

УДК 339.371.5

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.А. Гросу,
магистрант

Аннотация:

Статья посвящена одной из наиболее актуальных на сегодняшний день тем – развитию интернет-бизнеса в Республике Беларусь. Эта сфера деятельности, в связи с тенденцией ко всеобщей глобализации экономики, начинает приобретать все большее значение в современном мире. Интернет и электронная торговля играют в данном процессе одну из важнейших ролей.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронная торговля, интернет, платежные системы, продвижение, интернет-магазин.

Abstract:

This article is devoted to one of the most actual topic for today development of Internet business in Belarus. This field of activity starts to get the increasing value in the modern world, and in our country accordingly, in connection with a tendency to general globalization of economy. The Internet and electronic trade play one of the major roles in this process.

Keywords: electronic commerce, electronic trade, the Internet, payment systems, advancement, on-line shop.

Интернет дает возможность компаниям выйти на мировой рынок, расширяет каналы сбыта, объединяет поставщиков и покупателей в единую систему. Оборот электронной торговли в современном мире оперирует такими значительными суммами, которые сопоставимы с ВВП отдельных развитых стран, например, Франции, Италии, Великобритании. Ведение крупномасштабного бизнеса в современных условиях без использования информационных технологий не представляется возможным. Для малого и среднего бизнеса Интернет предоставляет прекрасную возможность для продвижения их товаров и услуг.

Еще несколько лет назад мысль о продаже товаров через Интернет считалась смешной и нереальной. Однако в 1995 г. Джефф Безос и его корпорация Amazon.com в корне изменили представления об онлайн-торговле. Безос пришел к выводу, что наиболее выгодной будет онлайн-продажа книг, поскольку создание каталога в виде базы данных на компьютере не составляет труда, и любой покупатель, имея доступ к Интернет, сможет найти и заказать необходимую книгу очень быстро [1].

Согласно информации Министерства связи и информатизации, в Беларуси насчитывается более 3 млн пользователей Интернета, что составляет треть всего населения страны [2].

По данным статистики, портрет «среднего» интернет-пользователя выглядит следующим образом: мужчина в возрасте до 25 лет, с высшим образованием, проживающий в Минской области и использующий широкополосный доступ в Интернет, главным образом, у себя до-

ма. Основные направления его активности: отправка и получение электронной почты, социальные сети и поиск информации о погоде (1 место в списке Топ-10 поисковых запросов tut.by), работе, покупке и продаже товаров и услуг, курсах валют [3].

Согласно исследованиям ОАО «Приорбанк», объем рынка электронной коммерции в 2009 г. в Республике Беларусь составил 1,3 млрд. руб. За первый квартал 2010 г.

оборот превысил годовой оборот 2009 г., что подтверждает четырехкратный рост электронной коммерции. На сегодняшний день в Бейнете более 2000 интернет-магазинов. Представлены практически все категории товаров и услуг. Большинство магазинов открыты на крупных порталах (tut.shop.by, shop.by). Оборот интернет-магазинов неизвестен. 95% платежей в интернете делают за услуги и только 5% – за товары.



Рисунок 1 – Структура платежей за товары в феврале 2010 г.

По статистике ОАО «Приорбанк», в феврале 2010 г. из всех совершенных интернет-платежей за товары 25% приходилось на продажу софта и онлайн-игры, 23% – на продажу цветов, 22% – билеты на мероприятия,

12% – продажа запчастей, 9% – билеты лотереи «Суперлото», 7% – продукты питания и 2% – прочие товары. Сейчас такие показатели можно назвать практически устойчивыми.

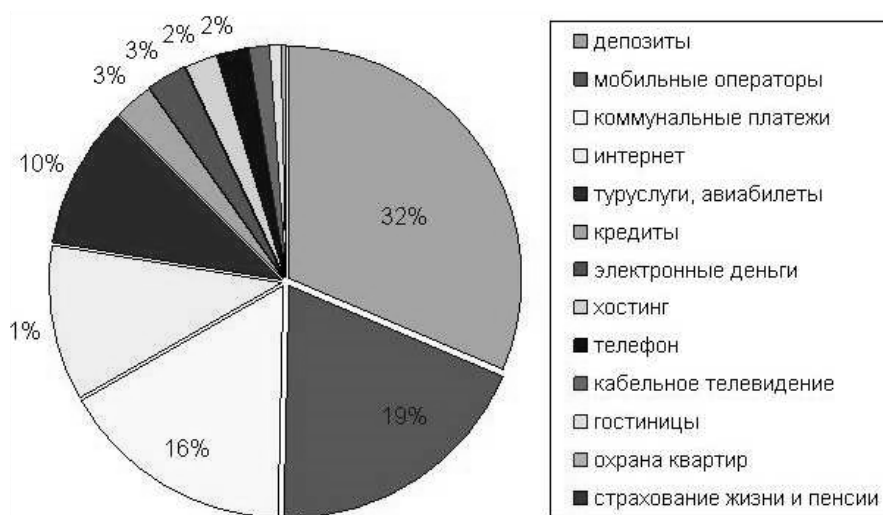


Рисунок 2 – Структура платежей за услуги в марте 2010 г.

