

ЦИФРОВАЯ ПЛАТФОРМА ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ BEE-ONLINE.RU КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ КАНАЛ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РЫНОК СТРАН ЕАЭС

Л. В. БЕЗПАЛЬКО¹⁾

¹⁾Белорусский государственный экономический университет,
пр. Партизанский, 26, 220070, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Представлены результаты исследования, связанного с оценкой активности продвижения продукции белорусских производителей посредством евразийской цифровой платформы легкой промышленности *Bee-online.ru*. Произведены оценка выполнения плана цифровой платформы *Bee-online.ru* за 2023–2024 гг. и оценка степени представленности предприятий легкой промышленности Беларуси на платформе по состоянию на III квартал 2025 г. Выявлены основные проблемы, снижающие заинтересованность зарубежных заказчиков в формировании заказов у белорусских производителей легкой промышленности. Определены преимущества цифровой платформы как для производителей, так и для заказчиков, выделены недостатки функционала платформы. Произведена оценка корректности онлайн-присутствия белорусских производителей на платформе *Bee-online.ru* посредством анализа их аккаунтов и личных кабинетов; даны рекомендации.

Ключевые слова: ЕАЭС; легкая промышленность; цифровая платформа; *Bee-online.ru*; белорусские производители.

DIGITAL PLATFORM OF LIGHT INDUSTRY BEE-ONLINE.RU AS A PROMISING CHANNEL FOR PROMOTING PRODUCTS OF BELARUSIAN MANUFACTURERS TO THE MARKET OF THE EAEU COUNTRIES

L. V. BEZPALKO^a

^aBelarus State Economic University, 26 Partyzanski Avenue, Minsk 220070, Belarus

Abstract. The article presents the results of a study assessing the promotion of Belarusian manufacturers' products through the Eurasian digital platform for the light industry *Bee-online.ru*. The article assesses the fulfillment of the *Bee-online.ru* digital platform's plan for 2023–2024 and the level of representation of Belarusian light industry enterprises

Образец цитирования:

Безпалько ЛВ. Цифровая платформа легкой промышленности *Bee-online.ru* как перспективный канал продвижения продукции белорусских производителей на рынок стран ЕАЭС. Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. 2025;2:74–87.
EDN: PRWOZY

For citation:

Bezpalco LV. Digital platform of light industry *Bee-online.ru* as a promising channel for promoting products of Belarusian manufacturers to the market of the EAEU countries. *Journal of the Belarusian State University. Economics*. 2025;2:74–87. Russian. EDN: PRWOZY

Автор:

Людмила Викторовна Безпалько – старший преподаватель кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости факультета коммерции и туристической индустрии.

Author:

Lyudmila V. Bezpalco, senior lecturer at the department of commercial activity and real estate market, faculty of commerce and tourism industry.
bezpalco0@mail.ru

on the platform as of the 3rd quarter of 2025. The article identifies the main problems that reduce the interest of foreign customers in placing orders with Belarusian light industry manufacturers. The article defines the advantages of the digital platform for both manufacturers and customers, and highlights the shortcomings of the platform's functionality. The correctness of the online presence of Belarusian manufacturers on the platform *Bee-online.ru* is assessed through the analysis of their accounts and personal accounts; recommendations are provided.

Keywords: EAEU; light industry; digital platform; *Bee-online.ru*; Belarusian manufacturers.

Введение

Цифровые платформы, по мнению ряда специалистов, представляют собой мощнейший инструмент развития бизнеса и экономики страны в целом [1, с. 81; 2, с. 299], наиболее перспективный на сегодняшний день канал продвижения продукции на внешние рынки. Бизнес делает ставку на персонализацию и автоматизацию, в связи с чем традиционные каналы продаж отходят на второй план, уступая цифровым.

Способность предприятий трансформировать свои бизнес-процессы в условиях развития цифровой экономики – один из важнейших факторов успеха. Эффективность функционирования цифровых платформ подтверждают статистические данные. Так, «по данным Statista, предприятия сектора B2B все активнее используют цифровые каналы: в 2021 г. на них приходилось 34 % доходов, в 2023 г. – уже 45 %. Ожидается (согласно прогнозу Statista), что к 2025 г. это значение может достигнуть 56 %» [3, с. 42].

Выход промышленных предприятий на цифровые платформы создает широкие возможности для поиска новых партнеров, упрощает осуществление торговых операций, сокращает время на коммуникацию между субъектами хозяйствования, делает поставки гибче, а сделки прозрачнее. За счет анализа данных и прогнозных моделей цифровые платформы представляют предприятиям возможность более точно подстраивать свои предложения под потребности заказчиков [3, с. 42]. В то же время выход предприятий на цифровые платформы не исключает риска утечки их персональных данных.

Важно отметить, что профессиональное развитие бизнеса в цифровом пространстве требует от работников предприятий наличия соответствующих компетенций и их развития. Как показал опрос белорусских предприятий, осуществленный в 2023 г., для них характерна лишь ограниченная практика использования цифровых инструментов для продвижения выпускаемых товаров на внешние рынки ввиду отсутствия большого опыта их применения и соответствующих компетенций [4, с. 94, 96].

На сегодняшний день ЕАЭС «находится на пороге исторической эволюции, в которой цифровые технологии способны оказать фундаментальное влияние на все секторы экономики»¹. Ключевым фактором экономического роста ЕАЭС является промышленный сектор. В связи с этим чрезвычайно актуальным и значимым выступает запуск в 2021 г. международной цифровой платформы *Bee-online.ru*, которая представляет собой сервис для поиска партнеров в сфере легкой промышленности и модной индустрии (изначально она предназначалась для субъектов бизнеса из стран ЕАЭС, но по мере развития платформы география участников расширилась). Посредством цифровой платформы *Bee-online.ru* исполнители соединяются с потенциальными заказчиками, что обеспечивает возможность проведения прямых переговоров и безопасность сделок для обеих сторон. С недавних пор *Bee-online.ru* позиционирует себя уже как цифровая экосистема, поскольку в дополнение к цифровой платформе в 2024 г. был создан маркетплейс².

Для государства польза от внедрения цифровых платформ, помимо увеличения объема экспорта, заключается в возможности контроля за оборотом отечественных и импортных товаров, сокращении тем самым нелегального оборота. Объемы «серого» импорта в ЕАЭС доходят до 4 млрд долл. США [5, с. 26]. Как отмечает научный сотрудник Института экономики НАН Беларуси А. М. Аксенович, «политика правительства Беларуси должна быть направлена на стимулирование субъектов хозяйствования к внедрению цифровых решений в производственно-сбытовую деятельность, инвестиций в цифровые технологии посредством создания эффективной системы поддержки цифрового развития торговли» [6, с. 10].

Цель данного исследования – определить, насколько активно используется цифровая платформа легкой промышленности *Bee-online.ru* белорусскими производителями для продвижения их продукции

¹Цифровая повестка ЕАЭС 2025: перспективы и рекомендации. Обзор совместного исследования Всемирного банка и Евразийской экономической комиссии // Евразийская экономическая комиссия : сайт. URL: <https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/833/Vsemirnyy-bank-Perspektivy-i-Rekomendatsii.pdf> (дата обращения: 05.06.2025).

²Marketplace *Bee-online.ru* : сайт. URL: marketplace.bee-online.ru (дата обращения: 05.06.2025).

на рынок стран ЕАЭС, а также оценить корректность онлайн-присутствия предприятий на платформе и компетентность персонала в использовании цифровых инструментов. Основными методами исследования являются анализ (в том числе структурный анализ), синтез, сравнение, табличный метод. Также в исследовании использован системный подход.

