

квалифицированной рабочей силой, относительно развитой инфраструктурой. Однако она находится в сильной финансово-экономической зависимости от России, несет бремя значительного внешнего долга, проводит недостаточно гибкую монетарную и фискальную политику и не в полной мере реализует потенциал глобализации. Противоречивый набор макроэкономических условий определяет «окно возможностей» субъектов экономики Беларуси в проявлении адаптивных свойств на микроэкономическом уровне.

Таким образом, незавершенность институциональных реформ, их растянутасть во времени обуславливают противоречивый характер институциональной среды, не способствующей развитию возможностей адаптации экономических субъектов к современным хозяйственным реалиям. Это предопределяет проблему адаптации национальной экономики как к стохастичности мирохозяйственного развития, так и к участию в интеграционных объединениях. Для решения этих проблем требуются целенаправленные усилия по либерализации делового климата и преобразованию отношений собственности, повышению эффективности государственного управления и изменению формата взаимодействия субъектов экономики с органами управления на основе информационно-коммуникационных технологий, развитию человеческого капитала и реализации возможностей глобализации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глазьев, С. Ю. Влияние экономической реформы на науку / С. Ю. Глазьев // Наука на пороге рынка. – М., Экономика. – 1992. – С. 46–62.
2. Система экономических институтов Республики Беларусь / А. Е. Дайнеко [и др.]; под ред. А. Е. Дайнеко; Институт экономики НАН Беларуси. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 279 с.

Поступила в редакцию 29.03.2019

А. Н. Русак

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью статьи является изучение предпосылок появления, тенденций и особенностей развития предпринимательской деятельности в сети Интернет в Республике Беларусь. Проанализирован опыт развития отдельных видов интернет-предпринимательства. Проведен анализ современных условий осуществления предпринимательской деятельности, с использованием интернет-технологий. Рассмотрены факторы, сдерживающие развитие предпринимательской деятельности в сети Интернет.

Подходы к ведению предпринимательской деятельности и организации бизнеса постоянно меняются, в связи с динамичным развитием технологий. Одной из тенденций в современных условиях является проникновение интернет-технологий во все сферы общества, что способствует появлению

новых форм предпринимательской деятельности. Центральной фигурой становится не производитель, а потребитель. Товар уже не рассматривается отдельно от процессов организации его продажи и коммуникации с потребителями. Все это вынуждает бизнес-сообщество быстро адаптироваться к обществу потребителя, закономерности изменения поведения которого позволяют выявить современные информационные технологии.

В ходе анализа теоретических аспектов интернет-предпринимательство, в общем виде, следует рассматривать как взаимодействие между субъектами бизнеса, используя возможности сети Интернет. Согласно другому подходу, под интернет-предпринимательством подразумевается розничная и оптовая торговля товарами и услугами, посредством сочетания возникающих потребностей клиентов с предоставляемой информацией о товарах и услугах, в том числе с помощью мобильных технологий. Интернет-предпринимателями можно считать организации, основные бизнес-процессы которых осуществляются посредством создания новых каналов и форм для ведения деятельности с использованием элементов интернет-технологий, а также организации, формирующие информационную инфраструктуру для поддержки бизнеса в онлайн-среде.

Области осуществления интернет-предпринимательства включают: установление контакта между потенциальным продавцом и покупателем; организацию процесса продажи и покупки товаров и услуг; привлечение новых клиентов с использованием преимуществ интернет-технологий; реализацию бизнес-проектов, совместных с партнерами и потребителями; получение дохода от контента сайта.

В качестве составных элементов интернет-предпринимательства можно выделить: оптимизацию процессов планирования, управления, сбыта и продаж, на базе организации внутренней единой информационной сети, повышающей эффективность коммуникации; организацию внешнего взаимодействия со всеми внешними заинтересованными сторонами. Целесообразно выделить отдельные формы предпринимательской деятельности онлайн: продажа товаров (материальных и виртуальных); оказание услуг; предоставление интеллектуальных услуг; использование посреднических сервисов; создание контента; обмен информацией.

Предпосылки возникновения и отдельные этапы развития предпринимательской деятельности в сети Интернет представлены в табл. [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7].

Т а б л и ц а

Развитие предпринимательской деятельности в сети Интернет
в Республике Беларусь

Год	Развитие предпринимательской деятельности в сети Интернет
1994 – 1996 гг.	Делегирование (передача контроля над частью доменной зоны) национальной доменной зоны .BY. Зарождение рынка хостинга и электронной почты. Появление первого хостинг-провайдера.

