

А. Ю. Латушко, К. Р. Дулинец,
студенты III курса Института бизнеса БГУ
Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
О. В. Мясникова

РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИКИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время электронная коммерция (e-commerce) становится неотъемлемой частью мировой экономики, привлекая все больше потребителей и предпринимателей. С развитием этого сектора возрастает значимость логистики, которая играет ключевую роль в обеспечении эффективного функционирования цепочек поставок в рамках e-commerce. Республика Беларусь, не являясь исключением, также испытывает рост интереса к электронной коммерции, что создает потребность в совершенствовании логистических процессов для удовлетворения потребностей онлайн-покупателей и повышения конкурентоспособности белорусских компаний. В данной статье рассматривается текущее состояние и перспективы развития логистики в электронной коммерции, а также выявляются основные факторы, влияющие на этот процесс и возможные стратегии для его оптимизации.

В Республике Беларусь электронная коммерция является значительным сегментом экономики, который постоянно развивается. По данным Statista – eCommerce – Belarus прогнозируется, что в 2024 г. выручка на рынке электронной коммерции достигнет 1 303,00 млн долл. США. Ожидается, что годовой темп роста выручки (CAGR 2024–2029) составит 10,41 %, в результате чего прогнозируемый объем рынка к 2029 г. составит 2 138,00 млн долл. США, а количество пользователей на рынке электронной коммерции составит 4 451 000,0 пользователей. Проникновение пользователей составит 42,4 % в 2024 г. и, как ожидается, достигнет 49,1 % к 2029 г. Ожидается, что средний доход на одного пользователя (ARPU) составит 365,10 долл. США [2].

По оценкам экспертов Euromonitor International, к 2024 г. объем электронной торговли в мировом масштабе достигнет 10 трлн долл. США [4]. Глобальный рынок продолжит свое развитие и трансформацию, появятся новые тенденции, а потребительское поведение на онлайн-площадках будет зависеть от экономического роста.

Что касается Беларуси, то по данным исследований Statista к концу этого года прогнозируется выручка 1,189 млн. долл. США от электронной коммерции. А с 2023 по 2027 гг. она вырастет на 13,38 %. Количество покупателей в интернете составит 45,8 %, а к 2027 г. увеличится до 49,1 % [2].

Согласно информации международной компании по исследованию рынков Euromonitor International, объемы электронной коммерции в Беларуси за 2023 г. увеличились на 18,4 % и достигли 1,3 трлн бел. р. (без учета торговли услугами через Интернет). Это на 220,1 млрд бел. р. больше, чем в 2022 г. [4].

При анализе больших товарных групп становится очевидно, что ни одна из категорий не уменьшилась в продажах. Белорусы все больше и больше покупают товары в интернете. В 2023 г. фэшн-сегмент занял значительную часть общей суммы онлайн-продаж (32,4 %). Белорусы потратили 423,9 млрд бел. р. (увеличение на 17 %) на покупку одежды, обуви и различных аксессуаров в интернете. На втором месте по объему закупок бытовая техника и электроника, которые составили 27,1 % общей суммы продаж. Высокотехнологичные товары были проданы на сумму 355 млрд бел. р., что составляет рост на 11,6 %. По данным Белстата, за

последние шесть лет удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли за этот период увеличился с 3,7 до 6 %. Только за 2023-й количество онлайн-магазинов выросло более чем на тысячу единиц, или плюс 3,9 % за год. Так что на 1 января 2024-го в стране функционировало свыше 30 тысяч виртуальных магазинов [6].

