

## ЭКОКОНЦЕПЦИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях трансформация социально-экономических аспектов функционирования белорусского государства основывается на достижении Целей устойчивого развития (ЦУР). Одним из направлений достижения части целей является формирование экоконтцепций торговых центров. *Проблематика* исследования – поиск новых подходов к реализации ЦУР. *Цель работы* – определить эффективность экоконтцепций торговых центров как инструмента достижения целей устойчивого развития в Республике Беларусь. На основе вышеуказанного определим *объект исследования* – это экоконтцепция торговых центров через призму достижения ЦУР в Республике Беларусь.

Социально-экономическое развитие Республики Беларусь осуществляется в том числе и путем выполнения Целей устойчивого развития (далее – ЦУР). ЦУР – это набор из 17 взаимосвязанных целей, разработанных в 2015 году Генеральной ассамблеей ООН в качестве «плана достижения лучшего и более устойчивого будущего для всех». Эти цели были названы в резолюции Генассамблеи «Повесткой дня на период до 2030 года» [1].

Создатели ЦУР определяют данную инициативу как комплекс из 17 целей и 169 задач, стоящих перед международным сообществом, призванный помочь в ближайшие 15 лет ликвидировать нищету и неравенство, добиться социальной интеграции, остановить глобальное изменение климата и построить мир, в котором нашим потомкам хватит ресурсов для того, чтобы вести достойную жизнь [2].

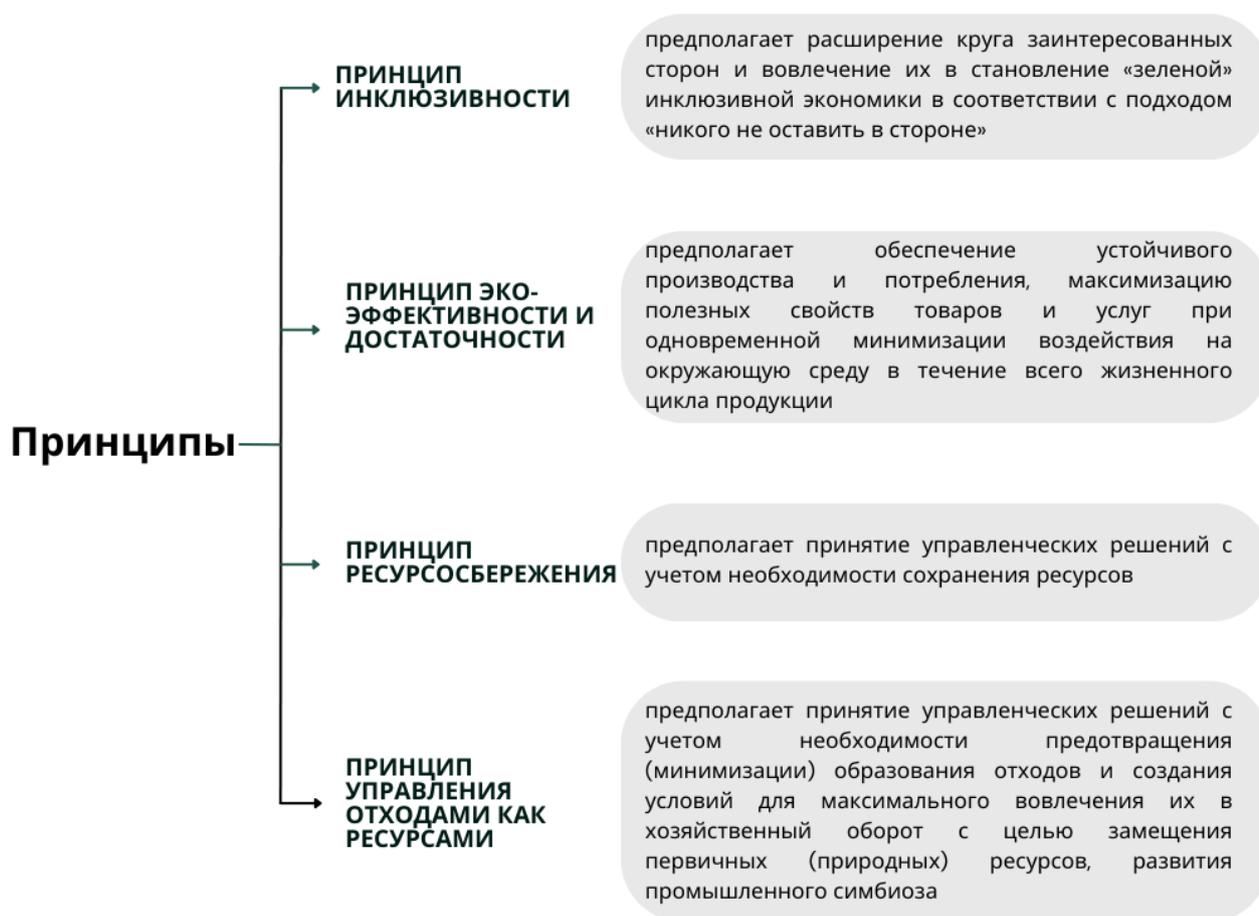
В сентябре 2015 года Республика Беларусь стала одной из 193 стран, выразивших приверженность Повестке дня в области устойчивого развития на период до 2030 года.

