

УДК 330.47

**Ю. Э. Семенов** (saintbalmer@gmail.com),  
*магистрант*

**В. В. Бондарева** (v\_bond@rambler.ru),  
*канд. техн. наук, доцент*  
*Белорусский торгово-экономический*  
*университет потребительской кооперации*  
*г. Гомель, Республика Беларусь*

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

Рассматриваются состояние рынка электронной коммерции в мире и Республике Беларусь, а также факторы влияющие на его развитие. На основании выявленных проблем и особенностей существующего состояния электронной коммерции в Республике Беларусь сделаны предложения по ее дальнейшему развитию.

The state of the e-commerce market in the world and the Republic of Belarus, as well as factors affecting its development, are considered. Based on the identified problems and peculiarities of the current state of electronic commerce in the Republic of Belarus, proposals have been made for its further development.

*Ключевые слова:* электронная коммерция; Национальный статистический комитет Республики Беларусь; пользователи сети; интернет-магазин; торговая площадка.

*Key words:* e-commerce; National Statistical Committee of the Republic of Belarus; network users; online store; marketplace.

Еще десятилетие назад Всемирная паутина, которой в 2018 г. исполнилось 49 лет, использовалась фактически только для поиска информации. Каждый день число пользователей Интернета, новых сайтов, а также возможностей сети стремительно растет. На текущий момент количество веб-сайтов превышает один миллиард, а число пользователей составляет более трех миллиардов человек, т. е. почти 60% всего населения земного шара. Возможности же Интернета растут чуть ли не быстрее, чем количество сайтов и пользователей. Интернет сегодня – это большая сила: инструмент продвижения, средство представления и поиска любой информации, необъятное коммуникационное пространство.

В литературе и публицистике такие понятия, как «электронный бизнес», «электронная торговля» и «электронная коммерция» фактически являются синонимами. Термины «электронный торговля» и «электронный бизнес» впервые были использованы еще в конце XX в. ведущими корпорациями по производству компьютерной техники и их программного обеспечения, а также компаниями, которые занимаются исследованием динамики развития IT-технологий. Они рассматривали эти понятия как рационализацию производственно-хозяйственной деятельности с помощью цифровых технологий. В своей научной публикации «Exploring E-commerce, Global E-business, and E-societies» Крэйг Фелленштайн и доктор Рон Вуд отмечают, что особенностью электронного бизнеса является «использование электронных коммуникационных сетей, которые позволяют коммерческим предприятиям передавать и получать информацию». Они заостряют внимание на специфике и важности информационного обмена между коммерческими предприятиями. В далекие времена для совершения торгового соглашения покупатель ходил к продавцу с серебром в кошельке, вел переговоры и, заплатив наличными средствами, забирает товар. Спустя время появился телефон, с помощью которого происходили переговоры, получалась информация о рынке в других регионах, а затем, при встрече покупателя и продавца заключался договор лицом к лицу или через доверенные лица.

Итак, можно сказать, что электронная коммерция – вид хозяйственной деятельности по продвижению товаров и услуг от производителя к потребителю через электронные компьютерные сети. Другими словами, электронная коммерция – маркетинг, приобретение и продажа товаров и услуг через компьютерные сети, в основном сеть «Интернет». Электронная коммерция предоставляет новые возможности для повышения эффективности коммерческой деятельности в целом.

Примечательно, что электронная коммерция следует некоторым собственным экономическим законам. Главный редактор научного журнала Wired Magazine, посвященного информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ), К. Андерсон выявил и предложил следующие законы электронной коммерции:

1. Закон неограниченного выбора (long tail), означающий, что через Интернет можно предложить неограниченное количество разнообразной продукции, которая всегда найдет своего покупателя. Это связано с тем, что электронная торговля позволяет удовлетворить индивидуальные потребности в отличие от реальной торговли, которая ориентирована на общие, массовые предпочтения потребителей, например, следует моде.

2. Закон бесплатной электронной экономики (gift economy), объясняющий феномен бесплатно доступных в Интернете товаров (музыки, книг, фильмов, программного обеспечения и пр.) и услуг (электронной почты, социальных сетей, поиска информации, передачи данных и пр.). Примерами успешных компаний, работающих в сфере бесплатной электронной коммерции, являются Google, Yahoo, Facebook, Twitter, Skype.

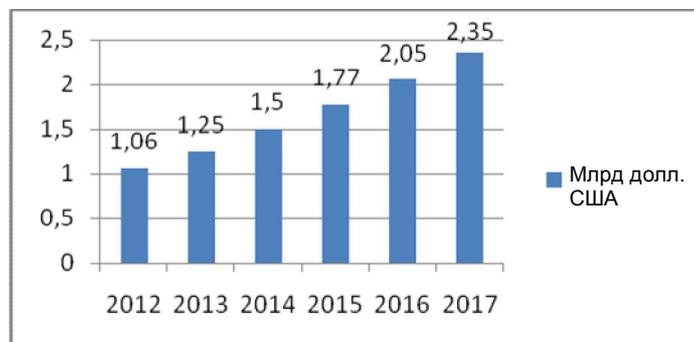
IT-технологии позволяют анализировать рынок товаров и услуг по всей планете и принимать соответствующие решения быстро и качественно. С помощью высоких технологий и массовой компьютеризации населения в ведущих странах мира в бизнес и коммерцию вовлекаются целые пласты экономически активного населения.

