

электронной коммерции большое значение имеет наличие у организации web-сайта, который значительно расширяет возможности взаимодействия участников экономических отношений. В Республике Беларусь пока далеко не все организации используют интернет для представления сведений о себе и своей продукции и услугах, однако их количество постоянно растет. На 1 января 2019 г. в Торговом реестре Республики Беларусь зарегистрировано 19 412 интернет-магазинов.

Таким образом, электронная торговля является перспективной отраслью и имеет огромный потенциал для роста. Для развития интернет-коммерции в республике существуют все необходимые составляющие: высококачественный интернет по всей стране, невысокие цены на трафик, растущая компьютерная грамотность населения и популярность сети интернет.

### **Источники**

1. Статистика домена .by [Электронный ресурс] // Официальный сайт доменных зон .BY и .БЕЛ. — Режим доступа: <https://cctld.by/statistics/>.
2. Белстат рассказал, что белорусы делают в интернете [Электронный ресурс] // TUT.by. — Режим доступа: <https://42.tut.by/554400>.

*Спецприз по итогам работы секции  
В.А. Гончарова, Н.А. Тананушко  
БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Л.С. Климченя, канд. экон. наук, доцент*

## **INSTAGRAM: ПЕРСПЕКТИВЫ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ**

В 2018 г. объем продаж материальных и виртуальных товаров и услуг через соцсети, мессенджеры и онлайн-доски достиг величины 9,4 млрд дол., а количество сделок превысило 394 млн. За год 39 млн человек покупали товар через социальные сети, это 55% пользователей Интернета [1]. По данным компании Artox Media Digital Group, в октябре 2019 г. ТОП белорусских ритейлеров в Instagram возглавил бренд Mark Formelle. На втором месте с большим количеством подписчиков, но меньшей вовлеченностью пользователей в контент расположилась сеть магазинов «Мила». С небольшим отрывом третье место занял бренд CONTE SPA [2].

Функционал Instagram позволяет осуществлять продажу практически любых товаров и услуг. Массфоллоving и масслайкинг — только первые шаги к тому, чтобы обратить на себя внимание. Сегодня продавцы используют: наклейки с товарами в Stories; ссылки на веб-станцию товара в Stories. Видя рекламу, пользова-

тельно достаточно смахнуть картинку вверх и попасть на страницу с товаром; торговый канал в Explore — уникальное место, где потребители смогут найти продукты брендов, которым они следуют, и обнаружить новые бренды; IGTV как канал контент-маркетинга. Кроме того, пользователи Instagram могут видеть те публикации, которые оценили их друзья. Разрабатываются и внедряются новые функции:

1. Функция оповещения пользователя о новых коллекциях товаров. Работает в тестовом режиме на территории США — пока она доступна 20 брендам, в том числе Adidas и Levi's.

2. В Великобритании и США уже используют функцию Shopping Tags. Любой предмет на фотографии пользователь может отметить как «товар» специальными товарными метками (shopping tags). При нажатии всплывают подсказки с названием и ценой товара. Кликая, покупатель попадает на страницу товара, где он может оформить покупку и совершить оплату. Таким образом, чтобы купить товар, больше не нужно переходить в браузер.

3. Пользователи Instagram смогут приобретать товары сразу в приложении. Функцию тестируют более двадцати мировых брендов, включая Adidas, Nike, H&M, Dior, Uniqlo и Zara. Пока функция будет доступна мобильным пользователям США. Для совершения покупки необходимо заполнить в приложении информацию о способах оплаты и оформить заказ в Instagram. Первоначально для компаний будет введен комиссионный сбор на все продажи. Для потребителей цена на товары останется неизменной [3].

Таким образом, Instagram, как и другие социальные сети, набирает популярность в качестве торговой площадки. Функционал-приложения в скором времени позволят не только просматривать товары, но и оплачивать их. Не исключено, что создатели внедрят и сервис по доставке. Общие тенденции — это упрощение взаимодействия пользователя с продавцом, максимальная автоматизация, улучшение интерфейса и обеспечение безопасности.

### Источники

1. Продажи через социальные каналы: аналитика Data Insight [Электронный ресурс] // E-pepper.ru. — Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/prodazhi-cherez-sotsialnye-kanaly-analitika-data-insight.html>.

2. Рейтинг белорусских ритейлеров по активности в социальных сетях [Электронный ресурс] // Belretail.by. — Режим доступа: <https://belretail.by/article/rejting-belarusskih-riteylerov-po-aktivnosti-v-sotsialnyih-setyah-oktyabrhttps://adindex.ru/news/digital/2019/03/20/270730.phtml>.

3. Пользователи Instagram смогут приобретать товары прямо в приложении [Электронный ресурс] // Adindex.ru. — Режим доступа: <https://adindex.ru/news/digital/2019/03/20/270730.phtml>.