

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ТЕНДЕНЦИЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ СИСТЕМ

¹Кондратьева Т.Н., ²Тарасевич В.Л.

¹БНТУ, г. Минск, Беларусь, tamara-kon@yandex.ru

²Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен, г. Минск, Беларусь,
tarasevich@icetrade.by

Реферат. В работе представлена роль электронной коммерции как одного из ключевых инструментов обеспечения устойчивой положительной динамики экономики Республики Беларусь в рамках формирования цифровой экономики, и предложено использовать основные выявленные тенденции развития мирового рынка электронной коммерции.

Abstract. The article presents the role of e-commerce as one of the key instruments for ensuring sustainable positive dynamics of the economy of the Republic of Belarus within the framework of the digital economy, and proposed to use the main identified trends in the development of the global e-commerce market.

В условиях расширения международных контактов Республики Беларусь, предстоящего ее присоединения к Всемирной торговой организации (ВТО) встает задача адаптации национальной экономики к новым условиям путем разработки и реализации соответствующих моделей развития и механизмов их реализации в условиях существующих мирохозяйственных связей. Это касается, прежде всего, рынка электронной коммерции, являющегося наиболее динамично развивающимся сегментом международных товарных и финансовых рынков и одним из механизмов реализации интересов хозяйствующих субъектов.

Производственная и операционная цепочка в сфере электронной коммерции может включать кредитную и платежную системы, логистику, клиентские приложения, крупные многофункциональные платформы, построенные на разнообразных организационных моделях [1].

В Беларуси в рамках обеспечения устойчивого экономического развития значительное внимание уделяется информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ) и решениям на их основе, что отмечается во всех основных государственных прогнозных документах. В частности, в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Беларуси на период до 2030 года предусматривается активное использование хозяйствующими субъектами электронной торговли для оптимизации систем закупок и розничной торговли, повышения операционной эффективности, а также управление торговыми потоками для интеграции поставщиков сырья и материалов с организациями электронной торговли и дальнейшее их трансформирование в скоординированные интеллектуальные цепочки поставок, дальнейшему расширению сегмента электронных услуг, связанных с таможенным регулированием и оформлением [2, с.56, 81].

Государство прилагает определенные усилия к созданию электронных платформ, которые формируют элементы электронного правительства. Так в настоящее время в Беларуси через Единый портал электронных услуг portal.gov.by доступны 25 государственных информационных ресурсов [3]. В целом сегмент электронной коммерции в Республике Беларусь развивается достаточно

интенсивно: за последние четыре года количество интернет-магазинов выросло в 3,5 раза. В 2016 году в Торговом реестре Республики Беларусь было зарегистрировано около 11000 интернет – магазинов, на которые приходится 1,5% от всего розничного товарооборота (1,3% в 2014 году) и 0,5% ВВП [4].

В долгосрочной перспективе планируется развитие национальной электронной экономики с широким внедрением передовых информационных технологий в систему государственного управления, производство, торговлю, здравоохранение, образование и другие сферы жизни общества, интеграцию национальной электронной экономики в мировую [2, с.94]. Эти задачи являются комплексными и при их решении следует учитывать не только технологические, но и политические, правовые, социальные, экономические аспекты, а также изменения во внешней среде с тем, чтобы органично вписываться в аналогичные зарубежные и международные электронные системы. При этом требуется постоянно отслеживать изменения и тенденции развития мировой электронной коммерции и учитывать их при создании и совершенствовании национальной электронной экономики.

Анализ мировой электронной коммерции позволил выявить следующие характерные черты и тенденции развития, которые следует учитывать при совершенствовании сегмента электронной коммерции в Республике Беларусь.

При общем незначительном росте мировой экономики в последние годы, рынок электронной коммерции является наиболее динамичным и быстро растущим. Главными причинами этого являются кратный рост количества пользователей сети Интернет как частных, так и корпоративных, а также совершенствование технических условий электронного пространства.

Развитие электронной торговли определяется уровнем развития национальных экономик и развитием ИКТ. Наиболее интенсивное развитие отмечается в таких странах как США, Великобритания, Австралия, Норвегия, Дания, Китай. В настоящее время сектор электронных услуг становится самой быстрорастущей отраслью среди ключевых отраслей указанных стран. В частности, благодаря интенсивному росту количества пользователей сети Интернет и масштабов электронной коммерции торговая платформа электронной коммерции стала важнейшей составляющей информационной экономики Китая, дала импульс развитию промышленного кластера, генерировала целый спектр новых электронных услуг и в целом привела к созданию десятков миллионов рабочих мест. Глобальный тренд показывает рост электронной коммерции на 20% в год в текущей пятилетке.