Крупнейшими пользователями электронной коммерции являются резиденты Европейского Союза и США. Рост доли и роли электронной торговли обусловлен дальнейшим развитием ИКТ, сменой поколений пользователей.

Исследование рынка электронной коммерции тесно связано с исследованием аудитории интернета. По данным американских исследований, электронная торговля товарами народного потребления является выгодной при условии, что пользователями сети является хотя бы 12% населения страны. Число пользователей Интернета, их интересы и потребности в значительной степени определяют темпы и основные направления дальнейшего развития электронной коммерции.

Среднемировые темпы роста и активное развитие рынка электронной коммерции, по данным экономического исследовательского агентства eMarketer, колеблются в диапазоне 18–20%. Это составляет около 3–4% от общего объема ритейла в РФ и 10–12% в США и других высокоразвитых странах. Средний уровень рынка электронной коммерции в мировом масштабе составляет около 6%. Ниже на рисунке наглядно показана эта тенденция.

Рынок электронной коммерции в мире за 2012–2017 гг.



Сейчас доля мобильных покупок составляет около 10% в развитых странах, как Россия, и может достигать отметки в 25% в высокоразвитых государствах Северной Америки. Рассматриваемый сегмент рынка растет быстрее остальных. Это означает, что, если магазин не имеет соответствующего программного обеспечения для электронных операций, он теряет около четверти потребителей.

С технической точки зрения белорусский Интернет готов к развитию электронной коммерции. Территория охвачена в достаточной степени: наблюдается быстрый рост числа пользователей сети и развитие информационно-коммуникационных технологий, что положительно влияет на количество потенциальных покупателей, использующих для покупок web-технологии. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, при численности населения 9,47 млн человек количество абонентов и пользователей сети «Интернет» в стране составляет 9,43 млн, в том числе физических лиц – 8,4 млн человек. Основной прирост, как и в предыдущие годы, обеспечен за счет увеличения количества абонентов беспроводного сегмента широкополосного доступа.

Наряду с общим ростом числа пользователей происходит перераспределение долей корпоративных клиентов и физических. В настоящее время число пользователей, использующий доступ к Интернету из дома, и корпоративных пользователей, примерно равно. Все пользователи сети «Интернет» являются потенциальными участниками экономических отношений в виртуальном пространстве. Статистические данные свидетельствуют о значительной коммерциализации информационного пространства. Домашние хозяйства и организации используют сеть «Интернет» не только для поиска информации и развлечений, но и для осуществления экономических операций: покупки и оплаты товаров и услуг, осуществления банковских операций, участия в электронных торгах, взаимодействия с государственными органами и многого другого. Так, для покупки и заказа товаров Интернетом пользуются 24,3% физических лиц, финансовые операции в виртуальном пространстве совершают около 17,7% интернет-пользователей.

Для оценки возможностей развития электронной коммерции большое значение имеет не только подключение к сети «Интернет» и техническая оснащенность организаций современными компьютерами, но и наличие у них web-сайта. Собственный сайт организации значительно расширяет возможности взаимодействия участников экономических отношений.

В Республике Беларусь пока далеко не все организации используют Интернет для представления сведений о себе и своей продукции и услугах, однако их количество постоянно растет. Организации активно используют информационно-коммуникационные технологии в своей деятельности, что способствует развитию коммерческих отношений между ними в электронной среде. Появление электронных торговых площадок во многом содействовало внедрению и распространению электронной коммерции в Республике Беларусь. В 2005 г. начало работу ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» (БУТБ). В соответствии с законодательством Республики Беларусь БУТБ выполняет функции оператора электронной торговой площадки по осуществлению государственных закупок в электронном формате. Клиентами электронных торговых площадок биржи являются порядка 14,5 тыс. компаний из 60 стран мира, в том числе

более 3 тыс. зарубежных. Ежегодный объем сделок, совершенных на БУТБ, превышает 1,5 млрд долл. США.

