Что такое формат dark store в рознице [Электронный ресурс] // Бизнес.Ру. — Режим доступа: <https://www.business.ru/article/3679-dark-store>. — Дата доступа: 07.11.2021.

Д. В. Краснюк
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. П. Ефимова-Стадник, канд. экон. наук, доцент

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ АНТИМОНОПОЛЬНЫХ ОРГАНОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ РАССЛЕДОВАНИЙ

По данным Организации экономического сотрудничества и развития, за последние 30 лет число стран с антимонопольным законодательством увеличилось более чем в 6 раз: с менее чем 20 в 1990 г. до 140 в 2020 г.

Глобализация и цифровизация экономики привели к появлению трансграничных рынков, что увеличило потенциал для возникновения соответствующих вызовов для конкуренции. Национальные органы по вопросам конкуренции должны сотрудничать друг с другом для обеспечения эффективного и действенного применения антимонопольного законодательства и реализации экономических и социальных целей конкурентной политики в национальном и глобальном масштабах.

В частности, данная проблематика активно исследуется на многостороннем уровне такими организациями, как ОЭСР, Международная конкурентная сеть и ЮНКТАД. «На полях» последней разработан Инструментарий по международному сотрудничеству конкурентных ведомств по противодействию ограничительным деловым практикам