

1	2	3	4	5	6
ООО «Парфюм Трейд»	0,51	0,55	0,58	0,62	0,65
Количество магазинов на 10 000 чел., ед./10 000 чел.:					
ОАО «Белкнига»	0,084	0,090	0,095	0,095	0,095
ООО «Парфюм Трейд»	0,20	0,23	0,25	0,26	0,27

Как видно из данных таблицы, на протяжении рассматриваемого периода торговая сеть ООО «Парфюм Трейд» развивается: в 2024 г. коэффициент плотности торговой сети составил 0,65 ед./км², что на 0,14 ед./км² больше по сравнению с 2020 г., а количество магазинов на 10 000 чел. составило 0,27 ед./10 000 чел., т.е. по сравнению с 2020 г. выросло на 0,07 ед./10 000 чел. В то же время торговая сеть ОАО «Белкнига» развивалась с 2020 г. по 2022 г., а с 2023 г. по настоящее время показатели, ее характеризующие, не изменились. Развитию непродовольственной торговой сети будет способствовать развитие жилой застройки в г. Минске.

Источники

1. Статистический обзор ко Дню работников торговли // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/statobzor-torg_2023.pdf (дата обращения: 23.11.2024).

2. Численность населения на 1 января по областям и г. Минску // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ssrd-mvf_2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/naselenie_6/dinamika-chislennosti-naseleniya/index.php (дата обращения: 23.11.2024).

*3-е место по итогам работы секции
А. Н. Медведев
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель — В. В. Квасникова, канд. экон. наук, доцент

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В мире, по данным компании Sellers Commerce, в 2024 г. 2,71 млрд чел. совершают онлайн-покупки, что соответствует 6,3 трлн долл. США и составляет 20,1 % от мирового розничного товарооборота.

На сегодняшний день в мире насчитывается более 26,6 млн ед. магазинов электронной коммерции [1]. В Беларуси товароборот магазинов электронной коммерции составляет только 8,1 % в розничном товарообороте страны, т.е. в 2,5 раза меньше, чем мировой показатель, а количество магазинов — 30 279 ед. [2]. В табл. 1 представлены показатели развития товарооборота электронной коммерции Беларуси.

Таблица 1

Показатели развития товарооборота электронной коммерции Беларуси [3]

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Товароборот электронной торговли, млрд р.	2,0	2,7	3,1	3,8	5,8
Доля в розничном товарообороте страны, %	4,1	5,4	5,6	6,0	8,1

Как видно из данных табл. 1, на протяжении всего рассматриваемого периода наблюдается положительная динамика товарооборота магазинов электронной коммерции и его доли в общем товарообороте. В 2023 г. по сравнению с 2019 г. товароборот магазинов электронной коммерции вырос в 2,9 раза, или на 3,8 млрд р., и составил 5,8 млрд р., а его доля выросла на 4 п.п.

В табл. 2 представлен анализ структуры товарооборота магазинов электронной коммерции Беларуси за 2019–2023 гг. Данные табл. 2 свидетельствуют об изменении структуры товарооборота магазинов электронной коммерции. В 2019 г. и 2022 г. самой популярной среди интернет-покупателей являлась товарная группа «Электробытовые приборы и инструменты». В 2020–2021 гг. наибольший удельный вес занимает группа «Детали и принадлежности для автотранспортных средств», а в 2023 г. более 30 % в товарообороте магазинов электронной коммерции приходится на одежду.

Таблица 2

Структура розничного товарооборота магазинов электронной коммерции Беларуси, % [3]

Наименование товарной группы	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Одежда	3,1	9,2	4,1	9,4	30,6
Парфюмерно-косметическая продукция и туалетные принадлежности	5,5	5,7	5,2	7,7	13,1
Детали и принадлежности для автотранспортных средств	13,3	11,2	12,4	11,9	9,2
Электробытовые приборы и инструменты	16,1	9,2	9,4	12,2	8,0
Строительные материалы	7,5	7,6	8,2	7,6	5,3
Другие товары	54,5	57,1	60,7	51,2	33,8

Одной из причин выбора в пользу онлайн-покупок для потребителей является возможность сэкономить. По данным исследования NielsenIQ, в 2023 г. 7 из 10 товаров на онлайн-рынке были куплены по скидке [4]. По сравнению с 2022 г. доля промопродаж в интернете выросла сразу на 5 п.п. и достигла в среднем 71 %, тогда как на офлайн-рынке развивается обратный тренд.

Источники

1. Немного ошеломляющей статистики об электронной коммерции // New Scentral Asia. — URL: <https://www.newscentralasia.net/2024/10/11/nemnogo-oshelomlyayushchey-statistiki-ob-elektronnoy-kommertsii/> (дата обращения: 17.11.2024).

2. Новости // ibMedia. — URL: <https://ibmedia.by/news/> (дата обращения: 13.11.2024).

3. Интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: <https://dataportal.belstat.gov.by/osids/home-page> (дата обращения: 13.11.2024).

4. Интернет-торговля в Беларуси удвоилась за 5 лет. Что этому способствовало // ibMedia. — URL: <https://ibmedia.by/news/internet-torgovlya-belarus/> (дата обращения: 17.11.2024).

А. Д. Мельникова, И. Д. Наумович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Л. В. Безпалько**

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Торговый центр (ТЦ) — это совокупность расположенных на определенной территории, спланированных и управляемых как единое целое торговых объектов, объектов общественного питания и иных объектов, в которых реализуются товары и оказываются услуги населению [1]. С учетом торговой зоны обслуживания выделяют четыре вида ТЦ, что отражено в табл.

Виды и характеристика ТЦ с учетом торговой зоны обслуживания [2]

Вид ТЦ	Характеристика ТЦ	Примеры ТЦ в Беларуси
1	2	3
Микрорайонный	Осуществляет торговлю товарами первой необходимости и предлагает услуги повседневного спроса на площадях до 3000 м ² , рассчитанный на число	ТЦ «Праздник» (Минск), ТЦ «Меркур» (Минск), ТЦ «Центральный» (Барановичи) и др.