1997 г.	Появление первого каталога сайтов. Регистрация первых интернет-предпринимателей. Создание национальной системы безналичных расчетов банковскими пластиковыми карточками различных типов. Советом Министров совместно с Национальным Банком Республики Беларусь принято Постановление № 1352/24 «О мерах по расширению использования в безналичном платежном обороте банковских пластиковых карточек».
1998 г.	Открытие первого белорусского интернет-кафе.
1999 г.	Регистрация первого белорусского интернет-магазина – OZ.by. Разработка проекта межгосударственного центра электронной торговли.
2000 – 2001 гг.	Появление первой торговой площадки. Зарождение электронной торговли в Беларуси, открытие площадки shop.by. Резкое увеличение аудитории интернет-пользователей, появление новых провайдеров.
2002 г.	Создание первой белорусской системы мгновенных онлайн-платежей. Появление кириллического домена «.бел». Принятие государственной программы информатизации «Электронная Беларусь».
2003 г.	Утверждение правил осуществления операций с электронными деньгами – Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 26 ноября 2003 г. № 201 «Об утверждении Правил осуществления операций с электронными деньгами».
2004 г.	Появление первой в Беларуси системы электронных денег и приема онлайн-платежей «EasyPay» (в рамках совместного проекта ОАО «Белгазпромбанк» и ООО «Открытый контакт»).
2005 г.	Начало работы ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» (БУТБ). Проведение биржевых торгов в режиме онлайн с применением электронной цифровой подписи. Создание IT-кластера. Подписание Декрета № 12 «О Парке высоких технологий».
2006 – 2007 гг.	Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 27.07.2006 N 941 «О Программе развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006–2010 годы» определены новые правила продажи товаров по образцам с учетом особенностей их реализации через интернет-магазины.
2008 – 2009 гг.	Законом от 28.12.2009 № 113-З регламентировано использование электронной подписи в Беларуси. ЭЦП дает право полноценно подписывать электронные документы и обращения. Приорбанком введена в эксплуатацию система платежей по банковским карточкам VISA и MasterCard – WEBPAY.
2010 – 2014 гг.	Внесение изменений в законодательство о регулировании интернет-сети. Подписание Указа Президента Республики Беларусь № 60 от 1 февраля 2010 г. «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет».
2015 – 2016 гг.	Развитие мобильной коммерции, платформ для электронной коммерции. Онлайн-торговля становится альтернативой традиционной торговле.
2017 г.	Подписание Декрета № 8 от 21 декабря 2017 г. «О развитии цифровой экономики», облегчившего ведение предпринимательской деятельности в сфере высоких технологий (налоговые льготы, институты «Английского права», новые виды деятельности в ПВТ, поддержка IT-образования, легализация ICO, операции с криптовалютами, сделки посредством смарт-контрактов). В ПВТ разрешено осуществление 36 видов деятельности.

2018 г.	Возврат права применять УСН интернет-магазинам. С 1 января 2018 г. для субъектов хозяйствования, осуществляющих розничную торговлю через интернет-магазины, предоставляющих посредством информационного ресурса в сети Интернет услуги, восстановлено право применять упрощенную систему налогообложения на условиях, определенных главой 34 Налогового кодекса Республики Беларусь. Применение облачной электронной цифровой подписи, идентифицирующей подписанта, с хранением ключа на сервере удостоверяющего центра.
---------	--

В качестве основных этапов развития интернет-предпринимательства можно выделить: 1) технологический (появление виртуальных товаров, которые не могут существовать отдельно, вне виртуального мира (программное обеспечение, сайты и т.д.); 2) электронный (возникновение первых систем денежных переводов, электронных денежных средств; переход хозяйствующих субъектов экономики в виртуальный мир; появление первых субъектов хозяйственной деятельности онлайн); 3) сетевой (создание различных дополнительных сервисов, социальных сетей, позволяющих обеспечить дополнительный сбыт продукции; появление «онлайн»-представительств в сетях; развитие рынка интернет-рекламы); 4) мобильный (развитие системы мобильных платежей, мобильных приложений, М-торговли); 5) цифровой (глобальное проникновение цифровых технологий во все сферы повседневной жизни общества; разработка программно-аппаратных средств на основе блокчейн; использование цифровых валют; выпуск токенов; осуществление расчетов и совершение сделок с помощью цифровых валют; получение криптовалюты в качестве инвестиции или вознаграждения).

В Республике Беларусь разработаны законопроекты, которые касаются правового регулирования отдельных групп общественных отношений по предоставлению услуг с использованием сети Интернет. Обеспечена реализация прав потребителей на информацию о продавце и о товаре при онлайн-покупке (Указ Президента Республики Беларусь № 60, Постановление Правительства № 1227, Правила продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам (постановление Правительства Республики Беларусь от 15.01.2009 № 31)) [4]. Государственной программой развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 гг., утвержденной Постановлением Совета Министров Республики Беларусь 23.03.2016 № 235, обеспечивается формирование базы в сфере ИКТ, развитие соответствующей инфраструктуры для доступа к информационным ресурсам и построения взаимодействия на основе массового использования ИКТ.

Бизнес-климат для интернет-предпринимательства в Республики Беларусь достаточно благоприятный. Беларусь занимает в рейтинге Всемирного банка «Doing Business 2019» 37-е место из 190 [8].

