

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**Полякова А.К.****Научный руководитель – Беззубенко М.А., к.э.н., доцент
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

Одной из главных тенденций современного мира является стремительный рост сети интернет и его проникновение в самые разнообразные сферы общества. Закономерным следствием развития всемирной информационной сети и экономики стало появление новой формы предпринимательской деятельности, основанной на использовании электронных технологий и телекоммуникационных возможностях электронных сетей – электронной коммерции. В общем виде электронную коммерцию следует рассматривать как форму деловых отношений, возникающих в ходе осуществления предпринимательской деятельности, полностью или в большей степени осуществляемых с использованием возможностей глобальных информационных сетей.

Несмотря на быстрый рост, рынок электронной коммерции в Беларуси еще далек до своего насыщения. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, доля рынка электронной коммерции пока не превышает 2% всего товарооборота в ритейле, в то время как средние цифры в развитых странах достигают 10–15%. Одна из причин этого кроется в инфраструктуре. Чтобы обеспечить по-настоящему хороший сервис, мало продать товар – его нужно оперативно доставить покупателю. Необходимо сформировать рынок перевозок с высоким уровнем обслуживания и приемлемыми ценами, чтобы белорусы могли активнее покупать и продавать товары по всей стране. По данным Министерства антимонопольного регулирования торговли Республики Беларусь, в 2017 году доля интернет-торговли в розничном товарообороте страны составила 2,8%. Для сравнения в 2010 году доля составляла 0,4%, в 2013 году – 1,15%. В денежном выражении это составило 1,1 млрд рублей или \$568 млн. Более 40% белорусских интернет-пользователей посещают основные e-commerce-сервисы (2069 793 человек) – интернет-магазины, маркетплейсы, прайс-агрегаторы и каталоги товаров (услуг), сайты частных объявлений, аукционы, сайты купонных скидок. При этом 21% покупателей заказывают товары из Китая, 11% – из России. Остальная часть покупателей пользуются белорусскими онлайн-площадками и ресурсами остальных стран. Таким образом, электронная торговля Беларуси является перспективным сектором внутреннего рынка, но для его дальнейшего развития необходима либерализация. Основными тренды развития электронной торговли: интеграция ритейлеров с социальными сетями с целью формирования единого покупательского опыта; персонализация обслуживания – изучение потребительского поведения каждого конкретного пользователя и предложение ему индивидуальных пакетов продуктов и услуг; Omni-channel (омниканальность) – покупатель выбирает наиболее удобный для себя канал совершения покупки, проявляя лояльность не к ритейлеру, а к бренду.

Литература

1. Войтович, А. И. Развитие электронной торговли в Республике Беларусь М-во образования Республики Беларусь, УО "Белорус.гос. экон. ун-т" - Минск : БГЭУ, 2011. - С. 168-169.