

Таким образом транснациональные компании с иностранным капиталом стремятся создать себе положительный имидж на белорусском рынке, а также использовать потенциал местоположения Республики Беларусь. В свою очередь, белорусская экономика получает средства на модернизацию предприятий и создание новых рабочих мест.

**Дин Цзинлин**

## ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ КОМПАНИЙ КНР НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ

Электронная торговля становится одним из динамично развивающихся сегментов внешнеторгового взаимодействия России и Китая. Первый проект такого рода – торговая платформа на территории города Суйфэньхэ, позволяющая предприятиям обеих стран заключать контракты на поставку продукции и ориентированная на торгово-сервисное взаимодействие в рамках внешнеторговых операций, была запущена в 2009 г. На ее основе к 2017 г. были созданы 8 тысяч Интернет-магазинов с российскими товарами, ориентированными на внутренний рынок Китая. Российские компании поставляют свою продукцию при помощи коммерческой торгово-сервисной платформы, а китайские контрагенты, закупая российские товары оптом, поставляют их на внутреннем рынке в розницу через различные системы электронной коммерции. При этом обеспечиваются безопасная система осуществления электронных платежей, полное таможенное оформление через Интернет, гарантии правительства, полный расчет логистики, информационное сопровождение и доступ к государственным базам данных.

В 2016 г. была запущена электронная торговая платформа ДАКАИТАОВА, которая обеспечивает поставки российских продуктов питания в Китай, позволяя при этом осуществлять как маркетинговые исследования рынка, так и поиск и установление деловых контактов, информационное сопровождение логистики, экспортно-импортное оформление и сертификацию российского продовольствия. Преимуществом платформы является отсутствие необходимости выстраивания компаниями собственной торговой инфраструктуры и минимизация затрат на экспорт и продвижение продукции, гарантии защиты контрагентов от подделок. Платформа интегрирована с электронными таможенными портами Китая, с программами складской и транспортной логистики, китайскими платежными системами, расчетной системой КНР. Планируется интеграция с электронными площадками JD, TMALL Alibaba Group и Suning.

В сфере оптовых поставок нефтепродуктов действует несколько систем электронной торговли в формате электронных торгов. Электронная торговая площадка eOil.ru используется, в частности, Газпромом (на технологическом решении ООО «Информационные системы») и Газпромбанком. В функции систем электронных торгов входит реализация нефтепродуктов по фикси-

рованным ценам на согласованных с торговым представителем условиях или в результате аукционных торгов. Отличие российских площадок в данной сфере от зарубежных – в использовании только электронного документо-оборота; верификации заключения контракта электронной подписью; документировании проведенных операций и отчетов; интеграции с информационными системами компаний; реализации принципа аукционности и доступности торгов; надежность и безопасность операций.

**Т. Дрозд**

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Парфюмерно-косметическая отрасль является относительно молодым сегментом в белорусской промышленности, однако она уже успела получить широкую популярность не только внутри страны, но и за ее пределами. В последние годы спрос на парфюмерно-косметическую продукцию в Республике Беларусь значительно увеличился.

История рынка парфюмерии и косметики Беларуси берет свое начало в 1990-х годах. Первооткрывателем этой отрасли становится предприятие СП «БЕЛИТА», зарегистрированное в 1990 г. в Минске. По сравнению со странами бывшего СССР косметическая индустрия Беларуси развивается достаточно быстрыми темпами, несмотря на тот факт, что представлена она, преимущественно, малым и средним бизнесом. На сегодняшний день в этой отрасли действует более 100 предприятий.

В основном, поставки осуществляются в страны СНГ, страны ЕС, а также страны Балтии. Косметические предприятия в среднем экспортируют 58 % готовой продукции, 80 % из которых экспортируются в Россию, 6 % – в Украину, 5 % приходятся на Польшу, Литву, Латвию, 4 % – на Казахстан, Армению и Грузию. Большим спросом пользуются средства по уходу за волосами и кожей и декоративная косметика. Основным поставщиком изделий по уходу за волосами и кожей является тандем СП «БЕЛИТА» и ЗАО «ВИТЭКС», который известен натуральностью входящих в состав средств компонентов. Второстепенную роль играют предприятия «Belkosmex» и «Markell». Декоративную косметику представляют такие фирмы, как «Relouis», «Belordesign» и «Luxvisage». Бьюти-продукты данных предприятий славятся большим выбором, качеством, экологически чистым составом и оптимальной стоимостью. Что касается парфюмерии, представителем данной ниши является производитель «Dilis», который гарантирует качественный продукт по доступным ценам, вследствие чего продукция этой фирмы может составить конкуренцию западным брендам. О популярности белорусской косметики свидетельствует наличие за рубежом специализированных магазинов, и интернет-магазинов с характерными названиями: «Красота по-белорусски» ([belarussianbeauty.ru](http://belarussianbeauty.ru)), «Белорусская косметика» ([belkosmetik.com](http://belkosmetik.com),