В целом анализу развития электронной торговли в ЕАЭС и продвижению товаров белорусских производителей на рынок Евразийского экономического союза автор посвятил ряд публикаций. Данное исследование имеет прикладной характер и практическую значимость, поскольку оно проведено в рамках выполнения государственной программы «Формирование механизма продвижения товаров белорусских производителей на мировой рынок посредством электронной торговли».

Результаты и их обсуждение

По данным Евразийского банка развития на конец 2024 г. на платформе *Bee-online.ru* было зарегистрировано более 4000 производителей из стран ЕАЭС, среди которых более 3100 – из России, более 700 – из Кыргызстана, более 130 – из Беларуси, около 70 – из Армении и более 70 – из Казахстана³. Помимо государств-членов ЕАЭС, международную цифровую платформу *Bee-online.ru* используют предприятия Узбекистана, Италии, Турции, Китая, Индии и Бангладеш, однако доля их присутствия невелика, что говорит о том, что интерес к продукции легкой промышленности стран ЕАЭС со стороны внешнего рынка еще невысок.

Целью евразийской цифровой платформы в 2023–2024 гг. было привлечь более 800 швейных фабрик из России, 500 швейных фабрик из Беларуси, 300 швейных фабрик из Кыргызстана, по 40 – из Армении и Казахстана⁴. Данные о выполнении данного плана цифровой платформы за 2024 г. представлены в табл. 1.

Таблица 1

Выполнение плана цифровой платформы *Bee-online.ru*
по числу производителей за 2023–2024 гг.

Table 1

Fulfilment of the plan of the digital platform *Bee-online.ru*
in terms of the number of producers for 2023–2024

Государства – члены ЕАЭС	Число производителей, зарегистрированных на цифровой платформе на конец 2024 г.	План платформы <i>Bee-online.ru</i> на 2023–2024 гг.	Степень выполнения плана на конец 2024 г., %
Беларусь	Более 130	500	26,0
Казахстан	Более 70	40	175,0
Армения	Около 70	40	175,0
Кыргызстан	Более 700	300	233,3
Россия	Более 3100	800	387,5
Итого	Более 4070	1680	242,3

Примечание. Составлено на основе отчета Евразийского банка развития за 2024 г. и данных источника [7, с. 163].

Из табл. 1 видно, что Беларусь – единственная страна из ЕАЭС, которая не выполнила план по числу зарегистрированных производителей на евразийской цифровой платформе легкой промышленности *Bee-online.ru* за анализируемый период. Степень выполнения плана Беларусью на конец 2024 г. составила всего 26,0 %, в то время как Армения и Казахстан перевыполнили план на 175,0 %, Кыргызстан – более чем на 200,0 %, а Россия – более чем на 380,0 % [7, с. 163].

Для сравнения целесообразно привести следующие данные: на начало 2025 г. на евразийской платформе легкой промышленности *Bee-online.ru* в качестве исполнителей были зарегистрированы все крупные предприятия Армении, работающие в данной сфере (степень их представленности на

³ Отчет о деятельности Фонда цифровых инициатив Евразийского банка развития в 2024 году // Фонд финансовых инициатив Евразийского банка развития : сайт. URL: <https://fci.eabr.org/upload/report-fci-2024-ru.pdf> (дата обращения: 09.08.2025).

⁴ В евразийскую платформу легкой промышленности хотят привлечь 40 швейных фабрик из Армении // Sputnik Армения : сайт. URL: <https://am.sputniknews.ru/20230608/v-evraziyskuyu-platformu-legkoy-promyshlennosti-khotyat-privlech-40-shveynykh-fabrik-iz-armenii-60863677.html> (дата обращения: 24.06.2025).

платформе составила 100 %)⁵, и всего около 5 % крупных предприятий легкой промышленности Беларуси.

Согласно официальным статистическим данным за 2024 г. в отрасли легкой промышленности Беларуси функционировали более 2 тыс. организаций, среди которых доля микроорганизаций составила 67,1 %, малых организаций – 26,8 %, средних организаций – 3,7 %, крупных организаций – 2,4 %⁶ (при этом именно крупные предприятия обеспечивают выпуск более половины общего объема промышленного производства (57,0 %)⁷). Соответственно, на цифровой платформе *Bee-online.ru* по состоянию на конец 2024 г. вместо 25,0 % предприятий легкой промышленности Беларуси, как планировалось, доля зарегистрированных субъектов хозяйствования составила всего около 7 % от общего числа предприятий отрасли.

Следует отметить, что в структуре объема производства легкой промышленности Беларуси удельный вес одежды достигает 45,6 %, меховых и кожаных изделий – 41,3 %, обуви – 9,1 %, ткани и текстильных изделий – 4,0 %⁸. Вклад легкой промышленности Беларуси в ВВП страны составляет около 1,2 %⁹.

В табл. 2 представлен перечень наиболее известных предприятий легкой промышленности Беларуси, которые зарегистрированы и не зарегистрированы на платформе *Bee-online.ru* в качестве исполнителей заказов по состоянию на август 2025 г. Многие из них являются субъектами крупного бизнеса.

Таблица 2

Перечень наиболее известных предприятий легкой промышленности Беларуси, зарегистрированных и не зарегистрированных на платформе *Bee-online.ru* по состоянию на август 2025 г.

Table 2

List of the most famous enterprises of the light industry of Belarus, registered and not registered on the platform *Bee-online.ru* as of August 2025

Известные предприятия легкой промышленности Беларуси, зарегистрированные на платформе <i>Bee-online.ru</i>	Известные предприятия легкой промышленности Беларуси, не зарегистрированные на платформе <i>Bee-online.ru</i>
ОАО «Элема»	ООО «Формэль»
	ОАО «Минское производственное кожевенное объединение»
ОАО «Мозырская швейная фабрика “Надэкс”»	ООО «Бугалюкс»
	ГПШО «Коминтерн»
ООО «Фурнитоп»	ОАО «Слонимская камвольно-прядильная фабрика»
	ООО «Инком-фэшн»
УРПП «Слонимская фабрика художественных изделий»	ЗАО «Веснянка»
	ОАО «Знамя индустриализации»
ОАО «Дзержинская швейная фабрика “Элиз”»	ЗАО «Фабрика головных уборов “Людмила”»
	ООО «Любавалюкс»
КУПП «Витебчанка»	ОАО «Витебские ковры»
	УП «Витебский меховой комбинат»

⁵36 предприятий Армении присоединились к цифровой платформе ЕАЭС – Тигран Саркисян // Sputnik Армения : сайт. URL: <https://am.sputniknews.ru/20240529/36-predpriyatii-armenii-prisoedinitis-k-tsifrovoy-platforme-eaes---tigran-sarkisyan-76390624.html> (дата обращения: 04.06.2025).

⁶Легкая промышленность Беларуси // БелТА : сайт. URL: <https://belta.by/infographica/view/legkaja-promyshlennost-belarusi-42821/> (дата обращения: 05.09.2025).

⁷Отрасль держится на женских плечах: Белстат рассказал о ситуации в легпроме // Точка : сетевое изд. 2025. 4 июня. URL: https://tochka.by/articles/life/otrasl_derzhitsya_na_zhenskikh_plechakh_belstat_rasskazal_o_situatsii_v_legpromе/ (дата обращения: 05.09.2025).

⁸Легкая промышленность Беларуси // БелТА : сайт. URL: <https://belta.by/infographica/view/legkaja-promyshlennost-belarusi-42821/> (дата обращения: 05.09.2025).

⁹Концерн «Беллегпром» // Белорусский государственный концерн по производству и реализации товаров легкой промышленности : сайт. URL: <https://bellegprom.by/about/> (дата обращения: 05.09.2025).

