

Вопрос об установлении на сегодняшний день оптимального уровня экспортно-импортных ограничений следует считать острым, так как интенсивность и обоснованность использования тарифных и нетарифных ограничений импорта регулируется также в рамках ВТО, членом которой стремится стать Беларусь.

Производство белорусской импортозамещающей продукции к концу 2019 г. приблизилось к 20 млрд дол., что составляет около 40 % промышленного производства. За последние годы доля продаж импортозамещающей продукции на экспорт выросла до 50 %. Это говорит о том, что она не только конкурентоспособна на внутреннем рынке, но и пользуется спросом за рубежом. Однако высокая доля импортных продуктов не очень хорошо сказывается на экономической доступности жизненно необходимых продуктов питания.

Система мероприятий по формированию спроса на отечественные товары в Республике Беларусь сравнительно неэффективна, поэтому для популяризации национальных товаров с учетом международной практики их предложено выкладывать в доступных местах, а также отмечать их специальной вывеской или надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусі».

В современных условиях развития рынка покупатели предъявляют высокий спрос на импортные товары: предпочитают брендовые наименования, проверенные временем, имеющие достаточно широкий ассортимент. В связи с этим при разработке импортозамещающих товаров необходимы грамотные, продуманные решения относительно их качества, цены, вида и рекламы. Только в таком случае возможно переключение спроса на потребительском рынке на отечественные товары-аналоги.

### **Источники**

1. *Иванова, В. И.* Проблемы развития потребительского рынка Республики Беларусь: региональный аспект / В. И. Иванова // Экономика и упр. — 2013. — № 2 (34). — С. 69–72.

2. Идеи для импортозамещения [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. — Режим доступа: [http://economy.gov.by/ru/idei\\_importozames-ru/](http://economy.gov.by/ru/idei_importozames-ru/). — Дата доступа: 25.11.2020.

**Д. С. Кулешова**  
филиал БГЭУ «Минский торговый колледж» (Минск)  
Научный руководитель — **И. Н. Хмельницкая**

## **БЕЛОРУССКИЙ РЫНОК ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

В 2020 г. онлайн-продажи показали самые высокие темпы роста с 2018 г. За восемь месяцев 2020 г. товарооборот в Интернете вырос на

30 %. Вся розница за аналогичный период прибавила 7 %. Активность покупателей на некоторых площадках в период апрель — июнь выросла в два раза и более [1].

Руководитель Deal.by спрогнозировал рост по итогам 2020 г. доли e-commerce в общем розничном товарообороте до 4,5 % (2,2 млрд руб.). В 2019 г. по оценкам Белстата на интернет-торговлю приходилось 4,1 %. В 2020 г. более 50 % белорусов совершали покупки в Интернете. Постоянно совершают покупки в интернете 20 % женщин и 15 % мужчин. Согласно проведенному в молодежной (18–34 года) аудитории г. Минска опросу положительно к интернет-магазинам относится 81,1 %; 39,5 % совершают покупки не реже одного раза в месяц, для 26,4 % пандемия стала причиной перехода на онлайн-шопинг.

24, 21 и 21 % жителей Гомельской, Брестской и Могилевской областей соответственно стараются большинство покупок совершать в Интернете. Наименее всего интернет-шопинг распространен в Гродненской области — 14 % Региональные продажи становятся хорошим драйвером роста рынка в целом. Желание в регионах больше покупать онлайн обусловлено прежде всего широтой ассортимента.

70 % трафика и покупок приходится на мобильных пользователей интернет-магазинов. На 2018 г. эта цифра составляла только 23 % [2].

Большинство белорусов покупают в Интернете технику и электронику, одежду, обувь и аксессуары, косметику и парфюмерию, доставку готовой еды и товары для детей. В 2020 г. вырос спрос на технику и электронику, средства ухода за собой, доставку готовой еды и спортивные товары. Рост доставки еды связан с фактором COVID-19 и активной экспансией сервиса menu.by в регионах. Белорусы предпочитают покупать на местных площадках. Также наблюдается активный рост социальных сетей. Основной торговой площадкой является Instagram. В среднем на одну покупку в своем интернет-магазине белорусы тратят 70 руб., на зарубежных площадках — 20 руб. [3].

Следя данным статистики, можно утверждать, что интернет-торговля развивается быстро. Немецкий статистический онлайн-портал Statista предполагает, что к 2021 г. мировой рынок электронной коммерции составит 4,9 трлн дол. в год. Потребители выбирают более удобный способ приобретения товаров. Можно предположить, если подобная тенденция сохранится, то объемы мирового рынка e-commerce превысят объемы традиционной розницы уже к 2036 г. [4].

### Источники

1. Интернет-продажи в Беларуси выросли на 30 % за 8 месяцев 2020 года. Что и у кого покупали белорусы [Электронный ресурс] // Marketing.by. — Режим доступа: <https://marketing.by/mnenie/chto-i-u-kogo-pokupayut-belarusy-v-internete-rezultaty-issledovaniya-rynka-e-commerce/>. — Дата доступа: 26.11.2020.

2. Что произошло на рынке e-commerce Беларуси в 2020 году? Исследование E-data [Электронный ресурс] // BelRetail.by. — Режим доступа:

<https://belretail.by/news/chto-proizoshlo-na-ryinke-e-commerce-belarusi-v-godu-issledovanie-e-data>. — Дата доступа: 26.11.2020.

3. Что, где, сколько и как покупают белорусы в интернете. Исследование e-data.by [Электронный ресурс] // BelRetail.by. — Режим доступа: <https://belretail.by/article/gde-skolko-i-kak-pokupayut-belarusyi-v-internete-issledovaie-e-data-by>. — Дата доступа: 26.11.2020.

4. Обзор рынка электронной коммерции [Электронный ресурс] // SPARK.ru. — Режим доступа: <https://spark.ru/startup/nyigde/blog/39946/obzor-rinka-elektronnoj-kommertsii>. — Дата доступа: 26.11.2020.

**А. А. Лузикова, Д. Ю. Мурадян**

*БГЭУ (Минск)*

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

## **ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

От того, какие процессы и структурные изменения происходят в национальной экономике, зависит многое в жизни страны и ее перспективах. Под влиянием эпидемии коронавируса произошли большие изменения рынка товаров повседневного спроса в Республике Беларусь. Изменение покупательских привычек уже проявляется в четырех основных направлениях: меняется привычная корзина покупок, возник тренд на приобретение товаров, необходимых в быту, шопинг становится более рациональным, а выгодные предложения, интерес к скидкам и бонусам приобретают глобальные масштабы.

Каждая сложная ситуация подразумевает не только риски, но и открывающиеся возможности. Текущая ситуация ускорила перемены на потребительском рынке, и только часть бизнеса может справиться с этой ситуацией и даже наращивать прибыль, например, торговля продуктами питания, напитками, медицинскими товарами и средствами личной гигиены [1].

С переходом в режим самоизоляции белорусы начали тратить значительно больше денежных средств в интернете, что привело к небывалому росту онлайн-торговли и сервисов доставки, а так же к значительному росту онлайн-платежей в таких сегментах, как продукты питания, медицинские товары, электроника.

Отражение вышесказанного можно подтвердить оперативной статистикой за I полугодие 2020 г. Реальные располагаемые денежные доходы населения Республики Беларусь в I полугодии 2020 г. составили 105,4 % к уровню I полугодия 2019 г. Объем розничного товарооборота в I полугодии 2020 г. к уровню I полугодия 2019 г. в сопоставимых ценах вырос на 2,6 %. Индекс потребительских цен в июне 2020 г.