

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН-РЫНКОВ

Баркова Н. Г.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Аннотация. В статье анализируются тенденции цифровой трансформации агропродовольственного сектора Беларуси, включая развитие онлайн-торговых платформ, маркетплейсов и социальных сетей. Рассматриваются влияние государственных программ поддержки и внедрение современных технологий, таких как искусственный интеллект, на изменение моделей потребления и сбыт продукции. Исследование показывает, как цифровизация способствует повышению эффективности, формированию осознанного потребителя и развитию новых рыночных механизмов.

Summary. The article analyzes the trends of digital transformation in Belarus's agri-food sector, including the development of online trading platforms, marketplaces, and social networks. It examines the impact of government support programs and the implementation of modern technologies such as artificial intelligence on changing consumption and sales models. The study demonstrates how digitalization contributes to increased efficiency, the formation of an informed consumer, and the development of new market mechanisms.

Ключевые слова: цифровизация, агропромышленный комплекс, онлайн-торговля, маркетплейсы, социальные сети, искусственный интеллект, потребительские предпочтения.

Key words: digitalization, agro-industrial complex, online trading, marketplaces, social networks, artificial intelligence, consumer preferences.

В современных условиях цифровые технологии активно внедряются в агропромышленный комплекс Беларуси. Это способствует формированию новых моделей потребления и сбыта продукции. За последние годы наблюдается активное развитие онлайн-торговых платформ, маркетплейсов и социальных сетей, а также внедрение алгоритмов искусственного интеллекта. Все это приводит к кардинальным изменениям в привычках потребителей и структуре рынка, открывая новые возможности для бизнеса и повышения его эффективности.

Целью данного исследования является анализ современных тенденций цифровой трансформации агропромышленного комплекса Республики Беларусь, выявление влияния внедрения цифровых технологий на структуру рынка, модели потребления и сбыт продукции. Объектом исследования выступает агропродовольственный сектор Республики Беларусь в условиях цифровой экономики.

В настоящее время в условиях развития цифровой экономики правительство Республики Беларусь реализует комплекс мер, направленных на модернизацию отраслей народного хозяйства страны и создание условий для их цифровой трансформации. Можно отметить, что государственная поддержка играет ключевую роль в стимулировании внедрения цифровых технологий, в том числе и в агропромышленный комплекс (АПК). Особое значение имеет национальная программа цифровизации экономики, включающая развитие инфраструктуры высокоскоростного интернета, создание электронных платформ для сбора и анализа данных, а также поддержку инновационных решений в отраслях экономики. Благодаря этим инициативам фермеры и предприятия АПК получают доступ к современным цифровым инструментам, таким как системы точного земледелия, автоматизированные системы орошения и системы мониторинга урожайности и др. [1, 2].

Государство также оказывает поддержку малым и средним хозяйствам посредством грантов, субсидий и кредитных программ, что способствует приобретению современного оборудования, программного обеспечения и повышению квалификации специалистов, это стимулирует развитие локальных производителей и расширяют ассортимент продукции.

В совокупности все эти меры создают благоприятную среду для быстрого внедрения цифровых решений и повышению эффективности, устойчивости и конкурентоспособности АПК Беларуси, а также формированию более осознанного и информированного потребителя. Созданная благоприятная среда и условия позволяют говорить о появлении новых тенденций в развитии АПК, которые ведут к цифровой трансформации отрасли.

Важным аспектом, привлекающим особое внимание, являются изменения в потребительских предпочтениях. По данным национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2025 году удельный вес расходов на питание составил около 37 % в общем объеме потребительских расходов домашних хозяйств. Наибольшие расходы приходится на покупку мяса и мясных продуктов, молока и молочных продуктов, а также хлеба и хлебопродуктов. При этом отметим, что среднесуточные траты на продукты питания выросли до 30,3 бел. руб., что на 3,3 рубля больше, в сравнении с 2024 годом [3]. Это может свидетельствовать о росте спроса на свежие продукты с коротким сроком доставки. Одновременно увеличивается интерес к товарам с подтвержденной историей происхождения, особенно к натуральным и локальным (местным) продуктам. За это потребители готовы платить более высокую цену. Фактором формирования этих предпочтений стало требование прозрачности: покупатели активно ориентируются на отзывы, видео и прямые эфиры производителей, что способствует развитию модели «от поля до стола» (D2C).

