

**Хилькович А. В.**, старший преподаватель  
УО «Брестский государственный технический университет»,  
г. Брест, Республика Беларусь

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Электронная коммерция** – это сфера цифровой экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций [1].

Все рынки электронной коммерции в течение нескольких лет растут заметными темпами. Ожидается, что онлайн-рынок вырастет как минимум на 65 % в 2017–2022 гг. В 2020 году розничные продажи электронной торговли по всему миру составили 3,6 триллиона долларов США, а доходы от электронной торговли в 2021 году, согласно прогнозам, вырастут до 4,88 триллиона долларов США.

К электронной коммерции относят:

- электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI);
- электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT);
- электронную торговлю (англ. e-trade);
- электронные деньги (e-cash);
- электронный маркетинг (e-marketing);
- электронный банкинг (e-banking);
- электронные страховые услуги (e-insurance).

Интернет-торговля по-прежнему продолжает развиваться бурными, стремительными темпами во всем мире. Наша Республика Беларусь не стала исключением из правил: в 2021 году онлайн-продажи выросли на четверть. Основным каналом торговли остаются белорусские интернет-магазины. Повысился спрос на продовольственные товары, вырос спрос на товары, бывшие в употреблении.

За прошлый год оптовый товарооборот в Беларуси вырос на 4,4 % до 130,1 млрд. рублей, розничный – на 1,6% до 60 млрд. рублей, а вот оборот общепита – на 14,4 % до 3,2 млрд. рублей. Рынок e-commerce остался самым быстрорастущим сегментом онлайн-торговли в Беларуси. На его развитие до 2020 года влияло повышение доверия к онлайн-магазинам, проникновение интернета в стране, инвестиции игроков в рекламу и инфраструктуру. На торговле в последнее время оказала влияние пандемия, она вынудила потребителей все чаще совершать покупки онлайн.

Предполагается, что доля интернет-продаж в розничном товарообороте Республики Беларусь к концу 2022 года может достичь 6 %. Данные результаты содержатся в докладе республиканской Ассоциации предприятий онлайн-торговли (АПОТ). Так, в 2019 году, по оценкам Белстата, на интернет-торговлю приходилось всего 4,1 % от всех возможных розничных продаж.

В Беларуси постоянно растет количество зарегистрированных интернет-магазинов. В 2018 году в торговом реестре их было зарегистрировано 16 тысяч. За последние три года число интернет-магазинов выросло на 70 % и на начало 2022 года составило уже почти 28 тысяч.

Естественно, большая часть белорусских онлайн-магазинов (61 %) зарегистрирована в столице г. Минске. На Минскую область приходится 16 % магазинов, а остальные 23 % относительно равномерно распределены между областными центрами (по 4–6 %). Также можно отметить, что около 53 % интернет-магазинов в республике зарегистрировано на индивидуальных предпринимателей, а оставшиеся 47 % принадлежат юридическим лицам.

Тренд 2021 года – белорусы намного активнее торговали через интернет ненужными или бывшими в употреблении товарами [2].

В прошлом году физические лица на 40 % до 3,48 млн долларов увеличили затраты на размещение и продвижение объявлений на интернет-площадках, в то время как юридические лица сократили их на 8 % до 9,79 млн долларов.

Это говорит о том, что в 2021 году онлайн-продажи показывают самые высокие темпы за несколько прошлых лет. Так, за восемь месяцев этого года товарооборот в интернете вырос на 30 %. Активность покупателей на некоторых площадках в этот период выросла в два раза и более.

Рост по итогам 2020 года доли e-commerce в общем розничном товарообороте до 4,5 % (2,2 млрд рублей). Согласно данным исследования, более 50 % белорусов 2020 году совершали покупки в интернете.

В таблице 1 приведена динамика изменения покупки товаров с помощью электронной коммерции.

**Таблица 1 – Товарооборот по отдельным группам товаров**

Наименование товара	2018	2019	2020
1	2	3	4
Техника и электроника	50 %	52 %	57 %
Одежда, обувь, аксессуары	52 %	51 %	55 %
Косметика, парфюмерия	34 %	31 %	36 %
Доставка готовой еды	20 %	228 %	33 %
Товары для детей	27 %	33 %	30 %
Билеты на мероприятия	22 %	26 %	28 %
Продукты питания для дома	22 %	27 %	27 %
Мебель и товары для дома	13 %	17 %	18 %
Спортивные товары	12 %	12 %	15 %
Строительство и ремонт	8 %	10 %	12 %
Автотовары	12 %	13 %	15 %
Товары для животных	9 %	15 %	12 %
Товары для отдыха	8 %	9 %	9 %
Аренда, покупка недвижимости	6 %	4 %	4 %
Автомобили, мотоциклы	1 %	1 %	1 %

Как видно из таблицы, большинство белорусов покупают в интернете технику и электронику, одежду, обувь и аксессуары, косметику и парфюмерию, доставку готовой еды и товары для детей. Быстрее всего за последний год в интернете вырос спрос на технику и электронику, доставку готовой еды средства ухода за собой и спортивные товары.

За предыдущий 2021 год онлайн-продажи в белорусских интернет-магазинах выросли на 25 % что составило 3,4 млрд рублей. В то время как доля интернет-продаж в розничном товарообороте страны составила 5,8 %.

