

ПУТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ БЕЛОРУССКОГО РЫНКА ЧЕРЕЗ ПРИМЕНЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

А. Д. Савицкая¹⁾, М. Д. Чекедь²⁾

¹⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
a.savitsskaya@gmail.com

²⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
chekel.maria9@gmail.com

Научный руководитель: Н. И. Шандора

*старший преподаватель, Белорусский государственный университет, г. Минск,
Беларусь, shandoranatasha@tut.by*

В условиях информатизации огромное значение в мире приобретают Интернет-технологии, внедрение которых способствует повышению эффективности функционирования многих предприятий. Электронная коммерция обеспечивает возможность осуществления покупок, продаж, сервисного обслуживания, проведения маркетинговых мероприятий, проведения отдельных коммерческих операций посредством использования сети Интернет и компьютерных сетей.

Ключевые слова: электронная коммерция; электронная торговля; международная торговля; коммерческая деятельность.

APPLICATION OF FOREIGN EXPERIENCE IN E-COMMERCE FOR THE BELARUSIAN MARKET DEVELOPMENT

A. D. Savitskaya¹⁾, M. D. Chekel²⁾

¹⁾ student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, *a.savitsskaya@gmail.com*

²⁾ student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, *chekel.maria9@gmail.com*

Supervisor: N. I. Shandora

senior lecturer, Belarusian State University, Minsk, Belarus, shandoranatasha@tut.by

In the conditions of informatization, Internet technologies are of great importance, the introduction of which helps to improve the efficiency of any enterprise. E-commerce provides an opportunity to carry out purchases, sales, service, marketing activities, conduct separate commercial operations through the use of the Internet and computer networks.

Keywords: e-commerce; international trade; commercial activities.

На сегодняшний день повышенная актуальность электронной коммерции вызвана рядом причин. В первую очередь это связано со стремительным внедрением технологий, основанных на достижениях научно-технического прогресса, и с влиянием последствий пандемии коронавируса, благодаря чему электронная торговля стала востребована как в Республике Беларусь, так и во всём мире.

Электронная коммерция – это коммерческая деятельность в любой сфере бизнеса, осуществляемая с помощью информационных и телекоммуникационных технологий. Электронная коммерция включает производство, распределение, маркетинг, продажу и поставку товаров и услуг с помощью электронных средств связи.

Электронная торговля включает глобальный электронный маркетинг, торговлю услугами в цифровой форме и дистанционную работу.

В электронной торговле участвуют три типа субъектов: Business (B), Consumer (C) и Government (G) соответственно. Каждый из них может выступать в роли покупателя или продавца. Существуют несколько моделей взаимодействия между этими субъектами: B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer), C2C (Consumer to Consumer) и различные модели взаимодействия с участием государства (B2G, G2B, G2C, C2G, G2G).

Основными преимуществами электронной торговли являются: доступность информации и сравнение цен; возможность выхода компаний на различные рынки; низкие расходы на организацию торговли; получение информации о клиентах; эффективное взаимодействие участников сделки; гибкость ведения бизнеса.

Однако электронная торговля также имеет и свои недостатки, такие как отсутствие стандартов безопасности клиента, высокие затраты на создание приложений, отсутствие возможности изучить товар перед покупкой и недоверие потребителей.

Изучение опыта США и Китая важно из-за их крупных экономик, высокого уровня интернет-проникновения и технологического потенциала, что поможет понять успешные стратегии, инновации и привлечение инвестиций для развития электронной торговли в других регионах.

Китайский рынок электронной коммерции является крупнейшим в Азии. По данным Государственного статистического управления КНР, объем розничных онлайн-продаж в Китае в 2021 году составил 2,06 трлн долларов США, что на 14,1 % больше, чем в предыдущем году. Четверть розничных продаж физических товаров были осуществлены через интернет и выросли на 12,0 % до 1,70 трлн долларов США [1].

Alibaba является монополистом на китайском рынке электронной торговли и одной из крупнейших компаний в мире. Она предоставляет платформы Tmall, Taobao и Aliexpress. Компания также внедряет функционал социальных сетей, включая проведение прямых трансляций.

