



# ВЫЗОВЫ XXI ВЕКА И СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

**А. Ю. ЛУПИНА**

---

## РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

---

В данной статье проанализировано состояние рынка электронной коммерции в Республике Беларусь, выявлены особенности и основные тенденции его развития, рассмотрены актуальные проблемы электронной коммерции: несовершенство правовой базы; наличие административных барьеров; низкий уровень использования пластиковых карт для расчетов через Интернет; риски, связанные с мошенничеством при осуществлении электронных операций, и др.

**Ключевые слова:** электронная коммерция; электронная торговля; тенденции электронной коммерции.

**УДК** 339:004.738.5(476)

---

Распространение информационных технологий стало толчком для изменений в экономике и обществе в целом. Одной из главных тенденций является стремительный рост Интернета и его проникновение в самые разнообразные сферы общества, в том числе в экономику. Преимущества, которые предоставляют новые информационные технологии и сеть Интернет в отношении форм и способов ведения бизнеса, осуществления продаж и совершения покупок, привлекают все большее число участников экономических отношений. За последнее время диапазон коммерческих отношений через Интернет также значительно расширился, включив в сферу своей деятельности [1]:

установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком (обеспечение подробной информацией о продукте или услуге, передача инструкций по использованию продукта, предоставление оперативных ответов на возникающие у покупателя вопросы);

продажу и покупку товаров и услуг через Интернет;  
перечисление денежных средств по электронным сетям;  
электронный обмен необходимой информацией;  
торговлю информацией в электронном виде;  
создание виртуального предприятия;  
реализацию самостоятельных бизнес-процессов, совместно осуществляемых организацией и ее торговыми партнерами.

Электронная коммерция — одно из динамично развивающихся направлений современной экономики. Потребители, вовлекаемые в новую коммерче-

---

*Алина Юрьевна ЛУПИНА (alin.baranowa@yandex.ru), аспирантка кафедры национальной экономики и государственного управления Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).*

скую среду, открывают для себя определенные преимущества и возможности. Использование возможностей информационно-коммуникационных технологий позволяет быстрее и с меньшими затратами решать маркетинговые и управленческие задачи, стоящие перед организациями. С внедрением систем электронной коммерции создаются условия для открытой конкуренции на рынках товаров и услуг, предоставляются новые возможности сбыта не только крупным организациям, но также малому и среднему бизнесу, увеличиваются поступления в бюджет, ускоряется оборот денежных ресурсов. Развитие электронной коммерции и увеличение ее объемов сопровождаются рядом положительных эффектов для национальной экономики. В связи с этим вопросы развития электронной коммерции как одного из приоритетных направлений электронной экономики, являются актуальными.

Целью исследования является анализ состояния электронной коммерции в Республике Беларусь, позволяющий определить ее основные тенденции и проблемы и сформулировать предложения по дальнейшему развитию данной сферы экономических отношений.

Основой существования и развития электронной коммерции является использование сети Интернет как инструмента организации единого виртуального пространства для осуществления коммерческой деятельности. Именно такие показатели, как степень проникновения глобальной сети и число ее пользователей, влияют на уровень развития рынка электронной коммерции.

С технической точки зрения белорусский Интернет готов к развитию электронной коммерции. Территория охвачена в достаточной степени: наблюдается быстрый рост числа пользователей сети и развитие информационно-коммуникационных технологий, что положительно влияет на количество потенциальных покупателей, использующих для покупок web-технологии. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, при численности населения 9,47 млн человек количество абонентов и пользователей сетью Интернет в стране составляет 9,43 млн, в том числе физических лиц — 8,4 млн человек. С 2007 г. отмечается стабильная тенденция увеличения числа пользователей сети Интернет (рис. 1). Так, в 2014 г. на 1 000 человек населения количество абонентов сети составило 1 022 человека, по сравнению с 2007 г. (293 человека) этот показатель вырос в 3,49 раза [2].

