

РОСТ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. А. Корзун¹⁾, Д. С. Жерносек²⁾

¹⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь, vkorzun408@gmail.com

²⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь, zernosekdiana@gmail.com

Научный руководитель Н. И. Шандора

*старший преподаватель, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
shandor@bsu.by*

В данной статье проводится анализ роста электронной торговли в Республике Беларусь, сравнение таких крупных маркетплейсов, как Wildberries и Ozon. Также было проведено исследование основных предпочтений покупателей и ключевых проблем, таких как неуверенность в качестве и размере товара, а также сложность возврата. Для дальнейшего развития рынка необходимо инвестировать в качество продукции, логистику и сервис обслуживания для укрепления потребительского доверия.

Ключевые слова: онлайн-торговля; маркетплейсы; электронная коммерция; потребительские предпочтения; цифровизация.

GROWTH OF ONLINE TRADE IN THE BELARUS

V. A. Korzun¹⁾, D. S. Zhernosek²⁾

¹⁾ student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, vkorzun408@gmail.com

²⁾ student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, zernosekdiana@gmail.com

Supervisor N. I. Shandora

senior lecturer, Belarusian State University, Faculty of Economics, Minsk, Belarus, shandor@bsu.by

This article analyzes the growth of e-commerce in the Belarus, comparing major marketplaces such as Wildberries and Ozon. A study was also conducted on key consumer preferences and main issues, such as uncertainty about product quality and size, as well as difficulties with returns. For further market development, it is necessary to invest in product quality, logistics, and customer service to strengthen consumer trust.

Keywords: online trade; marketplaces; e-commerce; consumer preferences; digitalization.

Цифровая трансформация в настоящее время представляет собой один из ключевых факторов устойчивого развития мировой экономики. Беларусь активно интегрируется в данный процесс, следуя глобальному тренду на цифровизацию, который получил значительное ускорение в период пандемии COVID-19 (2020–2021 гг.). Существенные изменения в модели потребления и торговли обусловлены переходом от традиционных интернет-магазинов к маркетплейсам – цифровым платформам, объединяющим множество продавцов и предоставляющим пользователям широкий спектр сервисов.

Эффективность данной модели подтверждается международной практикой. Так, в Соединённых Штатах Америки маркетплейс Amazon контролирует порядка 40 % объёма электрон-

ной торговли и около 4 % розничных продаж. Беларусь располагает благоприятными условиями для активного участия в цифровой трансформации. На начало 2025 года в стране более 7,7 млн интернет-пользователей – это 94 % всего населения [1]. Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси на 2021-2025 годы» предусматривает модернизацию ИКТ-инфраструктуры, развитие онлайн-сервисов и внедрение цифровых платформ.

В первом квартале 2025 года внутренний рынок e-commerce в Беларуси продолжил стабильный рост: розничный товарооборот увеличился на 10,8 % по сравнению с тем же периодом 2024 года, а доля онлайн-продаж достигла 8,1 %, что вдвое выше показателей прошлых лет [2]. На начало 2025 года в Торговом реестре Беларуси зарегистрировано около 31 тыс. интернет-магазинов – почти втрое больше, чем десять лет назад, что отражает рост числа участников рынка на фоне увеличения доли онлайн-продаж [3].

Белорусский рынок интернет-торговли за последнее пятилетие продемонстрировал высокие темпы развития, став важным элементом экономики страны. Ключевым показателем, демонстрирующим эти изменения, является удельный вес онлайн-торговли в общем розничном товарообороте страны, представленный в таблице.

Удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли по территории Республики Беларусь

Территория	2020	2021	2022	2023	2024
Республика Беларусь	5,4 %	5,6 %	6 %	8,1 %	11,7 %

Источник: [2].

В 2024 году розничный товарооборот в Беларуси составил 91 901 853,1 тыс. руб., из которых 10 171 059,5 тыс. руб. пришлось на онлайн-торговлю. Самыми популярными категориями стали одежда (18,3 %), электроприборы и инструменты (15,8 %), автотовары (8,5 %) [2]. Рост онлайн-продаж связан с привычкой, сформированной во время COVID-19, а также активным развитием маркетплейсов Wildberries и Ozon – лидеров электронной коммерции в стране. Кроме них, востребованы площадки с доставкой по регионам: 21vek.by, Onliner, 5 элемент, Delivio, OZ, Lamoda, OMA, Megatop, Mark Formelle [4].

Wildberries и Ozon остаются самыми популярными онлайн-магазинами среди белорусов. Wildberries привлекает доступными ценами и широкой сетью пунктов выдачи. В 2024 году онлайн-покупки выросли на 81 %, а продажи белорусских предпринимателей на Wildberries – на 74,9 %, при росте числа местных поставщиков на 17,2 %. Спросом пользуются бренды «AMI», «LUXVISAGE», «RELOUIS», «Mark Formelle», «NEVERLATE», «CONTE Elegant», «Полесье», «Белорусские обои». Наиболее активно покупали автотовары (+140 %), одежду (+95 %), обувь (+87 %), косметику (+52 %) и продукты питания (+82 %) [5].

