

Проблемы интернет-торговли в Республике Беларусь

*Волощук Д. И., студ. II к. АУнПРБ,
науч. рук. Морозова Н. Н., канд. эк. наук, доц.*

Бурный всплеск развития информационных технологий и сети Интернет обусловил появление такой формы коммерции, как интернет-торговля. Согласно общемировой тенденции, наиболее популярными товарами, которые покупаются посредством интернет-магазинов, являются: программное обеспечение, книги, музыка, видеофильмы, цветы (26% мирового объема продаж); компьютеры и комплектующие, бытовая техника (16% продаж); одежда, обувь и украшения (13%); товары для здоровья и красоты, еда и напитки (8% от общего объема); игрушки, видеоигры, спортивные товары (7% от мирового объема продаж); мебель, садовые принадлежности (3%). При этом общий объем продаж товаров, осуществляемых посредством интернет-торговли, составляет 2,8 млрд долларов [4].

Рост интереса потребителей к интернет-торговле очевиден и обусловлен следующими факторами: возможность совершить покупку, не выходя из дома; получить полный перечень товаров с их характеристиками; широкий ассортимент продукции, которая предлагается большим количеством тематических сайтов; доставка товаров на дом, и, кроме того, возможность расчета за приобретенную продукцию посредством электронных платежных систем.

Несмотря на указанные плюсы, в Республике Беларусь сегмент интернет-торговли имеет ряд недостатков. В первую очередь, несмотря на большое число интернет-магазинов (по данным Управления организации торговли и услуг Министерства торговли, в Торговом реестре Беларуси в середине ноября 2011 г. было зарегистрировано свыше 4 тыс. интернет-магазинов [1]), данная отрасль еще не прошла полный этап формирования. Так как степень интенсивности использования электронных платежных систем в стране еще очень низка, полноценная интернет-торговля в таких условиях существовать не может. Кроме того, у покупателя отсутствует возможность ознакомиться с документами, подтверждающими качество приобретаемого товара. Нередки случаи, когда заявленного на сайте продавца товара фактически не было.

Тем не менее, статистика свидетельствует, что интернет-торговля в Республике Беларусь находится на стадии подъема. Товарооборот интернет-магазинов увеличился с 28,6 млрд руб. в 2008 году до 69,6 млрд руб. в 2009, тем самым продемонстрировав рост более чем в два раза. В 2010 объем интернет-торговли составил уже 231,6 млрд руб., что означает трехкратный

рост [2]. Можно было бы предположить, что подобная тенденция сохранилась и в 2011 году, однако, по отзывам операторов интернет-магазинов, продажи упали на 20-30%. В первую очередь, подобное падение обусловлено кризисными явлениями в экономике, которые имели место на протяжении 2011 года. Следствием этих явлений явилось снижение покупательской способности населения из-за роста цен на товары, которые наиболее часто реализуются посредством интернет-торговли — сложная бытовая техника, мобильные телефоны и аксессуары к ним.

Помимо вышеперечисленных особенностей, интернет-торговле в Беларуси присущ ряд недостатков, которые, в принципе, характерны для многих объектов торговли. Так, много нареканий вызывают вопросы легализации приобретения товаров, ведь зачастую при покупке потребителю чек не предоставляется. С недавнего времени Министерство торговли настояло на том, чтобы на сайтах интернет-магазинов были указаны те документы, которые должны быть выданы потребителю — чек, квитанция, гарантийный талон. Продавец обязан хранить в течение двух лет всю информацию о продаже товаров, наличии товаров на момент продажи. Это позволяет покупателю в течение данного срока предъявить претензии продавцу [3].

В заключение стоит отметить, что потенциал развития интернет-торговли в Беларуси еще далеко не исчерпан. Так как цены в интернет-магазинах обычно значительно ниже, чем в реальных торговых точках за счет экономии на складских, торговых помещениях, заработной плате продавцов, то и спрос со стороны населения будет достаточно устойчивым. Однако существуют определенные проблемы, в частности, плохая навигация сайтов белорусских интернет-магазинов, несоответствие информации, предоставленной на сайте, действительности, низкий, зачастую дублирующийся, ассортимент товаров.

Литература

1. Отложенный клик мыши // РЭСПУБЛИКА [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.respublika.info/5392/torgovlja/article51344/>. — Дата доступа : 20.03.2012.
2. Интернет-торговля в Беларуси : тенденции и перспективы // Компьютерные вести [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://new.kv.by/content/internet-torgovlya-v-belarusi-tendentsii-i-perspektivy>. — Дата доступа : 24.03.2012.
3. Правительство возьмется за интернет-магазины // ex-Press [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ex-press.by/article.php?id=31958>. — Дата доступа : 20.03.2012.
4. Best Selling Products On the Internet // Start Your Own Online Store [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.estorefrontguide.com/best-selling_products.htm. — Дата доступа : 10.04.2012.