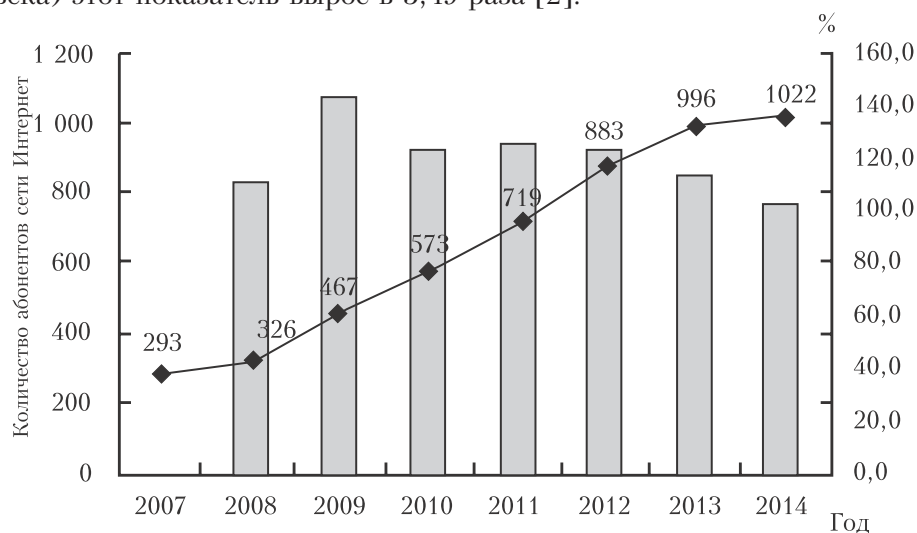


Рис. 1. Количество абонентов сети Интернет: —◆— темп роста, % к предыдущему году; —■— количество абонентов сети Интернет на 1 000 человек населения, ед.

Все пользователи сети Интернет являются потенциальными участниками экономических отношений в виртуальном пространстве. Статистические данные свидетельствуют о значительной коммерциализации информационного пространства. Домашние хозяйства и организации используют сеть Интернет не только для поиска информации и развлечений, но и для осуществления экономических операций: покупки и оплаты товаров и услуг, осуществления банковских операций, участия в электронных торгах, взаимодействия с государственными органами и многого другого.

Так, для покупки и заказа товаров Интернетом пользуются 24,3 % физических лиц, финансовые операции в виртуальном пространстве совершают около 17,7 % интернет-пользователей [3].

Среди юридических лиц доступ к сети Интернет имеют 97,5 % обследуемых организаций Беларуси. Чаще всего организации используют Интернет для осуществления банковских операций (общереспубликанское значение показателя составляет 95,7 %), отправки и получения электронной почты (98,0 %), получения и предоставления бланков и форм от государственных органов (92,2 %), представления налоговых деклараций (93,1 %) и форм статистической отчетности (88,7 %) [3].

Для оценки возможностей развития электронной коммерции большое значение имеют не только подключение к сети Интернет и техническая оснащенность организаций современными компьютерами, но и наличие у них web-сайта и электронного адреса. Собственный сайт организации значительно расширяет возможности взаимодействия участников экономических отношений [4]:

- на сайте публикуется полезная информация, связанная с деятельностью организации: анализ и новости рынка, статистические исследования, тенденции, специфика общения с клиентами, теоретические и практические основы данного бизнеса, размещаются новости организации;
- на сайте помещается портфолио или изображение продукции. Потребитель видит предлагаемый товар, что служит подтверждением заявленного качества, характеристик, демонстрирует профессионализм компании;
- сайт предоставляет потребителю возможность установить контакт с компанией. На сайте также можно проводить опросы по выявлению общественного мнения, отношения к рекламе, к самой компании и ее продукту;
- быстрый заказ.

В Республике Беларусь пока далеко не все организации используют Интернет для представления сведений о себе и своей продукции и услугах, однако их количество постоянно растет (рис. 2).