Предприятия концерна «Беллегпром»: • ОАО «Алеся»; • ОАО «Світанак»; • СООО «Конте Спа»; • ОАО «Бобруйсктрикотаж»; • ЧПУП «Ромгиль-текс»; • ОАО «Белфа»; • ОАО «Пинское промышленно-торговое объединение “Полесье”»; • ОАО «Камволь»; • ОАО «Лента»; • ОАО «Белкредо»; • МО ОАО «Луч» – управляющая компания холдинга «Обувь – “Луч”»	Предприятия концерна «Беллегпром»: • ОАО «Моготекс»; • ОАО «Брестский чулочный комбинат»; • ОАО «8 марта»; • ОАО «Галантэя»; • РУПТП «Оршанский льнокомбинат»; • ОАО «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение»; • ОАО «Барановичская швейная фабрика»; • ОАО «Жлобинская швейная фабрика»; • ОАО «Речицкий текстиль»; • ОАО «Юнона»; • СП ЗАО «Милавица»; • ОАО «Купалинка»; • ОАО «Славянка»; • ЗАО «Калинка»; • ОАО «Сукно»; • ОАО «Центр моды»; • ОАО «Гродненская обувная фабрика “Неман”»; • СООО «Белвест»; • СЗАО «Отико»; • СООО «Чевляр»
	Предприятия по производству обуви: • ООО «Управляющая компания холдинга “Белорусская кожевенно-обувная компания “Марко”»»; • ЗАО СП «Белкельме»; • ЗАО «Торговый дом “Шаговита”»; • ЗАО «Сивельга»

Примечание. Составлено на основе данных платформы *Bee-online.ru* и информационного форума *JustArrived.by* (Легкая промышленность [Электронный ресурс] // JustArrived.by. URL: <https://justarrived.by/ru/catalog/light-industry> (дата обращения: 05.09.2025)).

Из табл. 2 видно, что на платформе *Bee-online.ru* зарегистрировано всего 17 известных предприятий легкой промышленности Беларуси. Из них 11 предприятий – члены концерна «Беллегпром», соответственно, доля участия концерна на цифровой платформе *Bee-online.ru* на начало 2025 г. составила всего около 8,5 % от общего числа зарегистрированных белорусских производителей (которых, как автором было отмечено ранее, более 130).

Следует отметить, что в состав концерна «Беллегпром» входят 54 государственных предприятия, которые представляют текстильную, трикотажную, швейную и кожевенно-обувную отрасли. Соответственно, в структуре самого концерна «Беллегпром» на сегодняшний день доля участников цифровой платформы составляет около 20,0 %, а около 33,0 % известных предприятий концерта (см. табл. 2) не являются ее участниками. Как показал анализ, на платформе *Bee-online.ru* в основном представлена трикотажная (63,6 %), текстильная (18,2 %), швейная (9,1 %) и кожевенно-обувная (9,1 %) отрасли концерна «Беллегпром».

Как видно из табл. 2, обувные фабрики Беларуси на платформе *Bee-online.ru* практически не присутствуют. Участниками платформы являются МО ОАО «Луч» – управляющая компания холдинга «Обувь – “Луч”» и нескольких малых предприятий, которые оказывают услуги по пошиву рабочей обуви наряду с пошивом униформы и спецодежды. В целом, если говорить о развитии обувной промышленности в Беларуси, в числе недостатков можно выделить довольно высокие цены и отсутствие известных брендов, что влияет на выбор потребителей [8, с. 494, 498].

Согласно данным цифровой платформы *Bee-online.ru* каталоги заказчиков и исполнителей постоянно пополняются: в феврале 2025 г. на платформе было зарегистрировано более 4800 производителей из разных стран¹⁰. Данные об объемах продаж, осуществленных посредством цифровой платформы, публикации не подлежат, что не позволяет автору провести оценку эффективности ее функционирования.

На начало III квартала 2025 г. число пользователей цифровой платформы превысило 14 000¹¹ (число уникальных посетителей ежемесячно составляет около 9000 профессиональных и заинтересованных заказчиков). Большинство заказчиков на платформе – это участники из России (их доля составляет

¹⁰Встречайте масштабное обновление Bee-online.ru – теперь еще больше инструментов для вас! // Bee-online.ru : сайт. URL: <https://bee-online.ru/news/48> (дата обращения: 09.08.2025).

¹¹Bee-online : сайт. URL: <https://bee-online.ru/> (дата обращения: 09.08.2025).

около 66,0 % от общего числа заказчиков (более 2000 из 3031). Число производителей, зарегистрированных на цифровой платформе *Bee-online.ru*, согласно авторским подсчетам, составляет около 3900, из них около 3790 являются представителями бизнеса непосредственно из стран ЕАЭС. Отсюда следует, что аналитические данные, полученные в результате авторского подсчета, разнятся с аналитикой, представленной специалистами платформы в феврале 2025 г.: вместо ожидаемого прироста за полугодие (февраль – август 2025 г.) наблюдается снижение числа производителей на 18,8 % (с 4800 до 3900). Авторское исследование показало, что в структуре каталога производителей из ЕАЭС доля участников из Беларуси составляет 4,4 % (169 производителей), из России – 72,0 % (2730 производителей), из Кыргызстана – 19,2 % (727 производителей), из Казахстана – 2,6 % (97 производителей), из Армении – 1,8 % (67 производителей). Структура зарегистрированных на цифровой платформе *Bee-online.ru* производителей из стран ЕАЭС наглядно представлена на рис. 1.

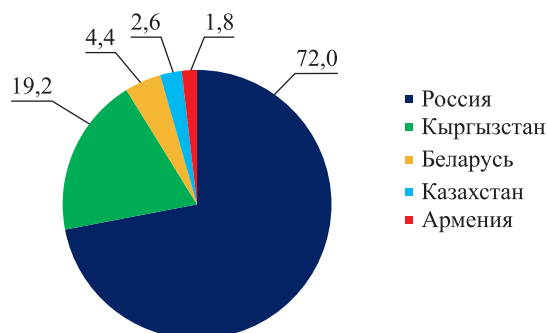


Рис. 1. Структура зарегистрированных на платформе производителей из стран ЕАЭС, %

Fig. 1. Structure of manufacturers from the EAEU countries registered on the platform, %

Следует отметить, что в структуре белорусских производителей, зарегистрированных на цифровой платформе *Bee-online.ru*, доля юридических лиц является преобладающей – 90,1 %, соответственно, доля индивидуальных предпринимателей составляет 9,9 %. В то же время 43,0 % представленных на платформе белорусских производителей заявили о наличии собственной торговой марки (СТМ). В табл. 3 отражены сравнительные данные о количестве производителей легкой промышленности в каждой стране ЕАЭС и доле их присутствия на евразийской цифровой платформе *Bee-online.ru* по состоянию на III квартал 2025 г.

Таблица 3

**Число предприятий легкой промышленности в странах ЕАЭС
и степень их представленности на цифровой платформе *Bee-online.ru***

Table 3

**The number of light industry enterprises in the EAEU countries,
and the degree of their representation on the digital platform *Bee-online.ru***

Государства – члены ЕАЭС	Число предприятий легкой промышленности в стране	Число зарегистрированных на платформе <i>Bee-online.ru</i> предприятий легкой промышленности по состоянию на III квартал 2025 г.	Степень представленности предприятий легкой промышленности страны на платформе <i>Bee-online.ru</i> , %
Армения	265	67	25,3
Кыргызстан	3200	727	22,7
Россия	20 268	2730	13,5
Беларусь	2000	169	8,5
Казахстан	1445	97	6,7

Примечание. Рассчитано на основе данных источника [9, с. 45], а также данных платформы *Profashion*, Национального статистического комитета Кыргызской Республики и Национального научного центра компетенций в сфере противодействия незаконному обороту промышленной продукции Российской Федерации (*Пиккель О.* На перепутье двух дорог: контрактное производство в Армении // *Profashion* : сайт. URL: <https://profashion.ru/production/industry/na-perepute-dvukh-dorog-kontraktnoe-proizvodstvo-v-armenii/> (дата обращения: 09.08.2025) ; Цифры и факты. День работников легкой промышленности // Национальный статистический комитет Кыргызской Республики : сайт. URL: <https://stat.gov.kg/ru/news/cifry-i-fakty-den-rabotnikov-legkoj-promyshlennosti/> (дата обращения: 09.08.2025) ; Количество зарегистрированных производителей товаров легкой промышленности выросло в РФ в 3,8 раза // Национальный научный центр компетенций в сфере противодействия незаконному обороту промышленной продукции : сайт. URL: <https://nnck.gov.ru/news/kolichestvo-zaregistrirovannykh-proizvoditeley-tovarov-legkoj-promyshlennosti-vyroslo-v-rf-v-3-8-raz/> (дата обращения: 09.08.2025)).

