

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье отображена краткая характеристика рынка электронной коммерции в Республики Беларусь, ее проблемы и перспективы развития с использованием материалов государственных статистических наблюдений.

The article presents a brief description of the e-commerce market in the Republic of Belarus, its problems and prospects of development using the materials of state statistical observations.

Ключевые слова: электронная коммерция; интернет-магазин; виды продаж; маркетплейс; барьеры и стимулы для покупок онлайн.

Key words: e-commerce; online store; types of sales; marketplace; barriers and incentives for online purchases.

Электронная коммерция, или e-commerce, – это предпринимательская деятельность, которая связана с осуществлением коммерческих операций с помощью электронных средств обмена данными [1, с. 14].

Интернет-торговля, которая представлена интернет-магазинами, является одной из форм электронной коммерции. Сегодня создание интернет-магазинов является одним из самых перспективных направлений отечественного online-бизнеса. Быстрое развитие информационных технологий и сети «Интернет» вызвало интерес множества потребителей к этому направлению.

Сегодня выделяют 10 стран, которые занимают лидирующие позиции по интернет-коммерции (биллионов долларов): Китай (2 779,31), США (843,15), Великобритания (169,02), Япония (144,08), Южная Корея (120,56), Германия (101,51), Франция (80), Индия (67,53), Канада (44,12), Испания (37,12) [2].

Рынок e-commerce в Республики Беларусь находится на ранней стадии развития, но несмотря на это демонстрирует неплохие темпы роста. В нашей стране используются следующие виды продаж: розничная электронная торговля (evroopt.by, onliner.by, 21vek.by, wildberries.by); взаимодействие коммерческих структур с государственными организациями (zakupki.butb.by, goszakupki.by); коммерческое взаимодействие между организациями (bntdtorg.by, b2b.by); взаимодействие потребителей между собой (zakopeiki.by, minsk.irr.by, kufar.by).

Рассмотрим основные показатели данной отрасли в таблице.

Количество интернет-магазинов в Республике Беларусь за 2016–2020 гг.

Показатели	2016	2017	2018	2019	2020
Розничные торговые объекты, всего, ед.	59 145	62 333	64 365	65 777	67 438
Интернет-магазины, ед.	3 834	2 452	2 418	2 625	3 002
Удельный вес интернет-магазинов во всем количестве розничных торговых объектов, %	6,48	3,93	3,76	3,99	4,45
Примечание – Источник [3, с. 36].					

Проанализировав полученные данные, можно говорить о том, что в Республике Беларусь с каждым годом увеличивается число розничных торговых объектов, однако согласно данным приведенной таблицы видно, что число интернет-магазинов в 2020 г. по сравнению с 2016 г. сократилось. Это связано с тем, что Национальный статистический комитет не ведет учет и не включает в это число индивидуальных предпринимателей.

В 2020 г. розничный товарооборот интернет-магазинов в Республике Беларусь составил 2 661 030,8 тыс. р., где наибольший удельный вес (88,5%) составляют непродовольственные товары [4].

Согласно исследованию Deal.by, за 2020 г. каждый второй белорус купил что-нибудь в Интернете. При этом в 70% случаев использовали мобильные устройства: 37% покупок были сделаны через сайт на смартфоне, 34% – в приложении. Покупки с компьютера становятся менее распространенными: в 2018 г. с помощью его было сделано 58% покупок, а вот уже в 2020 г. только 29%.

Рассмотрим на рисунке 1, какие факторы учитывают белорусские потребители при выборе интернет-магазина.

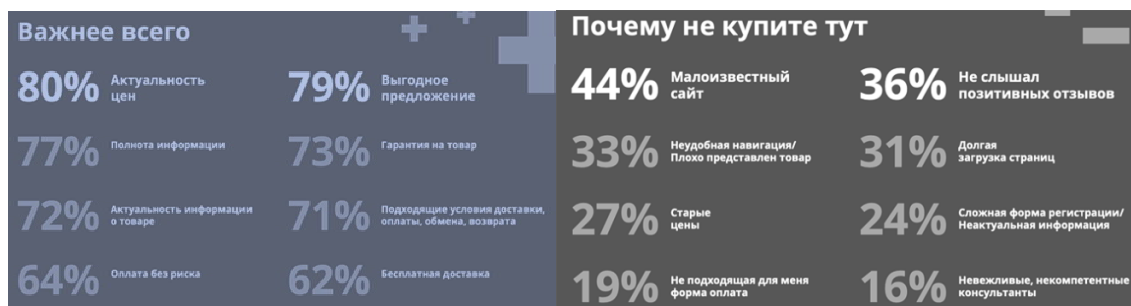


Рисунок 1 – Факторы, влияющие на выбор интернет-магазина в Республике Беларусь

Примечание – Источник [6].

