

СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. Электронная коммерция, или интернет-торговля, является неотъемлемой частью как современного мирового бизнеса, так и национальной экономики, и представляет собой предпринимательскую деятельность по осуществлению различных коммерческих процессов с использованием глобальной компьютерной сети интернет и электронных инструментов. С каждым годом она приобретает все большую популярность и становится одним из ключевых факторов экономического развития. Республика Беларусь, страна, расположенная в центре Европы, не осталась в стороне от этой глобальной тенденции.

В последние годы Республика Беларусь активно развивает свою электронную коммерцию, создавая благоприятные условия для развития онлайн-торговли и стимулируя внутренний и внешний спрос на товары и услуги, предлагаемые белорусскими предпринимателями. Внедрение современных информационных и коммуникационных технологий, а также улучшение логистической инфраструктуры способствуют развитию электронной коммерции в стране.

Основная часть. Электронная коммерция стала важной частью национальной экономики и занимает значимую роль в жизни современного общества. Различные аспекты развития электронной коммерции рассматриваются во многих научных публикациях. Белорусскими и зарубежными исследователями в своих научных трудах рассматриваются проблемы, барьеры и направления устойчивого развития электронной коммерции, вопросы определения ее предметной области и понятийного аппарата [1—4].

Наиболее популярными маркетплейсами на территории нашей страны, а также на территории соседней Российской Федерации являются Ozon и Wildberries. В целом, отмечается, что на начало 2023 года в Республике Беларусь было зарегистрировано почти 30 тыс. различных интернет-магазинов (как крупных, так и специализирующихся на определенных видах товаров) [5; 6]. Основное количество зарегистрированных интернет-магазинов приходится на город Минск и Минскую область — 22 276 или же 77% от общего их количества. В остальных областях эта цифра значительно меньше, в основном это число колеблется от 1,1 до 1,9 тыс. [5]. Также следует отметить, что собственниками зарегистрированных интернет-магазинов практически в равной степени являются юридические лица и индивидуальные предприниматели.

Начальником управления защиты прав потребителей и контроля за рекламой Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, Гаврильчик Инной Анатольевной, отмечается, что чаще всего белорусы прибегают к использованию маркетплейсов для приобретения товаров для дома (17,6%), следующим по популярности запросом для приобретения у граждан Республики Беларусь является покупка бытовой техники и электроники (15,9%), пользователи автомобилей также не прошли мимо всемирного тренда, покупка автотоваров является еще одним популярным направлением в использовании интернет-магазинов у белорусов (12,8%), далее следует покупка трикотажных изделий (11%), затем товары для красоты и здоровья (5,2%), верхняя одежда (3,3%), а также сантехоборудование (3,3%). Прочие товары в структуре покупок в интернете заняли 30,9%. Говоря о преимуществах и недостатках электронной торговли, Гаврильчик Инна Анатольевна отметила, что главным преимуществом является удобство и доступность, для приобретения необходимых товаров сегодня покупателю уже не нужно выходить из дома, всего лишь нужно иметь устройство с доступом в интернет. Покупатель может ознакомиться с интересующими характеристиками товара или же почитать отзывы про этот товар [6]. К недостаткам же следует отнести риски мошенничества, ведь при покупке товаров через интернет нет личного контакта между продавцом и покупателем, а интернет в настоящее время является средой, где достаточно часто встречаются недобросовестные торговые агенты. Решить данную проблему с помощью технических средств и программного обеспечения не всегда возможно, необходим комплекс различных действий и мероприятий, в том числе направленных на развитие и дальнейшее совершенствование нормативных правовых актов.

Технологии электронной коммерции дают возможность сократить затраты (за счет использования интернета), выявить новые каналы сбыта, создать новые формы взаимодействия. Знание основных трендов развития электронной коммерции позволит значительно быстрее развивать бизнес или же быстрее других реагировать на какие-либо изменения в данной сфере. На сегодняшний день к основным трендам можно отнести:

– оптимизация мобильного опыта покупателей, то есть разработка мобильных приложений, которые своим удобством ежегодно привлекают все больше и больше покупателей. Если же разработка мобильного приложения является дорогостоящей и не по карману владельцу маркетплейса, то можно прибегнуть к разработке веб-сайта с адаптивным дизайном, который будет иметь возможность подстраиваться под экран телефона, не теряя своего функционала;

– индивидуальный подход к каждому покупателю. Сегодня каждый покупатель желает, чтобы маркетплейсы предлагали товары, которые ему требуются или же которые ему интересны. Для этого необходим грамотный анализ данных о покупателе, например, анализ истории его покупок, предпочтений. Индивидуальный подход к каждому клиенту снижает уровень неактуальных рекомендаций и число покупателей ушедших с соответствующей площадки;

