

*Гурская Светлана Петровна,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры коммерции и логистики,
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации*

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Цифровая трансформация является генеральной линией развития современного общества и охватывает как систему государственного управления, так и всех секторов экономики. Однако в отдельно взятой стране каждый сектор экономики, в том числе и торговля, имеет свои собственные приоритеты и инструменты цифровой трансформации.

В условиях ужесточения конкуренции важным направлением развития субъектов торговли становится развитие инновационных высокотехнологичных услуг. К ним, прежде всего, относятся услуги, основанные на информационно-коммуникативных технологиях (ИКТ).

Благодаря развитию ИКТ стремительно формируется новый электронный рынок интернет-торговли, стимулирующий бурный рост предпринимательской активности на B2B-и B2C-рынках. Сегодня это не только продажи товаров и услуг в интернете, но и службы доставки, платежные агрегаторы, чат-боты, дроны, AR-технологии и многое другое. По данным исследования Retail Ecommerce Sales Worldwide 2014–2019, объемы мировой электронной коммерции уже насчитывают триллионы долларов. Так, если в 2014 году продажи занимали 1,336 трлн долларов с ростом 26,3% к прошлому году и долей 6,3% от всех продаж сферы ритейла, то в 2016 году это 1,671 трлн долларов, 22,7% и 9,9% соответственно. Прогноз на 2019 год составит соответственно: 3,578 трлн долларов, 18,7% и 12,8% соответственно [1].

Китай – крупнейший рынок электронной коммерции во всем мире с доходом в \$497 млрд, с учетом годового темпа роста в 14%, рынок вырастет до \$959 млрд к 2022 году. Вторым крупнейшим интернет-рынком является США с выручкой около \$421 млрд в 2017 году, Европа – \$330 млрд. Ожидается, что на рынках США и Европы в 2018 году рост составит 8-9% [1].

В Республике Беларусь продолжается переход к модели экономики, основанной на знаниях, инновационной экономики, характеризующейся автоматизацией всех видов производственной деятельности и повсеместным распространением электронного взаимодействия в сферах бизнес-бизнес (B2B), бизнес-государство (B2G), бизнес-потребитель (B2C).

Технической предпосылкой электронной коммерции стало стремительное развитие сети интернет как инструмента для осуществления предпринимательской деятельности. С технической точки зрения белорусский интернет готов к развитию электронной коммерции. Территория охвачена в достаточной мере: наблюдается быстрый рост числа пользователей сети и развитие информационно-коммуникационных технологий, что положительно

влияет на количество потенциальных покупателей, использующих для покупок виртуальное пространство. По данным Министерства связи и информатизации Беларуси, широкополосным интернетом в Беларуси на начало 2017 г. было обеспечено 3 млн 60 тыс. пользователей [2], [3].

Республика Беларусь занимает высокие позиции в итоговом отчете Комиссии по широкополосной связи, созданной под эгидой ЮНЕСКО. Количество абонентов широкополосной связи в стране – 31,35 на каждые 100 жителей. По этому показателю Беларусь занимает 23-е место в мире и соседствует с США и Грецией. По количеству абонентов мобильного широкополосного доступа (технологии 3G и 4G) страна находится на 59-м месте с показателем 61,83 пользователя на 100 жителей.

Наиболее активно физические лица используют интернет для поиска информации (91,9%), развлечений (75,5%) и общения (74,5%). Для покупки и заказа товаров интернет используют в общем 24,3% пользователей, для образовательных целей – 24,2%, для осуществления финансовых операций – 17,7% [3].

Цифровая трансформация сектора торговли позволит:

- повысить качество обслуживания населения (контроль качества и происхождения товаров, ускорение обслуживания, новые каналы продаж, гибкие платежные инструменты, предпродажный консалтинг);

- сократить издержки торговых организаций и отдельных торговых объектов путем автоматизации основных бизнес-процессов;

- проводить мониторинг рынка товаров и услуг с целью борьбы с незаконным предпринимательством (повышение качества товаров, контроль оборота подакцизных товаров, борьба с монополизмом);

- ускорить внедрение международных стандартов информационного обмена и электронного документооборота в секторах B2B, B2C, B2G для интенсификации международной торговли в рамках ЕАЭС и ЕС.

По данным Министерства антимонопольного регулирования торговли Республики Беларусь (далее – МАРТ), в 2017 году доля интернет-торговли в розничном товарообороте страны составила 2,8%. Для сравнения в 2010 году доля составляла 0,4%, в 2013 году – 1,15% (рисунок). В денежном выражении это составило 1,1 млрд рублей или \$568 млн.

На непродовольственные товары приходится 80,8% всех интернет-покупок жителей страны, на продовольственные товары, соответственно, – 19,2%. По прогнозам, в 2018 году рынок вырастет на 20% и к концу года превысит 1,3 млрд рублей или \$681 млн [4].