Так, можно констатировать, что рост инфраструктурных возможностей и внедрение современных технологий сыграли важную роль в формировании новых моделей поведения покупателей. Увеличение числа абонентов по технологии GPON, превысившее 3 миллиона [1, 2], создает прочную базу для использования видео-контента, мобильных приложений и платформ «от поля до стола» и позволяет формировать у потребителя ощущение быстрого доступа к информации и персонализированным предложениям, что способствует развитию нового типа осознанных и требовательных покупателей. Одновременно наблюдается смещение акцента с традиционных крупных закупок в гипермаркетах на модели «on-demand», то есть доставка продуктов практически моментально после оформления заказа при возможности постоянного круглосуточного доступа к сайтам и платформам.

Переходя к развитию онлайн-рынков необходимо отметить, что их рост реализуется через три основных типа платформ. Среди них крупные маркетплейсы (Emall, Wildberries, Ozon), которые ежегодно расширяют ассортимент продуктов питания с длительным сроком хранения, включая мед, бакалею, сырные продукты и мясные деликатесы.

В то же время активно развивается сегмент специализированных агрегаторов, объединяющих мелкие хозяйства под одним брендом, например fermer.evroopt.by.

Дополнительное значение имеет развитие платформ электронных торгов (tender.gov.by, goszakupki.by, butb.by и др.) и маркетплейсов (fermerfood.by, shrub.by и др.), которые помогают малым производителям выходить на национальные и международные рынки. Они обеспечивают прозрачность цен, доступ к логистике и новым каналам сбыта, это способствует росту конкуренции и эффективности отрасли.

Не менее важным каналом сбыта стали социальные сети – Instagram, TikTok, Telegram и др. Эти платформы стали ключевыми для реализации скоропортящейся продукции, особенно молочных товаров, мясных продуктов, хлебобулочных изделий. Они позволяют не только продвигать товары, но и напрямую реализовывать их покупателям, что существенно расширяет возможности производителей.

Маркетинговые стратегии, применяемые в социальных сетях, тоже претерпели значительные изменения. Традиционные публикации о товаре уступили место созданию эмоциональной связи с потребителем. Сегодня производители предлагают подписки на регулярные поставки, например, еженедельную «продуктовую корзину», а также используют образовательный контент – демонстрацию процессов производства, сбора урожая и изготовления сыров. Такой подход способствует не только повышению доверия, но и укреплению связи между производителем и покупателем. В этом процессе важную роль играют чат-боты и

алгоритмы искусственного интеллекта, которые обеспечивают мгновенные консультации и автоматизированные заказы, делая взаимодействие более удобным и персонализированным.

Таким образом, в настоящее время Республика Беларусь демонстрирует устойчивое развитие цифровых каналов сбыта в агропродовольственном секторе. Эти процессы способствуют формированию более информированного, требовательного и осознанного потребителя. Внедрение современных технологий, таких как искусственный интеллект, и развитие инфраструктуры создают новые возможности для повышения эффективности и конкурентоспособности отрасли, одновременно меняя ее структуру и механизмы взаимодействия на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Результаты реализации государственной программы «Цифровое развитие Беларуси» в 2021-2025 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by/sites/default/files/infografika.pdf>. – Дата доступа: 25.02.2026.
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 30 декабря 2025 г. № 793 О Государственной программе «Цифровая Беларусь» на 2026-2030 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22500793>. – Дата доступа: 24.02.2026.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Мн., 1998-2026. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 24.02.2026.

УДК 657.1.011.56

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ УЧЕТА БИОЛОГИЧЕСКИХ АКТИВОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Белоусова П. С.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки, Республика Беларусь

***Аннотация.** В статье исследуются теоретико-методологические и практические аспекты трансформации системы бухгалтерского учета биологических активов в организациях АПК Беларуси в условиях цифровизации. Анализируется текущее состояние отрасли, характеризующееся ростом производства на 3,4 % в 2024 году и увеличением экспорта. Рассматриваются вопросы сближения национальных стандартов с МСФО 41, внедрение автоматизированных систем на базе 1С для мониторинга биотрансформации. Предложены подходы к оценке активов по справедливой стоимости и интеграции Big Data в учетный процесс. Исследование подчеркивает необходимость государственной поддержки цифровой инфраструктуры для обеспечения прозрачности и инвестиционной привлекательности аграрного сектора.*