

Литература

1. Hofmey, J. Commitment-Led Marketing / J. Hofmey, B. Rice. — London : John Wiley and Sons, 2000. — 288 p.
2. Цысарь, А. В. Лояльность покупателей: основные определения, методы измерения, способы управления / А. В. Цысарь. — М.: Вече, 2010. — 247 с.

Современные тенденции развития Интернет-торговли в РБ

*Пищенко Д. А., Сазанович М. А., студ. III к. БГЭУ,
науч. рук. Пономарева Н. П., канд. эк. наук, доц.*

Интернет-магазин — это специализированный сайт, с помощью которого можно продавать и покупать товары и услуги в интерактивном режиме, предварительно ознакомившись с информацией о них.

Само понятие «Интернет-магазин» возникло в 1994 г. Американец Джефф Бизос был первым, кто предложил делать покупки в Интернете [1]. Он составил список всевозможных товаров, из которого исключил те, которые будет сложно пересылать и хранить. В результате, в первом Интернет-магазине можно было приобрести только книги, диски, аудио- и видеокассеты.

Среди преимуществ функционирования Интернет-магазинов можно выделить следующие: легкость и удобство в поиске товара, широкий ассортимент товаров, круглосуточный режим работы магазина, отсутствие очередей, доставка товара в любое удобное покупателю время и место, низкая цена относительно аналогичных товаров в традиционных магазинах, возможность приобретения эксклюзивных товаров, отсутствующих в Республике Беларусь.

К недостаткам Интернет-магазинов относят невозможность подержать товар в руках, необходимость оставлять свои личные данные при заказе товара, проблемы качества доставленного товара и безопасности платежей.

Интернет-торговля в Республике Беларусь динамично развивается. В Беларуси по состоянию на 1 апреля 2013 г. насчитывалось 5,3 тыс. Интернет-магазинов, большинство из которых размещалось на торговых площадках Onliner.by и Shop.by. Деятельность магазинов регулируется Законом Республики Беларусь «О торговле», Законом Республики Беларусь «О защите прав потребителей», Правилами осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 7 апреля 2004 г. № 384, Прави-

лами осуществления розничной торговли по образцам, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 [2].

Как правило, покупатели белорусских Интернет-магазинов — это люди в возрасте 18-45 лет, с высшим или незаконченным высшим образованием — руководители, специалисты с высшим образованием, студенты, служащие. Для них в большей степени характерен средний и высокий доход. Более половины Интернет-покупателей проживают в Минске и областных центрах.

По данным исследования компании МАСМИ, за 8 месяцев 2013 г. почти каждый третий горожанин делал покупки или заказывал что-либо в Интернете. Уже сейчас можно сказать, что число Интернет-покупателей в этом году превысит прошлогодний показатель (21,4 %). Если тенденция роста сохранится, то к концу года доля Интернет-покупателей среди горожан вырастет примерно в 2 раза по сравнению с прошлым годом.

Чаще всего Интернет-покупки совершались в белорусских Интернет-магазинах (85,4 %). Почти треть Интернет-покупателей (31,8 %) делали покупки в зарубежных Интернет-магазинах. Наиболее популярными категориями товаров для покупки в Интернете являются мобильные телефоны и смартфоны (45,5 %), одежда и обувь для взрослых (39 %), бытовая техника (31,2 %), ноутбуки, компьютеры и комплектующие (29,2 %), аудио- и видеотехника (28,9 %). По сравнению с прошлым годом стали чаще покупать в Интернете одежду и обувь: наибольший рост среди всех категорий показала «одежда и обувь для взрослых» (+23,1 %), в 2 раза меньше выросла эта же «детская» категория (+11,1 %). Среди «топовых» категорий также чаще стали покупать мобильные телефоны и смартфоны (+13,7 %), ноутбуки, компьютеры и комплектующие к ним (+10 %)[2].

Происходит рост покупок по таким категориям, как «заказ готовой еды через Интернет», «покупка билетов на концерты, развлекательные и спортивные мероприятия», «покупка авиа- и ж/д билетов».

По прогнозам, в 2013 г. объем рынка Интернет-торговли в Беларуси составит 300 миллионов долларов США.

Литература

1. Юрасов, А. В. Электронная коммерция: учеб. пособие / А. В. Юрасов. — М.: Дело, 2003. — 480 с.

2. Интернет-шопинг в Беларуси: тенденции и перспективы [Электронный ресурс]. — Минск, 2007. — Режим доступа : <http://www.Marketing.by>. — Дата доступа : 27.10.2013.

3. Республиканское унитарное предприятие «БелТоргИнфоСервис» [Электронный ресурс] / Министерство торговли Республики Беларусь. — Минск, 2005. — Режим доступа : <http://www.mintorg.gov.by>. — Дата доступа : 27.10.2013.