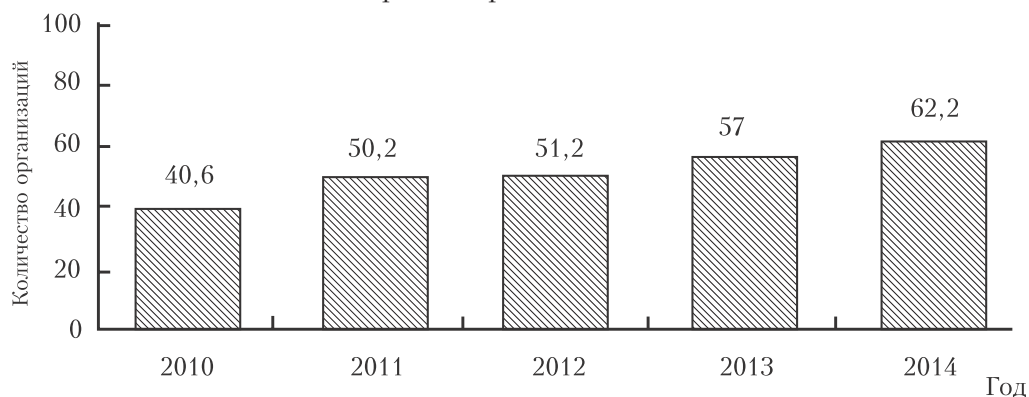


Рис. 2. Количество организаций, имевших web-сайт (в процентах к общему числу обследованных организаций)

Организации активно используют информационно-коммуникационные технологии в своей деятельности, что способствует развитию коммерческих отношений между ними в электронной среде. Появление электронных торго-

вых площадок во многом содействовало внедрению и распространению электронной коммерции в Республике Беларусь. В 2005 г. начала работу ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» (БУТБ). В соответствии с законодательством Республики Беларусь белорусская универсальная товарная биржа выполняет функции оператора электронной торговой площадки по осуществлению государственных закупок в электронном формате (электронных аукционов и запросов ценовых предложений). Клиентами электронных торговых площадок биржи являются порядка 14,5 тыс. компаний из 56 стран мира, в том числе более 3 тыс. зарубежных. Ежегодный объем сделок, совершенных на БУТБ, превышает 1,5 млрд дол. Экспорт по биржевым сделкам в 2014 г. составил 436 млн дол.

Совершать сделки через Интернет практически по любым товарам (биржевым и небиржевым) позволяет действующая с мая 2009 г. электронная площадка «Промышленные и потребительские товары» (ППТ). Товары на ней могут закупаться или реализовываться как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Кроме того, работая на площадке ППТ, продавцы и покупатели автоматически получают доступ к огромной уникальной базе коммерческих предложений белорусских и зарубежных участников рынка. За 2014 г. объем сделок, совершенных на площадке ППТ, составил 613 млрд бел. р., это 3,8 % общего оборота БУТБ, равного 16 трлн бел. р. [5].

Заметное место среди различных видов экономической деятельности в сети Интернет занимает купля-продажа товаров в секторе розничной онлайн-торговли. По состоянию на 1 июля 2015 г. в Торговом реестре Республики Беларусь зарегистрировано 16 тыс. 577 интернет-магазинов. Прирост к началу 2015 г. составил 40,6 %. Более половины (50,9 %) принадлежат индивидуальным предпринимателям, остальные — юридическим лицам [6].

На данный момент в Беларуси сложилась ситуация, когда наблюдается дисбаланс в развитии рынка электронной торговли по регионам. В настоящее время больше всего интернет-магазинов (69,7 % общего числа) работает в Минске. В Минской области зарегистрировано более 1,1 тыс. объектов (11,9 %), в Брестской — 467 (4,9 %), Гомельской — 359 (3,7 %), Витебской — 342 (3,6 %), Гродненской — 322 (3,3 %), Могилевской области — 279 (2,9 %) [7].

Следует отметить, что большинство покупок, совершаемых в сети, приходится на отечественные магазины. За пределами Республики Беларусь основной страной для интернет-покупателей является Китай, где совершают покупки 33 % всех белорусских интернет-покупателей, меньшую долю занимают страны Европы — 13,9 %, Россия — 12,4 % и США — 8,6 %.

