

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Васюченко Л. П., к. э. н., доцент,
доцент каф. «Экономика и право»
Милош А. И., студент

Белорусский национальный технический университет,
г. Миснк, Республика Беларусь

Электронная торговля стала популярна не так давно, но уже успела широко распространиться не только за границей, но и в Республике Беларусь. Большинство фирм на территории нашей страны занимаются электронной торговлей, т. е. используют технологии сети Интернет для более удобной и быстрой доставки и продажи своего товара. Использование ИКТ в Республике Беларусь выражается в процентном отношении от общей деятельности организаций. Сегодня 84,9 % организаций пользуются информационными услугами, а оказанием информационных услуг занимаются 33,2 % [1]. Проявлением цифровизации торговли считается использование диалога в режиме реального времени и размещение объявлений (51,7 %), получение доступа к финансовым услугам для связи с поставщиком (34,9 %), получение сведений о необходимых товарах, работах, услугах и размещение заказов (85,6 %), получение электронной продукции для связи с потребителем (41,8 %) [1]. Около 76,7 % белорусских организаций цифровизируют информацию об организации ее товаров и услуг, 94,1 % получают электронные бланки форм от государственных органов, государственной статистической или налоговой отчетности, заявлений, квитанций и других [1].

Эффективная деятельность электронной торговли является очень важным показателем конкурентоспособности любой фирмы, поэтому развитие такой формы сбыта продукции является приоритетным для многих белорусских фирм. Однако вместе с рядом преимуществ, электронная торговля подразумевает и некоторые опасности, о которых каждый потребитель и производитель должен быть осве-

домлен. Посещая различные сайты в Интернете, покупатель подвергается угрозам – вирусным атакам или проникновениям в систему безопасности.

Существует низкий уровень доверия. Он аргументируется тем, что есть сайты, которые могут прислать совершенно не тот товар, который был заказан, или не прислать вообще. Большинство зарубежных и отечественных покупателей опасаются мошенничества, назойливых спамеров, обмана со стороны продавца. Поэтому не так много белорусов (примерно менее 50%) пользуются услугами электронной торговли, несмотря на то, что сайтов, созданных для этой цели, действительно очень много [2]. Проблема кроется в неразвитости законодательной базы оформления электронных сделок. Отсутствие гарантии конфиденциальности и целостности данных, недостаточный уровень проверки участников операции представляют опасность для двух сторон процесса приобретения товара. За последние годы Министерство торговли Республики Беларусь приняло целый комплекс законодательных мер, направленных на создание цивилизованных условий функционирования рынка Интернет-торговли и защиту прав потребителей. Отсутствие опыта Интернет-покупок немаловажная составляющая общей проблемы неразвитости электронной торговли в Беларуси. Для неопытных пользователей интернета покупки являются сложной операцией, и чаще всего такие пользователи знакомятся с ассортиментом для того, чтобы приобрести товары в обычном магазине.

Несмотря на быстрый рост, рынок электронной торговли далек от своего насыщения. основополагающей проблемой считается отсутствие электронного счета: создание электронного «кошелька» также тесно взаимосвязано с тем, что отсутствие навыков владения компьютером затрудняет использование этого сервиса. Как альтернатива существуют кредитные карты, с помощью которых можно осуществлять покупки. Затрудняющей цифровизации торговой деятельности в Республике Беларусь является низкая информированность. Перед покупателем всегда встаёт вопрос, услугами какого ресурса лучше всего воспользоваться, где более выгодные цены, где доставка займёт меньше времени. Сомневаясь в своём выборе, покупатель может отложить покупку товара. Многие коммерческие организации нашей страны опасаются регресса своей деятельности из-за вышеуказанных

осложнений. Но преимущества цифровизированной торговли превышают недостатки, и постепенно наблюдается эскалация перехода организаций на электронную торговлю полностью или частично. Электронная торговля создает новую экономическую ценность, не только делая предпринимательскую работу более легкой, но и открывая новые перспективы для взаимодействия на рынке.

Электронная торговля имеет явные преимущества в результате колоссальной экономии времени, оборотных средств, а также наличия непрерывного диалога с конечными потребителями, элементов стимулирования продаж. Таким образом, электронная торговля – это важный показатель эффективности работы не только отдельных предприятий, но и экономики страны в целом. Чем больше государство уделяет внимание развитию техники и электроники и внедрению технологий на предприятиях, тем больше шансов есть у страны стать конкурентоспособной на мировом рынке.

Список литературы

1. Информационное общество в Республике Беларусь : стат. сб. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2017. – 109 с.
2. Вулкан, Н., Электронная коммерция / Н. Вулкан – М. : Интернет-трейдинг, 2003. – 292 с.
3. Балабанов, И. Т., Электронная коммерция: учебное пособие для вузов / И. Т. Балабанов. – Спб.: ПИТЕР, 2001. – 334 с.
4. Состояние и направление развития электронной торговли в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hotdiplom.by/uslugi-4/112-sostoyanie-i-napravleniya-razvitiya-elektronnoj-torgovli-v-respublike-belarus.html?showall=1&limitstart>. – Дата доступа: 20.02.2019.