

экономической безопасности МВД России. №5. 2011. – С. 41–50.

7. Хорев, А. И. Ресурсно-функциональный подход как метод обеспечения экономической безопасности предприятия / А. И. Хорев, А. Ю. Шереметов, И. И. Баркалова // Экономика. Инновации. Управление качеством / Воронеж. гос. ун-т инженерных технологий. – 2016. – № 4 (17). – С. 76–78.

8. Юрьев, К. И. Экономическая безопасность предприятия: подходы и факторы / К. И. Юрьев // Экономическая наука сегодня. Теория и практика: материалы V Междунар. науч.-практ. конф / ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова». – Чебоксары, 2016. – С. 112–113.

УДК 339.37

ПОТЕНЦИАЛ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Кармызов А. В., асс.

**Белорусский государственный экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь**

***Ключевые слова:** розничная торговля, интернет-торговля, интернет-магазин.*

***Реферат.** Интернет-торговля в настоящее время характеризуется особым динамизмом. Темпы ее развития являются относительно ускоренными при сопоставлении с иными сферами торговой деятельности как в Республике Беларусь, так и за ее пределами. Развитие интернет-торговли напрямую связано с общей направленностью на цифровизацию бизнес-процессов, что проявляется как в появлении интернет-магазинов и ускоренном росте их продаж, так и в развитии систем электронного документооборота (в т.ч. при взаимодействиях бизнеса и государства (B2G)), применении нейросетей и искусственного интеллекта при ведении торгового бизнеса. Интернет-торговля рассматривается и как среда для ведения конкурентоспособного бизнеса с относительно небольшими барьерами входа (в т.ч. для субъекта малого предпринимательства), и как сфера для горизонтальной диверсификации деятельности крупных торговых организаций Республики Беларусь. Функционирование рассматриваемой сферы*

вызывает возникновение определенных диспропорций развития. Структура продаж субъектами интернет-торговли существенно отличается от общеотраслевой как в товарно-групповом разрезе, так и относительно региона происхождения реализуемых товаров: субъекту интернет-торговли намного проще получить конкурентное преимущество, реализуя ассортимент непродовольственных товаров преимущественно импортного происхождения. Законодательством Республики Беларусь также предусмотрен ряд ограничений деятельности в рассматриваемой сфере. Следовательно, совместное взаимодействие торгового бизнеса и государства в целях снятия противоречий может стать основой для более ускоренной цифровизации торговой сферы, способствующей достижению общих макроэкономических ориентиров социально-экономического развития страны.

Современный потребительский рынок представляет собой совокупность разнородных связей между субъектами. Данные связи, в свою очередь, обладают определенным динамизмом, обусловленным как внешними воздействиями, так и внутренними трансформациями среды, формирующей рынок потребительских товаров и услуг. Санитарно-эпидемиологическая обстановка, сложившаяся в первой половине 2020 года, существенным образом повлияла на данные трансформации: цифровизация бизнес-процессов во всех областях насущной реальности ускорилась. Сфера потребления не осталась исключением. Одним из ключевых ее компонентов в данном контексте является интернет-торговля. Причем, данное направление деятельности, согласно принятой на макроуровне классификации, нельзя отнести ни к отдельному виду торговли [1], ни к отдельной форме ее осуществления [2]. Соответственно, интернет-торговля может быть как розничной, так и оптовой и должна рассматриваться как инструмент обеспечения потребностей как розничных, так и оптовых потребителей. Данная статья сфокусирована на достигнутых результатах и возможных будущих закономерностях, определяющих потенциал обеспечения товарами населения, относящегося к группе розничных потребителей, посредством интернет-торговли.

В то же время, о макроэкономической стратегической важности данного способа осуществления торговых операций свидетельствует наличие соответствующего индикатора в Национальной стратегии устойчивого социального развития Республики Беларусь на период до 2030 г. (НСУР-2030) [3]. Так, удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли должен к 2030 году составить не менее 10 %, за десятилетие увеличившись более, чем на 6 п.п. (при планах ускоренного роста самого розничного товарооборота). При этом данный индикатор не включает в себя продажи товаров субъектами, владеющими интернет-магазинами, но не являющимися торговыми организациями. К таким субъектам относятся индивидуальные предприниматели, являющиеся владельцами до 70 % интернет-

магазинов [4]. Соответствующим образом претерпела изменения и методика учета количества торговых объектов. Так, за период 2014–2016 гг. их число возросло на 24,8 %, в 2018 г. – снизилось на 1,4 % по отношению к 2017 г. Однако до 2017 г. Национальный статистический комитет публиковал статистику по всем интернет-магазинам, а с 2017 г. – только по тем, которые принадлежат организациям [4].

По итогам 2014 г. на долю товарооборота интернет-магазинов приходилось 1,3 % розничного товарооборота организаций торговли. За пять последующих лет данный показатель вырос на 2,4 п.п. и составил по итогам 2018 г. 3,7 % (за пять лет физический (реальный) объем продаж интернет-магазинами возрос в три раза). Среднегодовой цепной темп прироста физического (реального) объема розничного товарооборота интернет-магазинов – 31,7 %. Следовательно, рост товарооборота интернет-магазинов является сравнительно ускоренным по отношению к общесистемным трансформациям потребительского рынка и розничной торговли как его ключевого компонента. Это накладывает запрет на выравнивание доли интернет-магазинов в структуре товарооборота, требуя научного предсказания его физических объемов. Прогнозируемые физические объемы продаж интернет-магазинами, в свою очередь, в сопоставлении с прогнозами розничного товарооборота по Республике Беларусь позволяют определить долю интернет-торговли в розничном товарообороте. При этом, требуемые согласно НСУР-2030, значения данного показателя в ежегодном разрезе рассчитаны на основе линейного приближения развития. Сопоставление требуемых и прогнозируемых уровней исследуемого показателя представлено на рисунке 1.