Составной частью Повестки дня являются 17 Целей устойчивого развития и 169 подчиненных им задач, которые необходимо достичь к 2030 году. Для организации работы по достижению Целей устойчивого развития в Беларуси принят Указ Президента Республики Беларусь № 181 от 25 мая 2017 г. [3].

Необходимо акцентировать внимание на том, что выстроена полноценная архитектура управления достижения Целей устойчивого развития Беларуси, что определяет своеобразную специфику реализации данных программ на территории нашей страны.

Цели «Устойчивые города и населенные пункты» «Ответственное потребление и производство» и «Борьба с изменением климата» затрагивают проблемы развития урбанистических тенденций, потребления ресурсов и загрязнения окружающей среды. Независимо от направления деятельности, каждое физическое и юридическое лицо в Республике Беларусь способно направить свои

усилия на достижения целей устойчивого развития. В стране принят Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики на 2021–2015 годы. Данный план основывается на следующий принципах [4] (рисунок 1).



**Рисунок 1 – Принципы, на которых основывается Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики на 2021–2015 годы**  
Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4]

Экономическое благополучие Республики Беларусь основывается на торговле. Одним из ключевых ее элементов являются торговые центры (ТЦ), которые претендуют на основную локацию товарно-обменных отношений (вместе с тем необходимо отметить, что динамично развивается и сфера online-маркетплейсов). Акцентируя внимание на развитии ТЦ, отметим, что одним из ключевых трендов стало развитие экоповестки.

Отрасли, организации, предприятия, формирующие свои стратегические цели, ориентируясь на обозначенные цели устойчивого развития, могут не только добиться значительных изменений своего воздействия на окружающую среду, но и вовлечь в развитие «зеленой экономики» партнеров по бизнесу, потребителей, различные общественные группы. Наиболее эффективным примером вовлечения (расширения) круга заинтересованных сторон является крупная розничная торговля. Через формирование современных концепций торговых центров можно достичь существенных изменений. В последнее время существуют разные подходы к концепциям крупных торговых объектов (рисунок 2).