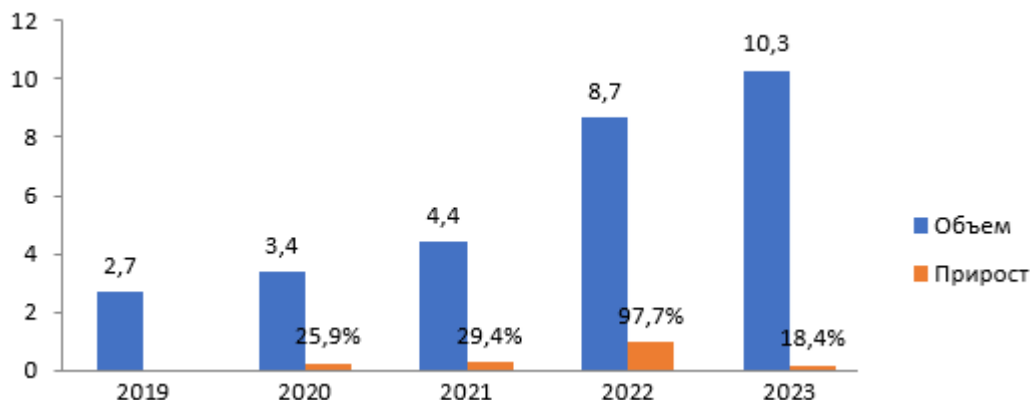


Рис. 1. Объемы электронной торговли (млрд. р.).

Euromonitor International оценила общий объем электронной торговли без учета услуг в 1,3 трлн бел. р.

В 2022 г. суммарный объем электронной коммерции по всем сегментам, по данным Национального банка Республики Беларусь, был уже близок к 8,7 млрд. бел. р. Исходя из динамики продаж, можно предположить, что в 2023 г. сумма продаж превысит 9 млрд бел. р. [8].



Рис. 2. Отдельные показатели технологического развития Республики Беларусь.

Согласно данным (Euromonitor) динамика онлайн-продаж в 2023 г. была примерно такой же, как в 2022 г. и составляла 20,2 %, по данным (НБ) она составляла 18,1 %, (рис. 3). С 2020 по 2021 гг. доля электронной торговли выросла на 162,16 % и в 2021 г. составила 9,7 %.

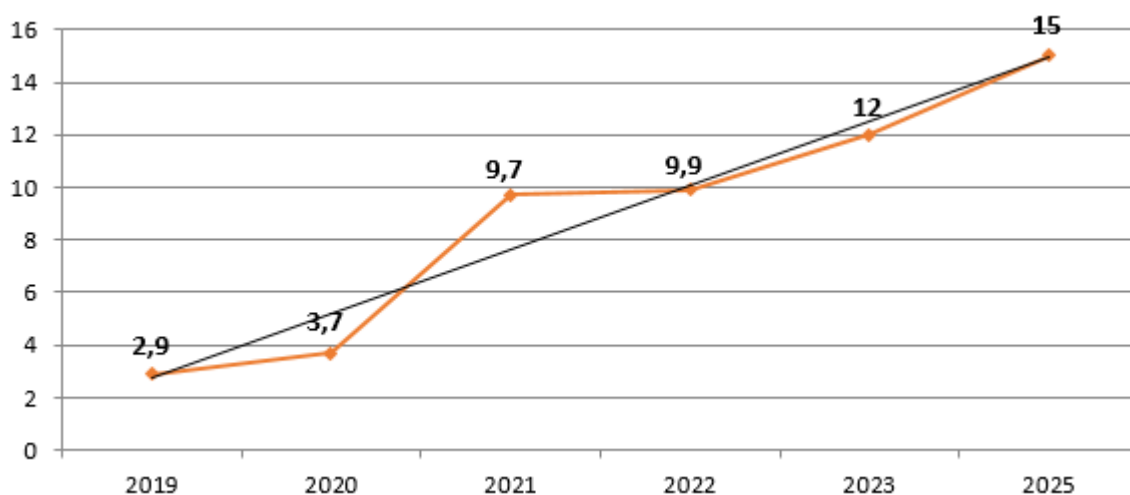


Рис. 3. Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли в Беларуси (%).

Однако, на самом деле, такой постоянный рост является достаточным для активной консолидации этого рынка. Всего пять лет назад доля онлайн-торговли составляла лишь 2,9 % от общего объема продаж, а в 2021 г. она уже достигла 9,7 %. Согласно прогнозам МАРТ Республики Беларусь, в прошлом году удельный вес электронной торговли в розничной торговле составил 12 %. Специалисты ведомства предполагают, что через три года электронная торговля уже займет 15 % от общего объема продаж [6].

По данным экспертов консалтинговой компании PwC, по состоянию на первое полугодие 2022 г. более 80 % электронной розничной торговли в Беларуси осуществляется через маркетплейсы.

