

бизнес-процессы, дает возможность расширения страхового рынка за счет перехода от компенсации расходов страхователей к управлению их рисками. Это также включение новых страховых продуктов в цепочки создания стоимости при реализации крупных бизнес-проектов, а также возможность более удобным способом выполнить профессиональные задачи.

Список использованных источников

1. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс]: Декрет Президента Респ. Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8 // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716. – Дата доступа: 03.11.2019.

2. Республиканская программа развития страховой деятельности на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров РБ от 15.11.2016 № 922 – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=C21600922&>. – Дата доступа 11.11.2019 г.

УДК 339.13.017(470+571)

А.К. Карцева

Северо-Западный институт управления «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ

Современная российская экономика характеризуется стремительным развитием цифровых инноваций. В общемировом и российском коммерческом пространстве к таким инновационным технологиям принадлежит интернет – торговля. По результатам социологического исследования, проведенного We Are Social, более 60% респондентов во всем мире признали приоритетно главенствующую роль интернета в развитии экономики страны. Интернет – торговля за последние 20 лет в России развивается наиболее динамично.

Согласно экспертных оценок, к 2021 году объем рынка электронной коммерции вырастет в России до 2190 млрд. рублей, а количество интернет заказов вырастет на 40%. Однако, помимо наблюдаемой положительной динамики развития интернет – торговля в России имеет проблемы, замедляющие развитие данной отрасли. Это может привести к дисбалансу направляемых на её развитие инвестиций и ожиданий.

Анализ Интернет-продвижения в России показывает, что вклады-ваемые в Интернет-коммерцию средства не всегда используются эффективно, контроль деятельности осуществляется не на должном уровне, а потребитель вследствие этого несет дополнительные затраты. В результате, в России сложились специфические особенности развития данной формы торговли. Деятельность по развитию Интернет – коммерции в России часто имеет не системный, а эпизодический характер. В целях повышения управляемости, системности данной отрасли в РФ необходимо исследовать основные направления и пути развития интернет – коммерции.

Тема интернет- коммерции нашла своё отражение во многих научных работах и учебных пособиях. К наиболее удачным следует отнести работы И. Успенского «Энциклопедия Интернет-бизнеса», Д. Эймора «Электронный бизнес. Эволюция и/или Революция» и В. Дика «Электронная коммерция». Проблемы и перспективы развития Интернет-коммерции на российских предприятиях затрагиваются в работах Е. Голубкова, Е. Ефимовой, Т. Ляхорской, И. Мешалкиной, А. Падалкина, П. Петрик, Ю. Рублевской, С. Рыжикова, И. Сироткина, И. Успенского и других. Научные труды перечисленных авторов имеют важное теоретическое и практическое значение.

К 2023 году российская индустрия электронной торговли, по прогнозам, вырастет почти до 46 миллиардов евро. Это будет означать увеличение на 170 процентов в ближайшие пять лет. Российское исследовательское агентство Data Insight, являющееся специалистом в области онлайн-торговли, сообщает, что по итогам 2017 года объем рынка электронной коммерции составил 700 млрд. рублей, что на 70 млрд. рублей больше, чем в прошлом году. Количество заказов в онлайн-магазинах составило 185 млн. заказов. Онлайн торговля в России является лидером по наращиванию оборотов во всей Европе. Причиной роста объемов рынка e-коммерции является большой прирост онлайн-пользователей. Агентства eMarketer сообщает, что в мире в год средние темпы роста составляют около 25 %, в Российской Федерации эта цифра составляет 19 %.

Образовались наиболее перспективные модели электронной коммерции на различных рынках, представленные широко известными компаниями мира (табл. 1).

Таблица 1 – Ведущие компании электронной коммерции в рамках различных бизнес-моделей

Модели электронной коммерции	Ведущие компании
Рынок электронной коммерции B2C	Wildberries, Ulmart, М.видео, Ozon.ru
C2C Электронная коммерция	Avito, Ebay
B2B Электронная коммерция	AliExpress, Citilink, Эльдорадо
B2G Электронная коммерция	-

Электронная коммерция непосредственно зависит от глобальной сети Интернет, ведь чем больше пользователей в сети, тем больше потенциальных покупателей в интернет-магазинах. Согласно оценкам Международного союза электросвязи к концу 2017 года 55 % населения земли являются пользователями глобальной сети. Лидирующие позиции занимает Китай, затем Индия, потом Соединённые Штаты Америки. Российская Федерация занимает лишь шестое место в рейтинге после Бразилии.

Согласно статистике 89 % интернет-пользователей осуществляли покупки через сайты интернет-магазинов, а остальные 11 % ознакомившись с информацией о предложенном товаре и его цене отправлялись в оффлайн-магазин и затем приобретали товар там.

В 2017 году объем российского рынка электронной коммерции оценивается в 21–24,5 млрд долларов США. Объем рынка электронной коммерции растет очень быстро, за последние три года он вырос на 21,4%, а в 2018 году на 33%. Исходя из особенностей экономической ситуации в стране, статистическими органами, отмечается, что 59% пользователей Интернета в основном проживают в Москве и крупных городах, тогда как почти три четверти проживают в европейской части России).