Соединенные Штаты – второй по величине рынок электронной коммерции. В 2021 году рынок электронной коммерции США увеличился на 11 %, способствуя мировому росту на 29 %. В 2020 году 3/4 покупок в США были совершены онлайн, что выше среднего мирового показателя [4]. На рынке электронной коммерции в США крупнейшим игроком является Amazon.com, с выручкой в 2021 году 140 млрд долларов. У Amazon есть сеть складов, сортировочных центров, собственная служба доставки, различные продукты и сервисы под своим брендом. За Amazon следуют Walmart.com с выручкой 53,2 млрд долларов и Bestbuy.com с выручкой 22,4 млрд долларов. Вместе эти три крупнейших магазина составляют 35 % онлайн-дохода в США [3].

В Республике Беларусь существуют различные модели электронной коммерции. Особенно популярны смешанные модели B2C и интернет-витрины, а также электронные площадки, предоставляющие готовые интернет-магазины. Лидерами в этой области являются крупные белорусские интернет-компании, такие как "21vek.by", "24shop.by", "5 Элемент", "Oz.by", "Wildberries.by", "Evroopt.by", "Onliner.by". Чаще всего белорусы совершают покупки в локальных интернет-магазинах, реже – в китайских интернет-магазинах.

Рынок электронной коммерции в Республике Беларусь ежегодно растет примерно на 10 %. Объем электронной торговли в розничном секторе составляет 2,3 млрд рублей по итогам 2020 года. Пандемия изменила покупательские привычки белорусов, и более 50 % населения совершает покупки в интернете [2].

Digital-рынок Беларуси начинает постепенно расти после кризисного 2022 г. Тогда его объем сократился со 109,2 до 80,3 млн долларов. В 2023 г. с приходом новых игроков инвестиции в рекламу увеличились на 17–20 %, что безусловно свидетельствует о постепенном восстановлении этого рынка. Ожидания на 2024 г. весьма положительны, а именно, рост объема медиарынка должен составить 112,7 млн долларов (15–20 %) [4].

Важным элементом инфраструктуры электронной коммерции являются платежные системы. В Беларуси используются различные типы платежных систем, включая национальную платежную систему "Белкарт", международные платежные системы "Visa", "MasterCard" и электронные деньги, такие как WebMoney и Яндекс. Деньги. ОАО "Белгазпромбанк" осуществляет 85 % всех электронных платежей, а платежная карта "Белкарт" является ведущей системой безналичных карточных платежей.

Несмотря на положительное отношение интернет-пользователей к электронной коммерции, существуют некоторые проблемы, такие как неуверенность в качестве работы магазинов, сомнения в безопасности транзакций и хранения информации. Также существуют проблемы с низким

уровнем использования пластиковых карт для интернет-платежей, низкой покупательной способностью населения и нежеланием пожилых людей переходить на электронную форму торговли.

Таким образом, развитие электронной торговли происходит быстрыми темпами во всем мире. Беларусь также активно развивает электронную коммерцию, обладая необходимыми составляющими, такими как правовая база, государственные программы, высокоскоростной интернет и надежные платежные системы. Однако главным вызовом является необходимость развития технологической составляющей интернет-магазинов и обеспечения безопасности данных покупателей. В Беларуси интернет пока больше используется для выбора товаров, чем для совершения покупок. Это связано с несовершенствами сервиса и недостатком доверия к продавцам. Для привлечения пользователей можно использовать различные виды рекламы, повышать доверие путем улучшения сервиса и создания удобного интерфейса для покупок. Важно также обучать пожилых людей совершать покупки онлайн и оптимизировать мобильную версию сайта или разработать собственное приложение для увеличения продаж.

Библиографические ссылки

1. Онлайн-торговля раскрывает потенциал потребления в Китае [Электронный ресурс]. URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2022/0323/c31518-9974932.html> (дата обращения: 25.09.2024).

2. Рынок eCommerce в Республике Беларусь: данные 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://e-pepper.ru/news/rynok-ecommerce-v-respublike-belarus-dannye-2020.html> (дата обращения: 25.09.2024).

3. США 2021: отчет об электронной торговле [Электронный ресурс]. URL: https://content.internetretailing.net/AcuCustom/Sitename/DAM/053/2021_USA_Ecommerce_Country_Report.pdf (дата обращения: 25.09.2024).

4. Digital-рынок Беларуси 2024: что учитывать и чем пользоваться бизнесу сегодня [Электронный ресурс]. URL: <https://belretail.by/article/digital-ryinok-belarusi-chtouchityivat-i-chem-polzovatsya-biznesu-segodnya> (дата обращения: 25.09.2024).