На рынке электронной коммерции в Беларуси представлены несколько крупных игроков:

1. **Авито** – одна из крупнейших онлайн-площадок для продажи товаров и услуг как новых, так и б/у.
2. **Onliner** – популярный интернет-магазин, предлагающий широкий ассортимент товаров.
3. **OZ.by** – крупнейший онлайн-магазин книг, электроники, одежды и других товаров.
4. **Wildberries** – крупный российский интернет-магазин, активно развивающийся на рынке Беларуси.
5. **21vek.by** – один из крупнейших интернет-магазинов в Беларуси, предлагающий широкий ассортимент товаров, включая электронику, бытовую технику, одежду и другие товары.
6. **Deal.by** – площадка электронной коммерции, на которой представлены товары различных категорий от различных продавцов.
7. **1K.by** – электронный ритейлер, предлагающий широкий выбор товаров, включая электронику, товары для дома, спортивные товары и многое другое.

Китайский гигант электронной коммерции Alibaba Group занял второе место в рейтинге. Третье место досталось Wildberries. Согласно отчету МАРТ Республики Беларусь, за девять месяцев 2022 г. объем продаж Wildberries в Беларуси превысил 670 млн бел. р., что составило 11,4 % от общего объема розничной электронной коммерции в Беларуси [6]. Судя по заявлениям основательницы компании, Wildberries планирует увеличить свою долю на рынке. Татьяна Бакальчук рассказала о том, что компания планирует построить логистические центры не только в Минске, но и в других регионах.

В Республике Беларусь электронная коммерция поддерживается несколькими логистическими компаниями, которые специализируются на обслуживании онлайн-торговли и доставке товаров:

1. **Белпочта.** Белорусская почтовая служба предоставляет широкий спектр услуг по доставке товаров из интернет-магазинов как внутри страны, так и за ее пределами. Белпочта также предлагает различные варианты доставки, включая стандартную, экспресс и курьерскую.

2. **DPD Belarus.** Это международная логистическая компания, которая осуществляет доставку грузов и посылок по всей Беларуси. DPD предлагает услуги экспресс-доставки, включая доставку товаров из интернет-магазинов с возможностью отслеживания груза в режиме реального времени.

3. **СДЭК.** Российская логистическая компания СДЭК также активно присутствует на рынке Беларуси и предоставляет услуги доставки товаров из интернет-магазинов. СДЭК предлагает различные варианты доставки, включая самовывоз, курьерскую доставку и пункты выдачи.

4. **А-Транс.** Это белорусская логистическая компания, которая специализируется на доставке грузов и посылок по всей стране. А-Транс предоставляет услуги складирования, перевозки и доставки товаров для интернет-магазинов и электронных платформ.

5. **BoxBerry.** Логистическая компания, специализирующаяся на доставке товаров внутри Беларуси и в Россию, предоставляя услуги как для интернет-магазинов, так и для конечных потребителей.

6. **DHL eCommerce.** Компания, предоставляющая специализированные услуги по доставке для интернет-магазинов и электронной коммерции.

Эти и другие логистические компании обеспечивают инфраструктуру для электронной коммерции в Республике Беларусь, помогая интернет-магазинам и потребителям осуществлять заказы и доставку товаров с высоким уровнем сервиса.

Вместе с ростом электронной коммерции в Республике Беларусь, растет и важность фулфилмента – процесса, включающего прием заказов, их обработку, упаковку и доставку конечному потребителю. Эффективный фулфилмент играет ключевую роль в обеспечении быстрой и качественной доставки товаров, что является критическим фактором успеха для онлайн-ритейлеров. Таким образом, совершенствование логистических процессов, включая фулфилмент, становится необходимым шагом для удовлетворения растущего спроса в сфере электронной коммерции в Республике Беларусь и укрепления позиций компаний на рынке.

Фулфилмент – комплекс операций с момента оформления заказа покупателем и до момента получения им покупки. Чаще всего фулфилмент используется интернет-магазинами и представляет собой передачу всей логистической обработки заказа в соответствующий фулфилмент-центр [1].

