

УДК 339.16.012.23

## РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

А.П. Ковалев<sup>а</sup>

<sup>а</sup> Минский институт управления, заместитель заведующего кафедрой менеджмента,  
Alex\_Kov2001@mail.ru

### **Аннотация**

Новейшие Интернет-технологии, глобальная информационная сеть открывают сегодня не только технические, но и новые экономические возможности. Современные достижения в развитии коммуникационных технологий привели к созданию глобальной электронной среды для экономической деятельности, что, в свою очередь, открыло новые возможности роста электронной коммерции как новой формы организации торгово-экономической деятельности хозяйствующих субъектов. В данной статье рассмотрены основные направления использования и развития Интернет-технологий в торговой деятельности предприятия на электронном рынке.

**Ключевые слова:** Интернет-магазины, сеть Интернет, системы электронных платежей, электронная торговля.

**Веб:** <http://elibrary.miu.by/journals!/item.science-xxi/issue.2/article.18.html>

**Поступила в редакцию:** 13.06.2013.

## DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN BELARUS: EXPERIENCE, PROBLEMS AND PROSPECTS

A.P. Kovalyov<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Minsk Institute of Management, deputy head of the Department of Management, Alex\_Kov2001@mail.ru

### **Abstract**

The latest Internet technologies, global information network open today not only technical, but also new economic opportunities. Modern achievements in development of communication technologies led to creation of the global electronic environment for economic activity that, in turn, opened new opportunities of growth of electronic commerce as new form of the organization of trade and economic activity of managing subjects. Are considered in the article the basic directions of use and development of Internet technologies in the trading activity on the e-market.

**Keywords:** the Internet-shops, the Internet, systems of electronic payments, electronic trading.

**Web:** <http://elibrary.miu.by/journals!/item.science-xxi/issue.2/article.18.html>

**Received:** 13.06.2013.

### Введение

Развитие сети Интернет и появление электронной торговли (иначе коммерции: в американской традиции чаще используется термин «электронная торговля», в европейской — «электронная коммерция») вызывают существенные перемены в экономике и бизнесе, приводят к изменению традиционных положений экономической теории и практики. Технологии и стандарты передачи данных через сеть Интернет стали универсальной средой обмена коммерческой информацией, что во многом определило принципы ведения бизнеса в сфере электронной коммерции. Интеграция бизнеса в мировое сообщество в условиях динамичного развития экономических процессов сопряжена с постоянно изменяющимися условиями работы бизнес-сообщества, с появлением новых технологий обработки коммерческой информации, что приводит к необходимости постоянного изменения и совершенствования специализированных компьютерных приложений. При этом любая программная торговая система должна учитывать специфику производства в различных отраслях народного хозяйства и сочетать ее со спецификой проведения различных хозяйственных операций. Вследствие этого для повышения эффективности работы и увеличения прибылей предприятия, необходимо внедрение современных Интернет-технологий в торговый бизнес и услуги. Как эффективно эксплуатируется информационное наполнение (нормативная, справочная, консультационно-аналитическая информация) всецело зависит от умения практического использования современных информационных систем и технологий, применяемых в различных областях экономики и управления предприятием. Вследствие этого одной из актуальных проблем на ближайшую и отдаленную перспективу являются вопросы, связанные с обработкой большого объема коммерческой информации и управления экономическими процессами с использованием новейших информационных технологий.

*Цель исследования:* разработка теоретических аспектов и методического обеспечения процессов совершенствования электронной торговли.

*Объект исследования:* предприятия и организации, осуществляющие торговую деятельность и оказывающие услуги с помощью современных ИТ.

*Предмет исследования:* совокупность методов и моделей управления предприятиями, использующими современные ИТ в коммерческой деятельности.

