

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**Е. А. Васильева,**

студент факультета международных экономических отношений и менеджмента  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*  
*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Научный руководитель:

**Ю. М. Якимова,**

старший преподаватель кафедры инновационной экономики и менеджмента  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*  
*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Электронная торговля в мире развивается быстрыми темпами. Это связано, в первую очередь с бурным развитием информационных технологий и особенно сети Интернет, где количество пользователей ежегодно увеличивается. В статье рассматриваются роль и развитие электронной коммерции в современной мировой экономике, а также на примере Республики Беларусь.

Цель данной статьи – рассмотреть современное состояние интернет-коммерции в Республике Беларусь и в мире, а также дать оценку перспективам развития отрасли.

Каждое предприятие в условиях рыночной экономики нуждается в качественном управлении. Применение информационных технологий является неотъемлемым при внедрении новых методов управления. Еще несколько лет назад мы использовали интернет в основном только для обмена почтовыми сообщениями. Однако в последнее время современные технологии превратили интернет в развитую инфраструктуру, которая охватывает все основные сферы.

Данная статья актуальна тем, что она показывает, какие возможности открывает перед нами интернет по организации торговли различными видами товаров. На данный момент интернет можно рассматривать как огромный рынок, способный охватить в потенциале практически все население Земли (рис. 1). Именно поэтому торговые и финансовые организации активно развивают различные виды и методы ведения коммерческой деятельности в интернете – электронной коммерции.

Электронную коммерцию в Республике Беларусь рассматривали в своих работах Л. С. Климченя («Электронная коммерция») и О. А. Колбелев («Электронная коммерция»). У них были схожие взгляды, они рассматривали электронную коммерцию как составную часть электронного бизнеса, а электронную торговлю как частный случай электронной коммерции [1; 2].



**Рисунок 1 – Объем интернет-торговли в мире**

Электронная коммерция – это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций [3].

На данный момент почти половина продаж в сфере e-commerce приходится на Китай (47 %, около 900 млрд долл.), эта страна занимает первое место в мире по продажам в интернете. Второе место занимает Северная Америка. Эксперты прогнозируют, что Азиатско-Тихоокеанский регион будет занимать лидирующую позицию в мире в e-commerce, достигнув оборота от 2,4 до 2,7 млрд долларов к 2020 году.

Топ-10 рынков электронной коммерции мира на 2019 год: 1 – Китай, 2 – США, 3 – Великобритания, 4 – Япония, 5 – Германия, 6 – Франция, 7 – Южная Корея, 8 – Канада, 9 – Россия, 10 – Бразилия.

Рынок интернет-коммерции Республики Беларусь, находясь на ранней стадии своего развития, демонстрирует достаточно неплохие темпы роста. В 2018 году один пользователь из Беларуси тратил на покупки в интернет-магазинах в среднем 185,4 белорусского рубля. Это почти на 40 % больше, чем годом ранее. Анализируя данные, можно сделать вывод о том, что самыми активными интернет-покупателями в Беларуси являются молодые люди в возрасте от 25 до 35 лет [4].

В Республике Беларусь используется 5 видов электронных продаж:

1) коммерческое взаимодействие между компаниями (рынок B2B): b2b.by, bntdtorg;

2) розничная электронная торговля (рынок B2C): 21vek.by, wildberries.by, evroopt.by, onliner.by;

3) взаимодействие потребителей между собой (рынок C2C): kufar.by, ladoni.by, minsk.irr.by, slanet.by;

4) взаимодействие коммерческих структур с государственными организациями (рынок B2G): goszakupki.by, icetrade.by, и zakupki.butb.by;

5) взаимодействие частных лиц с государственными структурами (рынок C2G): модели электронного бизнеса C2G, могут содержать элементы электронной коммерции, например для сбора налогов.

Важное место в развитии интернет-коммерции играют интернет-магазины. В Республике Беларусь среди крупнейших 21vek.by, Oz.by, Belconsole, 24shop.by, 5 элемент. ApplyLogisticGroup прогнозирует ускоренный рост e-commerce. Его доля в розничном товарообороте Беларуси составит 3 %, а к 2020 году – 10 % [6].

