

Уровень проникновения электронной торговли среди американского населения в 2024 году достиг 82,6 % от числа интернет-пользователей США (в 2023 году составлял 80,7 %).

По данным исследовательской компании Global Research на электронную торговлю приходилось в 2023 году 37 % потребительских расходов в Китае, в США – 22 %.

Как показало проведенное исследование, электронная торговля на рынках КНР и США демонстрирует показатели, превосходящие средние мировые значения. При этом прогнозируется ее дальнейший рост и увеличение показателя проникновения, что обеспечит дальнейшую цифровую трансформацию торгового обслуживания.

Список использованных источников

1. Климченя, Л. С. Электронная торговля: понятие и сущность / Л. С. Климченя // Цифровое управление государством и бизнесом – 2022: Сб. докладов междунар. форума, Москва, 15 марта 2022 г. – М.: Государственный университет управления, 2022. – С. 151–155.

2. Климченя, Л. С., Давидовская, И. А. Развитие розничной электронной торговли Республики Беларусь как фактор формирования электронной экономики / Л. С. Климченя, И. А. Давидовская // Научные труды БГЭУ. – 2014 – Вып. 7. – С. 211–217.

3. Климченя, Л. С., Гаибназарова, З. Т. Рост электронной торговли на потребительском рынке / Л. С. Климченя, З. Т. Гаибназарова // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 мая 2023 г./ редкол.: А. В. Егоров [и др.]. – Минск : БГЭУ, 2023. – С. 181.

4. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2027 [Electronic resource] – URL: <https://www.researchgate.net/figure/Retail-e-commerce-sales-worldwide-from-2014-to-2027> (access date: 27.02.2025).

Е. В. Коляда,
канд. техн. наук, доцент,
БГЭУ (г. Минск)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК В ПРОДВИЖЕНИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

В последние годы быстрыми темпами растет популярность электронных торговых площадок. На сегодняшний день рынок интернет-торговли оценивается примерно в 2 трлн долл. Электронная коммерция стала эффективным способом развития бизнеса разных размеров и видов, охватывая широкий спектр товаров. Конкуренция между платформами и компаниями стимулирует постоянное совершенствование их сервиса и предложений для клиентов. Это позволяет покупателям получать лучшие условия и широкий ассортимент товаров и услуг. Развитие глобального рынка электронной коммерции включает в себя динамичное развитие обоих форматов – интернет-магазинов и маркетплейсов.

Маркетплейсы позволяют объединять разных поставщиков на одной платформе, что расширяет выбор для потребителей и создает конкуренцию, способствующую повышению качества товаров и услуг. Эти два формата взаимодействуют, дополняя друг друга и создавая разнообразные возможности для бизнеса и потребителей. Развитие электронной коммерции в мире происходит в условиях постоянных смен технологий, потребительских потребностей и подходов к бизнесу, что требует постоянного анализа и адаптации со стороны участников этого рынка.

В Республике Беларусь развитие электронной коммерции не проходило быстрыми темпами. Количество интернет-магазинов, зарегистрированных в торговом реестре Беларуси в 2023 г., увеличилось по сравнению с 2018 г. в 1,7 раза. Удельный вес товарооборота интернет-магазинов за семь последних лет вырос с 3,4 до 8,1 %. Это связано с увеличением популярности интернет-торговли, упрощением процедуры регистрации, экономическими

факторами. По состоянию на 1 июля 2024 г. в Беларуси зарегистрировано более 30 тыс. интернет-магазинов, из которых 14 277 (47,6 %) принадлежат индивидуальным предпринимателям, 15 744 (52,4 %) – юридическим лицам. Розничную онлайн-торговлю осуществляет 18 800 субъектов, из них 8,5 тыс. (45,2 %) – юридические лица, 10,3 тыс. (54,8 %) – индивидуальные предприниматели.

В Республике Беларусь интернет-торговля представляет значительный потенциал и интерес как со стороны производителей и ретейлеров, так и населения.

Современные информационно-коммуникационные технологии позволяют отечественным субъектам хозяйствования трансформировать бизнес-модели, оптимизировать бизнес-процессы для работы на международном и национальном онлайн-рынках. Маркетплейсы одинаково успешно могут функционировать в различных бизнес-сегментах.

На белорусском рынке успешно развиваются такие рынки, как Lamoda, Uber, Menu.by, Vozi.by, Deal.by, Куфар, ежегодно прирастая количеством сильных проектов и базой лояльных пользователей.

В настоящее время принимаются различные меры к созданию более полной системы услуг электронной коммерции: совершенствование системы платежных услуг и сокращение рисков; повышение эффективности использования логистических ресурсов; привлечение профессиональных кадров и содействие эффективному развитию отрасли.

Развивая электронную коммерцию в международной торговле в Республике Беларусь, необходимо: обеспечить создание современной бизнес-инфраструктуры; создать эффективную систему подготовки специалистов; усовершенствовать соответствующую нормативную базу; оптимизировать структуру белорусского экспорта за счет диверсификации; включить в перечень торговых услуг – онлайн-аутсорсинг и цифровые товары; сблизить нормы и правила стран ЕАЭС в сфере цифровой торговли и прочее.

А. Н. Лилишенцева,
канд. техн. наук, доцент,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: lilishenceva@yandex.ru

И. В. Кривко,
аспирант,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: dir-prodaction@gammavkysa.by

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ФРУКТОВЫХ КОНСЕРВОВ ДЛЯ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

Основой формирования здоровья детей и необходимым условием их гармоничного роста, физического и нервно-психического развития, успешного обучения является полноценное сбалансированное питание.

Фруктовые и овощные консервы для детского питания в современных условиях в подавляющем большинстве производятся не из непосредственно свежих овощей и фруктов, а из их полуфабрикатов – фруктовых и овощных пюре. Фруктовое и (или) овощное пюре – пищевой продукт, который несброжен, способен к брожению, произведен путем механической обработки – измельчения или протирания съедобных частей свежих фруктов или овощей без последующего отделения сока и фруктовой или овощной мякоти.

Фруктовые пюре, применяемые в качестве сырья для изготовления консервов для детского питания, могут быть консервированы асептическим способом, стерилизованы (пастеризованы), консервированы способом горячего розлива, а овощные пюре могут быть консервированы только асептическим способом.