### Ожидаемые результаты:

- развитие теоретических аспектов функционирования системы электронной коммерции;
- дополнение и развитие принципов электронной коммерции;
- определение основных направлений и тенденций развития электронной торговли в Республике Беларусь на основе их логического анализа и оценки, определение закономерностей, учет которых позволит повысить эффективность и качество обслуживания потребителей;
- обоснование возможности внедрения систем электронной коммерции в решении ряда задач, стоящих перед белорусским обществом;
- исследование возможности Интернет для организации электронной коммерции и разработка методики для повышения объема продаж электронного магазина;
- разработка практических рекомендаций для повышения эффективности сайта предприятия или организации, осуществляющих торговую деятельность и оказывающих услуги с помощью современных ИТ.

**Практическое значение работы** заключается в научно-обоснованной оценке проблем, стоящих перед предприятиями и организациями, осуществляющими торговую деятельность и оказывающими услуги с помощью современных ИТ.

### 1. Концептуальные основы формирования электронной торговли

Республика Беларусь всемерно развивает электронную торговлю, как одно из важных направлений повышения конкурентоспособности предприятий и выхода на новые рынки товаров и услуг. Технологии и стандарты передачи данных через сеть Интернет стали универсальной средой обмена коммерческой информацией и во многом определили принципы ведения бизнеса в сфере электронной коммерции [1, с. 3].

Большинство фирм в Республике Беларусь уже занимаются электронной торговлей в Интернет, так как прямая продажа своей продукции через Интернет является самым привлекательным направлением применения Интернет-технологий в бизнесе. Поэтому проблемы и перспективы развития электронной торговли в Республике Беларусь являются актуальными. Электронная торговля (электронная коммерция) — форма поставки продукции, при которой выбор и заказ товаров проводятся с использованием технологий Интернет, а расчеты между покупателем и поставщиком осуществляются с использованием электронных документов или

средств платежа. Существует два основных вида электронной торговли в Республике Беларусь, которые характеризуется тем, с кем та или иная компания ведет бизнес. Во-первых, это взаимодействие поставщика и предприятия (Business to Business) – включаются приложения для совместной работы, в частности, улучшение возможностей связи и совместной работы над информацией, возможность взаимодействовать компаниям эффективно. Во-вторых, это взаимодействие производителя (продавца) и потребителя (покупателя) (Business to Consumer) – обеспечивают безопасное проведение коммерческих операций, позволяют улучшить связь с существующими и привлечь новых клиентов.

Продажа через Интернет существенно отличается от торгового процесса в обычном магазине. Покупатель в Интернет обладает существенно большей информацией о товаре, имеет больший набор альтернатив и менее лоялен к продавцу, чем при «живом» контакте. Для того чтобы покупатель смог оплатить выбранный им товар, сегодня электронные магазины предлагают покупателю несколько схем оплаты товаров на выбор. Подавляющее большинство Интернет-магазинов в Беларуси при проведении сделок делают основную ставку на предоплату реализуемых товаров и услуг через банк. В некоторых электронных магазинах практикуется приобретение наложенным платежом (при получении товара на почте или при доставке курьером).

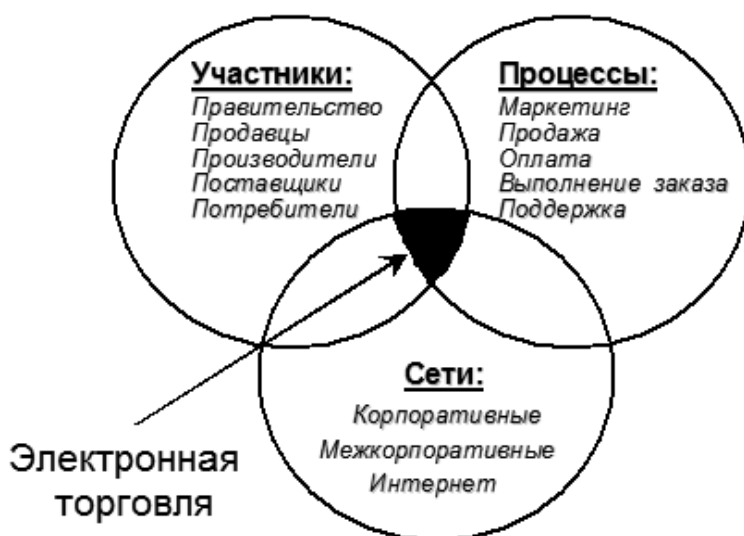


Рисунок 1 – Составляющие электронной торговли

Составляющие электронной торговли (рис. 1) образуют соответствующий цикл, который состоит из следующих компонентов (рис. 2) [2]:

- 1) привлечь клиентов (Attract customers): **маркетинг** (marketing) – узнать и исполнить запросы (интересы) клиента;
- 2) взаимодействие/контакт с клиентами (Interact with customers): **продажи** (sales) – превратить запросы в заказы;

3) действия на инструкциях клиента (Act on customer instructions): управление заказами (order management) – принятие (order capture), **оплата** (payment) и **выполнение заказа** (fulfillment);

4) реакция на запросы клиента (React to customer requests): обслуживание клиента (Customer service) и **техническая поддержка** (technical support).



Рисунок 2 – Взаимодействие составляющих электронной торговли

При организации электронной торговли немаловажным является вопрос о том, каким образом будет проводиться оплата товара/услуги. Выбор формы оплаты зависит от специфики торговли, вероятных покупателей и других факторов [3]:

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. Чтобы уменьшить время транзакции и сохранить прочие преимущества предыдущей формы оплаты, можно воспользоваться приемом, который используют хостинг-провайдеры при реализации своих услуг — открытие лицевого счета клиента на сайте.

4. Онлайн-платежные системы — это разнообразные способы оплаты через интернет посредством специальных платежных систем.

5. Кредитные карты (рис. 3) представляют собой самый удобный в настоящее время способ электронных платежей. Они действуют по всему миру независимо от местоположения или страны пребывания эмитсионного банка. Кроме того, они позволяют вести расчеты в разной валюте и производить расчетные операции через ряд расчетных палат или консорциумов.

Существует такая форма платежа в Интернете, как использование электронных чеков (рис. 4). Электронный чек — документ, в котором дается указание плательщика своему банку о перечислении денег. Он имеет те же свойства, что и обычный бумажный расчетный чек. Клиенты получают из своих банков электронные документы на каждую сделку и должны указать сумму платежа, валюту, имя получателя денег. Чтобы превратить электронный чек в наличные, плательщик должен заверить его своей цифровой подписью.