Согласно данным табл. 3, наибольшую долю присутствия на цифровой платформе легкой промышленности *Bee-online.ru* среди стран ЕАЭС демонстрируют Армения (25,3 %) и Кыргызстан (22,7 %), наименьшую – Беларусь и Казахстан (8,5 и 6,7 % соответственно).

Следует отметить, что, помимо цифровой платформы *Bee-online.ru*, странам ЕАЭС (и не только) предоставлена возможность выхода на портал легкой промышленности России и стран СНГ «Пошив.рус». Исследование показало, что из 1195 участников портала доля российских предприятий составляет 73,2 %, доля кыргызских предприятий – 3,3 %, доля белорусских предприятий – 3,1 % (37 предприятий), доля казахских предприятий – 0,5 %, доля армянских предприятий – 0,1 %. Положительным аспектом является то, что портал легкой промышленности «Пошив.рус», так же как и платформа *Bee-online.ru*, имеет в своем составе маркетплейс.

Увеличение экспорта традиционных товаров и услуг за счет цифровизации является одной из задач цифровой повестки ЕАЭС до 2025 г. [10, с. 40]. Очевидно, что недостаточная представленность белорусских производителей на цифровой платформе (особенно ключевых игроков отрасли легкой промышленности) снижает возможности наращивания объемов экспорта страны. В связи с этим целесообразно привести данные о результативной практике функционирования ОАО «Світанак» в цифровой среде. Это предприятие посредством интернет-площадок реализует около 12,0 % своих экспортных объемов¹².

Как видно из табл. 3, Армения, обладая наименьшим числом предприятий легкой промышленности из всех стран ЕАЭС, демонстрирует самую высокую долю присутствия на цифровой платформе *Bee-online.ru* (см. табл. 3). Известно, что текстильная и швейная отрасли Армении обладают большим потенциалом и поддерживаются действиями государственных властей. В частности, в начале 2023 г. в Армении была принята программа развития текстильной промышленности до 2026 г. Ожидается, что принятые правительством меры должны повысить производительность предприятий текстильной отрасли в 1,8 раза и значительно стимулировать экспорт¹³.

Согласно данным ежегодно проводимой Международной выставки-платформы по аутсорсингу для легкой промышленности *Bee-together.ru* в продукции текстильной и швейной промышленности Армении очень заинтересованы заказчики из России ввиду высокого качества исполнения заказов, доступных цен, а также удобной и быстрой логистики. В связи с этим стоит охарактеризовать заинтересованность зарубежных заказчиков в продукции легкой промышленности Беларуси.

Главным рынком сбыта продукции легкой промышленности Беларуси на сегодняшний день является Россия (за 2024 г. поставки в Россию увеличились на 7,5 %)¹⁴. Очевидно, что расширению присутствия белорусской продукции за последние годы поспособствовал уход иностранных брендов с российского рынка, что открыло белорусским предприятиям новые перспективы. Кроме России, продукция легкой промышленности Беларуси активно экспортируется в Казахстан и Кыргызстан. Поставки продукции белорусской легкой промышленности в страны ЕАЭС за 2024 г. увеличились на 7,0 %¹⁵. Эксперты и специалисты Евразийского банка развития еще в 2023 г. прогнозировали, что Беларусь по экспорту легкой промышленности может занять лидирующие позиции среди стран ЕАЭС (более 30 % экспорта продукции этой отрасли среди стран ЕАЭС приходилось на Беларусь)¹⁶.

Согласно опросу посетителей и экспонентов Международной выставки-платформы по аутсорсингу для легкой промышленности *Bee-together.ru*, проведенного в мае 2025 г., «российские селлеры в 2025–2026 гг. указали на то, что они в большей степени заинтересованы в поиске партнеров среди производителей Китая и Кыргызстана (каждую из этих стран отметили 47 % опрошенных)¹⁷. Кроме того, возрос интерес заказчиков и к фабрикам Узбекистана: 15 % продавцов размещали там заказы в 2024 г., а в будущем уже 32 % рассчитывают отдать заказы в эту страну»¹⁸. По мнению отдельных исследователей, основными проблемами для отрасли легкой промышленности Беларуси являются дефицит местного качественного сырья и материалов; неконкурентоспособность продукции на внешних рынках по соотношению

¹²В «Беллепроме» усомнились в необходимости создания национального маркетплейса // Office life : портал. URL: <https://officelife.media/news/63932-v-belleprom-usomnilis-v-neobkhodimosti-sozdaniya-natsionalnogo-marketpleysa/> (дата обращения: 05.09.2025).

¹³На перепутье двух дорог: контрактное производство в Армении // Profashion : сайт. URL: <https://profashion.ru/production/industry/na-perepute-dvukh-dorog-kontraktное-proizvodstvo-v-armenii/> (дата обращения: 09.08.2025).

¹⁴За прошлый год «Беллепром» нарастил экспорт и возобновил поставки в ЕС // Myfin.by : портал. URL: <https://myfin.by/article/rynki/za-proslyj-god-belleprom-narastil-eksport-i-vozobnovil-postavki-v-es-37033> (дата обращения: 09.08.2025).

¹⁵Там же.

¹⁶Легпром Беларуси может занять лидирующие позиции в ЕАЭС // Sputnik Беларусь : сайт. URL: <https://sputnik.by/20231024/legprom-belarusi-mozhet-zanyat-lidiruyushchie-pozitsii-v-eaes-1080567498.html> (дата обращения: 10.08.2025).

¹⁷В анкетировании приняли участие более 170 продавцов одежды и свыше 150 представителей производств из России, Кыргызстана, Узбекистана, Турции и других стран.

¹⁸В 2025–2026 годах в приоритете у селлеров останется пошив женской одежды // Profashion : сайт. URL: <https://profashion.ru/production/products/v-2025-2026-godakh-v-prioritete-u-sellerov-ostanetsya-poshiv-zhenskoy-odezhdy/> (дата обращения: 10.08.2025).

цена – качество; низкий уровень инноваций; дефицит профессиональных кадров [5, с. 26]. Проблему неконкурентоспособности продукции на внешних рынках отмечает и руководство концерна «Беллегпром»: «...с особыми трудностями предприятия легкой промышленности Беларуси сталкиваются при конкуренции по цене с зарубежными товарами непосредственно в сегменте одежды»¹⁹. Что касается России, то, как показал опрос, в качестве страны производства продукции легкой промышленности она наращивает популярность медленно. В связи с этим целесообразно провести ранжирование предпочитаемых заказчиками регионов производства, непосредственно представленных на цифровой платформе *Bee-online.ru*. Ранжирование представлено на рис. 2.



Рис. 2. Ранжирование предпочитаемых заказчиками регионов производства, представленных на цифровой платформе *Bee-online.ru*.

Источник: <https://bee-online.ru/orders>

Fig. 2. Ranking of customer-preferred regions by customers on the digital platform *Bee-online.ru*.