Маленьким интернет-магазинам необходимо сотрудничать с крупными маркетплейсами, потому что они смогут обеспечить им доступ к широкой аудитории и доверие пользователей. К самым известным маркетплейсам в Беларуси относят: kufar.by, deal.by, catalog.onliner.by, market.yandex.by, shop.by, lk.by, pulscen.by, kupi.tut.by, tomas.by, unishop.by [5].

Также, по словам руководителя Deal.by Максима Маринича, большинство белорусских потребителей предпочитают приобретать товары в белорусских интернет-магазинах. Об этом свидетельствует рисунок 2.

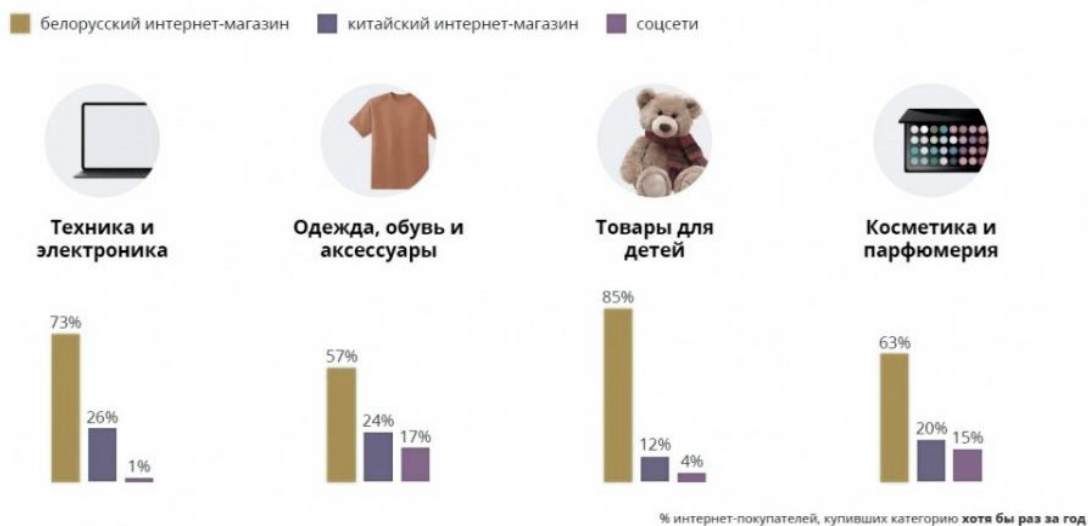


Рисунок 2 – Выбор интернет-магазина в зависимости от товарной категории

Примечание – Источник [7].

В среднем же на одну покупку в белорусском интернет-магазине потребители тратят 70 р. На зарубежных площадках данная сумма почти в 4 раза меньше. Рассмотрим средний чек на разные товарные категории на рисунке 3.



Рисунок 3 – Средний чек на различные товарные категории в Республике Беларусь в 2020 г.

Примечание – Источник [6].

В Республике Беларусь существует ряд проблем, препятствующих развитию интернет-коммерции:

- Плохо сформирован рынок перевозок: необходимо предоставлять услуги по перевозке товаров с хорошим уровнем обслуживания и приемлемыми ценами.
- Цифровое неравенство между разными социальными группами населения, сельским и городским населением и в разных отраслях экономики.
- Проблема «безопасных электронных платежей».
- Неразвитая законодательная база оформления электронных операций.
- Выбор зарубежных интернет-компаний из-за невысокой цены.

Также отобразим графически (рисунок 4) основные барьеры покупать online, которые выделяют белорусские потребители.