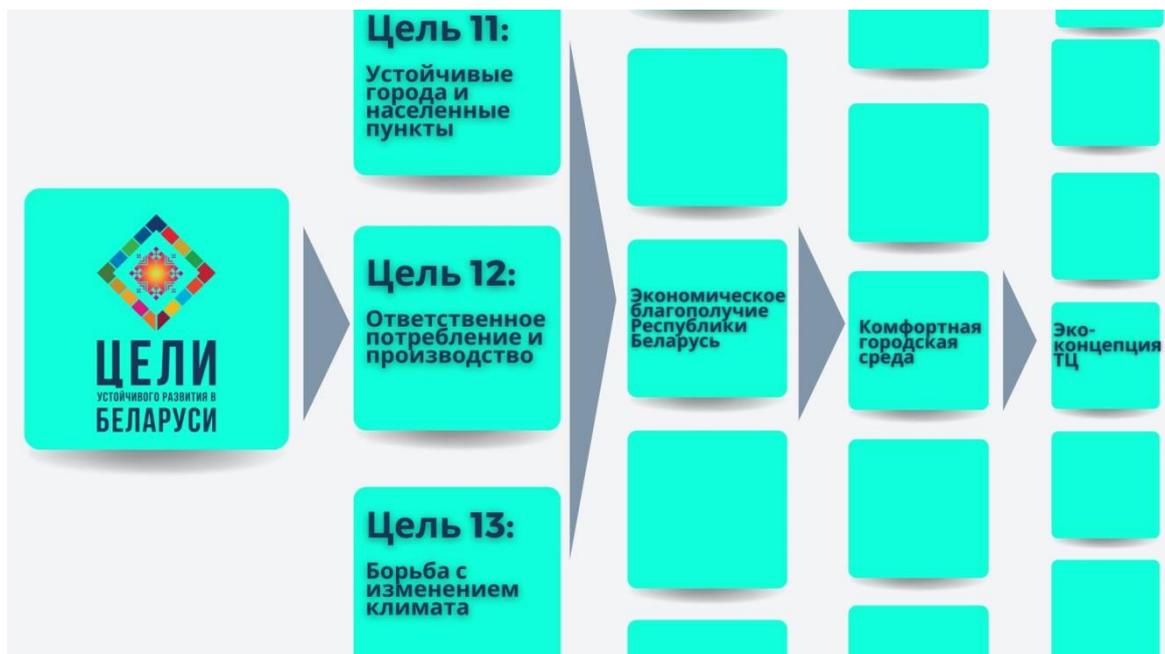


**Рисунок 2 – Концепции торговых центров**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [8]

Экоповестка является более современной и формирует соответствующую культуру потребителей. Поэтому корректно говорить о том, что белорусские ТЦ, которые взяли ее за основу, не только следуют трендам, но и в значительной степени формируют их. Данные тренды популярны не только как элементы создания положительного имиджа, а также формируют новые виды и формы экономических взаимоотношений, способствуют развитию экономики в малых районах. Необходимо отметить, что с 2022 года в Беларуси реализуется программа «Один район – один проект», направленная на укрепление белорусской экономики, а также активизацию инвестиционной деятельности [5]. Вместе с тем Реализация программы «Один район – один проект» вносит вклад в достижение Республикой Беларусь Цели устойчивого развития «Устойчивые города и населенные пункты» и других ЦУР [6].

Один из индикаторов достижения целей устойчивого развития – это формирование комфортной городской среды. Категория «комфортная городская среда» подразумевает под собой многоаспектный процесс, направленный на создание системы благоустроенных территорий. Немаловажную роль в указанной системе играют торговые центры. В современных условиях – это комплексы архитектурных форм, которые формируют инфраструктурную среду в различных частях города. В целом, говоря о выполнении конкретных Целей устойчивого развития Беларуси и экоповестки в ТЦ, здесь выстраивается общая система целеполагания, которая основывается на общенаучном *методологическом принципе* «от общего к частному» (рисунок 3).



**Рисунок 3 – Цели устойчивого развития Беларуси и экоконцепция торговых центров: система целеполагания, которая основывается на общенаучном принципе «от общего к частному»**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2]

В современном постиндустриальном обществе экоконцепция является трендом, ориентированным на обширные сферы жизнедеятельности. В связи с чем в густонаселенных городах она наиболее поддерживается и является ценной для потребителя.

Важно определить ключевые аспекты экологической концепции современных торговых центров как направления достижения целей устойчивого развития (таблица 1) [7].

Таблица 1 – Составляющие экоконцепции

Составляющие экоконцепции	Примеры
Экономика замкнутого цикла	– электронный документооборот; – повторное / экономное использование энергии воды; – экологистика; – экотранспорт
Экотовары	– натуральные продукты; – продукты с экомаркировкой; – продукты в экоупаковке; – товары, не тестируемые на животных
Экоуслуги	– тароматы; – продажа сумок-шопперов; – отдельный сбор мусора в ТЦ; – места для сбора батареек и лампочек
Поддержка экопроектов	– конкурсы по экотематике или мастер-классы
Экоменеджмент	– внедрение СТБ ISO 14 001 - 2017 “Система менеджмента окружающей среды. Требования и руководство по применению”
Энергоэффективность здания и окружения	– сертификация LEED/ BREEAM (или строительство с применением этих принципов)

Данные аспекты указывают на возможность достижения различных эффектов, начиная от маркетинговых, заканчивая экономическими: рост лояльности, повышение имиджа компании как дружелюбной к природе, рост трафика, развитие опыта внедрения социально-ответственного маркетинга, формирование конкурентоспособности матрицы арендаторов, оптимизация текущих затрат. Но вместе с вышеперечисленным стоит отметить, что такие объекты на своем примере демонстрируют стремление к соответствию критериям комфортности городской среды: безопасность, экологичность и здоровье, современность и актуальность, эффективность управления.

В целом белорусский опыт функционирования ТЦ в рамках городской среды подразумевает их размещение в местах пересечения больших покупательских потоков, а также привлекают внимание изысканной отделкой помещений, подбором ассортимента, качеством обслуживания [8]. Темпы строительства ТЦ обуславливают рост конкуренции. Подчеркнем, в долгосрочной перспективе необходимо трансформировать торговые пространства и наделять их новыми качествами. Несомненным является тот факт, что торговые центры активно адаптируются под изменяющиеся социальные потребности и предоставляют новые привлекательные возможности для посетителей [9].

