

При этом сохраняются значительные различия между странами по инвестициям в ИИ-разработки.

Среди основных проблем выделяются: необходимость постоянного обновления тренировочных данных, сложности интеграции с унаследованными системами, вопросы кибербезопасности и соответствия требованиям защиты персональных данных. Для белорусских компаний дополнительным барьером выступает ограниченность ресурсов для разработки собственных ИИ-решений.

Проведенное исследование позволяет сделать выводы:

1. Развитие ИИ-чат-ботов движется в сторону создания комплексных экосистем обслуживания.

2. Российский опыт демонстрирует успешную интеграцию с другими цифровыми сервисами.

Перспективные направления включают развитие эмоционального интеллекта ботов, использование компьютерного зрения для обработки визуальных запросов, создание кросс-платформенных решений. Для белорусского рынка особенно актуально развитие отраслевых решений с учетом локальной специфики.

К. П. Ладесова, П. А. Рогацевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

РОЛЬ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В E-COMMERCE

Маркетплейсы играют ключевую роль в электронной коммерции Республики Беларусь и всего мира, формируя новые модели взаимодействия между поставщиками и покупателями. По данным Statista, в 2024 г. более 63 % мирового оборота e-commerce приходилось на маркетплейсы, а объем цифровых продаж превысил 6,3 трлн долл. США. Это подчеркивает их стратегическое значение, поскольку маркетплейсы ускоряют цифровую трансформацию бизнеса, развивают онлайн-каналы продаж и расширяют доступ товаропроизводителей к глобальной аудитории.

Маркетплейс (от англ. Marketplace) — место или веб-сайт, где размещены товары от разных поставщиков, магазинов или людей на одной платформе. Роль маркетплейсов проявляется в предоставлении коммерческим организациям цифровой инфраструктуры: автоматизированных витрин, инструментов продвижения и логистики, что позволяет продавцам быстрее переходить к онлайн-модели и сокращать операционные расходы.

Электронная коммерция в Беларуси стремительно развивается. В 2025 г. спрос на онлайн-покупки вырос на 45 % по сравнению

с 2024 г. Ведущими белорусскими интернет-площадками являются 21vek.by, Deal.by, Shop.by, а Onliner и Kufar функционируют как гибридные платформы. На основе emall.by создан первый белорусский маркетплейс Emall. В 2025 г. запущено несколько новых маркетплейсов: «Финмаркет» и «Белпочта» [1].

Маркетплейсы способствуют развитию внешнеэкономической деятельности белорусских предприятий. Производители используют Wildberries и Ozon для экспорта товаров в Россию, Казахстан и другие страны ЕАЭС. По данным Wildberries, в 2024 г. продажи белорусских предпринимателей выросли почти на 75 %, спрос на онлайн-покупки — на 81 %, а число поставщиков — на 17 %. Особенно выросли продажи одежды, косметики, парфюмерии, продуктов, мототоваров и садовой техники [2]. Среди популярных брендов можно выделить AMI, LUXVISAGE, Mark Formelle, CONTE Elegant и «Полесье».

Специалисты Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь провели онлайн-опрос потребителей и продавцов об их отношении к работе маркетплейсов. В опросе, проводившемся с 9 по 15 октября 2025 г., участвовали 1629 респондентов. По результатам опроса популярными интернет-площадками названы: Wildberries — 85,2 % ответов от общего количества; OZON — 50,7 %; Emall.by — 24,1 %; Onliner — 14,4 %; AliExpress — 12,3 % [3]. Ключевыми факторами выбора площадки являются: цена (80 %), ассортимент (61,9 %), оплата при получении (60,9 %), скорость и стоимость доставки (47 %), легкость возврата (32,9 %). Более половины респондентов (50,9 %) совершают покупки раз в месяц, 38,7 % — несколько раз в неделю, что отражает устойчивую тенденцию приобретать товары на маркетплейсах [2].

Таким образом, маркетплейсы являются ключевым инструментом белорусской e-commerce: они предоставляют цифровую инфраструктуру для купли-продажи, ускоряют переход бизнеса в онлайн, повышают экспортный потенциал товаропроизводителей, расширяя географию продаж.

Источники

1. *Епихова, Л.* E-commerce в Беларуси: какую модель выбрать? / Л. Епихова, А. Хандрико // REVERA. — URL: <https://belarus.revera.legal/info-centr/news-and-analytical-materials/1784-e-commerce-v-belarusi-kakuyu-model-vybrat> (дата обращения: 18.11.2025).

2. Какие онлайн-площадки наиболее популярны у белорусских потребителей? // BelRetail.by. — URL: <https://belretail.by/news/kakie-onlayn-ploschadki-naibolee-populyarnyi-u-belorusskih-potrebiteley> (дата обращения: 18.11.2025).