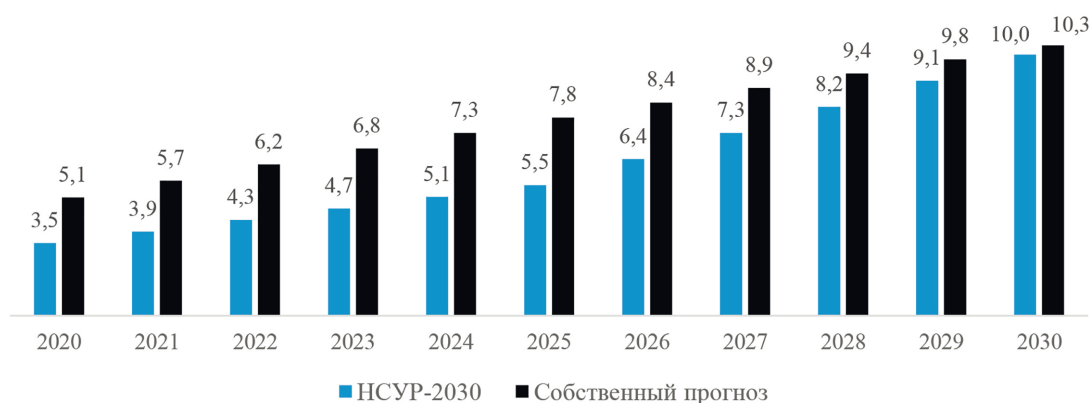


Рисунок 1 – Прогноз доли интернет-торговли в розничном товарообороте, %

Темпы экономической динамики в среде интернет-торговли позволяют предсказывать достижение обозначенных стратегических целей в течение всего горизонта прогнозирования. При этом разрыв между ожидаемым и требуемым уровнем будет с течением времени сокращаться, что, в свою очередь, свидетельствует о несовпадении темпов развития: в НСУР-2030 заложены более ускоренные. Однако интернет-торговлю формируют в основном субъекты малого предпринимательства, конкурентные преимущества которых образуются за

счет предложения ассортимента импортных товаров по более привлекательным ценам за счет минимизации затрат. Следовательно, ускоренное развитие данного сектора ведет к снижению доли товаров отечественного производства в структуре розничного товарооборота, сформированного по всем каналам реализации.

При этом, актуальными в настоящее время являются следующие направления развития торговли и смежных структур, обеспечивающие цифровые трансформации, упомянутые еще в НСУР-2030 как приоритетные на этапе 2016–2020 гг.:

- развитие электронной торговли (электронный документооборот и маркетинг, электронные закупки) и логистики, что позволит увеличить долю интернет-торговли в розничном товарообороте организаций торговли;
- расширение использования системы электронного декларирования;
- создание условий для открытия интернет-магазинов и расширения мобильных платежей [3].

Соответственно, интернет-торговлю можно рассматривать как в узком смысле, ограничиваясь функционированием интернет-магазинов, так и в широком, связанном с цифровизацией бизнес-процессов, напрямую не связанных с торговыми операциями. Кроме того, сфера интернет-торговли хоть и обладает определенными барьерами входа, но они не являются непреодолимыми. Это приводит к тому, что интернет-торговля на микроуровне рассматривается как среда для:

- открытия и осуществления бизнеса с минимальной потребностью в складских и торговых площадях, товарных запасах и торгово-оперативном персонале (актуально для новых игроков потребительского рынка), что ведет к ужесточению конкуренции и снижению концентрации рынка;
- приобретения конкурентных преимуществ от горизонтальной диверсификации деятельности в добавление к основному направлению (актуально для субъектов потребительского рынка, осуществляющих деятельность в торговой сфере достаточное время, имеющих сеть стационарных торговых объектов, собственные товарные запасы, торгово-оперативный персонал), что также ведет к ужесточению конкуренции, однако повышает концентрацию рынка за счет большей мощности данных субъектов.

Требуют разрешения противоречия в развитии отечественной интернет-торговли. Для обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь ряд программных документов предусматривает как необходимость повышения доли товаров отечественного производства в розничном товарообороте торговли, так и ускоренного развития интернет торговли, которое обеспечивается преимущественно путем реализации товаров импортного происхождения. Кроме того, законодательством Республики Беларусь запрещено реализовывать отдельные товары посредством интернет-магазинов (например, алкогольные напитки, табачные изделия, лекарственные средства), что сокращает возможности данных субъектов. Вместе с тем имеющиеся требования законодательства вынуждают владельцев открывать пункты выдачи заказов вместо магазинов, что искажает значения индикаторов, по которым оценивается вклад интернет-торговли в экономику страны.

Таким образом, имеется достаточное количество предпосылок дальнейшего ускоренного развития сектора интернет-торговли, что, в свою очередь, является ядром повышения степени удовлетворенности потребностей населения Беларуси, обеспечиваемым местными субъектами хозяйствования. При грамотном его обеспечении и администрировании со стороны официальных регуляторов возможно добиться таких трансформаций рассматриваемой среды, которые бы способствовали достижению требуемых ориентиров макроэкономического развития Республики Беларусь.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь. Закон Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З (с изменениями и дополнениями) // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11400128>. – Дата доступа: 01.09.2020.

2. О классификации форм розничной торговли. Постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 28 июня 2019 г. № 56 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/upload/docs/op/W21934308_1562878800.pdf. – Дата доступа: 01.09.2020.

3. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года. // Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. – Дата доступа: 02.09.2020.

4. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь-2019. Статистический сборник // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/upload/tiblock/81b/81b9fafd8934ca2ec4a2a5dd34ab1f88.pdf>. – Дата доступа: 02.09.2020.