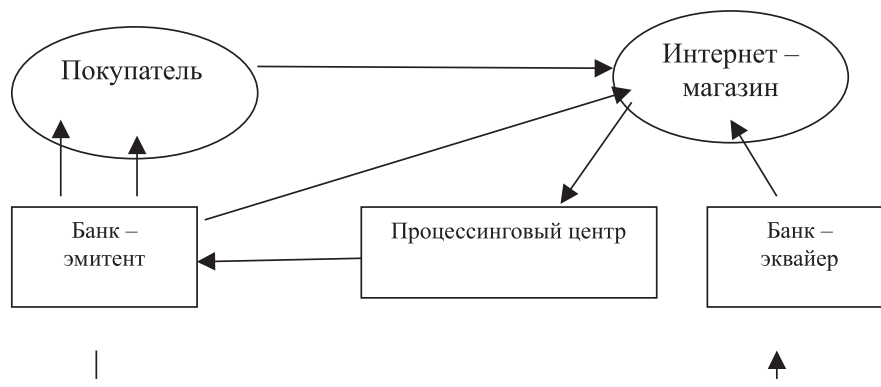


Рисунок 3 — Схема расчетов с помощью кредитной карты

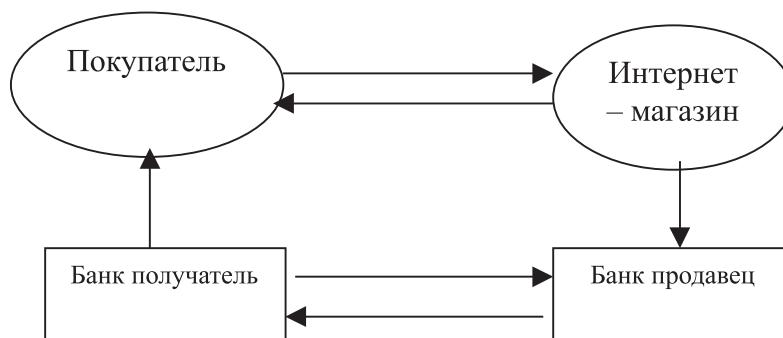


Рисунок 4 — Схема расчета за покупку электронным чеком

Совокупность необходимых программных средств, обеспечивающих использование определенных носителей денег (кредитных карт, смарт-карт или электронных денег) в качестве платежных средств, образует платежную систему. Пла-

тежные системы выступают в качестве основного элемента инфраструктуры систем электронной коммерции.

За последние годы разработано много различных систем выполнения платежей [4]:

ASH, Achex, BankNet, BidPay, BillPoint, BIPS, CAFE, Cartio, CashBox, CyberCash, DebitNet, DigiCash, DigiGold, eCash, E-gold, EMV, Gmoney, HashCash, iBill, IPAY, iPIN, Kagi, MagnaCash, Mondex, PayCash, PayPal, PayWord, PCPay, PocketPass, MicroMint, Millicent, NetCard, NetCash, NetCheque, NetPay, NetChex, Qpass, QuickCommerce, SOX, SET, TeleCheck, Transfer, WebCharge, WebMoney, WiSP, WorldPay, Ziplock и т.д., которые обеспечивают расчеты в широком диапазоне требований по надежности и безопасности.

В Беларуси также существует множество платёжных систем. Самые распространенные: «Берли» на базе Белгазпромбанка; «Яндекс. Деньги»; EasyPay (совместный проект «Белгазпромбанка» и интернет-провайдера «Открытый Контакт»); Webmoney (пионер рынка электронных платежей на территории СНГ); «Мобильные платежи iPay.by»; Egold.com.

## **2. Перспективы развития электронной торговли в Республике Беларусь с учетом мировых тенденций**

Электронная торговля в мире развивается быстрыми темпами. Это связано, в первую очередь, с бурным развитием информационных технологий и особенно сети Интернет. Количество пользователей Сети ежегодно увеличивается в несколько раз. Наиболее быстрыми темпами электронная торговля развивается в США. По сообщению Electronic Payments Association, общий объем задействованного в сфере электронной торговли капитала в США на 2010 г. составил 50,3 трлн долл. Это связано с тем, что правительство США уделяет особое внимание развитию электронных средств связи, Интернет и электронной торговли.

В Австралии развитие электронной торговли идет не так быстро, как в США. Несмотря на то, что Австралия является одной из ведущих стран по числу пользователей Интернет, маркетологам и специалистам в области e-commerce приходится прилагать немало усилий для того, чтобы получить прибыль на рынке интернет-рекламы. Эффективность он-лайн-рекламы в Австралии крайне низка. Так, всего 22 % австралийских пользователей Сети намереваются что-либо приобрести через Интернет в текущем году, в то время как в США этот показатель превышает 60 %, а в Канаде — 45 % [5]. Количество времени, проводимое австралийскими пользователями в Интернет, является препятствием на пути к получению прибыли. В среднем, пользователи Сети

из Австралии проводит в он-лайне менее 10 часов по сравнению с 15 часами, проведенными в Сети жителями США. Полагают, что австралийские компании, занимающиеся электронной коммерцией, в первую очередь, должны сделать услуги для своих клиентов в достаточной степени персонализированными, а также стремиться создавать устойчивые взаимоотношения с клиентами, не ограничиваясь разовыми торговыми операциями.

А вот в Англии почти половина бизнесменов предпочитают традиционные формы ведения бизнеса. Потенциал британского электронного бизнеса оценивается в 56,6 млрд фунтов стерлингов, но многие компании не используют преимущества, предоставляемые Сетью, приводя в качестве аргументов затраты на разработку систем и недоверие к контрактам, заключенным в электронной форме.