В число самым популярных категорий для покупок вошли следующие товары: бытовая техника и электроника, товары для дома и сада, товары для красоты и здоровья, товары для детей и авто- и мототовары.

Если рассматривать варианты доставки товаров самые распространенные – курьерская и почтовая. По-прежнему растет популярность почтовой доставки она выросла на 3 п. п. до 36 %. А вот услугами курьеров стали пользоваться несколько реже – сейчас этот способ выбирают 48 % покупателей, что на 4 процентных пункта меньше, чем в прошлом году. В прошлом году многие e-commerce потребители делали ставку на открытие точек самовывоза.

Если рассматривать, как производилась оплата, то в 2021-м году 30 % заказов покупателя оплачивали сразу на сайте продавца – это на 3 п. п. чаще, чем в 2020 году. Все также «оплата по факту» является наиболее предпочитаемым вариантом, хотя все же теряет свою былую популярность.

С использованием карточек Белкарт за 10 месяцев 2021 года в белорусских интернет-магазинах совершено 29,8 млн операций на сумму более 1 млрд рублей. Это в свою очередь на 2,4 млн операций больше, чем за весь 2020 год.

Если брать в целом платежи банковскими картами через интернет (без учета платежей через интернет-банкинг), то можно выделить несколько интересных закономерностей. Большая часть электронных платежей приходится на азартные игры, форекс-брокеров и крипто-биржи.

На второе место вышли маркетплейсы – почти 17 % в общем объеме. В прошлом году их доля составляла 8,15 %.

Еще более впечатляющий рост продемонстрировали онлайн-обучение, оплата услуг образования, консалтинг, психологические услуги. По итогам прошлого 2021 года их доля составила 12,83 %, что позволило подняться на 3-е место. Их объем вырос более чем в 4 раза.

Так же подросла и онлайн-продажа билетов – с 4,77 % до 6,19 % в 2021-м году.

Так же отметим рост популярности сайтов закупок и скидков, а также кэшбек сервисов: если за 2020г. их доля составляла всего 1,57 %, то сейчас выросла до 4,39 %, почти в 3 раза.

Также одним из ключевых трендов стал рост платежей с помощью кошельков, в первую очередь Google Pay и Apple Pay [3].

Почему большинство белорусских покупателей делают покупки в онлайн-магазинах, приведено в таблице 2.

**Таблица 2 – Что привлекает делать покупки через интернет-магазины**

Наименование товара	Ниже цены	Большой выбор	Удобная доставка	Не нужно выходить
1	2	3	4	5
Техника и электроника	74 %	69 %	53 %	59 %
Одежда, обувь, аксессуары	73 %	73 %	45 %	55 %
Товары для детей	67 %	72 %	49 %	63 %
Товары для животных	66 %	72 %	45 %	52 %
Автотовары	65 %	62 %	42 %	52 %
Мебель и товары для дома	65 %	62 %	54 %	49 %
Строительство и ремонт	65 %	58 %	65 %	53 %
Косметика, парфюмерия	64 %	65 %	39 %	51 %
Спортивные товары	62 %	61 %	31 %	46 %

Белорусы приходят в интернет за покупками из-за того, что в онлайн-магазинах низкие цены и широкий выбор товаров.

Электронная коммерция имеет ряд преимуществ для организации: глобальный масштаб, сокращение издержек, бизнес всегда открыт (24/7/365), персонализация, улучшение цепочек поставок, быстрый вывод товара на рынок, низкая стоимость распространения цифровых продуктов. Если брать потребителей, то это: повсеместность, более дешевые продукты и услуги, оперативная доставка, анонимность, большой выбор товаров и услуг, персонализация, электронная социализация для общества. Для всего общества: широкий перечень предоставляемых услуг (например, образование, здравоохранение, коммунальное обслуживание), повышение уровня жизни, повышение национальной безопасности, уменьшение «цифрового» разрыва, онлайн-продажа/заказ товаров/услуг уменьшает автомобильный трафик и снижает загрязнение окружающей среды [4].

Электронная коммерция – это важная составляющая в жизни современного развитого общества. Основные преимущества электронной коммерции – простота осуществления заказов, скорость поиска необходимых товаров и услуг, широкий выбор предоставляемой продукции. В связи с этим востребовано усовершенствование компьютерных технологий, которое ведет не только к упрощению использования системы виртуальных заказов, но и к улучшению качества осуществления операций [4]. В заключение можно отметить, что развитие интернет-торговли во всем мире идет высокими темпами. Беларусь постепенно перестает быть аутсайдером в этом деле и все больше внедряет в нашу жизнь e-commerce. Для ее развития есть все составляющие. Главным вызовом развития e-commerce во всем мире является рост требований к технологической составляющей интернет-магазинов, необходимость продвижения и обеспечения безопасности личных и платежных данных покупателей. Однако рынок находит пути решения всех насущных проблем в отрасли.

## Литература

1. Юрасов, А. В. «Основы электронной коммерции» / А. В. Юрасов. – М. : Горячая линия-Телеком, 2007. – 245с.
2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 10.10.2022.
3. Office Life [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://officelife.media/news/23242-obem-rynka-e-commerce-v-belarusi-vyros-do-2-3-mlrd-rublej-v-2020-godu/>. – Дата доступа: 10.10.2022.
4. Введение в цифровую экономику / А. В. Кешелава [и др.]. – М., 2017. – 28 с.