**Таким образом**, экоконтцепция торговых центров как один из инструментов достижения целей устойчивого развития Республики Беларусь реализуется через систему «от общего к частному» и является немаловажным аспектом при достижении целей «Устойчивые города и населенные пункты» «Ответственное потребление и производство» и «Борьба с изменением климата». В современных реалиях экоконтцепция стала трендом, который влияет на функционирование торговых центров как составных частей системы развития современных городов, что определяет и *научную новизну* полученных выводов. Данные аспекты могут быть реализованы на практике через создание инициатив по программе «Один район – один проект». Инициативы могут быть реализованы путем создания экономики замкнутого цикла, экотоваров, экоуслуг, поддержки эко-проектов, экоменеджмента, энергоэффективности здания и окружения. Данные подходы *практически ориентированы* на современность и будущее, они имеют большой потенциал, который может послужить драйвером для интенсивного развития как торговых центров в частности, так и городов в целом.

#### Список цитированных источников

1. Цели в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // ООН. – Режим доступа: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/>. – Дата доступа: 20.04.2024.
2. Цели устойчивого развития в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sdgs.by/faq/>. – Дата доступа: 24.04.2024.
3. Устойчивое развитие [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://mfa.gov.by/multilateral/sdg/>. – Дата доступа: 02.05.2024.
4. О Национальном плане действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021 – 2025 годы [Электронный ресурс] : Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 10 декабря 2021 г., №710. – Режим доступа: <https://sdgs.by/wp-content/uploads/2023/10/o-natsionalnom-plane-dejstviju-po-razvitiju-zelenoj-ekonomiki-v-respublike-belarus-na-2021-2025-gody.pdf>). – Дата доступа: 20.04.2024.

5. «Эта инициатива – народная». Эксперт о программе «Один район – один проект» [Электронный ресурс] // БЕЛТА. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/eta-initiativa-narodnaja-ekspert-o-programme-odin-rajon-odin-proekt-635755-2024>. – Дата доступа: 21.05.2024.

6. В Беларуси активно реализуется программа «Один район – один проект» [Электронный ресурс] // Цели устойчивого развития в Беларуси. – Режим доступа: <https://sdgs.by/news/v-belarusi-aktivno-realizuetsya-programma-odin-rajon-odin-proekt/>. – Дата доступа: 21.05.2024.

7. Кисель, Е. И. Экоконцепция торговых объектов как направление устойчивого развития [Электронный ресурс] / Е. И. Кисель, Д. А. Мельникова // International scientific-practical conference «Green economy – the economy of the future: innovations, investments and prospects». – Режим доступа: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11004001>. – Дата доступа: 29.05.2024.

8. Кисель, Е. И. Маркетинговые подходы к развитию потребительской привлекательности торговых объектов в Брестском регионе / Е. И. Кисель // Актуальные проблемы современных экономических систем – 2021 : сборник научных трудов / Министерство образования Республики Беларусь, Брестский государственный технический университет ; редкол.: А. Г. Проровский [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2021. – С. 166–170.

9. Мельникова, Д. А. Трансформация торговых центров: аспект повышения покупательского трафика = Transformation of Shopping Centers: Aspect of Increasing Shopping Traffic / Д. А. Мельникова, Е. И. Кисель // Актуальные проблемы современных экономических систем – 2023 : сборник научных трудов / Министерство образования Республики Беларусь, Брестский государственный технический университет ; редкол.: А. Г. Проровский [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2023. – С. 152–157.

УДК 658.815

*Мещанчук А. А.*

*Научный руководитель: к. э. н., доцент Медведева Г. Б.*

## **УПРАВЛЕНИЕ ЗАКАЗАМИ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД**

Тенденция стремительного роста конкуренции между участниками рынков приводит к острой потребности эффективного управления заказами.

Это обусловлено тем, что одной из главных целей любой компании является удовлетворение покупателя, поскольку компания, предоставившая наиболее быстрое и качественное выполнение заказа, получает существенное преимущество перед конкурентами на рынке.

Управление заказами – это планирование, учет, контроль, анализ и принятие решений, направленное на согласованное между собой выполнение заказов клиентов в соответствии с заданными параметрами [1, с. 116].

Управление заказами является комплексом функций, направленных на выполнение заказа клиента с запланированными результатами как для клиента, так и для предприятия-изготовителя. Другими словами, управление заказами – это логистическая деятельность, осуществляемая в период времени между моментом поступления заказа на предприятие и моментом отгрузки продукции со склада. Управление заказами выступает важнейшей логистической функцией в оперативном управлении компании, при котором необходимо обеспечить выпуск качественной продукции при заданных сроках, ассортименте, количестве и нормативах затрат. Следует также отметить, что ускорение выполнения заказа