Существует статистика (в процентах) пользователей Интернета, совершающих онлайн-покупки. В Республике Беларусь эта цифра составляет более 20 %, при этом более 45 % взрослого населения страны (3,2 млн чел.) имеет хотя бы однократный опыт покупок через Интернет [8]. Больше половины покупателей в стране живут в Минске (52 %), на каждый остальных город приходится от 3 до 6 %. При этом на сельское население и малые города приходится более 50 % населения, покупатели в них составляют лишь 28 %.

Можно констатировать, что в Республике Беларусь активно развивается инфраструктурная составляющая электронной коммерции. Однако наблюдается недостаточная степень вовлеченности населения и организаций в среду электронной торговли: объемы коммерческих трансакций на данный момент незначительны для национальной экономики. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, розничный товарооборот интернет-магазинов в 2014 г. составил 3 244,7 млрд бел. р., или 1,3 % общего объема товарооборота (см. таблицу). Для сравнения: в России доля электронной торговли в общем объеме розничного товарооборота составляет около 1,9 %, Украине — 2,1 %, Польше — около 3 %, в среднем по Европе — 7–8 % [9].

**Динамика электронной коммерции в секторе розничной торговли  
в Республике Беларусь, 2010—2014 гг.**

Показатель	Год				
	2010	2011	2012	2013	2014
Товарооборот интернет-магазинов, млрд р.	354,2	800,5	1 988,4	3 154,5	3 244,7
Удельный вес в розничном товарообороте организаций торговли розничного товарооборота интернет-магазинов, %	0,8	1,0	1,3	1,5	1,3

*Примечание:* наша разработка на основе [2].

Из приведенных статистических данных можно наблюдать устойчивую положительную динамику рынка электронной коммерции, что подтверждают такие факты, как рост количества интернет-пользователей и интернет-магазинов; увеличение объемов торгового оборота в сети; формирование институтов электронного бизнеса (интернет-провайдеров, информационных и сервисных центров и т. д.). Эксперты прогнозируют, что высокие темпы роста электронной коммерческой деятельности сохранятся и в ближайшее время. По данным опроса, проведенного аналитическим агентством Data Insight [8], подавляющее большинство респондентов расценивают интернет-торговлю как положительное явление, отмечая низкие цены, широкий ассортимент и удобство сервиса. Но, несмотря на положительное отношение интернет-пользователей в Республике Беларусь к электронной торговле в целом, есть и негативные суждения, основное из них — неуверенность в качестве работы магазина, а также сомнения по поводу безопасности транзакций и хранения информации. Следует выделить и другие проблемы электронной коммерческой деятельности, наиболее актуальные на сегодняшний момент:

проблема обеспечения безопасности электронных платежей, электронного документооборота;

низкий уровень использования пластиковых карт для расчетов через Интернет (несмотря на распространение электронных платежных карт и увеличение доли безналичных платежей, около 56 % интернет-покупателей все еще предпочитают оплачивать покупки наличными);

неразвитость законодательной базы оформления электронных сделок;

низкая покупательная способность подавляющего большинства населения.

Ниже представлены результаты исследования Белстатом мнения предпринимателей о факторах, ограничивающих развитие коммерческой деятельности в сети Интернет.

**Факторы, сдерживающие использование сети Интернет  
для предпринимательской деятельности [3]**

<i>Факторы, сдерживающие использование сети Интернет</i>	<i>Процент к общему числу обследованных организаций</i>
Неудовлетворительная защита информации от несанкционированного доступа или воздействия компьютерных вирусов	27,2
Недостаточное использование сети Интернет партнерами, поставщиками и потребителями	20,9
Неудовлетворительное качество связи	29,2
Высокая стоимость подключения и (или) использования сети Интернет	24,3
Риски, связанные с мошенничеством и другими злоупотреблениями при осуществлении электронных платежей	22,1

Анализ состояния электронной коммерции, а также присущих ей проблем и особенностей позволил сделать ряд предложений по ее дальнейшему развитию:

- продолжить формирование инфраструктуры связи и телекоммуникаций, обеспечивающей информационную безопасность электронных форм взаимодействия субъектов хозяйствования между собой;

- способствовать развитию конкурентной среды на рынках телекоммуникаций и расширению доступа к телекоммуникационной инфраструктуре действующих операторов, тем самым создавать условия для снижения тарифов на подключение и использование информационно-коммуникационных технологий;

- пересмотреть и привести в соответствие действующую нормативно-правовую базу в сфере электронной коммерции, обеспечить открытость проектов законов всем заинтересованным лицам, рецензий и комментариев;

- стимулировать разработки онлайн-приложений для бизнеса, а также разработки поисковых систем, ориентированных на пользователей мобильных устройств;

- организовать мероприятия по обучению использованию Интернета и информационных технологий в предпринимательской деятельности, в том числе мероприятия по использованию информационных технологий для участия организаций в электронных аукционах;

- проводить кампании по повышению уровня осведомленности в области информационно-коммуникационных технологий среди граждан;

- содействовать развитию рынка электронных денег и популяризации электронных кошельков через информирование пользователей об альтернативе пользования наличным деньгам и как о доступном и удобном платежном средстве.

Таким образом, электронная коммерция сегодня — весьма перспективное направление предпринимательской деятельности в Республике Беларусь. Она интенсивно развивается и все больше внедряется в повседневную жизнь. Для развития интернет-коммерции в республике существуют все необходимые составляющие: высококачественный Интернет по всей стране, невысокие цены на трафик, растущая компьютерная грамотность населения и популярность сети Интернет. По мнению экспертов, развитие технологий электронной коммерции в Беларуси является необратимым и естественным процессом, одним из важных направлений повышения конкурентоспособности и выхода на новые рынки товаров и услуг.

### Литература и электронные публикации в Интернете

1. *Кантарович, А. А.* Формирование системы электронной коммерции на предприятии: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А. А. Кантарович. — СПб., 2002. — 211 л.

*Kantarovich, A. A.* Formirovanie sistemyi elektronnoy kommertsii na predpriyatii [Formation of e-commerce systems in the enterprise]: dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.05 / А. А. Kantarovich. — SPb., 2002. — 211 l.

2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by> — Дата доступа: 13.12.2015.

3. Информационное общество в Республике Беларусь : стат. сб. — Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2015. — 107 с.

4. *Горбунова, Ю. И.* Интернет как средство информационного обеспечения экономической деятельности на региональном уровне [Электронный ресурс] / Ю. И. Горбунова // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — № 3 (061). — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-sredstvo-informatsionnogo-obespecheniya-ekonomicheskoy-deyatelnosti-na-regionalnom-urovne>. — Дата доступа: 27.07.2015.



Gorbunova, Yu. I. Internet kak sredstvo informatsionnogo obespecheniya ekonomicheskoy deyatelnosti na regionalnom urovne [Internet as a means of information support of economic activities at regional level] [Elektronnyy resurs] / Yu. I. Gorbunova // Sotsialno-ekonomicheskie yavleniya i protsessyi. — 2014. — N 3 (061). — Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-sredstvo-informatsionnogo-obespecheniya-ekonomicheskoy-deyatelnosti-na-regionalnom-urovne>. — Data dostupa: 27.07.2015.

5. Для тех, кто торгует и торгуется [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belmarket.by/ru/315/55/25413/Для-тех-кто-торгует-и-торгуется.htm/>. — Дата доступа: 20.12.2015.

6. Количество интернет-магазинов в Беларуси за полгода выросло на 40 % [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belta.by/economics/view/kolichestvo-zaregistrovannyh-internet-magazinov-velichilos-v-belarusi-s-nachala-goda-na-40-153528-2015/>. — Дата доступа: 15.08.2015.

7. Количество интернет-магазинов растет немыслимыми темпами [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ej.by/news/companies/2014/08/14/kolichestvo-internet-magazinov-rastet-nemyslimymi-tempami.html/>. — Дата доступа: 10.12.2014.