В Германии электронная торговля развивается высокими темпами, особенно в пред рождественский период. Эксперты считают, что одной из причин такого роста он-лайн-продаж является стойкая привязанность немцев к заказам товаров по почте. Объем таких покупок традиционно составляет в Германии 5 % от всех розничных продаж. Другим фактором, который способствует росту электронных продаж, является закон, в соответствии с которым в Германии обычным магазинам запрещено работать позже 20 часов в будни, и позже 16 часов в субботу.

Быстро набирает обороты электронная торговля и во Франции. Характерная особенность французского электронного рынка в том, что первыми на электронный рынок вышли предприятия, торгующие продуктами питания. В настоящее время распределение по отраслям торговли примерно такое: туристический бизнес — 47,1 %; мультимедиа и компьютеры — 23,74 %; книги, диски, кассеты — 10,43 %; продукты питания и напитки — 2,51 % [6].

Одним из лидеров в этой сфере является Китай. К 2010 г. в соответствии с заявлением министра информатики Китая объемы рынка информационной индустрии в стране удвоились. В 2000 г., по сообщению информационного агентства «Синьхуа», объем электронных сделок в Китае составил 62,9 млн долл., что на 250 % превышает показатель 1999 г. Как отмечается в сообщении, Китайская ассоциация электронной торговли и Китайский центр оценки сетевой конъюнктуры прогнозируют увеличение объема сделок через компьютерные сети до 190 млн долларов.

Что касается Республики Беларусь, то на сегодняшний день в нашей стране создана нормативная правовая база в области Интернет-торговли. Владельцы интернет-магазинов обязаны пройти регистрацию в торговом реестре и использовать для реализации товаров белорусским потребителям сайты, размещенные в доменной зоне .BY.

Также в Беларуси с 1 января 2013 г. предусмотрена обязательность применения электронных аукционов для осуществления государственных закупок по преобладающему большинству товаров (работ, услуг). А с 1 января 2014 г. белорусские поставщики получают возможность участвовать в закупках на электронной торговой площадке Казахстана.

Планируется, что в Беларуси до 2015 г. доля товаров и услуг, реализуемых на внутреннем рынке средствами электронной торговли, достигнет 30 % [7]. Это предусмотрено Стратегией развития информационного общества в Республике Беларусь до 2015 г., которая утверждена постановлением Совета Министров № 1174 от 9 августа 2010 г.

### Заключение

Итак, можно сделать вывод, что сеть Интернет — это источник появления новой электронной экономики, отличающейся мобильностью, инновационными возможностями для производственной и деловой активности, изменения структуры рынка труда и капитала. Электронная торговля реальными (и виртуальными) товарами и услугами использует способы традиционной торговли, но на принципиально новом уровне. Она позволяет снизить стоимость, расширить потенциал рынка, более полно удовлетворить запросы потребителей за счет тесного взаимодействия с поставщиком.

Процесс развития электронной торговли во всём мире идёт огромными темпами и можно

сказать, что он необратим. Электронная торговля интенсивно развивается и всё больше внедряется в нашу повседневную жизнь. Объёмы продаж через интернет будут лишь увеличиваться, а использование Интернет-услуг становится более комфортным и доступным. Беларусь постепенно перестаёт быть аутсайдером в этом процессе.

Стоимость сайта электронной коммерции в нашей республике достаточно низкая по сравнению с ценами на мировом рынке. Причина этого кроется в наличии большого количества квалифицированных специалистов и компаний, предлагающих подобные услуги. Фактически, белорусские разработчики предлагают более низкие расценки и большую функциональность для создания магазинов электронной коммерции, чем в других странах. Это даёт повод надеяться, что вскоре любые компании смогут осуществлять сделки электронной коммерции в полном объёме — в том числе с принятием и обработкой платежей онлайн.