Базовые **функции** фулфилмента:

- Хранение продукции продавца на складах фулфилмент-оператора.
- Компоновка заказов. Когда товарные позиции – кроссовки, коврик для фитнеса, гантели и другие товары для занятий спортом – компонуются в одно направление и отправляются потребителю в одной коробке.
- Упаковка заказанных товаров. При работе по фулфилмент-схеме изделия упаковывает непосредственно оператор. Он же разбирается с правилами упаковки товаров, если необходимо доставить их покупателю с конкретного маркетплейса. Потому что электронные торговые площадки предъявляют разные требования к упаковочному процессу.
- Наклеивание специальных стикеров со штрих-кодами и артикулами продукции.

● **Обработка возвратных позиций.** Когда клиент не выкупает изделие или возвращает его в пункт выдачи, фулфилмент-компания самостоятельно забирает товар и доставляет его обратно на склад продавца или электронной торговой площадки. Если предусмотрено условиями договора, возьмет на себя работу по подготовке к повторной продаже.

Некоторые предприниматели, работающие в сфере электронной коммерции, занимаются логистическими процессами самостоятельно. Такое решение под силу небольшим онлайн-магазинам, реализующим продукцию собственного изготовления в небольшом количестве. К содействию фулфилмент-операторов они прибегают лишь в процессе масштабирования бизнеса.

В услугах фулфилмента нуждаются:

1) Собственники онлайн-магазинов, потому что одиночной торговой интернет-точке (когда она не является частью крупной сети) крайне сложно доставлять продукцию по всей стране.

2) Селлеры электронных торговых площадок. На каждом маркетплейсе собственные условия ведения бизнес-деятельности. Без помощи грамотных специалистов из фулфилмент-компаний справиться с работой самостоятельно вряд ли удастся.

3) Производственные предприятия, планирующие расширение деятельности в сфере электронной коммерции. Потому что продавцу-производителю целесообразно делать акцент на качественных характеристиках выпускаемого продукта, а не терять время в попытках настроить логистическую систему.

4) Компании-поставщики, представители торговых марок, которые планируют реализовать продукцию в своем онлайн-магазине или на электронной торговой площадке.

К **достоинствам** сотрудничества с операторами фулфилмента можно отнести следующие моменты:

1. У продавца отпадает необходимость в аренде или приобретении специального помещения под организацию склада. Без привлечения дополнительных работников и покупки спецоборудования он также может обойтись.

2. Услуги фулфилмент-компаний зачастую обходятся предпринимателю значительно дешевле, чем если бы он сам занимался логистикой. Отлаженный годами бизнес операторов позволяет им не завышать стоимость предложений. Что весьма кстати для начинающего белорусского бизнесмена.

3. Благодаря сотрудничеству с фулфилмент-компанией можно ощутимо расширить географию доставки.

4. Через персональный кабинет, доступ к которому предоставляет большинство современных операторов на рынке Беларуси, можно отслеживать перемещение товаров и даже контролировать логистические процессы.

5. За счет партнерства с фулфилмент-операторами владельцу интернет-магазина будет гораздо проще представить свой товар еще и на маркетплейсах.

6. Когда компания по фулфилменту занимается еще и приемом оплаты, продавцу можно в принципе не заморачиваться с внедрением интернет-кассы.

7. Крупные зарекомендовавшие себя компании дополнительно предлагают услуги по страхованию продукции, занимаются продвижением продукта, разработкой интернет-магазинов, подключением необходимых интеграций и многое другое.

В числе основных **недостатков** фулфилмента следует отметить:

1. Необходимость оплачивать услуги партнера по фулфилменту. Предпринимателю нужно заранее определить, будет ли целесообразным вложение средств в такое сотрудничество.

2. Продавец интернет-магазина не может получить полный контроль над процессами логистики, осуществляемыми оператором. Но вся ответственность перед покупателями будет лежать именно на владельце торговой площадки.

3. Фулфилмент-компании в данный момент распространены не по всей территории Беларуси.

4. Невозможность принимать платежи в пользу третьих лиц (так называемый наложенный платеж).

Проблемы и перспективы.

Несмотря на активное развитие рынка электронной коммерции в Беларуси, существуют:

1. Задержки в доставке. Задержки в доставке товаров, возникающие из-за различных факторов, таких как погодные условия, проблемы с транспортировкой или неполадки в работе логистических компаний.

