

Практическая целесообразность проведена по материалам исследования магазина «Остров чистоты», расположенного в г. Поставы Витебской области, который был открыт 2 марта 2018 г. Магазин специализируется на продаже парфюмерно-косметических товаров, бытовой химии. Исследование проводилось в 4 этапа: 1) расчет коэффициентов достаточности и устойчивости ассортимента магазина «Остров чистоты»; 2) исследование импортных товаров по отношению к белорусским товарам; 3) проведение опроса в Интернете среди пользователей социальных сетей; 4) эффективность контроля за соблюдением ассортиментного перечня путем сопоставления фактически представленного ассортимента товаров с ассортиментом товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем. Заключительным этапом являлась оценка соотношения товарооборота по импортным товарам и товарам отечественного производства.

По результатам исследования было выявлено, что ассортимент магазина «Остров чистоты» представлен полнее, чем предусмотрено ассортиментным перечнем и выбор товаров достаточно хорош. Однако после второго этапа было выявлено, что количество импортных товарных позиций, представленных в ассортименте магазина, превышает белорусские товарные позиции в 1,8 раза. Это подтвердилось и на заключительном этапе исследования, где товароборот, приходящийся на одну импортную единицу товара, превысил товароборот, приходящийся на единицу отечественного товара на 30 %.

Таким образом, введением перечня сложно и почти невозможно разрешить данную ситуацию. Разрешить данную ситуацию позволит выпуск специальных косметических брендированных товаров отечественных производителей.

### **Источник**

1. Положение о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 22 июля 2014 г., № 703 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2014.

***В.В. Мишкова, О.В. Фидосевич***

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — А.В. Кармызов*

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В последнее время реализация товаров посредством сети Интернет набирает все большую популярность. Это связано с тем, что поку-

патель получает возможность сэкономить время и приобрести товар несколько дешевле, чем в магазине, а магазин при этом приобретает имидж открытого, мобильного и современного партнера. Преимущества торговли через сеть Интернет: простота и скорость обслуживания; отсутствие очередей; осуществление заказов на расстоянии; расчеты электронными деньгами. Несмотря на все преимущества, в Республике Беларусь существуют некоторые проблемы по внедрению электронной торговли: недоверие подавляющей массы населения к интернет-платежам; недостаточный уровень проникновения Интернета; не все «зарплатные» карточки имеют возможность оплаты в сети Интернет; неумение многих пользователей осуществлять платежи через Интернет [1].

После проведения анализа товаров, которые продаются через интернет-магазины, мы выявили категории товаров, которые в большей или меньшей степени интересуют покупателей (см. таблицу).

Соотношение покупок товаров в сети Интернет

Ассортимент частых покупок	Ассортимент редких покупок
Одежда, обувь и аксессуары	Автомобили и мотоциклы
Техника и электроника	Недвижимость
Продукты питания для дома	Товары для животных
Косметика и парфюмерия	Спортивные товары
Товары для детей	Товары для отдыха

*Источник:* собственная разработка.

Проанализировав данные интернет-источников, мы выявили причины популярности товаров, приведенных в первой колонке таблицы: удобство (не нужно никуда идти), широкий ассортимент, которого нет в обычных магазинах, более низкие цены. Непопулярность категорий товаров, упомянутых выше, имеет ряд причин: нельзя потрогать товар и проверить качество; сложно уточнить через Интернет важные характеристики товара.

На 1 января 2018 г. в торговом реестре было зарегистрировано 16 175 интернет-магазинов. За год количество интернет-магазинов в Беларуси увеличилось на 2368 ед., или 17,2 %. Из них 7963 (49,2 %) принадлежат юридическим лицам, 8212 (50,8 %) — индивидуальным предпринимателям. Для сравнения: в США по разным оценкам на долю интернета приходится 9–13 % всего розничного рынка, в Китае этот показатель равен 18 %, в Великобритании — 17,2 %. По прогнозам, в 2020 г. рынок вырастет на 20 %, но только если на интернет-торговлю не будут наложены новые законодательные ограничения [2].

Перспективы развития интернет-торговли в Беларуси весьма многообещающие. Для их развития на сегодняшний день существуют все необходимые составляющие: компактность республики (в течение суток товар может быть доставлен в любую точку страны), мобильный Интернет; низкие цены на трафик; растущая грамотность населения, благодаря социальным сетям и присущей всем популярности Интернета. Из этого можно сделать вывод, что электронная торговля интенсивно развивается и все больше внедряется в нашу повседневную жизнь. Объемы продаж через Интернет будут лишь увеличиваться, а использование Интернет-услуг станет более комфортным и доступным.

### **Источники**

2. Интернет-магазины и интернет-торговля в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // *Zapravo.by*. — Режим доступа: <http://zapravo.by/internet-torgovlya/>.

3. Интернет-магазины [Электронный ресурс] // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://mart.gov.by/>.

***П.В. Невмержицкая***

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Р.П. Валевич, канд. экон. наук, профессор*

## **ПОСРЕДНИКИ В ТОРГОВЛЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Торговое посредничество — это весьма широкое понятие. Оно включает круг таких услуг, как подготовка и совершение сделки, кредитование сторон и предоставление гарантий оплаты товара покупателем, подыскивание контрагента, осуществление транспортно-экспедиторских операций и многих других. В нашей стране посредническая деятельность регламентируется Указом Президента Республики Беларусь от 7.03.2000 г. № 117 «О некоторых мерах по упорядочению посреднической деятельности при продаже товаров» [1]. Нормы Указа позволили в определенной мере упорядочить деятельность посредников и обеспечить прозрачность закупок. Результат не заставил себя ждать: только в ходе проведения инвентаризации товаропроводящей сети организаций, подведомственных Министерству промышленности, были расторгнуты контракты с более чем 300 излишними посредниками [2].

В настоящее время роль торговых посредников очень велика. Стоит отметить, что в некоторых странах посредники и вовсе являются обязательным условием для осуществления сделки. Ана-