

- возможности развернутого представления товара, рекламы, продвижения товара и т.д. для продавца в Интернете существенно выше, а затраты на подобные мероприятия существенно ниже, чем в оффлайне;

- экономия времени для покупателей;
- продавец и покупатель обеспечиваются специализированной, структурированной и целенаправленной информацией о наличии продукции, номенклатуре цен, возможностях поставщиков и альтернативных вариантах сделок.

Что касается мнения потребителей относительно преимуществ интернет-торговли, то на вопрос, как изменился их бюджет при покупках через Интернет, не менее 27 % респондентов ответили, что их бюджет вырос, и только 15 % респондентов — что их бюджет уменьшился (остальные считают, что их бюджет не изменился или затрудняются ответить).

Для того чтобы сделать Интернет более привлекательным торговым пространством с точки зрения потребителей, система интернет-торговли должна добиться соответствующего снижения эксплуатационных расходов продавцов. Фактически достигнутая торговыми web-компаниями на начальном этапе их деятельности экономия за счет предельного сокращения персонала и издержек, связанных с переучетом товаров, уже позволила многим из них одновременно понизить розничные цены и увеличить разницу между ними и себестоимостью продукции. Существуют также и другие аспекты процессов купли-продажи, например, возможность организации поставки товаров потребителю, оптимизации ассортимента, совершенствования взаимосвязей дилеров с производителями, потенциал которых с позиций повышения экономической эффективности интернет-торговли не только не исчерпан, но еще по-настоящему и не раскрыт.

*А.Н. Юрченко
БГЭУ (Минск)*

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях ведение электронной коммерции — одно из перспективных направлений отечественного онлайн-бизнеса. Сеть Интернет — это источник появления новой электронной экономики, отличающейся мобильностью, инновационными возможностями для производственной и деловой активности, изменения структуры рынка труда и капитала.

Интернет-торговля имеет ряд плюсов, что делает ее привлекательной как для продавцов, так и для покупателей. Очевидные пре-

имущества — это возможность совершить покупку, не выходя из дома, удобство выбора товара и оплаты. Однако электронная торговля имеет и минусы. К недостаткам интернет-магазинов относят невозможность поддержать товар в руках, необходимость оставлять свои личные данные при заказе товара, проблемы качества доставленного товара и безопасности платежей.

Торговля через Сеть составляет 1,5 % всего розничного торгового оборота (1,3 % в 2014 г.) и дает 0,5 % национального ВВП. За 2011–2014 гг. количество интернет-магазинов в Беларуси выросло в 3,5 раза. В Торговом реестре на 1 января 2015 г. было зарегистрировано 11 630 интернет-магазинов (прирост за 2014 г. составил 79 %). Наибольший удельный вес субъектов, занимающихся интернет-торговлей, зафиксирован в Минске (в конце 2014 г. — начале 2015 г. — 69,2 % от общего их числа). Меньше всего интернет-магазинов работает в Могилевской и Гомельской областях, но во всех без исключения регионах Беларуси наблюдается одна тенденция — онлайн-магазинов становится больше [2].

Из 65 % белорусов, имеющих опыт покупок в Интернете, 53,3 % — минчане, на остальные регионы приходится не более 5 % покупателей; всего лишь четверть покупателей — из малых городов и сельской местности. Чаще всего интернет-покупки совершаются в белорусских интернет-магазинах (85,4 % белорусов); 31,8 % делают покупки в зарубежных.

Наиболее популярными категориями товаров для покупки в Интернете являются мобильные телефоны и смартфоны (45,5%), одежда и обувь для взрослых (39%), бытовая техника (31,2%). Основной причиной, по которой многие покупатели предпочитают зарубежные магазины отечественным являются более приемлемые цены и разнообразный ассортимент. Например, количество пользователей из Беларуси на крупнейшей торговой площадке Китая Aliexpress с октября 2014 г. выросло на 56 %, составив 1,7 млн посещений в год, за 12 месяцев прибавилось 600 тыс. посещений [1]. Чтобы защитить отечественные интернет-магазины и привлечь в них больше покупателей, в Республике Беларусь вводятся законы о лимитах на посылки, устанавливаются новые пошлины. С 1 января 2016 г. вступила в силу новая норма, согласно которой интернет-магазины кроме кассовых аппаратов обязаны иметь терминалы для оплаты карточками [2].

Подводя итоги, стоит отметить, что основными проблемами в Беларуси в области интернет-торговли выступают наличие более широкого ассортимента и низкие цены зарубежных интернет-магазинов, усиленный контроль и множество запретов в этой области со стороны государства, низкий уровень доходов граждан. Кроме того дорогой доступ в Интернет в Беларуси отрицательно влияет на приток инвестиций, нехватка серьезных денег под проекты ведет к многочисленному клонированию ресурсов, тотальное лицензирование уменьшает

возможности конкуренции на интернет-рынке белорусских компаний перед зарубежными и т.д.

Для решения указанных проблем в 2016 г. в Беларуси планируется либерализация интернет-торговли, применение механизмов саморегуляции рынка электронной коммерции, налаживание взаимодействия с профессиональными ассоциациями [3].

Литература

1. Интернет-торговля в Беларуси: тенденции и перспективы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kv.by/content/internet-torgovlya-v-belarusi-tendentsii-i-perspektivy>. — Дата доступа: 27.02.2016.

2. Интернет-торговлю загоняют в рамки [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bdg.by/news/authors/internet-torgovlyu-zagonyayut-v-ramki>. — Дата доступа: 27.02.2016.

3. *Ковалев, А. П.* Развитие электронной торговли в Республике Беларусь: опыт, проблемы, перспективы / А. П. Ковалев // Актуальные проблемы науки XXI века. — 2013. — № 1 (2). — С. 97–103.

Е.М. Янкевич

ВГУ имени П.М. Машерова (Витебск)

А.М. Поляченко

Докишицкое РАЙПО Витебской области (Витебск)

СОЦИАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Потребительская кооперация представляет значительную часть экономического потенциала Республики Беларусь, является основной системой, обеспечивающей торговое обслуживание сельского населения. Деятельность потребительской кооперации выражается в торговом обслуживании жителей малых населенных пунктов и носит социальную направленность. В Республике Беларусь остро стоит проблема обслуживания сельского населения. Это в основном пожилые люди с низким уровнем доходов, большинство из которых имеет право на разного рода льготы. Частному предпринимателю не выгодно работать с ними, так как нельзя рассчитывать на существенную прибыль, снабжая товарами отдаленные и малонаселенные деревни по плохим дорогам. Следовательно, обслуживание значительной части сельского населения должен взять на себя кто-то другой: государство, потребительская кооперация и т.д.

Основу потребительской кооперации в настоящее время составляют 93 районных потребительских общества, объединенных в 5 областных союзов (Брестский, Витебский, Гомельский, Минский, Могилевский) и Гродненское областное потребительское общество. Всего