Региональные и международные структуры придают развитию электронной коммерции стратегическое значение. Например, АТЭС учредил Специальную группу по вопросам электронной коммерции (ECSG) и Бизнес альянс АТЭС по вопросам электронной коммерции для содействия развитию электронной коммерции в странах АТЭС на макро- и микроуровнях. Деятельность в этом направлении сводится к решению следующих задач: развитие трансграничной электронной торговли и услуг, повышение защищенности потребителей, создание надежной платежной системы, оперативное урегулирование споров, строительство высокоскоростных сетей, применение передовых ИКТ решений.

Создание новых моделей электронной коммерции:

- *O2O* (от онлайн к офлайн) в сфере услуг - ресторанах, кинотеатрах, путешествиях, при прокате автомобилей, сдаче жилья в аренду и др.;

- *социальная коммерция*, которая предполагает предоставление возможности людям совершать покупки на сайтах, которые они посещают. Компании электронной коммерции начали формировать онлайн сообщество, чтобы расширить возможности распространения информации через формирование

социальных отношений. Например, веб-сайт Urban Outfitter, на котором продается одежда, дает возможность посетителям слушать музыку, смотреть телепередачи, имеет блог и страничку сообщества. Социальные сети идеально подходят для решения долгосрочных рекламных задач таких, как имиджевая реклама и позиционирование бренда. Крупные компании-производители давно вкладывают большие средства в такие проекты [5];

- *мобильная коммерция*, которая развивается на базе мобильного Интернета. Ряд крупных операторов электронной коммерции либо полностью переключаются на обслуживание мобильных терминалов, например, Baidu (www.baidu.com), либо открывают специализированные подразделения мобильной электронной коммерции, например, Alibaba (www.1688.com). Мобильный трафик и продажи с мобильных устройств будут продолжать расти на всех рынках по всему миру. Все большее число брендов будет стремиться установить своё присутствие в мобильной среде путём запуска новых мобильных веб-сайтов и приложений;

- *коммерция, осуществляемая через площадки – маркетплейсы (Marketplaces)*. Это позволяет брендам существенно расширить зону присутствия в Интернете и увеличивает объёмы продаж товаров. В Китае, например, маркетплейсы Alibaba Group Taobao и Tmall стали точками роста для многих брендов. При этом оборот только Taobao в Китае превышает 400 млрд долл. США в год, а ассортимент насчитывает десятки миллионов наименований [6];

- *появление ключевых онлайн-торговых событий*, таких как кибервторник в США и Singles' day (День холостяка) в Китае. Подобные мероприятия будут обеспечивать все большие объёмы выручки, поскольку интерес покупателей к глобальным распродажам будет расти. В 2018 году, например, десятый Всемирный фестиваль шопинга (он же День холостяка) принес Alibaba новый рекорд. Продажи на интернет-площадках китайской компании за 11 ноября составили 30,8 млрд долл. США (213,5 млрд юаней). Это на 27% больше, чем в 2017 году (25,3 млрд долл. США). Для сравнения, объем российской электронной коммерции за 2018, по прогнозам Morgan Stanley, составит 1,292 трлн рублей, что составит около 20 млрд долл. США [7].

Важным трендом развития электронной торговли является расширение взаимодействия с покупателями в других странах. В условиях глобализации трансграничная электронная коммерция является логическим развитием электронной коммерции на внутреннем рынке, однако она вносит изменения в существующие торговые модели, формируя новое открытое многомерное пространство экономического сотрудничества. На мегауровне трансграничная электронная коммерция способствует оптимизации распределения ресурсов и взаимовыгодному сотрудничеству между предприятиями разных стран, формированию альянсов. Для потребителей она позволяет быстро найти нужные товары по приемлемой цене, что фактически разрушает торговые барьеры и приводит к международной торговле без границ. Особенно это касается программного обеспечения, фильмов, музыки и другого видеоконтента.

Данные мониторинга Британского торгового консорциума (BRC) и Google демонстрируют, что в интернет-торговле Великобритании ритейлеры не жалеют средств на расширение трансграничных контактов, развитие зарубежных версий своих сайтов и уменьшение времени доставки за рубеж [8].