Source: <https://bee-online.ru/orders>

Данные, представленные на рис. 2, в большей степени подтверждают результаты опроса участников Международной выставки-платформы по аутсорсингу для легкой промышленности *Bee-together.ru*, проведенного в 2025 г., который выявил наличие высокого интереса у заказчиков цифровой платформы к фабрикам легкой промышленности Кыргызстана, Узбекистана и Китая (выбор в их пользу по состоянию на III квартал 2025 г. готовы сделать 323, 162 и 128 заказчиков соответственно). В то же время самой предпочитаемой страной производства у заказчиков цифровой платформы является Россия (выбор в пользу российских производителей готов сделать 1691 заказчик). В сфере легкой промышленности Беларусь занимает пятое место из одиннадцати среди стран, зарегистрированных на цифровой платформе, и третье место из пяти среди стран ЕАЭС, опережая лишь Казахстан и Армению. Число заказчиков платформы, заинтересованных в белорусской продукции легкой промышленности, составляет 126. Это значение близко к числу заказчиков продукции Китая, чье преимущество – низкие цены. Интерес к армянским фабрикам, о котором говорилось ранее, ранжирование не подтвердило: на момент проведения исследования к производителям из Армении выразили интерес наименьшее число заказчиков среди стран ЕАЭС – 36.

При ручном²⁰ подсчете белорусских производителей, зарегистрированных на цифровой платформе *Bee-online.ru*, автором было выявлено дублирование более 50 аккаунтов производителей из Беларуси, более 10 аккаунтов производителей из Армении и более 15 аккаунтов производителей из Казахстана (подсчет аккаунтов производителей из России и Кыргызстана ввиду их многочисленности не производился). В связи с этим целесообразно провести сравнение: при установке в каталоге платформы фильтра «по региону производства» было автоматически отображено 169 зарегистрированных белорусских производителей, в то время как ручной подсчет позволил определить всего 116 белорусских производителей. Например, на данной платформе у ОАО «Алеся» имеется три аккаунта, у ОАО «Бобруйск трикотаж», ОАО «Пинское промышленно-торговое объединение «Полесье»», ООО «Любавалюкс» – по два аккаунта (рис. 3).

¹⁹В Беларуси передумали создавать национальный маркетплейс? // ibMedia : портал. URL: <https://ibmedia.by/news/v-belarusi-peredumali-sozdavat-natsionalnyj-marketplejs/> (дата обращения: 05.09.2025).

²⁰Ручной подсчет был необходим для выявления точного перечня белорусских производителей, зарегистрированных на платформе *Bee-online.ru*, так как в открытом доступе такая информация отсутствует.

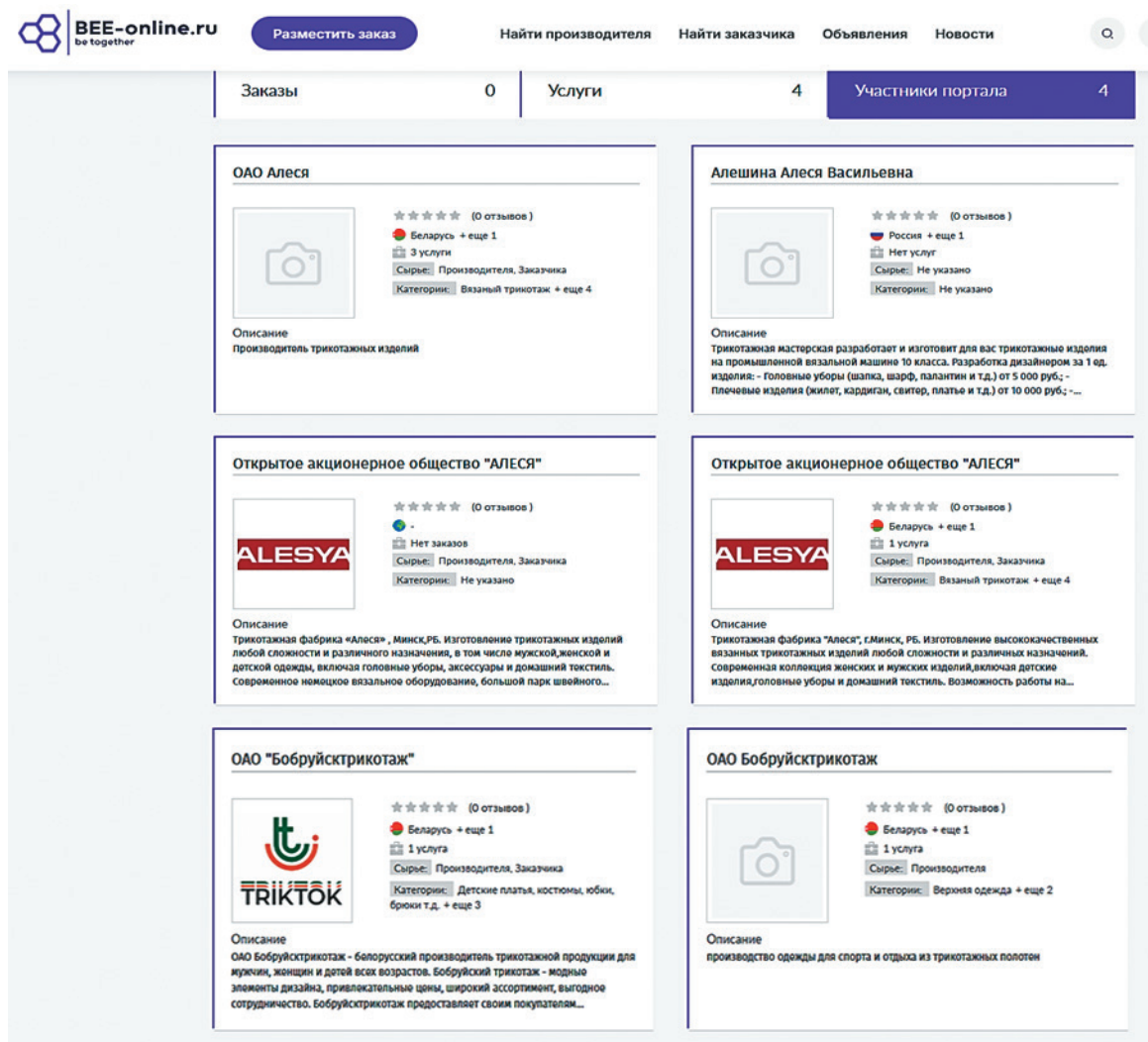


Рис. 3. Дублирование аккаунтов производителей на цифровой платформе *Bee-online.ru*

Fig. 3. Duplication of producers' accounts on the digital platform *Bee-online.ru*

Следовательно, статистика, отображаемая на платформе *Bee-online.ru*, не достаточно корректна, она имеет погрешности за счет наличия дублированных аккаунтов (карточек) производителей. В связи с этим сложно объективно определить темп изменения числа производителей на цифровой платформе.

Дублирование аккаунтов производителей на цифровой платформе отражает некорректность их онлайн-присутствия, поскольку может запутать заказчиков и вызвать их недоверие. При выявлении возможных причин было определено, что дублирование аккаунтов не вызвано техническими ошибками цифровой платформы *Bee-online.ru*, а связано с недостаточными цифровыми компетенциями персонала производителей, ответственного за продвижение продукции на зарубежные рынки. В частности, при забывании пароля или при ротации персонала работники не обращаются в службу технической поддержки платформы для восстановления пароля, а создают новый аккаунт своей компании, «привязывая» его к новой электронной почте. В свою очередь, со стороны цифровой платформы *Bee-online.ru* должны приниматься меры по ограничению создания производителями дублированных аккаунтов, а также блокировке уже имеющихся на платформе дубликатов.

