

экономические и общественные науки .– 2023. – №3. – С. 222-229. [Электронный ресурс]. – URL: file:///C:/Users/ADM/Downloads/sovremennye-podhody-k-opredeleniyu-termina-tsifrovaya-transformatsiya.pdf (дата обращения: 13.03.2024)

9. Цифровая экономика: 2023: краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневский и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2023. – 120 с.

**O.N. Mirkina**

## **DIGITALIZATION IN THE ACTIVITIES OF LOGISTICS ENTERPRISES OF RUSSIA**

The article considers the degree of use of digital technologies by logistics enterprises in Russia. A rather high degree of digitalization of enterprises in this industry has been identified. The prospects for digital transformation of the activities of logistics enterprises were noted.

**Keywords:** digital technologies, digitalization, digital transformation, enterprises, logistics, supply chain management

**УДК 339.37**

**Т.С. Москалёва, О.Н. Жучкевич**

*Учреждение образования*

*«Витебский государственный технологический университет»*

*Витебск, Республика Беларусь*

## **РАЗВИТИЕ РЫНКА E-COMMERCE, ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПРОДАВЦОВ**

В статье представлены последние данные международного и белорусского рынка электронной коммерции. Выделены основные характеристики поведения потребителей на рынке e-commerce.

Определено значение системы отслеживания отправлений.

**Ключевые слова:** рынок e-commerce, система отслеживания отправлений, поведение потребителей.

Одним из элементов успешного функционирования цифровой экономики является электронная коммерция (e-commerce). Она внесла изменения в способы совершения покупок, в поведение покупателей и продавцов. Являясь динамичной отраслью, e-commerce постоянно претерпевает значительный рост и развитие.

В 2023 году мировой рынок электронной коммерции преодолел порог в два триллиона долларов США. С объемом продаж в 1318,7 млрд долларов США в 2023 году Китай являлся лидером в электронной коммерции с крупнейшим рынком электроники, и отчет Statista показывает, что он им останется до 2027 года. Ожидается, что выручка будет расти в среднем на 12,2 %, в результате чего составит 2088,2 млрд долларов США. Таким образом, прогнозируется, что рынок Китая покажет самые большие темпы роста среди трех основных регионов (США, Европы и Юго-Восточной Азии) [1]. По прогнозам Statista, в Беларуси в 2024 году выручка на рынке e-commerce достигнет 1305 млн долл. США, а её годовой темп роста в 2024-2029 гг. составит 10,39 %, в результате чего прогнозируемый объём рынка к 2029 году составит 2139 млн долл. США. В этот период также ожидается, что количество пользователей электронной коммерции достигнет 4451 тыс. (количество покупателей в интернете в 2024 году составит 42,4 %, в 2029 году – 49,1 %) [2].

По данным, обнародованным Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (МАРТ), количество зарегистрированных интернет-магазинов на начало 2023 г. достигло рекордных 28 927. За прошлый год их количество увеличилось на 1036, или на 3,7%.

Больше всего интернет-магазинов зарегистрировано в Минске и Минской области – 22 276, или 77% от общего количества. В регионах сайтов, торгующих посредством интернета, значительно меньше (примерно 1,1–1,9 тыс. в каждой области).

Структура реализации товаров в интернет-магазинах показывает, что в общем объеме продаж наибольшую долю занимают товары для дома (18%), бытовая техника и электроника (16%), автотовары (13%), трикотажные изделия (11%), товары для красоты и здоровья (5 %), санитарно-техническое оборудование (3%), верхняя одежда (3%). Доля «прочих» товаров в структуре продаж белорусской торговли также существенна – 31%.

МАРТ ожидает, что электронная коммерция в стране продолжит развиваться [3].

В таблице 1 представлены данные розничного товарооборота организаций торговли, а также посчитан розничный товарооборот интернет-магазинов в Республике Беларусь.

Таблица 1

Розничный товарооборот организаций торговли в Республике  
Беларусь

Год	Розничный товарооборот организаций торговли (2011–2015 в млрд руб.), млн руб.	Удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли, %	Розничный товарооборот интернет-магазинов (2011–2015 в млрд руб.), млн руб.
2011	87033,8	1,0	870,3
2012	157641,8	1,3	2049,3
2013	210299,4	1,5	3154,5
2014	254646,6	1,3	3310,4
2015	282822,3	2,0	5656,4
2016	31266,6	2,8	875,5
2017	35009,1	3,4	1190,3
2018	40223,0	3,7	1488,3
2019	44889,7	4,1	1840,5
2020	49246,1	5,4	2659,3
2021	55719,2	5,6	3120,3
2022	63523,0	6,0	3811,4

\*Источник: составлено автором на основе [4].