Помимо этого, на российском информационном рыночном пространстве отмечаются некоторые особенности, требующие современного регулирования и корректировки стратегических программ развития. Так, развитие рынка электронной коммерции в России характеризуется следующими особенностями:

- Рынок электронной коммерции фрагментирован
- Слабая позиция международных игроков внутри России, но высокая доля трансграничной торговли
- Непропорционально высокая доля заказов из крупных городов
- Концентрация ритейлеров в Москве
- Фрагментированная логистическая инфраструктура
- Большая доля забора в магазине и в пунктах обработки отправок
- Высокий уровень ожидания покупателем скорости доставки
- Конкретный (локальный) набор маркетинговых каналов
- Доминирующая доля денежных выплат

В целом, тенденции российского рынка электронной коммерции отмечены высокой динамикой развития (рис. 1).

Тем не менее, электронная коммерция все еще составляет всего 3-4% от всего российского розничного рынка (4%, если учесть трансграничные онлайн-продажи). Ограниченный размер рынка очевиден из-за небольших объемов продаж российских интернет-магазинов по сравнению

с крупными зарубежными игроками. В определенных секторах нет крупных игроков из-за недостатка инвестиций. Между тем, местные компании электронной коммерции предлагают плохое обслуживание.

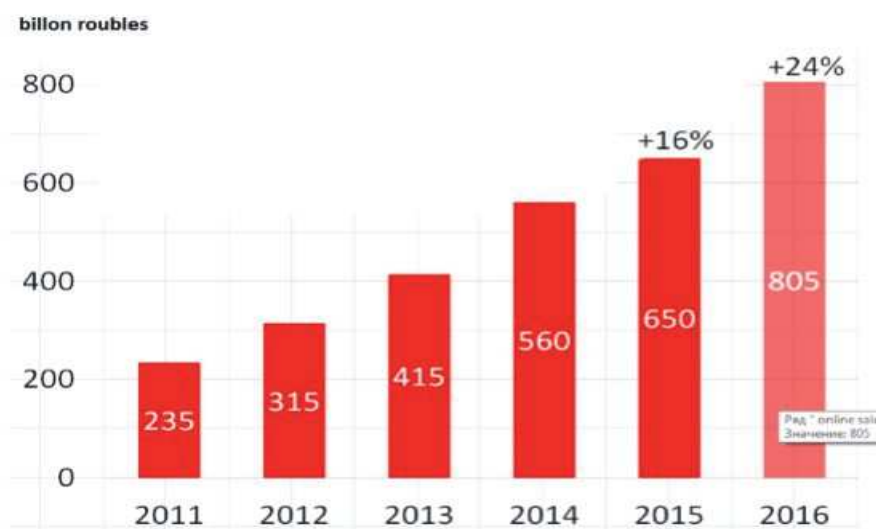


Рис. 1 – Рост внутреннего рынка электронной коммерции в России, 2011–2016 гг., Data Insight

Сегодня наиболее существенными проблемами развития электронной коммерции в России рассматриваются следующие:

- Отсутствие данных по электронной коммерции;

Официальная российская статистика предоставляет информацию о 28% продаж электронной коммерции, осуществляемых малыми и средними предприятиями, занимающимися электронной коммерцией. Большую часть активности малых и средних предприятий в секторе С2С или социальных сетях трудно измерить;

- Плохое знание иностранных игроков на рынке электронной коммерции и сложная обработка документов на всех этапах сделок с иностранными клиентами;

- Неразбериха в таможенном оформлении материальных товаров при их розничном вывозе за границу и неясная процедура разрешения в случае разрешения споров.

Вместе с тем, внедрение технологии электронной коммерции чрезвычайно важно для развития малых и средних российских предприятий. Вместе с тем, согласно представленного анализа развитие рынка интернет – коммерции значительно отстает от рынка промышленно развитых стран. Сложившиеся особенности развития интернет-технологий в основном связаны с негативными тенденциями, препятствующими прогрессивному развитию.

Список использованных источников

1. Кондратьева К.В. Электронная коммерция в России// Молодой учёный. – 2018.-№ 50. – с.148 – 150. URL <https://moluch.ru/archive/236/54700/> (дата обращения: 04.12.2019).

2. Сергеева О.Е., Лазарева Е.Н. Цифровые технологии: новые требования управления компаниями// Сборник научных трудов научно-педагогических работников факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС «Управление развитием цифровой экономики», 2018.

3. Цифровая Россия: новая реальность. Электронный ресурс: URL: <https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Russia/Our%20Insights/Digital%20Russia/Digital-Russia-report.ashx> (дата обращения 04.12.2019).

УДК 331.108.2(476)

Л.И. Каско

Научно-исследовательский экономический институт
Министерства экономики Республики Беларусь

СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Свободные экономические зоны (далее СЭЗ) получили широкое распространение в экономике развитых и ряда развивающихся стран. В мировой практике достаточно богатый опыт создания СЭЗ, как обособленных территориальных образований с особым режимом осуществления предпринимательской деятельности для привлечения инвестиций в приоритетные сектора экономики, а также создаваемых в целях государственного регулирования территориальным развитием. Задачи, решаемые путём создания СЭЗ, довольно масштабны: стимулирование экономического развития отдельных регионов, обеспечение привлечения инвестиций в приоритетные сектора экономики, что в свою очередь требует правильного понимания сущности СЭЗ. Главная идея СЭЗ – формирование точек роста на специально выделенных территориях за счет привлечения инвестиций на льготных условиях.

В Республике Беларусь СЭЗ как институт рыночной экономики занимают особое место в правовой системе Республики Беларусь. Сегодня каждый областной центр Беларуси может предложить, как иностранному, так и отечественному инвестору привлекательные условия для инвестирования на территории СЭЗ.