2. Неэффективность логистических процессов. На данный момент такие процессы как получение и обработка заказа, инвентаризация являются неоптимизированными, т. к. процессы не являются прозрачными и имеются ограничения в законодательной базе, что приводит к повышенным затратам на доставку и снижению уровня сервиса.

3. Проблемы с возвратами. Обработка возвратов товаров и возврат денег потребителям является сложным и времязатратным процессом, который также является источником дополнительных издержек.

4. Регуляторные ограничения. Регулятивные нормы и законы, регулирующие логистику и транспортировку товаров, создают дополнительные препятствия для эффективного ведения бизнеса в области фулфилмента.

Для решения этих проблем можно предложить следующие меры:

- **Оптимизация логистических процессов.** Для этого необходимо провести внедрение современных технологий управления складом, таких как: WMS (Warehouse Management System), RFID (Radio-Frequency Identification), AS (Automated Storage), RS (Retrieval Systems), маршрутизации доставок и отслеживания грузов, которые помогут повысить эффективность логистических операций.

- **Развитие инфраструктуры.** Необходимо найти источники инвестиций в развитие транспортной и складской инфраструктуры, которые позволят сократить временные задержки и повысить качество доставки.

- **Внедрение программ управления возвратами.** Необходимо разработать эффективные программы обработки возвратов или внедрить существующие системы, такие как: OMS, CRM, SCM, которые позволят упростить и ускорить этот процесс, что повысит удовлетворенность клиентов, чтобы максимально снизить шансы возникновения возвратов.

- **Совершенствование и развитие законодательной базы в сфере электронной торговли** для упрощения ведения бизнес процессов.

Подобные меры помогут сделать логистику в электронной коммерции в Беларуси более эффективной и конкурентоспособной.

Логистика в электронной коммерции в Республике Беларусь имеет перспективы для развития. С учетом тенденций роста онлайн-торговли как в масштабах страны, так и в мировом масштабе, ожидается дальнейшее увеличение спроса на эффективные логистические решения в этой области [3].

Во-первых, с развитием цифровой инфраструктуры и улучшением технологических решений в области логистики, ожидается оптимизация процессов управления запасами, складирования и доставки, что способствует повышению скорости и качества обслуживания покупателей.

Во-вторых, с углублением интеграции Беларуси в мировую экономику и развитием международной торговли, возникают новые возможности для расширения географии поставок и доставок, что требует разработки гибких и адаптивных логистических стратегий.

И наконец, учитывая стремительное развитие технологий и появление новых технологических решений, таких как автоматизация складских процессов, использование дронов для доставки и развитие систем искусственного интеллекта для управления логистикой, можно ожидать постоянного совершенствования и улучшения логистических практик в электронной коммерции в Республике Беларусь.

Таким образом, с учетом вышеперечисленных факторов, развитие логистики в электронной коммерции в Республике Беларусь представляет собой перспективное направление, которое будет продолжать играть ключевую роль в поддержании роста и конкурентоспособности онлайн-бизнеса в стране.

Список использованных источников

1. Фулфилмент: что это такое, зачем он нужен, плюсы и минусы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skladbot.ru/articles/chto-takoe-fulfilment/>. – Дата доступа: 22.03.2024.
2. Statista – eCommerce – Belarus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/belarus?currency=usd>. – Дата доступа: 24.03.2024.
3. Как e-commerce меняет рынок логистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://prodelo.by/kak-e-commerce-menyaet-rynok-logistiki/>. – Дата доступа: 22.03.2024.
4. E-Commerce in Belarus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketresearch.com/Euromonitor-International-v746/Commerce-Belarus-14241389/>. – Дата доступа: 13.02.2024.
5. eCommerce market in Belarus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ecommercedb.com/markets/by/all>. – Дата доступа: 14.02.2024.
6. МАРТ – о доле отечественных товаров в торговле, национальном маркетплейсе и перспективах онлайн-сегмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/priblizit-svoe-k-potrebitelyu.html>. – Дата доступа: 24.03.2024.
7. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/roznichnaya-torgovlya/godovye-dannye/>. – Дата доступа: 24.03.2024.
8. Национальный Банк Республики Беларусь – Платформенные бизнес-модели и их роль в развитии финансовой индустрии Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/pdf/articles/11023.pdf>. – Дата доступа: 24.03.2024.