По статистике ОАО «Приорбанк», в феврале 2010 г. из всех совершенных интернет-платежей за услуги 32% приходилось на депозиты, 19% – на оплату услуг мобильных операторов, 16% – на оплату коммунальных платежей, 11% – на оплату услуг Интернет, 10% – на оплату туруслуг и покупку авиабилетов, 3% – кредиты 3% – электронные деньги, 2% – хостинг, 2% – оплата телефона, остальные 2% приходилось на оплату кабельного телевидения, гостиниц, охраны квартир, страхования жизни и пенсии.

Мы стоим на пороге новой экономики, которую называют интернет-экономикой [4].

Электронная коммерция (*e-commerce*) – это один из способов осуществления электронного бизнеса. В современной электронной коммерции принято выделять четыре направления:

1. **B2B.** Бизнес-бизнес. Включает в себя все уровни информационного взаимодействия между компаниями.

2. **B2A.** Бизнес-администрация. Включает деловые связи коммерческих структур с правительственными организациями.

3. **C2A.** Потребитель-администрация. Организация взаимодействия правительства и потребителя, особенно привлекательна в социальной и налоговой сферах.

4. **B2C.** Бизнес-потребитель. Его основу составляет розничная электронная торговля – т.е. интернет-магазины. Это наиболее развитый сектор электронной коммерции. Отличие данной модели коммерции от традиционной торговли по каталогам с доставкой состоит в том, что клиент может совершать покупки или получать услуги не выходя из дома или офиса, пользуясь лишь компьютером и электронной кредитной картой. Реализация этой модели открывает новые возможности для потенциальных покупателей [5].

Электронная торговля (*Electronic trading, eTrading, e-Trading*) – осуществление торговой закупочной деятельности через Интернет. Преимущества электронной торговли очевидны.

Выгоды покупателей:

- снижение стоимости процесса закупок;
- снижение лишних затрат;
- богатый выбор и лучшая ценовая политика.

Выгоды продавцов:

- снижение затрат, связанных с продажами. Интернет предлагает новые возможности,

позволяя снизить затраты, связанные с процессом продажи, например, на предпродажную подготовку товара;

- новые покупатели и увеличение прибыли. Интернет позволяет привлечь новых покупателей, недоступных через традиционные каналы продаж;

- снижение стоимости управления заказами. Автоматизация процесса обмена информацией помогает продавцу снизить вероятность ошибки и ускорить время от получения заказа до его оплаты;

- круглосуточная работа магазина в любой день недели и любое время суток.

Основные этапы при создании системы электронной коммерции это проектирование, разработка, продвижение и поддержка. Проектированием и разработкой занимается команда профессиональных веб-разработчиков, в которую входят менеджеры по работе с клиентами, программисты, веб-дизайнеры, копирайтеры. Продвижением и рекламой могут заниматься как разработчики, так и персонал самого магазина.

В зависимости от рыночной стратегии компании возможны следующие формы коммерческого присутствия в интернете:

Небольшой магазин (киоск) типа «онлайн-витрина» представляет собой оформленный сайт и каталог товаров с возможностью размещения заказов через *e-mail*.

Интернет-магазин, называемый «управляемый магазин с базой данных» или «электронный каталог», должен быть оснащен более развитым инструментарием. После оформления заявки менеджер получает подтверждение по электронной почте, контролирует этапы обработки заказа. Поддержка такого магазина стоит дорого.

Экономия за счёт поддержки собственными силами, а также широкие функциональные возможности владельцу поможет получить *динамический интернет-магазин*.

Торговые интернет-системы – это крупные интернет-порталы, объединяющие от нескольких единиц до нескольких сотен магазинов. Самые масштабные и успешные проекты электронной торговли – это портал *Amazon.com* и *Интернет-аукцион eBay*.

При организации электронной торговли, немаловажным является вопрос о том, каким образом будет проводиться оплата товара или услуги. Выбор формы оплаты зависит от специфики торговли, вероятных покупателей и других факторов:

1. Оплата наличными производится курьеру при доставке товара или при визите покупателя в реальный магазин.

2. Оплата банковским или почтовым переводом достаточно актуальна для юридических лиц и при крупных суммах покупок.

3. Открытие лицевого счёта клиента на сайте.

4. Онлайн-платёжные системы – это разнообразные способы оплаты через Интернет посредством специальных платёжных систем. В интернете существует множество платёжных систем. Самые распространённые среди них мировые платёжные системы *PayPal* и *Authorize.net*, *Egold.com*, которые особенно эффективны для проведения международных платежей, *Webmoney.ru* – пионер рынка электронных платежей на территории СНГ.

Платёжная система такого рода существует и в Республике Беларусь. Это *EasyPay*, которая является совместным проектом «Белгазпромбанка» и интернет-провайдера «Открытый Контакт». Назначение системы *EasyPay* – осуществление быстрых микроплатежей в интернете. *EasyPay* действует только на территории Республики Беларусь и использует электронные деньги в качестве платёжного средства. Недостатком этой системы является слабая степень интеграции с существующими лидерами в области интернет-платежей.

