

*3-е место по итогам работы секции
С. Р. Матюшенко, П. Ю. Кривко
Колледж бизнеса и права (Минск)
Научный руководитель — М. В. Зеневич*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современном мире на смену привычным для потребителей магазинам приходит сфера электронной торговли, для которой характерно использование трех достаточно близких понятий: «маркетплейс», «торговая площадка» и «товарный агрегатор». Все эти понятия означают платформы электронной торговли, собирающие и, что важно, систематизирующие информацию о товарах и (или) услугах от разных интернет-магазинов или компаний, представленных в системе. Стоит отметить, что платформы электронной торговли дают ряд преимуществ предпринимателям (производителям). При выходе на платформу не приходится заботиться о хранении и доставке продукта, а также о привлечении клиентов, поскольку она позволяет брендам существенно расширить зону присутствия в интернете и увеличить объемы продаж товаров.

Государство прилагает определенные усилия в создании электронных платформ, которые формируют элементы электронного правительства. Так, в настоящее время в Беларуси через Единый портал электронных услуг (portal.gov.by) доступны 25 государственных информационных ресурсов.

В Беларуси можно выделить топ популярных маркетплейсов для потребителей:

- | | |
|--------------------|---------------|
| 1. Wildberries; | 6. Onliner.by |
| 2. Ozon; | 7. Shop.by |
| 3. «Яндекс.Маркет» | 8. lk.by |
| 4. AliExpress | 9. Tomas.by |
| 5. Deal.by | 10. Kufar.by |

Актуальность исследования связана с расширением сферы деятельности маркетплейсов, так как в последние несколько лет продавцы активно уходят в онлайн-продажи.

В настоящее время в Беларуси для развития электронной коммерции уже существуют все необходимые составляющие: постоянно совершенствуемая правовая база, наличие государственных программ, нацеленных на формирование цифровой экономики, высокоскоростной мобильный интернет со сравнительно низкими ценами на трафик, растущая интернет-грамотность населения, компактность территории республики, облегчающая логистику и позволяющая быстро доставить товар покупателям, достаточно надежные платежные системы. Тем не менее для обеспечения эффективной динамики в секторе электронной коммерции следует учитывать тенденции в развитии этого направления торговли в лидирующих экономиках, чтобы сформировать конкурентный национальный электронный рынок, адаптированный к международному.

Источники

1. Виды и организационные модели электронной коммерции [Электронный ресурс] // Издательство «Креативная экономика». — Режим доступа: <http://creativesconomy.ru/articles/15318/>. — Дата доступа: 20.11.2022.
2. Единый портал электронных услуг [Электронный ресурс] // Национальный центр электронных услуг. — Режим доступа: <https://nces.by/>. — Дата доступа: 12.10.2022.
3. Исследования в электронной коммерции [Электронный ресурс] // Retail Rocket. — Режим доступа: <http://retailrocket.ru/blog/issledovaniya-v-ecommerce-2013/>. — Дата доступа: 06.12.2017.
4. Состояние электронной коммерции в Рунете [Электронный ресурс] // Geektimes. — Режим доступа: <https://geektimes.ru/post/244350/> 16.1.2015. — Дата доступа: 06.11.2022.