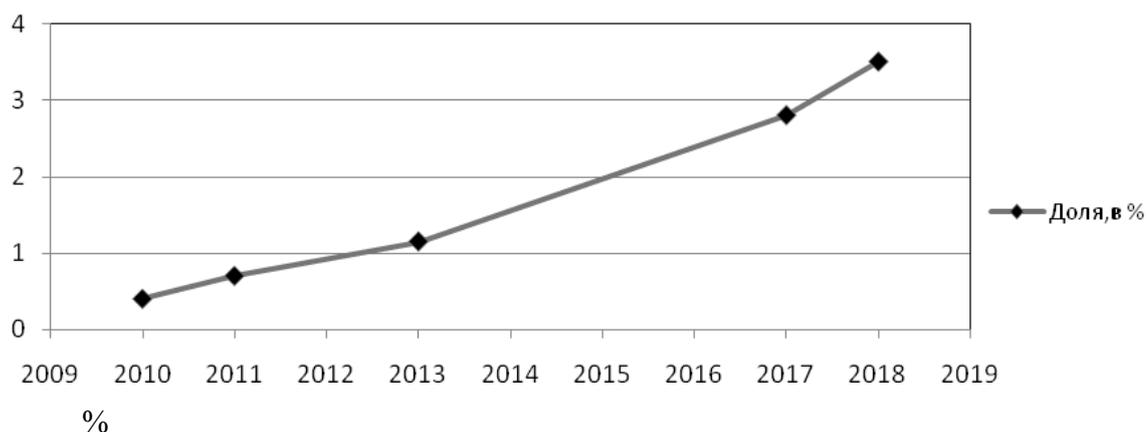


Рисунок – Доля рынка электронной коммерции в товарообороте розничной торговли Республики Беларусь за 2010-2018гг., в % к итогу

Для сравнения, в США по разным оценкам на долю интернета приходится 9-13% всего розничного рынка, в Китае этот показатель равен 18%, в Великобритании –17,2%[1].

На 1 января 2018 года в Торговом реестре Республики Беларусь зарегистрировано 16175 интернет-магазинов. За предыдущий год количество интернет-магазинов в Беларуси увеличилось на 2368 ед., или 17,2%. Из них 7963 (49,2%) принадлежат юридическим лицам, 8212 (50,8%) – индивидуальным предпринимателям.

Более 40% белорусских интернет-пользователей посещают основные e-commerce-сервисы (2069 793 человек) – интернет-магазины, маркетплейсы, прайс-агрегаторы и каталоги товаров (услуг), сайты частных объявлений, аукционы, сайты купонных скидок. При этом 21% покупателей заказывают товары из Китая, 11% – из России. Остальная часть покупателей пользуются белорусскими онлайн-площадками и ресурсами остальных стран [4].

Главным драйвером белорусского e-commerce являются и будут являться маркетплейсы, которые обеспечивают массовый приход в e-commerce представителей малого и среднего бизнеса и внедряют современные инструменты и технологии. К примеру, по сравнению с 2014 годом, трафик интернет-магазинов в 2016 году вырос всего на 4%, в то время, как маркетплейсы прибавили 78% [4].

Наиболее крупными маркетплейсами Беларуси являются следующие компании: Catalog.onliner.by (6,4 млн «визитов» по данным SimilarWeb в сентябре 2017-го), Deal.by (6 млн), Shop.by (1,4 млн), Pulsцен.by (983 тыс.), 1k.by (950 тыс.), Kupi.tut.by (630 тыс.), Tomas.by (208 тыс.) В Беларуси больше всего товаров покупают в категориях: «дом и сад», «товары для детей», «техника и электроника» [4].

Для развития интернет-торговли наиболее актуальны четыре фактора: правовая среда и налоги, емкость рынка и доступность инфраструктуры и технологий.

Законодательство. Белорусские интернет-магазины вынуждены работать в правовом поле, которое морально устарело. Самый яркий пример – для того

чтобы продавать товары через интернет в Беларуси, обязательно создать интернет-магазин в национальном домене и зарегистрировать его в нескольких инстанциях: Республиканское унитарное предприятие по надзору за электросвязью «БелГИЭ» и Торговом реестре Республики Беларусь. Но кроме сайтов, есть маркетплейсы, социальные сети, мессенджеры – в e-commerce постоянно появляются новые инструменты, многие из которых в других странах приносят больше продаж, чем отдельные сайты.

Так, согласно исследованиям, половина онлайн-продаж во всем мире приходится на маркетплейсы. Белорусские предприниматели могут использовать эти инструменты как каналы продвижения – с обязательной ссылкой на сайт интернет-магазина. Хотя они способны стать полноценными каналами продаж и полностью заменить сайты.

