

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Сергиевич Т. В., к. э. н., доцент каф. «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Одним из инструментов цифровизации экономики является электронная торговля. За период 2010–2016 гг. число интернет-магазинов в Республике Беларусь увеличилось более чем в три раза – с 1198 до 3834. Наибольшее их число зарегистрировано в г. Минске (63% от общего количества) при том, что удельный вес населения г. Минска в составе населения республики составляет немногим менее 21%. Высокая концентрация интернет-магазинов в г. Минске обусловлена сравнительно большими транзакционными издержками (например, временными), возникающими при сборе информации о товаре (например, на сравнение цены на один и тот же товар в разных торговых объектах) и совершении покупки в больших городах. Кроме того, большие города характеризуются более высокой деловой активностью и опережающим развитием современных инструментов хозяйствования.

Несмотря на положительную динамику в количестве интернет-магазинов, а также на то, что электронная торговля обладает высоким потенциалом развития и как отечественными, так и зарубежными экспертами прогнозируется ее дальнейший рост, ее удельный вес в общей структуре торговли остается невысоким. Удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли Республики Беларусь в 2017 г. составил 3,4%, хотя он также характеризуется положительной динамикой: если в 2010 г. он составлял всего 0,8%, то в 2013 г. уже 1,5%; в 2016 г. – 2,8%, а к 2017 г. вырос до 3,4%. К товарам, обладающим наибольшим удельным весом в электронной торговле, относятся компьютерная и бытовая техника, телефоны, товары для детей, для спорта и отдыха, дома и сада, а также одежда и обувь.

Электронная торговля может реализовываться как с использованием собственных интернет-магазинов коммерческих организаций,

так и за счет повышения их представленности на существующих площадках. Последние, как правило, более предпочтительны для производителя, поскольку не требуют от организации дополнительных трудовых затрат и наличия компетенций на выполнение этих функций самостоятельно, являются интегрированными, многие из них достигли определенного уровня лояльности у потребителей.

Однако в условиях низкой конкуренции в этом сегменте в Республике Беларусь существующие интернет-площадки устанавливают довольно высокие торговые премии – около 40%. Кроме того, сохраняются проблемы в беспрепятственной оплате услуг зарубежных рекламных сетей и интернет-площадок, в том числе ввиду пробелов в нормативном правовом регулировании. Наряду с неразвитостью институциональной базы для развития электронной торговли в Республике Беларусь существует проблема нехватки опыта и компетенций у руководителей и маркетологов в этой сфере. Смогут ли белорусские производители в полной мере использовать инструмент электронной торговли для повышения своей конкурентоспособности, будет во многом зависеть и от того, как быстро правовая система государства подстроится под реальные потребности участников рынка, а также от наличия работников, способных персонализировать функции развития электронной торговли в производственных и торговых организациях и обладающих достаточным уровнем мотивации и компетенций.

Цифровизация общества трансформирует процесс совершения покупки и в традиционных каналах продаж. Одной из форм этих изменений является так называемый эффект ROPO (от англ. «Research Online, Purchase Offline» или «изучай онлайн, покупай офлайн»). Процесс ROPO представляет собой взаимодействие между виртуальными и реальными каналами торговли, при котором покупатель делает выбор товара и изучает его свойства в сети Интернет, после чего на основании полученной информации совершает покупку в классическом магазине. При понимании возрастания роли цифровизации в экономике критически важным становится своевременное встраивание виртуальных элементов в существующие бизнес-модели для поддержки и повышения их эффективности.