Покупки в сети стали в мире важным элементом модели потребительского поведения, и эта тенденция будет возрастать [2,3]. В целом определенные традиции покупательского поведения являются одной из движущих сил электронной коммерции. Так, в Германии электронная торговля развивается высокими темпами и, по мнению экспертов, одной из причин такого роста онлайн-продаж является стойкая привязанность немцев к заказам товаров по

почте. Объем таких покупок традиционно составляет в Германии 5 % от всех розничных продаж. Росту электронных продаж так же способствует закон, в соответствии с которым в Германии обычным магазинам запрещено работать позже 20 часов в будни и позже 16 часов в субботу.

Сетевая экономика создала новую социальную платформу доверия в отличие от традиционной бизнес-среды, где наблюдается определенный кризис делового доверия [9]. Одним из следствий этого стало то, что наиболее привлекательными областями для создания молодых компаний в венчурном инвестировании являются электронная коммерция (27%), мобильный интернет (25%) и сервисы социальных сетей, на которые в сумме пришлось 65% новых компаний.

Все больше крупных традиционных ритейлеров переходят в сектор электронной торговли, например, Gome Onlinestore, Blemall, Auchan, Cidan-IGO5 и др. Большое количество предприятий экспресс доставки, оказывающие услуги офлайн, также входят на рынок электронной коммерции. При этом в B2C сегменте наблюдается тенденция развития открытых онлайн-платформ либо комплексных, либо вертикальных, и переход большинства агентов к использованию платформ третьих лиц, таких как Dangdang, Amazon, Suning, Tmall, Tencent, Vancl и др.

Электронная коммерция стимулирует развитие связанных с ней технологий и ИКТ-инфраструктуры (системы логистики, связи, биллинговые системы, дата центры и др.). Так, компании, обеспечивающие связь, в борьбе за абонентов в короткие сроки внедряют новые услуги, проводят гибкую тарифную политику, непрерывно улучшают качество обслуживания абонентов.

Появление нового поколения интернет-технологий является основой для выхода электронной коммерции на качественно новый уровень. Из основных технологических нововведений следует отметить облачные вычисления, использование блок-чейн технологий, массовый переход на мобильные интернет-технологии, позволяющие получать информацию в режиме реального времени. Используя обработку данных в области внешнеэкономической деятельности по технологии BigData, компания Double-click (www.double-click.cn) создала систему анализа деловой информации в области международной торговли в режиме реального времени, что сокращает временные затраты в 5-6 раз [9].

Эффективность функционирования электронной коммерции во многом определяется использованием «умных» услуг на основе современных ИКТ типа Business Intelligence, рынок которых на территории стран ЕАЭС только формируется, далеко не насыщен и имеет значительный потенциал для роста. Очевидно, больше других в этих технологиях будут заинтересованы в первую очередь банки и крупные телекоммуникационные компании, во вторую — государственные структуры и компании, а также ритейлинговые фирмы, то есть те, у кого уже есть корпоративное хранилище данных, но кто не хочет или не может помещать туда слабоструктурированные данные. Прежде всего, эти решения начинают использовать пионеры и лидеры рынка, особенно рынка в высоко конкурентных областях, поскольку одной из насущных проблем в этом секторе является логирование, т.е. регистрация большого количества событий (десятки миллионов в сутки) в системе распространения цифрового контента. Эта информация необходима для построения бизнес-отчетов, на основе которых производится анализ экономических показателей, и, соответственно, принимаются управленческие решения, строятся взаиморасчеты с контрагентами. По мнению экспертов, самое широкое распространение эти технологии получают в интернет-бизнесе, где ряд актуальных задач, влияющих на конкурентоспособность, таких как поведенческий анализ пользователей, неочевидное использование поисковой информации и других, уже опробован в небольших интернет-стартапах [10].

Дальнейшее развитие международных рынков электронной коммерции предполагает организацию согласованной работы как регуляторов рынков, так и посредников, для повышения эффективности международных транзакций между производителями и покупателями. Такое согласование подразумевает целый ряд направлений работы по унификации и стандартизации бизнес-процессов, что осуществляется под эгидой международных организаций, например, СЕФАКТ ООН, ВТО, ЕБРР. В рамках региональных интеграционных объединений, например, в АТЭС, такая работа успешно ведется. В связи с формированием единого экономического пространства Армении, Беларуси, Казахстана, Киргизии и России в настоящее время стоит задача не просто объединить электронный рынок стран-членов ЕАЭС в единую сеть, но и обеспечить устойчивое и результативное взаимодействие такой сети с другими регионами мира. Это предполагает технико-технологическую и маркетинговую проработку широкого круга проблем, обеспечивающую институциональное структурирование рынка, а также разработку востребованных современным рынком сервисов [11].