Время от времени законодательство для интернет-торговли пытаются дебюрократизировать, но пока это точечные изменения, а не системный процесс. Так, Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (далее – МАРТ) планирует расширить перечень товаров, которые можно продавать в интернете: например, за счет скоропортящейся пищевой продукции и ювелирных изделий. Также предусматривается разрешить интернет-магазинам не указывать на сайтах режим работы.

Развитие рынка логистических услуг для интернет-магазинов сдерживает запрет на прием платежей в пользу третьих лиц. Особенность белорусского e-commerce – преобладание наличных платежей (60%). Это удорожает стоимость доставки и ограничивает приход на рынок новых компаний: обслуживание операций с наложенным платежом само по себе является услугой и стоит дополнительных денег, а для того чтобы принимать такие платежи, компании нужно получить лицензию в области почтовой связи.

Сегодня право принимать наложенный платеж имеют всего восемь компаний: государственная «Белпочта» (она является национальным почтовым оператором и платежным агентом, что дает ей право принимать не только наложенный платеж, но и даже наличные и безналичные платежи) и частные компании: «Наша Почта», «Глобел 24», «Автолайтэкспресс», DPD, «СДЭК-Бел», «КурьерБай» и «Росчерк».

В результате сегодня интернет-магазинам невозможно работать через курьерские службы. Самым популярным способом доставки во всех регионах является почта. Службы доставки во всех областях республики доставляют наименьшее число заказов. Именно неразвитость инфраструктуры – один из факторов, который тормозит развитие интернет-торговли в регионах.

Ведется работа над концепцией Закона Республики Беларусь «О платежных услугах», который должен разрешить компаниям принимать платежи в пользу третьих лиц, а это значит, что службы доставки и маркетплейсы смогут принимать платежи от покупателей интернет-магазинов и переводить им. Разрешение приема платежей в пользу третьих лиц будет стимулировать конкуренцию, улучшение сервиса и, как следствие, развитие интернет-торговли.

В части налогообложения в 2017 году интернет-магазинам вернули право применять упрощенную систему налогообложения. Так что теперь владельцы

интернет-магазинов могут выбирать, как им выгоднее платить налоги: с прибыли или выручки, что сделало интернет-торговлю более привлекательной для бизнеса.

Что касается емкости рынка, то у белорусского e-commerce огромный потенциал. В 2018 году, по прогнозам, рынок вырастет на 20% и достигнет 681\$ млн. Этому будет способствовать интерес к онлайн-шопингу среди потребителей, стимулирующий появление новых и развитие существующих интернет-магазинов и маркетплейсов. Согласно исследованиям, за 2017 год 45% или 4,3 млн белорусов покупали что-то в интернете [4].

Несмотря на то, что законодательство для интернет-торговли не успевает за развитием технологий, все больше предпринимателей выходят на рынок e-commerce. В современных условиях развития розничного бизнеса информационные технологии перестали быть приложением к потребительскому опыту и превратились в его неотъемлемую часть. Однако одних только технологий недостаточно. Современным потребителям необходимы новые поражающие воображение товары и захватывающие впечатления от них.

Закключение. Таким образом, электронная торговля Беларуси является перспективным сектором внутреннего рынка, но для его дальнейшего развития необходима либерализация. Основными трендами развития электронной торговли можно определить следующие:

интеграция ритейлеров с социальными сетями с целью формирования единого покупательского опыта;

персонализация обслуживания – изучение потребительского поведения каждого конкретного пользователя и предложение ему индивидуальных пакетов продуктов и услуг;

омниканальность. Omni-channel – покупатель выбирает наиболее удобный для себя канал совершения покупки, проявляя лояльность не к ритейлеру, а к бренду.

Список использованных источников

1. Быковская О.Шесть трендов электронной торговли[Электронный ресурс]. <http://bdg.by/news/authors/biznes-zhdet-liberalizacii-6-trendov-elektronnoy-torgovli-v-belarusi> – Дата доступа 20.09.2018 г.

2. Государственная программа развития цифровой экономики и цифрового общества на 2016-2020 годы: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23.03.2016 № 235// Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Дата доступа 20.09.2018 г.

3. Лупина А.Ю. Электронная коммерция в Республике Беларусь: основные тенденции и проблемы развития [Электронный ресурс]: <https://www.ictsd.org/bridges-news>. – Дата доступа 20.09. 2018 г.

4. Скороход С. Ритейл в Беларуси: перспективы развития и какие технологии будут востребованы в ближайшее время? [Электронный ресурс]: <https://belretail.by> <https://www.facebook.com/belretail>/https://telegram.me/belretail_by <https://twitter.com/belretail> <https://vk.com/belretai>. – Дата доступа 20.09.2018 г.