

регулировании торговли и общественного питания» в Республике Беларусь запрещено осуществлять продажу товаров через социальную сеть, так как это влечет административную ответственность. В социальных сетях продавец может рекламировать товары, соблюдая требования законодательства о рекламе, включая такие, как добросовестность, достоверность и этичность; разместить ссылку на интернет-магазин, где покупатель сможет оформить заказ.

Таким образом, стремительное развитие социальных сетей может служить дополнительным источником клиентского трафика, что особенно актуально для сегмента малого и среднего бизнеса, поскольку рынок социальной коммерции имеет низкий барьер входа и требует небольших вложений в развитие и поддержание канала.

### **Источник**

1. Почему будущее за социальной коммерцией [Электронный ресурс] // Handh. — Режим доступа: <https://handh.ru/post/%D0%BF%D0%BE%D1%87%D0%B5%>. — Дата доступа: 10.11.2021.

**О. В. Фреюк**  
*КНТЭУ (Киев)*

## **ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ. РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В УКРАИНЕ**

Пандемия COVID-19 как важнейший фактор ускорила развитие электронной коммерции, стала настоящим вызовом для розничной торговли офлайн и логистической отрасли. Бизнес-модель B2C (бизнес — потребитель) в интернет-торговле показывает значительный рост по разным каналам сбыта, доля в Украине выросла с 3 до 8,8 % [1]. Кроме коронавируса в Украине существуют и другие причины активизации дистанционной торговли: увеличение покрытия сети Интернет до 78 %, смартфонизация до 57 %, рост доверия к цифровым платежным системам, увеличение разнообразия и усовершенствование способов оплаты, расширение географии доставки и сокращение ее сроков, низкая стоимость доставки, рост индивидуального потребления, рост надежности интернет-продавцов, развитие инновационных технологий (AR, VR) [1]. Но, несмотря на вышесказанное, Украина является страной контрастов. С одной стороны, она единственная в кластере стран с населением 30–50 млн имеет низкий прогноз на уровне 2,56 % ВВП от электронной коммерции (e-GDP, млрд). С другой стороны, пенетрация опыта онлайн-покупок ожидается на уровне 44 %, т.е. порядка 18 млн украинцев до конца 2021 г. будут иметь хотя бы единократный опыт покупок любых товаров через интернет, а это всего на треть меньше, чем в Польше, притом что польский e-GDP больше в 6 раз [2].

Крупнейшими по объему и самыми развитыми секторами электронной торговли в Украине являются электроника и одежда. В среднем сектор одежды достиг 291 млн дол. США в 2020 г. Доля электронной коммерции в розничной торговле одеждой при этом составила 6,8 %, а средний чек — 24–31 дол. США. В целом средний чек интернет-торговли в Украине в 2021 г. вырос на 30 % и достиг 23,5 дол. США, к примеру, в Швеции средний чек составляет 53 дол. США [3]. Однозначным трендом в Украине стала реализация товаров через социальные сети. Самый большой рост наблюдается в Instagram — 185 %, Pinterest — 193 %, Facebook — 154 %. По данным партнерской сети Admitad Affiliate, в 2021 г. сумма продаж в Украине через социальные сети выросла на 17 %. Для проведения исследования проанализировано более 12,4 млн заказов.

Таким образом, в Украине за последние два года розничная торговля, безусловно, изменилась: возраст покупателей увеличился, получило развитие использование социальных сетей, мессенджеров, мобильной коммерции, электронного банкинга и логистических услуг.

#### **Источники**

1. Как изменился рынок электронной коммерции в Украине за 2020 год: исследование [Электронный ресурс] // Pay Space Magazine. — Режим доступа: <https://psm7.com/e-commerce/kak-izmenilsya-rynok-elektronnoj-kommercii-v-ukraine-za-2020-god-issledovanie.html>. — Дата доступа: 22.11.21.

2. Как украинцы покупают продукты онлайн — исследование в сфере e-grocery [Электронный ресурс] // AIN. — Режим доступа: [https://ain.ua/2021/11/02/kak-ukrainczy-pokupayut-produkty-onlajn/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A%20ainua%20\(AIN.UA\)](https://ain.ua/2021/11/02/kak-ukrainczy-pokupayut-produkty-onlajn/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A%20ainua%20(AIN.UA)). — Дата доступа: 22.11.21.

3. Большое исследование рынка e-commerce в Украине [Электронный ресурс] // AIN. — Режим доступа: <https://ain.ua/2021/07/04/bolshoe-issledovanie-rynka-e-commerce-v-ukraine/>. — Дата доступа: 22.11.2021.

**В. А. Харитоненко**  
БГЭУ (Минск)

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

## **АНАЛИЗ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Производство сырого молока в Республике Беларусь за последние пять лет демонстрирует перманентный рост. Так, в среднем за 2016–2020 гг. объем производства молока рос на 2,1 % ежегодно. В общей структуре объема производства продуктов питания, напитков и та-