8. Рынок интернет-торговли Беларуси. Вторая волна. Осень 2014 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://img.tyt.by/kupi/by2/ecommerce\\_2wave.pdf/](http://img.tyt.by/kupi/by2/ecommerce_2wave.pdf/). — Дата доступа: 26.08.2015.

9. Доля интернет-продаж в общем объеме розничной торговли [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/infographics/3851>. — Дата доступа: 15.03.2015.

---

---

**ALINA LUPINA**

---

***E-COMMERCE MARKET  
IN THE REPUBLIC OF BELARUS***

---

**Author affiliation.** *Alina LUPINA* (alin.baranowa@yandex.ru), *Belarusian State Economic University (Minsk, Belarus)*.

**Abstract.** The article analyzes the state of the e-commerce market in the Republic of Belarus; the peculiarities and major trends of its development are revealed, as well as urgent problems of e-commerce: the imperfection of the legal framework, administrative barriers, the low level of using plastic cards for payments via the Internet; risks associated with fraud in carrying out electronic transactions, etc.

**Keywords:** e-commerce; electronic trade; trends in e-commerce.

**UDC** 339:004.738.5(476)

---

---

*Статья поступила  
в редакцию 02.03. 2016 г.*

## Bibliography

1. Кантарович, А. А. Формирование системы электронной коммерции на предприятии: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А. А. Кантарович. — СПб., 2002. — 211 л.  
Kantarovich, A. A. Formirovanie sistemyi elektronnoy kommertsii na predpriyatii [Formation of e-commerce systems in the enterprise] : dis. ... kand. ekon. Nauk : 08.00.05 / A. A. Kantarovich. — SPb., 2002. — 211 l.
2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by> — Дата доступа: 13.12.2015.
3. Информационное общество в Республике Беларусь : стат. сб. — Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2015. — 107 с.
4. Горбунова, Ю. И. Интернет как средство информационного обеспечения экономической деятельности на региональном уровне [Электронный ресурс] / Ю. И. Горбунова // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — № 3 (061). — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-sredstvo-informatsionnogo-obespecheniyaekonomicheskoy-deyatelnosti-na-regionalnom-urovne>. — Дата доступа: 27.07.2015. Gorbunova, Yu. I. Internet kak sredstvo informatsionnogo obespecheniya ekonomicheskoy deyatelnosti na regionalnom urovne [Internet as a means of information support of economic activities at regional level] [Elektronnyiy resurs] / Yu. I. Gorbunova // Sotsialno-ekonomicheskie yavleniya i protsessyi. — 2014. — N 3 (061). — Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-sredstvo-informatsionnogo-obespecheniya-ekonomicheskoy-deyatelnosti-na-regionalnom-urovne>. — Data dostupa: 27.07.2015.
5. Для тех, кто торгует и торгуется [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belmarket.by/ru/315/55/25413/Для-тех-кто-торгует-и-торгуется.htm/>. — Дата доступа: 20.12.2015.
6. Количество интернет-магазинов в Беларуси за полгода выросло на 40 % [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belta.by/economics/view/kolichestvo-zaregistrirrovannyh-internet-magazinov-uvlechilos-v-belarusi-s-nachala-godana-40-153528-2015/>. — Дата доступа: 15.08.2015.
7. Количество интернет-магазинов растет немислимыми темпами [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://ej.by/news/companies/2014/08/14/kolichestvo\\_internet-magazinov\\_rastet\\_nemyslimymi\\_tempami.html/](http://ej.by/news/companies/2014/08/14/kolichestvo_internet-magazinov_rastet_nemyslimymi_tempami.html/). — Дата доступа: 10.12.2014.
8. Рынок интернет-торговли Беларуси. Вторая волна. Осень 2014 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://img.tyt.by/kupi/by2/ecommerce\\_2wave.pdf/](http://img.tyt.by/kupi/by2/ecommerce_2wave.pdf/). — Дата доступа: 26.08.2015.
9. Доля интернет-продаж в общем объеме розничной торговли [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/infographics/3851>. — Дата доступа: 15.03.2015.