Заметное место среди различных видов экономической деятельности в сети «Интернет» занимает купля-продажа товаров в секторе розничной онлайн-торговли. Количество интернет-магазинов за последние пять лет в Беларуси увеличилось более чем в 3,5 раза. По мнению Министерства антимонопольного регулирования и торговли, интернет-торговля в Беларуси развивается очень активно, увеличиваются объемы продаваемой через Интернет продукции. В 2010 г. доля интернет-торговли в розничном товарообороте составляла 0,5%, в начале 2017 г. – 2,8%, таким образом товарооборот интернет-торговли вырос в 25,8 раза. Наибольший удельный вес в структуре товарооборота (80%) составляют непродовольственные товары: электроприборы, детали, принадлежности, трикотажные изделия, парфюмерия, косметика, верхняя одежда, санитарно-техническое оборудование. По состоянию на 1 июля 2017 г., в Беларуси зарегистрировано более 15 тыс. интернет-магазинов, из них 51% принадлежит индивидуальным предпринимателям, 48% – юридическим лицам. Наибольшая часть интернет-магазинов зарегистрирована в Минске и Минской области. На данный момент в Беларуси сложилась ситуация, когда наблюдается дисбаланс в развитии рынка электронной торговли по регионам. В настоящее время больше всего интернет-магазинов (69,7% общего числа) работает в Минске. В Минской области зарегистрировано более 1,1 тыс. объектов (11,9%), в Брестской – 467 (4,9%), Гомельской – 359 (3,7%), Витебской – 342 (3,6%), Гродненской – 322 (3,3%), Могилевской области – 279 (2,9%).

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь можно наблюдать устойчивую положительную динамику рынка электронной коммерции, что подтверждают такие факты, как рост количества интернет-пользователей и интернет-магазинов; увеличение объемов торгового оборота в сети; формирование институтов электронного бизнеса. По данным опроса, проведенного аналитическим агентством Data Insight, подавляющее большинство респондентов расценивают интернет-торговлю как положительное явление, отмечая низкие цены, широкий ассортимент и удобство сервиса. Но, несмотря на положительное отношение интернет-пользователей в Республике Беларусь к электронной торговле в целом, есть и негативные суждения, основное из них – неуверенность в качестве работы магазина, а также сомнения по поводу безопасности транзакций и хранения информации. Кроме того, проблема обеспечения безопасности электронных платежей, электронного документооборота; низкий уровень использования пластиковых карт для расчетов через Интернет; низкая покупательная способность подавляющего большинства населения.

По оценке крупнейшей в Беларуси торговой площадки Deal.by, в 2017 г. товарооборот товаров и услуг в электронной коммерции Беларуси вырос на 25%. В конце года объем проданных товаров и услуг в Интернете превысит 450–500 млн долл. США. Что касается самой Deal.by, то в 2017 г. белорусы потратили на ней 66 млн р. или 32,5 млн долл. США, что на 23% больше, чем годом раньше. Средний чек увеличился на 23% и составил 133 р.

Многообещающим итогом 2016 года стало появление на рынке коммерческих служб доставки – «Наша почта» и «Глобел24». В перспективе это сформирует рынок перевозок с высоким уровнем обслуживания и приемлемыми ценами, переняв позитивный опыт Великобритании, которая добилась значительных успехов в развитии электронной коммерции с созданием почтового оператора RoyalMail. Еще одним сдерживающими фактором являются платежи. Нежелание белорусских интернет-покупателей прибегать к онлайн-оплатам ограничивает развитие операторов онлайн-платежей. В такой ситуации операторы онлайн-платежей не заинтересованы конкурировать за внимание интернет-магазинов, что отражается на качестве услуг.

Анализ состояния электронной коммерции, а также присущих ей проблем и особенностей позволил сделать ряд предложений по ее дальнейшему развитию:

- продолжить формирование инфраструктуры связи и телекоммуникаций, обеспечивающей информационную безопасность электронных форм взаимодействия субъектов хозяйствования между собой;
- способствовать развитию конкурентной среды на рынках телекоммуникаций и расширению доступа к телекоммуникационной инфраструктуре действующих операторов, тем самым создавать условия для снижения тарифов на подключение и использование информационно-коммуникационных технологий;
- стимулировать разработки онлайн-приложений для бизнеса, а также разработки поисковых систем, ориентированных на пользователей мобильных устройств;

- организовать мероприятия по обучению использованию Интернета и информационных технологий в предпринимательской деятельности, в том числе мероприятия по использованию информационных технологий для участия организаций в электронных аукционах;
- проводить кампании по повышению уровня осведомленности в области информационно-коммуникационных технологий среди граждан;
- содействовать развитию рынка электронных денег и популяризации электронных кошельков через информирование пользователей.

Таким образом, развитие технологий электронной коммерции в Беларуси является необратимым и естественным процессом, одним из важных направлений повышения конкурентоспособности и выхода на новые рынки товаров и услуг. Для развития интернет-коммерции в республике существуют все необходимые составляющие: высококачественный Интернет по всей стране, невысокие цены на трафик, растущая компьютерная грамотность населения и популярность сети «Интернет».

### **Список использованной литературы**

1. **Электронная** коммерция в Беларуси // Портал о бизнесе probusiness.io [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 : 15.02.2018.
2. **Кобелев, О. А.** Электронная коммерция : учеб. пособие / О. А. Кобелев ; под ред. проф. С. В. Пирогова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2017. – 684 с.