Перспективы развития Интернет-торговли в Беларуси весьма многообещающие. Для их развития на сегодняшний день существуют все необходимые составляющие:

- высококачественный интернет по всей стране;
- компактность республики: в течение суток товар может быть доставлен в любую точку страны;
- мобильный интернет;
- низкие цены на трафик;
- растущая грамотность населения, благодаря социальным сетям и присущей всем популярности интернета.

Из этого можно сделать вывод, что электронная торговля интенсивно развивается и всё больше внедряется в нашу повседневную жизнь. Объёмы продаж через интернет будут лишь увеличиваться, а использование Интернет-услуг — более комфортным и доступным.

## ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Панышин, Б.Н. Электронная торговля: теория и практика: курс лекций / Б.Н. Панышин. — Минск: БГУ, 2009. — 383 с.  
Panshin, B.N. Elektronnaya trgovlya: teoriya i praktika: kurs lektsiy / B.N. Panshin. — Minsk: BGU, 2009. — 383 s.
2. Енин, Ю.И. Основы Интернет-Маркетинга: учеб-метод. комплекс. / Ю.И. Енин, В.С. Голик, А.П. Ковалев. — Минск: Изд-во МИУ, 2013. — 159 с.  
Yenin, YU.I. Osnovy Internet-Marketinga: ucheb-metod. kompleks. / YU.I. Yenin, V.S. Golik, A.P. Kovalev. — Minsk: Izd-vo MIU, 2013. — 159 s.
3. Электронная коммерция: учеб. / Л.А. Барагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. — Минск: ИД «ФОРУМ»: ИНФА — М, 2012. — 192 с.  
Elektronnaya kommertsiya: ucheb. / L.A. Baragin, G.G. Ivanov, A.F. Nikishin, T.V. Pankina. — Minsk: ID "FORUM": INFA — M, 2012. — 192 s.



4. Электронные деньги в Беларуси [Электронный ресурс]. — 2012. Режим доступа: <http://infobank.by/infolineview/itemid/1694/default.aspx>. — Дата доступа: 17.05.2013.  
Elektronnyye dengi v Belarusi [Electronic resource]. — 2012. Mode of access: <http://infobank.by/infolineview/itemid/1694/default.aspx>. — Date of access: 17.05.2013.
5. Рынок электронной коммерции уверенно растет [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: [http://book.iter.ru/4/6/e\\_com1.htm](http://book.iter.ru/4/6/e_com1.htm). — Дата доступа: 13.05.2013.  
Rynok elektronnoy kommersii uverenno rastet [Electronic resource]. — 2013. — Mode of access: [http://book.iter.ru/4/6/e\\_com1.htm](http://book.iter.ru/4/6/e_com1.htm). — Date of access: 13.05.2013.
6. Перспективы развития электронной коммерции [Электронный ресурс]. — 2012. — Режим доступа: [http://predprinimatel.ru/practice/perspective/perspektivi\\_razvitiya\\_elektronnoy\\_kommercii](http://predprinimatel.ru/practice/perspective/perspektivi_razvitiya_elektronnoy_kommercii). — Дата доступа: 16.05.2013.  
Perspektivy razvitiya elektronnoy kommersii [Electronic resource]. — 2012. — Mode of access: [http://predprinimatel.ru/practice/perspective/perspektivi\\_razvitiya\\_elektronnoy\\_kommercii](http://predprinimatel.ru/practice/perspective/perspektivi_razvitiya_elektronnoy_kommercii). — Date of access: 16.05.2013.
7. Электронная торговля в Интернете [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: [http://www.payspacemagazine.com/view\\_news.php?cat=1&id=1026](http://www.payspacemagazine.com/view_news.php?cat=1&id=1026). — Дата доступа: 15.05.2013.  
Elektronnaya trgovlya v Internetе [Electronic resource]. — 2013. — Mode of access: [http://www.payspacemagazine.com/view\\_news.php?cat=1&id=1026](http://www.payspacemagazine.com/view_news.php?cat=1&id=1026). — Date of access: 15.05.2013.