Ozon привлекает покупателей широким ассортиментом и быстрой доставкой. Во II квартале 2024 года число пунктов выдачи в Беларуси выросло в 6 раз, а оборот – в 2 раза. Платформа предлагает более 370 млн товаров более чем в 20 категориях, включая книги, одежду, продукты и медицинские товары [6].

В 2025 году Ozon обогнал Wildberries по доле трафика в Беларуси – 51,99 % против 48,01 %, что свидетельствует о напряжённой конкуренции. Среди пользователей обоих маркетплейсов преобладают мужчины (56,18 % на Ozon и 52,17 % на Wildberries), что опровергает стереотип о женском доминировании в онлайн-шопинге. Основная возрастная группа – от 25 до 34 лет (26,58 % на Ozon и 25,69 % на Wildberries) [7].

Таким образом, рынок e-commerce Республики Беларусь активно развивается и показывает значительные темпы роста. Во-первых, это связано с естественным желанием покупате-

лей уменьшить временные затраты на шоппинг и возможностью сравнивать большое количество товаров для выбора наиболее подходящего варианта. С другой стороны, рост популярности маркетплейсов обусловлен их рекламной активностью, а также возможностью бесконтактного шопинга.

Бурный рост онлайн-торговли требует анализа потребительских предпочтений. Цель исследования – выявить ключевые предпочтения и проблемы покупателей, а также предложить пути их решения.

Опрос 53 человек (18–70 лет) показал высокую частоту онлайн-покупок: 58,5 % – несколько раз в месяц, 22,6 % – несколько раз в неделю. Наиболее популярны одежда, обувь, товары для дома и косметика; менее востребованы книги и электроника. Средняя стоимость покупки – 30–100 белорусских рублей, что отражает ценовую чувствительность.

Основные барьеры: сомнения в размере и качестве товара, риск подделок, сложности с возвратом и оплатой доставки. Однако 69,8 % респондентов сталкиваются с проблемами редко или иногда. Среди них – несоответствие описанию, низкое качество, задержки доставки и ошибки в заказах.

Лидеры среди онлайн-площадок – маркетплейсы с широким ассортиментом и удобной доставкой. Wildberries выбирают 52 % опрошенных, Ozon – 18 %, Lamoda – третье место. Также популярны Золотое Яблоко, Алиэкспресс, 21 век и OZ.by.

Экономически это отражает рост цифровизации и изменение потребительских привычек. Высокая ценовая чувствительность требует оптимизации цен и предложений. Для повышения конкурентоспособности необходимы улучшения в логистике, качестве и сервисе.

На макроуровне онлайн-торговля стимулирует рост розничного оборота и развитие смежных отраслей. Повышение качества обслуживания и устранение проблем укрепят доверие потребителей и расширят рынок. Крупные маркетплейсы остаются предпочтительными, а ключевые препятствия – сомнения в товаре, возврат и риск подделок. Для роста необходимы инвестиции в качество, логистику и клиентский сервис.

Библиографические ссылки

1. Мультиканальность как норма: тенденции в digital в Беларуси // Belretail.by. URL: <https://belretail.by/article/multikanalnost-kak-norma-tendentsii-v-digital-v-belarusi-v> (дата обращения: 14.09.2025).

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь // Сайт ВТО. URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/> (дата обращения: 10.09.2025).

3. Заяц Д. Доля интернет-торговли в Беларуси достигла рекорда: что покупают онлайн // Экономическая газета. URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/dolya-internet-torgovli-v-belarusi-dostigla-rekordachto-rokupaout-onlayn/> (дата обращения: 14.09.2025).

4. ТОП-10 лучших интернет-магазинов в Беларуси – Рейтинг 2025 года // Сайт ВТО. URL: <https://epicris.ru/top-25-luchshix-internet-magazinov-v-belarusi> (дата обращения: 11.09.2025).

5. Экономика и бизнес // Сайт ВТО. URL: <https://1prof.by/news/ekonomika-i-biznes/populyarnyj-marketplejs-opublikoval-statistiku-o-tom-chto-belorusy-chashhe-vsego-pokupali-v-2024-g/> (дата обращения: 11.09.2025).

6. Belretail // Сайт ВТО. URL: <https://belretail.by/news/oborot-ozon-v-belarusi-vo-vtorom-kvartale-goda-vyiros-v-raza> (дата обращения: 11.09.2025).

7. Belretail // Сайт ВТО. URL: https://www.similarweb.com/ru/website/wildberries.by/vs/ozon.by/?_gl=1*_ysj1tm*_up*MQ..*_ga*MTUxNTE1NjA4Ny4xNzU3NjkwODI4*_ga_V5DSP51YD0*_czE3NTc2OTA4MjYkbzEkZzAkdDE3NTc2OTA4MjYkajYwJGwwJGg4NTM5NDc4MzQ.#overview (дата обращения: 12.09.2025).