	Нельзя увидеть товар	Сложно уточнить характеристики	Удобнее купить офлайн	Нет гарантии от подделок	Нет времени ждать доставку	Нет гарантии соблюдения сроков
Техника и электроника	70%	36%	25%	18%	15%	13%
Одежда, обувь и аксессуары	64%	64%	32%	13%	11%	6%
Товары для детей	54%	34%	34%	14%	16%	16%
Товары для животных	24%		59%	9%	28%	16%
Автотовары	47%	33%	32%	20%	19%	10%
Мебель и товары для дома	68%	50%	34%	8%	8%	11%
Строительство и ремонт	48%	41%	40%	11%	20%	15%
Косметика и парфюмерия	42%	41%	37%	27%	14%	18%
FMCG	25%	14%	58%	9%	27%	13%
Спортивные товары	60%	51%	31%	14%	10%	5%

% интернет-покупателей

Рисунок 4 – Основные барьеры для покупки online

Примечание – Источник [7].

В Республике Беларусь есть большие перспективы развития электронной коммерции. Для этого есть все необходимые составляющие: популяризация использования сети «Интернет»; небольшая территория страны, которая позволит быструю доставку; невысокие цены на трафик; высокоскоростной Интернет по большей территории Беларуси; мобильный Интернет; растущая грамотность белорусского населения; стимулы приобретения товаров online, которые выделяют сами покупатели (рисунок 5).

	Ниже цены	Большой выбор	Не нужно выходить	Удобная доставка	Не нужно общаться	Выше сервис
Техника и электроника	74%	69%	59%	53%	27%	11%
Одежда, обувь и аксессуары	73%	73%	55%	45%	25%	12%
Товары для детей	67%	72%	63%	49%	14%	9%
Товары для животных	66%	55%	52%	45%	20%	8%
Автотовары	65%	62%	52%	42%	21%	10%
Мебель и товары для дома	65%	62%	49%	54%	21%	12%
Строительство и ремонт	65%	58%	53%	65%	18%	8%
Косметика и парфюмерия	64%	65%	51%	39%	25%	7%
FMCG	62%	57%	74%	49%	17%	8%
Спортивные товары	62%	61%	46%	31%	14%	8%

% интернет-покупателей

Рисунок 5 – Основные стимулы для покупки online

Примечание – Источник [7].

Подводя итог к вышесказанному, можно сказать, что для увеличения доли электронной коммерции в общем объеме товарооборота нужно в первую очередь наладить логистику, сформировать доверие к интернет-магазинам, постоянно расширять ассортимент, не отставая от других стран, а также применять различные ценовые методы стимулирования покупателей.

Список использованных источников

1. **Кобелев, О. А.** Электронная коммерция : учеб. пособие / О. А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К^о, 2010. – 684 с.
2. **Топ-10** стран, ранжированных по розничным продажам электронной коммерции, 2020 и 2021 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.emarketer.com/chart/242909/top-10-countries-ranked-by-retail-ecommercesales-2020-2021-billions-change>. – Дата доступа : 30.01.2022.
3. **Внутренняя** торговля и общественное питание Республики Беларусь 2021 : стат. буклет [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/c64/c64c1e17deab277fee542c42c3120cd5.pdf>. – Дата доступа : 30.01.2022.
4. **Товарная** структура розничного товарооборота интернет-магазинов в 2020 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.belstat.gov.by/viewer/?doclink=https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstatexcel/Oficial_statistika/Godovwe/tov_strukr_internet-magaz_20.xlsx#1. – Дата доступа : 30.01.2022.
5. **Маркетплейсы** Беларуси: топ-10 торговых площадок для продажи товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://marketer.by/2019/06/24/marketplejsy-belarusi-internet-magazin-prodat-tovar/>. – Дата доступа : 30.01.2022.
6. **Исследование:** интернет-продажи в Беларуси в 2021 году продолжают расти [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://thinktanks.by/publication/2021/05/20/issledovanie-internet-prodazhi-v-belarusi-v-2021-godu-prodolzhayut-rasti.html>. – Дата доступа : 30.01.2022.
7. **Интернет-продажи** в Беларуси выросли на 30% за 8 месяцев 2020 года. Что и у кого покупали белорусы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://marketing.by/analitika/chto-i-u-kogo-pokupayut-belarusy-v-internete-rezultaty-issledovaniya-rynka-e-commerce/>. – Дата доступа : 30.01.2022.