В целом цифровая платформа *Bee-online.ru* заинтересована в повышении эффективности взаимодействия заказчиков и исполнителей, она предоставляет пользователям широкие возможности в части функционала, обеспечивает удобство пользования и маркетинговых коммуникаций, а также контроль пошива продукции со стороны заказчиков. В 2025 г. произошло масштабное обновление цифровой платформы, в том числе за счет улучшения дизайна и внедрения новых инструментов²¹. Преимущества обновления платформы для пользователей отражены в табл. 4.

²¹ Встречайте масштабное обновление *Bee-online.ru* – теперь еще больше инструментов для вас! // *Bee-online* : сайт. URL: <https://bee-online.ru/news/48> (дата обращения: 09.08.2025).

Таблица 4

Преимущества обновления цифровой платформы *Bee-online.ru*

Table 4

Benefits of updating the digital platform *Bee-online.ru*

Пользователи платформы	Преимущества обновления цифровой платформы для пользователей
Заказчики	Наличие новой системы статусов для заказов (зеленый цвет означает сбор откликов, желтый цвет – обработку откликов, красный цвет – нахождение исполнителя, серый цвет – отмену или завершение заказа); обновленный трекер производства (отслеживание статуса выполнения заказа в режиме реального времени); возможность закрепления важных чатов; наличие в чате фильтра «по заказам»
Исполнители заказов (производители)	Наличие честной системы рейтинга; возможность выделения своих откликов в чате заказчиков (позволяет привлекать внимание), покупки рекламы в личном кабинете и ее размещения на Доске объявлений; внедрение следующих новых услуг (опций): «Открытые контакты», «Свободный склад» (позволяет эффективно управлять товарными остатками), «Доска объявлений» (позволяет разгрузить склад и реализовать излишки продукции); действие тарифов (пока запущена первая линейка тарифов – тариф «Премиум», включающий четыре услуги). В целом услуги платформы <i>Bee-online.ru</i> бесплатны, за исключением дополнительных сервисов
Обе стороны (и заказчики, и исполнители)	Возможность поставить реакцию (лайк); получение уведомлений в мессенджере <i>WhatsApp</i> (ранее уведомления можно было получать в личном кабинете, по электронной почте и в мессенджере <i>Telegram</i>); автоматическое отсеивание нерелевантных контактов как для исполнителей, так и для заказчиков (улучшен фильтр «по регионам производства», продуктовые категории разбиты на узкие сегменты, добавлен фильтр «по объему производства»); внедрение телеграм-бота, который призван упростить работу на платформе в части размещения заказов и проведения деловых онлайн-коммуникаций (мгновенный доступ к ключевым сервисам; интерфейс, подходящий для мобильных устройств)

Примечание. Составлено на основе данных платформы *Bee-online.ru*²² и источника [7, с. 166].

Положительной стороной является то, что цифровая платформа находится в постоянном развитии и совершенствуется, а команда платформы *Bee-online.ru* открыта для идей по ее улучшению. Информация об обновлении цифровой платформы оперативно доводится до сведения пользователей в разделе «Новости».

Заслуживает внимания новая опция цифровой платформы «Открытые контакты». Данная опция позволяет производителям сделать свои номера телефонов, адреса электронной почты и адреса корпоративных сайтов публичными (ранее потенциальный заказчик мог получить контакты производителя (телефон и адрес электронной почты) только по индивидуальному запросу). Изучая поведение потребителей, специалисты цифровой платформы выявили, что «только 6 % пользователей готовы разместить заказ сразу после регистрации»²³. Следовательно, опция «Открытые контакты» повышает охваты, сокращает время принятия решений заказчиками, в следствие чего производители могут увеличить объем заказов. На момент проведения авторского исследования платная услуга открытых контактов была подключена всего лишь у одного белорусского производителя, что говорит о недостаточной востребованности этой опции и недоверии к ней.

Следует отметить, что до масштабного обновления платформы *Bee-online.ru* производители имели возможность размещать в своих личных кабинетах активные кликабельные кнопки для перехода на канал на видеохостинге *YouTube* и в разные мессенджеры (*ВКонтакте*, *Telegram*), что, на взгляд автора настоящего исследования, обеспечивало многоканальность, способствовало увеличению охватов и повышению информированности заказчиков. После масштабного обновления данные опции были исключены. В то же время на сегодняшний день в личных кабинетах заказчиков предусмотрены два вида виджетов: кнопка вызова «Позвонить» и кнопка электронной почты «Написать»; в личных кабинетах исполнителей доступна активная кликабельная кнопка «Написать производителю» и кнопка «Проверить контрагента». Данные виджеты доступны только авторизованным пользователям.

²²Bee-online.ru стал умнее! 4 обновления, которые сэкономят время // Bee-online.ru : сайт. URL: <https://bee-online.ru/news/54> (дата обращения: 11.08.2025).

²³Фабрики с «открытыми контактами» могут до 100 % увеличить аудиторию клиентов на Bee-online.ru // Profashion : сайт. URL: <https://profashion.ru/production/industry/fabriki-s-otkrytymi-kontaktami-mogut-do-100-uvelichit-auditoriyu-klientov-na-bee-online-ru/> (дата обращения: 11.08.2025).

Среди недостатков цифровой платформы, на взгляд автора настоящего исследования, можно отметить нерабочий фильтр «образцы» (представление бесплатных образцов заказчику); отсутствие «хлебных крошек» на сайте (сложность возврата к предыдущим разделам при поиске информации), что может вызывать у пользователей платформы трудности с навигацией; неактивные ссылки в разделе «Открытые контакты» (отсутствует функция перехода на корпоративный сайт производителя, электронную почту производителя и телефонный номер), что снижает удобство пользования для заказчиков, ухудшая их пользовательский опыт взаимодействия с производителями.

Следует отметить, что к числу определяющих критериев при выборе производителя для заказчиков относится объем минимального заказа. Согласно опросу, проведенному на Международной выставке-платформе по аутсорсингу для легкой промышленности *Bee-together.ru* в 2023 г., лишь около 10,0 % потенциальных российских заказчиков были заинтересованы в сотрудничестве с производителями из Беларуси. Основной причиной отказа от сотрудничества выступил «большой объем минимального заказа – от 1000 единиц»²⁴. В связи с этим возникает научный интерес к анализу объема заказов, которые готовы выполнять производители каждой из стран ЕАЭС, зарегистрированные на цифровой платформе *Bee-online.ru*. Результаты сравнительного анализа представлены в табл. 5.

Таблица 5

**Сравнительный анализ объемов заказов, которые готовы выполнять
производители стран ЕАЭС, зарегистрированные на цифровой платформе *Bee-online.ru***

Table 5

**Comparative analysis of the volumes of orders that manufacturers of the EAEU countries
registered on the digital platform *Bee-online.ru* are ready to fulfill**

Государства – члены ЕАЭС	Число зарегистрированных предприятий легкой промышленности по состоянию на III квартал 2025 г.	Объем заказов от 1 до 999 единиц	Объем заказов от 1000 единиц и выше	Объем заказов производителем не указан
Армения	67	10	55	2
Беларусь	169	54	54	61
Казахстан	97	32	30	35
Кыргызстан	727	74	321	332
Россия	2730	806	603	1321
Узбекистан	98	9	36	53
Китай	16	–	6	10
Индия	2	1	–	1
Италия	2	–	–	2
Бангладеш	6	1	2	3

Примечание. Рассчитано на основе исследования каталога производителей цифровой платформы *Bee-online.ru*.

