

## ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ОНЛАЙН-ПРОДАЖАМ ФЕРМЕРСКИХ ПРОДУКТОВ

**Е.Ю. Петницкая, А.В. Петровская**, 3 курс

Научный руководитель – **О.И. Козловская**, магистр э.н., ассистент  
**Белорусский государственный экономический университет**

Одним из мейнстримов современности является мода на питание и здоровый образ жизни. Это обусловлено тем, что возросло понимание взаимосвязи у людей между питанием и здоровьем, распространилась информация о преимуществах сбалансированного питания, повысилась доступность и разнообразие продуктов, соответствующих принципам здорового питания. Особенно данному тренду подвержены жители стран первого мира. За последние пятнадцать лет можно было видеть взлеты и падения нескольких диет и гастрономических школ, из которых наиболее заметной стала победа протеинов над углеводами. В 2010-е годы наблюдалась популяризация вегетарианства, активно развивался спрос на органические продукты. В 20-е гг. 21 века интерес к здоровому питанию продолжал расти: пандемия COVID-19 стимулировала стремление укрепить иммунитет, что способствовало распространению персонализированного подхода к питанию. Многочисленные научные исследования подтверждают, что рациональное питание является одним из важнейших факторов, определяющих здоровье и продолжительность жизни человека. Опрос НИСЭД показал, что 68% белорусов перешли на здоровое питание в 2023 году [1]. В связи с ростом интереса к здоровому питанию наблюдается увеличение спроса на фермерские продукты, так, по данным Food Marketing Institute (FMI), около 30% потребителей активно ищут натуральные и органические продукты питания, которые не содержат искусственных ингредиентов, генетически модифицированных организмов или пестицидов [2]. Согласно National Grocers Association (NGA), 54% потребителей предпочитают покупать продукты у местных фермеров, поскольку они свежие, качественные и способствуют поддержке местной экономики [3].

В Республике Беларусь основными каналами продвижения фермерских продуктов являются чаты в мессенджерах. Данный способ взаимодействия поставщиков натуральной продукции и их потребителей является не систематизированным в контенте и сложным в модерации, что делает процесс покупки не очень удобным. В системе заказа фермерской продукции через мессенджеры нами было найдено множество недостатков, которые снижают ее привлекательность для покупателей. Среди них можно выделить:

- трудоемкий процесс оформления и отслеживания заказа;
- отсутствие систематизированной информации о происхождении продуктов, сертификатах качества;
- ограниченная скорость и возможность взаимодействия с фермерами через личные сообщения не обеспечивают оперативную помощь и поддержку;
- временные издержки, вызванные отсутствием актуальной информации о наличии продукции в интересующий покупателя момент времени.

В свою очередь, фермеры также сталкиваются с рядом проблем:

- затраты времени и усилий на рутинные задачи: прием заказов, ведение учета, общение с

клиентами, что препятствует масштабированию бизнеса;

- чаты в мессенджерах не позволяют эффективно построить позиционирование бренда фермы, транслировать ценности и историю производителя;

- неравные условия конкуренции, вызванные препятствиями в нахождении предложений, размещенных до предложений других поставщиков.

В связи с этим авторы данной статьи предлагают создать онлайн-платформу под товарным знаком «ВСЁ СВОЁ» для продажи и доставки фермерских продуктов, позволяющую установить прямую связь между фермерами и потребителями, обеспечивая прозрачность и доверие в процессе покупки. Основная цель создания данной платформы – обеспечить прямую связь между поставщиками натуральной продукции и потенциальными потребителями. Ключом к успеху онлайн-платформы по продаже и доставке фермерских продуктов является создание ценностных предложений, которые выгодны для обеих сторон. К ценностным предложениям для потребителей можно отнести:

- прямые поставки фермеров гарантируют потребителю свежесть и высокое качество продуктов, реализуемые онлайн, без необходимости посещения рынков или магазинов, что значительно экономит время потребителя;

- широкий выбор продукции из выбранного региона, с возможностью изучения полной информации о поставщике и реальных отзывов о нем, что гарантирует коммуникации только с проверенными поставщиками;

- возможность выбора способов оплаты и доставки продукции.

В свою очередь, поставщики также получают значительные выгоды, связанные с переходом на онлайн-платформу: выходя на новый рынок, они смогут получить доступ к широкой аудитории потребителей и автоматизировать процесс продажи и оформления заказов. В ходе использования данной платформы у производителей появится возможность рассказать о своей продукции и фермерском хозяйстве, подкрепляя сертификатами качества и отзывами.

Создание такой онлайн-платформы окажет поддержку локальным фермерским хозяйствам и традиционным методам производства продуктов питания, стимулируя устойчивое развитие сельского хозяйства республики. Это не просто новый способ продажи продуктов натурального питания, а комплексный подход к изменению продовольственной системы, направленный на улучшение качества жизни потребителей и решение локальных проблем посредством поддержки местной экономики. Инновационность данной разработки заключается в:

- уровне новизны способа удовлетворения потребностей в предоставлении доступа потребителям к широкому ассортименту фермерских продуктов без необходимости посещения рынков или специализированных магазинов;

- обеспечении прибыльности через взимание комиссий с продаж и доставок, партнерские программы с другими организациями, которые предлагают сельскохозяйственные продукты или услуги, а также через премиум-услуги, например, возможность получить выделенное место на сайте или предоставление аналитических данных о продажах и поведении покупателей, или возможность покупателям подписаться на премиум-аккаунт с дополнительными функциями, такими как обработка заказа вне очереди, бронирование свежей продукции на определенную дату и время;

- изменении маркетинговой среды: продавцы будут искать новые способы привлечь внимание покупателей и отличаться от конкурентов, предлагая персонализированные предложения и акции, а покупатели смогут оставлять отзывы и рейтинги о продуктах и поставщиках;

- появлении следующих инноваций, например, разработка мобильного приложения с расширенными инструментами и функционалом;

- НИОКР при разработке и внедрении, таких как разработка системы безопасности и системы данных, поскольку платформа будет обрабатывать личные данные пользователей и финансовые транзакции;

- интеграции с другими системами учета и управления запасами, доставки и оплаты.

Таким образом, реализация онлайн-платформы под товарным знаком «ВСЁ СВОЁ» для продажи и доставки фермерских продуктов может стать катализатором позитивных изменений в продовольственной системе, делая ее более доступной, эффективной, прозрачной, инновационной и ориентированной на общество.

### **Список использованных источников**

1. National Institute for Social and Emotional Development [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nised.org/nised>. – Дата доступа: 03.04.2024.
2. Food Marketing Institute (FMI) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fmi.org/>. – Дата доступа: 03.04.2024.
3. National Grocers Association (NGA) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nationalgrocers.org/>. – Дата доступа: 03.04.2024.