**Таблица 1 – Общие показатели отрасли**

Общие показатели отрасли	
Количество интернет-магазинов на 1 января 2019 г.	19,4 тыс.
Скорость прироста выручки в год	17 %
Общий объем выручки e-commerce в год	1,352 млрд руб.

На данном этапе развития интернет-коммерции в Беларуси существует ряд проблем:

1. Недостаточно сформированный рынок перевозок. Необходимо не только продавать товар, но и предоставлять услуги по перевозке товара с высоким уровнем обслуживания и приемлемыми для покупателя ценами.

2. Слабая координация усилий государства и частного бизнеса в сфере информатизации.

3. «Цифровое неравенство» между различными социальными группами населения, городской и сельской местностью, а также между различными отраслями экономики.

4. Проблема обеспечения безопасности электронных платежей.

5. Неразвитость законодательной базы оформления электронных сделок.

Проанализировав все «за» и «против», можно сделать вывод о том, что развитие интернет-коммерции в Республике Беларусь достаточно перспективное направление предпринимательской деятельности, которое все больше и больше внедряется в повседневную жизнь. Это обусловлено рядом социально-экономических факторов, которые благотворно влияют на развитие данного вида бизнеса.

В Республике Беларусь существует большой потенциал развития интернет-торговли. Для этого в нашей стране имеются все необходимые составляющие для успешного развития электронной торговли, а именно:

- 1) внедрение высокоскоростного интернета по всей стране;
- 2) компактность – относительно небольшая территория республики, что способствует доставке товара в любую точку страны в течение суток;
- 3) мобильный интернет;
- 4) низкие цены на трафик;
- 5) популяризация использования сети Интернет населением.

Технологии электронной коммерции за счет использования интернета дают возможность сократить затраты, выявить новые каналы сбыта, создать новые формы взаимодействия с поставщиками, дистрибьютерами и клиентами, обеспечивают поддержание высокого профессионального уровня сотрудников и равномерное распространение корпоративных стандартов на удаленные офисы.

Электронная коммерция – это важная составляющая в жизни современного развитого общества. Основные преимущества электронной коммерции – простота осуществления заказов, скорость поиска необходимых товаров и услуг, широкий выбор предоставляемой продукции. В связи с этим востребовано усовершенствование компьютерных технологий, которое ведет не только к упрощению использования системы виртуальных заказов, но и к улучшению качества осуществления операций [6].

В заключение можно отметить, что развитие интернет-торговли во всем мире идет высокими темпами. Беларусь постепенно перестает быть аутсайдером в этом деле и все больше внедряет в нашу жизнь e-commerce. Для ее развития есть все составляющие. Главным вызовом развития e-commerce во всем мире является рост требований к технологической составляющей интернет-магазинов, необходимость продвижения и обеспечения безопасности личных и платежных данных покупателей. Однако рынок находит пути решения всех насущных проблем в отрасли.

### **Список использованных источников**

1. Климченя, Л. С. Электронная коммерция / Л. С. Климченя. – Минск : Выш. школа, 2004. – 192 с.
2. Колбелев, О. А. Электронная коммерция / О. А. Колбелев. – Минск : Дашков и К., 2013. – 684 с.
3. Электронная коммерция в Беларуси. Итоги-2016 и ожидания-2017 от Максима Маринича [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://probusiness.io/markets/2999-elektronnaya-kommerciya-v-belarusi-itogi-2016-i-ozhidaniya-2017-ot-maksima-marinicha-deal-by.html>. – Дата доступа: 01.02.2019.
1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 10.02.2019.
2. Горбунова, Ю. И. Интернет как средство информационного обеспечения экономической деятельности на региональном уровне [Электронный ресурс] / Ю. И. Горбунова // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 3 (061) // Киберленинка. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-sredstvoinformatsionnogo-bespeche-niya>. – Дата доступа: 10.02.2019.
3. Кешелава, А. В. Введение в цифровую экономику / А. В. Кешелава [и др.]. – М. : 2017. – 28 с.