Анализ табл. 5 позволил сделать следующие выводы:

1) большинство производителей легкой промышленности из Армении (82,1 %) однозначно готовы работать только с большими объемами заказов (от 1000 единиц и выше);

2) большинство производителей из России (48,4 %) готовы выполнять любые объемы заказов, в то же время значительная доля производителей (около 30,0 %) предпочитают работать с малыми объемами заказов (от 1 до 999 единиц);

3) 46,0 % производителей из Кыргызстана готовы выполнять любые объемы заказов и почти столько же производителей (44,0 %) предпочитают работать с большими объемами заказов (от 1000 единиц и выше);

4) производители из Беларуси и Казахстана в равной степени разделились на тех, кто готов работать с большим объемом заказов, и на тех, кто готов работать с малым объемом заказов, а также тех, кто готов выполнить заказ любого объема (примерно по 30,0 % производителей);

5) по остальным странам (Узбекистан, Италия, Китай, Индия, Бангладеш) проводить анализ не целесообразно, поскольку их представленность на евразийской цифровой платформе слишком мала (пока отмечена их слабая заинтересованность).

²⁴Между санкциями и возможностями: контрактное производство в Беларуси. Какие заказы имеет смысл размещать на белорусских швейных фабриках заказчикам из России // Profashion : сайт. URL: <https://profashion.ru/production/industry/mezhdu-sanktsiyami-i-vozmozhnostyami-kontraktное-proizvodstvo-v-belarusi/> (дата обращения: 09.08.2025).

Таким образом, нельзя однозначно сказать, что белорусские производители готовы работать только с большими объемами заказов, как показали результаты опроса российских заказчиков в 2023 г. В то же время, размещая товарные предложения на цифровой платформе, отечественным предприятиям следует учитывать пожелания заказчиков относительно снижения объема минимального заказа, поскольку это повысит их заинтересованность в сотрудничестве. Наилучший вариант, на взгляд автора настоящего исследования, – быть готовыми выполнить заказ любого объема, который будет предпочтительным для того или иного заказчика.

В процессе исследования цифровой платформы *Bee-online.ru* было установлено, что оформление и наполнение личных кабинетов большинства белорусских предприятий требует более основательного подхода. Анализ позволил выявить недостатки в наполнении личных кабинетов.

1. У 108 из 169 белорусских производителей (64,0 %) в профиле аккаунта не размещены логотипы компаний или СТМ. Размещение логотипа или СТМ в профиле аккаунта позволило бы привлечь внимание заказчиков и повысить узнаваемость предприятий.

2. Белорусский производитель ООО «Де рами» в своем личном кабинете в разделе «Описание» указал следующую информацию: «Наше производство находится в Белоруссии, г. Брест». Белорусский производитель «KidToys» указал подобную информацию, при этом допустив орфографическую ошибку: «Мы находимся в прекрасном городе Беларуссии, город Слуцк». Информация в личном кабинете белорусских производителей должна быть отражена корректно и без орфографических ошибок, поскольку главным критерием качества продукции и доверия к ней является национальный бренд «Сделано в Беларуси».

3. В аккаунте известного белорусского предприятия «Фурнитоп» установлена иконка с флагом России. В связи с этим возникает противоречие: производитель, позиционирующий себя в разделе «Описание» как «белорусская компания», разместил иконку, указывающую на принадлежность другой стране, даже несмотря на то что географией фактического производства являются Россия и Беларусь. В свою очередь, у другого известного белорусского производителя ОАО «Пинское промышленно-торговое объединение “Полесье”» в одном из аккаунтов размещена иконка с флагом России, а во втором, дублированном аккаунте – иконка, указывающая на отсутствие привязки к стране производства, – глобус (земной шар) (рис. 4).

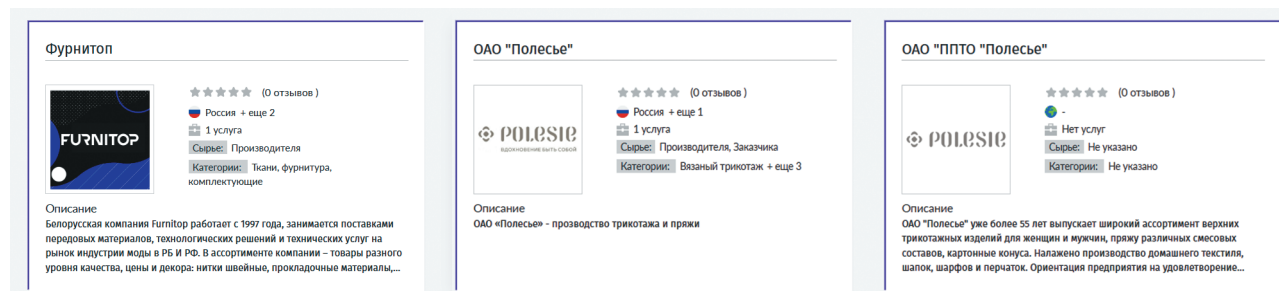


Рис. 4. Иконки, указывающие на принадлежность иной стране или на отсутствие привязки к стране производства (размещены в аккаунтах белорусских предприятий)

Fig. 4. Icons indicating affiliation with another country or with lack of connection to the country of production (posted in the accounts of Belarusian enterprises)

4. В личных кабинетах лишь у 45 из 169 белорусских производителей (27,0 %) в разделе «Примеры работ» размещены фотографии выпускаемой продукции. На взгляд автора настоящего исследования, такой подход не позволяет заказчикам в полной мере судить об ассортименте и дизайне продукции производителя, а следовательно, снижает их интерес к размещению заказа.

5. У отдельных белорусских производителей в разделе «Примеры работ» вместо фотографий продукции представлен логотип компании или СТМ (ООО «Рояллак», ООО «Мадам Рита», ООО «Инклюзивная мастерская Ренессанс», ООО «Стартим», ООО «Тандем имидж» и др.). У широко известного белорусского предприятия ОАО «Алеся» в личном кабинете одного из трех зарегистрированных на платформе аккаунтов представлено три фотографии выпускаемой продукции, две из которых являются дублированными.

6. Фотографии образцов продукции отдельных белорусских производителей являются не профессиональными, а любительскими, что может снижать заинтересованность заказчиков. Так, например, у ООО «Флоксимода» часть фотографий, размещенных в разделе «Примеры работ», являются обрванными. Кроме того, среди образцов имеется фотография спецодежды, в левом нижнем углу которой можно заметить производственный инвентарь – корзину для мусора. Если предприятие заинтересовано

стать исполнителем заказа зарубежного заказчика, то ему следует позаботиться о качестве представления образцов своей продукции и о своей репутации. Отсюда следует, что фотографии, размещаемые на международной цифровой платформе, которая на сегодняшний день собрала 14 000 пользователей из разных стран, должны быть выполнены с привлечением профессионалов. Кроме того, наличие корзины для мусора могло бы быть уместным на фотографиях производственных помещений, но не на фотографиях с примерами работ.

7. Фотографии продукции отдельных белорусских производителей являются профессиональными, однако имеют плохое разрешение (ООО «Де рами», ООО «Мирайда», ООО «Белкредо» (частично) и др.).

Таким образом, персоналу белорусских предприятий, ответственному за продвижение отечественной продукции на внешние рынки, в частности через международную цифровую платформу *Bee-online.ru*, следует обеспечить более качественный подход к созданию и оформлению аккаунтов, а также к наполнению личных кабинетов.

Корректность представленности на цифровой платформе отмечена автором настоящего исследования у таких белорусских производителей, как ООО «Альвента», ЧПУП «Беллакона», ООО «Полоцк апробела», ООО «Текстильная мануфактура» и некоторых других. Они характеризуются отсутствием дублированных аккаунтов, наличием в профиле логотипа или СТМ, подробного описания компании и ее услуг, качественных фотографий с образцами производимой продукции и (или) производственного оборудования. Им противопоставлены такие известные белорусские производители, как ОАО «Світанак», ОАО «Дзержинская швейная фабрика “Элиз”», МО ОАО «Луч» – управляющая компания холдинга «Обувь – “Луч”», у которых не размещен ни логотип, ни фотографии выпускаемой продукции, также у них отсутствует подробное описание компании и оказываемых ею услуг.

