

ВОЗМОЖНОСТИ ПРОДАЖИ ХЕНДМЕЙД-ТОВАРОВ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

В настоящее время возможность приобрести товар через интернет набирает все большую популярность, а количество запускаемых интернет-магазинов растет в геометрической прогрессии. По данным немецкой компании Statista, в 2019 г. мировой объем e-commerce составлял 3,53 трлн дол. США, а к 2020 г. достиг 4,2 трлн дол. США. Согласно прогнозам, онлайн-продажи в 2021 г. достигнут 4,9 трлн дол. США, а в 2022 г. — 5,7 трлн дол. США, что объясняется удобством совершения покупок, влиянием пандемии COVID-19 и переходом большинства продавцов и покупателей в онлайн [1].

По итогам 2020 г. рынок электронной торговли в Республике Беларусь продемонстрировал самые высокие темпы роста за последнее время. Продажи в белорусских интернет-магазинах выросли на 40 % — до 2,66 млрд руб. Чаще всего белорусы приобретают товары в локальных интернет-магазинах (90 %), на втором месте — интернет-магазины Китая (74 %). Далее следуют интернет-магазины США, России и Польши (5, 3 и 3 % соответственно). Доля населения, совершающего покупки онлайн, выросла до 30 %, существенно превышая показатели таких стран, как Грузия, Казахстан, Россия, Украина, Турция.

Преимущества интернет-магазинов перед стационарными следующие: меньшие расходы на открытие и содержание, автономное и круглосуточное принятие заказов, возможность охватить большое количество целевой аудитории, не ограничиваясь городом присутствия.

В настоящее время многие с удовольствием приобретают хендмейд-товары, которые входят в топ-10 товаров с высокой маржинальностью, так как идея экологичности набирает все большую популярность. Уровень торговой надбавки на хендмейд — свыше 100 %. При этом спрос на него высок, а рынок предложений пока относительно спокоен. Продажа хендмейд-товаров в 2021 г. выросла по сравнению с прошлыми, поскольку этот год создал новый тренд на товары ручной работы.

В Республике Беларусь по сравнению с другими странами нет такого большого количества интернет-магазинов хендмейд-товаров. Самые крупные следующие: handwork.by, mastercity.by, stranamasterov.by. При этом международные электронные торговые площадки товаров ручной работы (например, Etsy) сейчас не предоставляют возможность отечественным ремесленникам реализовывать свои изделия.

Сложившаяся практика указывает на перспективы успешного ведения электронной торговли, а именно хендмейд-товарам. Интернет-магазины по реализации товаров ручной работы — актуальный

вариант организации бизнеса, позволяющего приносить стабильную прибыль при небольших расходах.

Д. А. Минько, Е. А. Красовская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В 2021 Г.

Пандемия COVID-19 внесла свои коррективы в развитие общественного питания. Рассмотрим основные тенденции, примененные объектами общественного питания.

1. Доставка еды. С введением карантинных мер особую популярность приобрели услуги «еда навынос» и «доставка на дом». Согласно статистике, спрос на доставку по разным оценкам вырос на 30–80 %. Особой популярностью пользуется бесконтактная доставка продукции общественного питания и товаров — это способ доставки, при котором потребитель не коммуницирует с курьером.

2. Использование QR-кодов. QR-коды используют вместо бумажного меню. Основные преимущества данной технологии — отсутствие необходимости использования дополнительного оборудования, безопасность в период пандемии, наглядность меню, сокращение времени ожидания. На веб-странице при сканировании появляется вся необходимая для гостя информация.

3. Роботизация. Применение искусственного интеллекта началось в начале 2000-х гг. Роботов используют во всех процессах производства, и все больше объектов применяют их для оптимизации обслуживания потребителей. Однако имеются проблемы с данной технологией: роботы не всегда справляются со своими обязанностями, наибольшие трудности проявляются при выполнении функции официанта.

4. Растительная пища. Защитники окружающей среды очень сильно влияют на современное общество. Сфера общественного питания не остается в стороне от тенденций. Речь идет о некоторых видах мяса, сыра, а также о кофе, шоколаде. Объекты общественного питания все больше используют местные продукты. Одна из новинок ресторанного бизнеса — наличие при некоторых заведениях мини-фермы. Фермы, которые выращивают экзотический продукт, особенно популярны (фермы по выращиванию улиток; с их помощью не нужно ждать долгих поставок, а достаточно обратиться к местному фермеру). Яркий пример использования местной фермы — ресторан «Долина страусов» в Киевской области. Все больше объектов ресторанного