При создании интернет-магазина самым долгосрочным и трудоёмким процессом является продвижение сайта. Проблема решается путем оптимизации сайта в поисковых системах (SEO) и широкой его рекламы. По данным исследований, около 80% посетителей приходят на сайты через поисковые системы. Поэтому значение оптимизации и продвижения сайта в поисковиках трудно переоценить. *SEO* – это постоянная работа над оптимизацией веб-страниц, увеличением количества ссылок на сайт, позиционированием по разным ключевым словам в поисковых системах, анализом рынка и постоянным мониторингом сайта. Продвижение сайта в поисковых системах состоит из нескольких этапов:

1. Предварительный технический анализ сайта, определение его читабельности для поисковиков и удобства для пользователей (*usability*).

2. Исследование рынка и подбор наиболее актуальных и конкурентоспособных ключевых слов в сфере вашего бизнеса или отрасли промышленности.

3. Рекомендации и работы по оптимизации элементов кода – мета-тегов, элемента названия, содержимого сайта и т.д. Ручная и автоматическая регистрация в главных поисковых системах (общих, региональных, отраслевых).

4. Ежемесячное сервисное обслуживание, включающее увеличение количества ссылок на сайт, обмен ссылками; позиционирование страниц по разным ключевым словам; мониторинг положения в поисковиках, консультации экспертов, моментальные рекомендации в случае снижения позиций.

Кроме SEO существует другие способы продвижения сайта.

1. Баннерная реклама.

2. Контекстная реклама.

3. Реклама магазина в оффлайне [6].

Перспективы развития электронной торговли в Беларуси:

1. Динамичное развитие электронной коммерции неотделимо от развития коммуникационных сетей в целом. Улучшение каналов передачи данных приведёт к повышению скорости соединения, к увеличению количества интернет-пользователей, росту числа посетителей белорусских интернет-магазинов.

2. Создание соответствующей законодательной базы значительно облегчит проведение сделок электронной коммерции. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 26 ноября 2003 г. № 201 «О правилах осуществления операций с электронными деньгами» стало первым шагом к созданию законодательной базы, регламентирующей сделки электронной коммерции.

3. Дальнейшее развитие платёжных систем благотворно скажется на развитии электронной коммерции в целом. Развитие платёжных систем зависит от нескольких факторов.

Значительно улучшить ситуацию может внедрение интернет-эквайринга – приёма платежей по пластиковым карточкам. Сейчас прием к оплате пластиковых карточек в Республике Беларусь происходит почти исключительно в оффлайне.

При заключении сделки в Республике Беларусь необходимы бумажные документы, подтверждающие её. А когда такая сделка заключается в интернете, продавец не всегда может получить у покупателя соответствующий документ. Упрощение требований к до-

кументам по сопровождению сделок в интернете благотворно скажется на развитии платёжных систем в целом. Возможно, внедрение электронной подписи решит эту проблему.

В качестве выводов можно привести несколько положений. Прежде всего, выгоды от организации электронной торговли очевидны: это возможность выхода на новые рынки, малые издержки магазинов электронной коммерции по сравнению с традиционными, предоставление потребителю возможности удобной покупки товара в любое время с получением максимально подробной информации о нём.

В настоящее время организовать электронную торговлю в Беларуси достаточно просто: по сути, этот процесс сводится к выбору

компании-разработчика веб-сайтов, предлагающей профессиональные услуги по доступным ценам.

Кроме разработки и поддержки сайта, немаловажным является его продвижение в интернете, включающее оптимизацию для поисковых систем (SEO) и рекламу.

Беларусь постепенно перестаёт быть аутсайдером в процессе развития электронной торговли. Стоимость создания сайта электронной коммерции в нашей республике достаточно низкая в сравнении с ценами на мировом рынке. Это даёт основания надеяться, что вскоре любые компании смогут осуществлять сделки электронной коммерции в полном объёме – в том числе с принятием и обработкой платежей он-лайн.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цыганков, В. Электронная коммерция: настоящее и будущее / В. Цыганков, Б. Богумирский // Мир Интернет. – 2006. – № 6.
2. Министерство связи и информатизации [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: www.mpt.gov.by. – Дата доступа: 02 марта 2011.
3. Агентство по он-лайн исследованиям Центральной и Восточной Европы Gemius S.A. [Электрон. ресурс]. – 04 марта 2011. – Режим доступа: www.gemius.by
4. Официальный сайт коммерческого банка в Республике Беларусь [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: www.priorbank.by. – Дата доступа: 07 марта 2011.
5. Кантарович, А.А. Электронная коммерция / А.А. Кантарович, В.В. Царев – СПб.: ПИТЕР, 2002. – 311 с.
6. Информационные технологии в Беларуси [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://it-belarus.net/publications/view/54/>. – Дата доступа: 01 марта 2010.