Заключение

По результатам проведенного исследования целесообразно сформулировать авторские рекомендации.

1. Предприятиям Беларуси следует увеличить свое присутствие в качестве исполнителей заказов на евразийской цифровой платформе легкой промышленности *Bee-online.ru*, что позволит повысить эффективность продвижения отечественной продукции в страны ЕАЭС. К сожалению, на сегодняшний день присутствие белорусских производителей на данной специализированной платформе является недостаточным – всего около 7,0 % предприятий отрасли легкой промышленности Беларуси, а не 25,0 %, как было запланировано для стран ЕАЭС на 2023–2024 гг., из которых около 8,0 % являются предприятиями концерна «Беллегпром».

2. Работа на цифровых платформах требует от персонала белорусских предприятий наличия соответствующих компетенций, в связи с чем в первую очередь необходимо обеспечить корректность онлайн-присутствия компании. В частности, требуется наличие одного зарегистрированного аккаунта, без создания дубликата, что позволит исключить путаницу для заказчиков; отсутствие орфографических ошибок, в том числе в названии страны, что будет способствовать укреплению имиджа компаний. Необходимо ответственно подходить к оформлению и наполнению личных кабинетов (обеспечить наличие логотипа компании в профиле аккаунта, достаточного количества профессиональных качественных фотографий с высоким разрешением), что даст возможность повысить заинтересованность и вовлеченность заказчиков. Таким образом, персоналу следует развивать компетенции в сфере электронной коммерции.

3. Основной рынок сбыта белорусской продукции легкой промышленности – Россия. Ввиду того что большинство российских заказчиков в 2023 г. было высказали мнение о нежелании работать с белорусскими предприятиями по причине большого объема минимальной партии заказа, исполнителям следует учитывать этот критерий выбора заказчиков как один из ключевых при размещении предложений на цифровой платформе.

4. Белорусским производителям следует рассмотреть возможность подключения платной опции цифровой платформы «Открытые контакты» (сделать номер телефона, адрес электронной почты и адрес сайта публичными), что позволит увеличить объем заказов. Ожидаемый эффект от улучшения маркетинговой составляющей своего профиля в виде роста числа заказов экономически обоснован, поскольку он базируется на исследовании поведения заказчиков, проведенном разработчиками платформы в 2024 г.

Сформулированные рекомендации позволят отечественным производителям легкой промышленности повысить эффективность продвижения белорусской продукции на внешние рынки, ведь цифровые платформы на сегодняшний день являются наиболее перспективными каналами сбыта и мощнейшими цифровыми ресурсами экономики. В современном мире создание цифровых платформ и отраслевых интернет-площадок является трендом.

С одной стороны, цифровая платформа *Bee-online.ru* постоянно обновляется, предоставляя пользователям много полезных и новых инструментов для поиска партнеров и прямых переговоров. С другой

стороны, у платформы имеется потенциал для улучшения функциональной и технической составляющей, в частности разработчикам следует принять следующие меры:

1) проработать вопрос о недопущении создания дублированных аккаунтов со стороны производителей в целях исключения путаницы для заказчиков и обеспечения объективности аналитических данных платформы;

2) настроить и в последствии отслеживать корректную работу фильтров в каталогах заказчиков и исполнителей. В частности, на момент проведения авторского исследования при работе с фильтрами в каталоге производителей были выявлены две проблемы (в работе фильтров «образцы» и «по региону производства»). Следует отметить, что после обнаружения технического сбоя в работе фильтра «по региону производства» и последующего обращения в службу технической поддержки фильтр оперативно был настроен;

3) улучшить навигацию по сайту, в частности создать «хлебные крошки» для обеспечения удобства поиска для заказчиков (возможность возврата в предыдущие разделы);

4) сделать ссылки на корпоративные сайты, электронную почту и телефонные номера исполнителей заказов интерактивными и кликабельными. На сегодняшний день ссылки исполнителей в открытых контактах, размещаемые на платформе, являются неактивными, т. е. они не содержат функцию перехода, что снижает удобство пользования для заказчиков.

Таким образом, в соответствии с поставленной целью исследования было определено, что сегодня предприятия легкой промышленности Беларуси еще не достаточно активно, по сравнению с другими странами ЕАЭС, используют такой прогрессивный канал продвижения продукции, как международная цифровая платформа *Bee-online.ru*. В 2025 г. доля зарегистрированных на платформе предприятий составила всего 8,5 % от общего числа предприятий легкой промышленности Беларуси (на портале легкой промышленности стран России и СНГ «Пошив.рус» она еще меньше – 1,9 %). В свою очередь, персонал, на который возложены маркетинговые функции по продвижению отечественной продукции на зарубежные рынки, не всегда использует достаточно качественный подход к созданию бизнес-аккаунтов на цифровой платформе *Bee-online.ru* и наполнению личных кабинетов, что отражается на имидже белорусских предприятий и снижает заинтересованность заказчиков. Цифровые компетенции специалистов в современных условиях приобретают все большую значимость для профессионального развития бизнеса, поэтому важно их повышать.

Библиографические ссылки

1. Поддубная ОН. Теоретические и концептуальные подходы к моделированию экономической динамики в контексте цифровой трансформации. *Белорусский экономический журнал*. 2020;4:79–90. DOI: 10.46782/1818-4510-2020-4-79-90.
2. Климченя ЛС. Цифровые торговые платформы: сущность и практика функционирования. *Научные труды Республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки*. 2023;22:298–304. EDN: HMJZUO.
3. Медведев СБ. Эволюция концепции покупательской ценности и ее роль в конкурентоспособности B2B-компани. *Экономический вектор*. 2025;1:36–46. DOI: 10.36807/2411-7269-2025-1-40-36-46.
4. Климченя ЛС, Безпалько ЛВ. Цифровая трансформация отраслей экономики и ее влияние на инструменты продвижения продукции. В: Бабкин АВ, редактор. *Экономика и управление цифровой трансформацией экономических систем*. Санкт-Петербург: Политех-пресс; 2024. с. 75–101. EDN: MBKWTU.
5. Квасникова В. Что мешает развитию легкой промышленности. *Финансы, учет, аудит*. 2023;10:25–28.
6. Аксенович АМ. Оценка цифровой зрелости сбытовых каналов белорусских субъектов хозяйствования. *Цифровая трансформация*. 2024;30(4):5–11. DOI: 10.35596/1729-7648-2024-30-4-5-11.
7. Королёнок ГА, Климченя ЛС, Остальцева ОЮ, Флерко, СЛ, Осипович ТА, Гоцкий ГГ и др. *Продвижение товаров белорусских производителей на внешний рынок в условиях цифровизации*. Королёнок ГА, редактор. Минск: РИВШ; 2025. 287 с.
8. Флерко СЛ, Квасникова ВВ. Развитие обувной промышленности Республики Беларусь в контексте мировых тенденций. В: Егоров АВ, редактор. *Научные труды Белорусского государственного экономического университета. Выпуск 16*. Минск: Колорград; 2023. с. 492–500. EDN: YKKGUG.
9. Сейсенбаева ЖМ, Садыкбекова АА, Куашбай С, Наркулова ША, Бигельдиева ЗА, Ахметов СА. Легкая промышленность Казахстана: тенденции развития, структура отрасли и перспективы. *Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности*. 2024;2:43–51. EDN: DPZINA.
10. Климченя ЛС, Безпалько ЛВ. Развитие электронной торговли в ЕАЭС. *К новой экономике, педагогике и технологиям*. 2025;1(1):37–48. DOI: 10.5281/zenodo.15071114.

Статья поступила в редакцию 03.10.2025.
Received by editorial board 03.10.2025.