На формируемом международном сегменте электронной коммерции перечисленные выше тенденции проявляются в первую очередь в экономиках наиболее развитых государствах, в транснациональных корпорациях (ТНК). При этом в первую очередь реализуются интересы крупнейших игроков: сильных государств и ТНК.

Таким образом, можно констатировать, что в настоящее время в Беларуси для развития электронной коммерции уже существуют все необходимые составляющие: постоянно совершенствуемая правовая база, наличие государственных программ, нацеленных на формирование цифровой экономики, высокоскоростной мобильный Интернет со сравнительно низкими ценами на трафик, растущая интернет-грамотность населения, компактность республики, что облегчает логистику и позволяет быстро доставить товар покупателям, достаточно надежные платежные системы. Тем не менее, для обеспечения эффективной динамики в секторе электронной коммерции следует учитывать тенденции, которые отражают развитие этого направления в лидирующих экономиках и позволят формировать конкурентный национальный электронный рынок, адаптированный к международному.

При этом следует иметь в виду то, что, поскольку рынок электронной коммерции является чувствительной позицией любого национального рынка и связан с интересами его граждан и местных производителей, государство должно активно участвовать в разработке и реализации концепции развития рынка электронной коммерции в условиях глобализации, учитывая интересы всех субъектов экономических отношений.

Список использованных источников

1. Виды и организационные модели электронной коммерции // [Электронный ресурс] / www.creativeconomy.ru/articles/15318/ – Дата доступа: 24.12.2017.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года. Одобрено протоколом заседания Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 2 мая 2017 г. № 10 // [Электронный ресурс] / <https://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. – Дата доступа: 12.03.2018.
3. Единый портал электронных услуг portal.gov.by // [Электронный ресурс] / <https://nces.by/> – Дата доступа: 12.10.2018.

4. Чайковская, Ю.В. Развитие электронной торговли в Беларуси // [Электронный ресурс] / <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/189091/1/Чайковская%20Ю.В.%20РАЗВИТИЕ%20ЭЛЕКТРОННОЙ%20ТОРГОВЛИ%20В%20БЕЛАРУСИ.pdf> – Дата доступа: 12.03.2018.
5. Продвижение интернет магазина в социальных сетях // [Электронный ресурс] / [www.shopolog.ru/metodichka/customer-retention /prodvizhenie-internet-magazina-v-socialnykh-setyakh](http://www.shopolog.ru/metodichka/customer-retention/prodvizhenie-internet-magazina-v-socialnykh-setyakh) – Дата доступа: 04.03.2018.
6. В Россию пришел Таобао // [Электронный ресурс] / [https:// oborot.ru/news/v-rossiyu-prishel-taobao-i95391.html](https://oborot.ru/news/v-rossiyu-prishel-taobao-i95391.html) 05.07.2018 – Дата доступа: 12.10.2018.
7. Выручка Alibaba в День холостяка составила полтора годовых объема российской ecommerce // [Электронный ресурс] / <https://oborot.ru/news/vyruchka-alibaba-v-den-holostyaka-sostavila-poltora-godovyh-obema-rossijskoj-ecommercei98818.html> / – Дата доступа: 14.11.2018.
8. Россияне облюбовали британские интернет-магазины // [Электронный ресурс] / <https://oborot.ru/news/rossiyane-oblyubovali-britanskie-internet-magaziny-i64377.html> / – Дата доступа: 14.11.2018.
9. Электронная коммерция в интернационализации // [Электронный ресурс] / [..evolutio.info/content/view/620/54/](http://evolutio.info/content/view/620/54/) – Дата доступа: 25.03.2018.
10. Исследования в электронной коммерции // [Электронный ресурс] / <http://retailrocket.ru/blog/issledovaniya-v-ecommerce-2013/> – Дата доступа: 6.12.2017. Состояние электронной коммерции в Рунете / [Geektimes geektimes.ru/post/244350/](http://geektimes.ru/post/244350/) 16.1.2015 – Дата доступа: 6.12.2017.
11. Анализ уровня развития электронной коммерции в сфере внешнеэкономической деятельности в государствах-членах Евразийского экономического союза // [Электронный ресурс] http://www.Eurasiancommission.org/ru/act/tam_sotr/edinoe_okno/Documents/Брошюра%20Анализ%20уровня%20развития%20электронной%20коммерции_.pdf – Дата доступа: 25.03.2018.