

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ

По мнению большинства экспертных изданий, именно интернет-торговля будет глобальным трендом в области торговли, поэтому компаниям, которые хотят увеличить конверсию и захватить новую долю рынка, необходимо обратить свое внимание на данный сектор.

В целом в мире онлайн-торговля аккумулирует сегодня 7 % всего товарооборота. В развитых странах она занимает 10 %, в развивающихся — 3 %. В Беларуси этот показатель ниже — всего 1,5 % (206 млн долл. США из 13,7 млрд долл. США товарооборота за 9 месяцев 2016 г.). Однако эксперты признают, что официальный показатель 1,5 % можно смело умножить на 3–4 с учетом активности серого рынка в интернете [1].

По прогнозам Apply Logistic Group, в ближайшем будущем рост интернет-торговли не только сохранится, но и ускорится. Пока большинство белорусов выбирают товар в интернете, а покупку совершают офлайн, как правило, рассчитываясь с курьером наличными. Лишь 17 % покупателей расплачиваются карточкой на сайте продавца [1].

Мобильные покупки выйдут на лидирующее место. Компания Forrester прогнозирует, что 46 % мирового населения будут пользоваться смартфонами, следовательно, в ближайшем будущем весьма востребованными окажутся те торговые марки, которые создадут необходимые условия для быстрых и простых мобильных покупок [2].

На данный момент эксперты предлагают ритейлерам ориентироваться на новую целевую группу — поколение Миллениум (Y) [рожденные между 1981 и 1995]. Считается, что данная группа к 2017 г. будет иметь наибольшую покупательскую способность. Данный социальный слой представляет интерес для ритейла по причине того, что они глубоко вовлечены в цифровые технологии. Следовательно, наибольший акцент в маркетинговых стратегиях компаний будет сделан на цифровых каналах.

Интернет и различные онлайн-сервисы являются основными ресурсами для получения информации и планирования покупок в косметическом секторе. Технология искусственного интеллекта и виртуального собеседника (чатбот) активно используется для персонализации покупок косметики.

Дополненная или виртуальная реальность станут более распространенными. Уже сегодня некоторые позволяют своим клиентам виртуально испробовать косметику, не используя ничего, кроме своего смартфона. Все чаще стали появляться онлайн-тестеры косметики [3].

Рынок индустрии красоты — один из наиболее динамично развивающихся сегментов, а также считается едва ли не самым конкурентным. Удивить потребителя чем-то эксклюзивным — задание не из легких, поэтому успех бренда состоит не только в инновациях, но также в качественном обслуживании, реализации грамотной маркетинговой стратегии, правильном продвижении в интернете и социальных сетях.

Литература

1. *Адамов, М. А.* Как онлайн-ритейл повлиял на традиционную торговлю в РБ / М. А. Адамов, П. Н. Береснев // Office life. — 2017. — № 1 (1). — С. 8–11.
2. Ритейл 2016. Тенденции текущего года [Электронный ресурс] // ОДО «ЭНЭКА». — Режим доступа: https://www.eneca.by/ru_retail_2016trends0/. — Дата доступа: 02.04.2017.
3. Цифровое будущее розничной торговли косметикой и средствами личной гигиены [Электронный ресурс] // Новости косметологии. — Режим доступа: <https://cosmetology-info.ru/6714/news-Prognozy-tsifrovogo-budushchego-rozничной-torgovli-kosmetikoy-i-sredstvami-lichnoy-gigieny/>. — Дата доступа: 01.04.2017.

Е.А. Никитко
БелГУТ (Гомель)

Научный руководитель О.В. Морозова — канд. экон. наук

ОПТИМИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ И УЧАСТНИКОВ ВЭД КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

Торговля между странами всегда играла важную роль для экономик всех государств. По опыту развитых стран видно, что невозможно обеспечить хорошее экономическое положение, находясь в изоляции от остального мира. Непосредственное участие в содействии торговле между странами принимают таможенные органы. Актуальность данной темы заключается в том, что в последнее время роль таможенных органов возросла и основной задачей, возложенной на таможенные органы, является не только обеспечение экономической безопасности страны, но и всестороннее содействие бизнесу.

Таможенные органы осуществляют свою деятельность с целью обеспечения соблюдения таможенного законодательства ЕАЭС, а также упрощения совершения таможенных операций и процедур. Цели, которые преследуют субъекты внешней экономической деятельности (ВЭД), заключаются в ускорении совершения таможенных операций и минимизации затрат. Единой целью, которая является приоритетной во взаимодействии таможенных органов и субъектов ВЭД, является упроще-