– развитие модели dropshipping. Dropshipping — это модель ведения бизнеса, где заказы клиента продавец сразу передает поставщику, а он уже обрабатывает поступивший заказ и осуществляет доставку товара покупателю. Для интернет-магазинов это удобная модель, позволяющая не иметь складов и в то же время расширять ассортимент товаров и привлекать новых клиентов через посредников;

– использование нейросетей. Уже сейчас идет активное внедрение искусственного интеллекта во все сферы жизни и электронная коммерция не исключение. Нейросети позволяют улучшать качество обслуживания клиентов, некоторые маркетплейсы уже внедрили нейросети в чаты с покупателями, где искусственный интеллект отвечает на различные вопросы клиента, а если все же вопрос поставил в тупик чат-бота, то он все также перенаправляет клиента к реальному консультанту. Эта система еще полностью не отлажена, но положительные сдвиги уже видны. Также нейросети прямо сейчас учатся анализировать данные и предсказывать потребности покупателей. Еще технологии виртуальной реальности позволяет клиенту осмотреть покупаемый товар и оценить подходит ли этот товар к интерьеру его дома, например, если это мебель или украшение для интерьера.

Все указанные тренды оказывают значительное влияние на развитие электронной коммерции в Республике Беларусь. Поэтому их необходимо постоянно отслеживать, своевременно реагировать на изменения и адаптировать бизнес к новым условиям. Постоянный мониторинг, анализ и адаптация к изменениям в макро- и микросреде позволит минимизировать возможные риски и использовать новые возможности для успешного предпринимательства [7].

Заключение. Электронная коммерция в Республике Беларусь имеет положительную динамику развития и является одним из основных перспективных направлений предпринимательской деятельности. Ключевыми факторами развития электронной коммерции являются технологические инновации, усиленное внедрение цифровых платформ, увеличение интернет-проникновения и повышение уровня доверия потребителей к онлайн-покупкам. В целом, перспективы развития электронной коммерции в Республике Беларусь выглядят обещающими, в нашей стране создаются необходимые условия для ее успешного развития. С учетом активного развития технологий и изменения потребительских предпочтений, электронная коммерция будет продолжать свое расширение, предлагая новые возможности и вызовы для бизнеса и потребителей.

Список цитируемых источников

1. *Голик, В. А.* Развитие электронной коммерции в Республике Беларусь / В. А. Голик, М. И. Масланова // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сб. науч. трудов / Белорус. гос. экономич. универ. ; под общ. ред. В. С. Голика. — Минск : А. Н. Вараксин, 2021. — С. 22—25.
2. *Старовойтова, Т. С.* Современные направления развитие электронной коммерции в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Т. С. Старовойтова // Вестн. Белорус. гос. экон. ун-та. — Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/4976/2/Starovoytova%20T.%20Sovr.%20napravleniya%20razvitiya%20elektronnoy%20kommertsii%20v%20RB%20Vestnik%20BGEU%20_08.pdf. — Дата доступа: 05.10.2023. — С. 49—55.
3. *Храмушин, В. В.* Электронная коммерция с использованием блокчейн-технологий [Электронный ресурс] / В. В. Храмушин // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. — 2023. — № 1. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-s-ispolzovaniem-blokcheyn-tehnologiy>. — Дата доступа: 05.10.2023. — С. 112—117.
4. *Тасбулатова, У. А.* Развитие теории и практики мирового рынка электронной коммерции / У. А. Тасбулатова, Э.Е. Баймуханбетова // Вестн. КазНУ. Сер. Экономическая. — Т. 143. — № 1. — 2023. — С. 112—115.
5. Интернет-торговля бьет рекорды [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/internet-torgovlya-v-belarusi-bet-rekordy/>. — Дата доступа: 05.10.2023.
6. *Гаврильчик, И.* Контроль за продавцами и защита прав потребителей. МАРТ о развитии интернет-торговли в Беларуси [Электронный ресурс] / И. Гаврильчик. — Режим доступа: <https://www.belta.by/comments/view/kontrol-za-prodavtsami-i-zaschita-prav-potrebiteljev-mart-o-razvitii-elej-mart-o-razvitii-internet-torgovli-v-8749/#bounce>. — Дата доступа: 05.10.2023.
7. Макро- и микросреда бизнеса: что учитывать для успешного планирования? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belveb.by/blog/business-1068-s/kuda-vlozhit-dengi-i-poluchat-passivnyy-dokhod-ezhemesyachno-38737-p/>. — Дата доступа: 05.10.2023.