Таким образом, можно отметить, что за 10 лет розничный товарооборот имеет тенденцию к увеличению доли в среднем на 0,5 п.п. в год. За последние 5 лет розничный товарооборот интернет-магазинов

увеличился на 2323,1 млн руб., или на 156 %, и составил в 2022 году 3811,4 млн руб. Такая тенденция говорит о существенном развитии онлайн-торговли в Республике Беларусь.

Ключевыми факторами, влияющими на поведение потребителей в e-commerce являются удобство, гибкость, скорость и возможность сравнения товаров и цен. Интернет-магазины позволяют потребителям просматривать и покупать товары, не выходя из дома, без необходимости посещать магазин, что одновременно экономит их время. К тому же благодаря большому количеству доступных веб-сайтов электронной коммерции потребители могут легко сравнивать товары, их характеристики и цены у разных розничных продавцов, чтобы найти лучшее предложение, в значительной степени полагаясь на отзывы и рейтинги при принятии решений о покупке. Персонализация, предлагаемая платформами, и глобальный доступ, связывающий продавцов и покупателей по всему миру, позволяют потребителям получить разнообразие товаров с учётом их индивидуальных предпочтений.

В свою очередь, изменения поведения потребителей приводит к усилению конкуренции между розничными продавцами, что требует постоянного улучшения предлагаемых товаров и услуг, способных конкурировать среди растущего числа ритейлеров.

Таким образом, продавцы e-commerce должны учесть предпочтения покупателей, обеспечивая им максимальное удобство и приятные цены. Для этого ритейлерам необходимо проанализировать различные стороны процесса продаж, включая дизайн веб-сайта и (или) приложения, процесса заказа и цепочки поставок.

Для беспрепятственного совершения покупок в электронной коммерции важно как можно быстрее доставить продукт покупателю. Об этом говорят данные опроса, в котором 47,2 % пользователей e-commerce, совершая покупки онлайн, ожидают получение товара в течение 2 дней, из них для 50,9 % важно иметь систему отслеживания товара. Такая система для покупателей приносит уверенность в доставке товара и служит ориентиром даты доставки.

Система отслеживания отправок – это программное обеспечение, которое позволяет отслеживать посылки и грузы, начиная с момента размещения заказа и заканчивая осуществлением доставки. Основное значение такой системы для клиентов – получение информации о деталях маршрута посылки, статусе доставки, предполагаемых дате и времени доставки. Также стоит отметить, что для логистических компаний системы отслеживания позволяют оптимизировать бизнес-процессы с помощью следующих функций: оптимизация маршрута, видимость, обновление статуса доставки, параметры автомобиля, факторы обслуживания, скорость и время отдыха транспортных средств, напоминания и оповещения, цифровое подтверждение каждой поставки, интеграция с различными системами.

Обеспечивая полную прозрачность в отношении персонала доставки и соответствующих транспортных средств, а также постоянного обновления статуса доставки на основе наличия информации о всех сопровождающих факторах, организация повышает общую эффективность своей работы, одновременно удовлетворяя потребность клиента в оценке сроков получения посылки, а сопровождение процесса доставки постоянными напоминаниями и оповещениями вместе с предоставлением цифровой квитанции о доставке после её завершения обеспечит клиентам уверенность в выбранной компании.

Таким образом, система отслеживания обеспечивает эффективный и прозрачный процесс коммуникации между всеми звеньями доставки, позволяя каждому из них получить максимальную выгоду от её использования. Повышается степень удовлетворённости клиентов, ответственность сотрудников службы доставки, улучшается обслуживание транспортных средств, участвующих в процессе доставки. В результате увеличивается общая производительность и авторитет компании, что на сегодняшний день оказывает огромное влияние на успешность и рост бизнеса в условиях расширения рынка электронной коммерции.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. eCommerce: market data & analysis: Market Insights report | Statista. [Электронный ресурс]. – URL:<https://www.statista.com> (дата обращения: 16.03.2024).
2. eCommerce – Belarus | Statista. [Электронный ресурс]. – URL:<https://www.statista.com> (дата обращения: 16.03.2024).
3. Интернет-торговля бьет рекорды. [Электронный ресурс]. – URL: <https://neg.by> (дата обращения: 17.03.2024).
4. База статистических данных. [Электронный ресурс]. – URL: <http://dataportal.belstat.gov.by>. (дата обращения: 17.03.2024).

**T.S. Moskaleva, O.N. Zhuchkevich**

### **DEVELOPMENT OF THE E-COMMERCE MARKET, ITS IMPACT ON CONSUMERS AND SELLERS**

The article presents the latest data on the international and Belarusian e-commerce market. The main characteristics of consumer behavior in the e-commerce market are highlighted. The importance of a shipment tracking system has been defined.

**Key words:** e-commerce market, shipment tracking system, consumer behavior.