

Беларусь сегодня. — URL: <https://www.sb.by/articles/kogda-pokupatel-vprave.html> (дата обращения: 28.11.2025).

2. Сколько белорусов обратилось за защитой прав потребителей за 2024 год // Office Life. — URL: <https://officelife.media/news/60955-skolko-belorusov-obratilos-po-voprosu-o-zashchite-prav-potrebiteley-za-2024-god/> (дата обращения: 29.11.2025).

А. С. Шевцова, В. А. Гаврук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Прыгун, канд. экон. наук, доцент

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СФЕРЫ УСЛУГ

Претерпеваемые глобальной экономикой глубокие и непрерывные трансформации наряду со всеми составляющими делают неизбежным переход к инновационному типу развития, который немислим без использования информационных технологий [1, с. 5]. Цифровая трансформация национальной экономики оказывает существенное влияние на развитие потребительского рынка и сферы услуг, которые являются ключевыми элементами социально-потребительского комплекса Республики Беларусь.

Маркетплейсы, представляя собой наиболее динамичное направление цифровизации, существенно изменяют механизмы взаимодействия между производителями, продавцами и потребителями. Объединяя множество продавцов и покупателей, они обеспечивают полный цикл продвижения, продажи и доставки товаров. Их стремительное распространение формирует новые экономические условия функционирования субъектов торговой деятельности и сферы услуг, что определяет актуальность исследования.

В Республике Беларусь в последние годы активно развиваются как международные (Wildberries, Ozon) маркетплейсы, так и национальные торговые онлайн-платформы (Onliner, E-mail, Deal.by, 21vek.by). Согласно официальным данным доля электронной торговли в розничном товарообороте страны за 2019–2024 гг. увеличилась почти втрое — с 4,1 до 11,7 %, а общий объем e-commerce превысил 1 млрд р. [2].

Одним из значимых последствий развития маркетплейсов является создание условий для более эффективного функционирования малого и среднего бизнеса. Платформы позволяют предпринимателям выходить на рынок без необходимости значительных инвестиций в собственные ИТ-решения, маркетинг или логистическую инфраструктуру. Расширение аудитории и улучшение логистических меха-

низмов обеспечивают субъектам торговли рост выручки и формируют основу для повышения их экономического потенциала. Влияние маркетплейсов распространяется и на сферу услуг: позволяет оптимизировать процессы взаимодействия с потребителями, повысить доступность предложений и улучшить качество обслуживания, что способствует увеличению клиентского потока и повышению устойчивости организаций.

Анализ данных проведенного нами онлайн-опроса (56 респондентов) подтверждает высокую степень вовлеченности молодежи в онлайн-потребление. Наиболее популярными платформами являются Wildberries (94 %) и Ozon (56 %). Основными целями использования маркетплейсов являются: покупка товаров (100 % респондентов), поиск выгодных предложений и сравнение цен (50–60 %), а также заказ отдельных услуг (20–25 %). Большинство участников опроса (83 %) считают, что маркетплейсы повысили доступность товаров и услуг, а 44 % отмечают изменение своих потребительских привычек. Наиболее распространенными недостатками респонденты назвали задержки доставки, низкое качество товаров, сложности с возвратом и недостоверные отзывы. Среди перспектив развития маркетплейсов респонденты выделяют расширение ассортимента услуг, ускорение логистики, локализацию товаров, снижение комиссий, внедрение технологий искусственного интеллекта и повышение безопасности транзакций.

Источники

1. *Прыгун, И. В.* Экономика торговой организации : лаб. практикум / И. В. Прыгун, С. И. Кабушкина. — 2-е изд. — Мн. : БГЭУ, 2017. — 179 с.

2. *Зяц, Д.* Доля интернет-торговли в Беларуси достигла рекорда: что покупают онлайн / Д. Зяц // Экономическая газета. — URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/dolya-internet-torgovli-v-belarusi-dostigla-rekorda-chto-pokupayut-onlayn> (дата обращения: 12.11.2025).

М. В. Шишко, С. А. Костючёнок
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Пацай, канд. экон. наук, доцент

ПЕРЕЗАГРУЗКА ГАРДЕРОБА: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА БЕЛОРУССКОЙ ОДЕЖДЫ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Кризис на рынке легкой промышленности Беларуси заставил всех по-новому взглянуть на привычные вещи. Разрыв поставок, проблемы с материалами, закрытие рынков — производителям при-