Сопоставительный анализ современных форм интернет-предпринимательства показал, что с развитием технологий изменялось содержание бизнеса в зависимости от целевой аудитории потребителей. Совершенствование

информационных технологий способствовало активизации бизнеса в сегменте B2C, доля которого продолжает расти (веб-сайты с расширенным ассортиментом товаров; сайты-агрегаторы (маркет-плейсы); интернет-магазины; реклама в соцсетях, каталоги товаров и услуг, в аккаунтах, в группах в соцсетях). В Беларуси эта тенденция подтверждается ростом количества покупателей в интернет-магазинах, а также увеличением объемов и ассортимента предлагаемых товаров.

Анализ современных условий осуществления предпринимательской деятельности показал, что доля интернет-торговли в розничном товарообороте на начало 2018 г. составляла 3,4 %. Товарооборот с 2010 г. по 2017 г. вырос более чем в 30 раз [4]. На 1 января 2019 г. зарегистрировано 19,4 тыс. интернет-магазинов (16,57 тыс. интернет-магазинов – в 2015 г.) [4]. По количеству интернет-магазинов лидирующую позицию занимает Минск и Минская область (79,41 %) от общего числа зарегистрированных интернет-магазинов [5].

Портрет интернет-покупателя также меняется, в связи с постоянным развитием интернет-технологий. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, количество пользователей сети Интернет в 2017 г. составляло 11,79 млн. абонентов (9,43 млн. абонентов – в 2013 г.) [6]. С появлением электронных банковских карт интернет-предпринимательство приобрело новый вектор в своем развитии. На 1 октября 2018 г. в обращении находилось 14 719 967 единиц банковских платежных карточек. Общий объем операций с использованием банковских платежных карточек по состоянию на III кв. 2018 г. – 15 230 238,3 тыс. рублей, в т. ч по оплате товаров, работ, услуг – 7 548 140,1 тыс. руб. (5 349 712,9 тыс. руб. – III кв. 2017 г.) [9].

По оценкам МАРТ, интернет-покупки как внутри страны, так и за рубежом совершают 44 % белорусов, основную часть интернет-покупок составляют непродовольственные товары [4]. Отмечается тенденция к увеличению числа интернет-пользователей – потенциальных покупателей, использующих мобильные онлайн-технологии, осуществляющих покупки со смартфонов, планшетов. Около 20–25 % продаж в Интернете совершаются с помощью мобильных телефонов [4]. Увеличение количества «мобильных» покупателей подтверждаются исследованиями, проводимыми экспертами ЮНКТАД. Ожидается рост популярности глобальных онлайн-платформ к 2025 г., которые могут прибавить 2,7 трлн долл. к мировому ВВП и создать 72 млн новых рабочих мест [10].

В связи с тем, что интернет-пользователи становятся мобильнее, наблюдается трансформация потребления. Условно покупателей можно разделить на следующие группы: 1) онлайн-покупатели; 2) оффлайн-покупатели; 3) покупатели, сочетающие онлайн и оффлайн взаимодействие. Характерным является изменение потребительского поведения: желание покупателей синхронизировать традиционные формы покупки в местах продаж с использованием возможностей онлайн-технологий. Каждый клиент проводит соб-

ственный процесс выбора, определяя наиболее выгодные для себя условия. Возможности многоканального взаимодействия предполагают использование специальных приложений для смартфонов (сравнение цен, загрузка купонов и т.д.); проведение онлайн-исследований на официальном сайте продавца, получение информации с цифровых стендов в торговом зале, что способствует вовлечению покупателей в онлайн-торговлю. По данным контент-анализа отзывов белорусских покупателей, причины, по которым потребители совершают покупки онлайн, достаточно разные: онлайн-торговля способствует снижению временных и финансовых затрат, предоставляет возможность более широкого выбора товаров, получение качественного сервиса. Со стороны потребителей наблюдается тенденция к понижению оценки репутации компании, в случае отсутствия возможности взаимодействия посредством интернет-технологий.

Развитие получает предпринимательство в сегменте C2C (различные шеринг-сервисы и платформы, электронные доски объявлений; электронные аукционы – реклама в соцсетях). В Республике Беларусь развитие бизнеса в сегменте B2B, охватывающего создание специализированных интернет-магазинов; отраслевых интернет-порталов определенного направления, сдерживается отсутствием законодательно разрешенных полноценных электронных договоров и механизма использования электронной цифровой подписи. Создание новых бизнес-предложений позволяет использовать технологии для бизнеса Customer-to-Machine (C2M), Machine-to-Customer (M2C) Machine-To-Machine (M2M), объединяющие клиентов и информационные технологии с целью дальнейшей автоматизации бизнес-процессов.

За время развития интернет-предпринимательства менялась его направленность. Исследуя состояние интернет-предпринимательства в Республике Беларусь, можно выделить ряд проблем, сдерживающих его развитие: 1) отсутствие действующего механизма применения электронного документооборота; средств индивидуальной защиты данных, цифровой идентификации; 2) зависимость предпринимательской деятельности от разработок других компаний, недостаточное стимулирование разработок онлайн-приложений для бизнеса; 3) низкий уровень маркетинговой активности предпринимателей в онлайн-среде; недостаточно информативные и своевременно не обновляемые сайты предприятий; 4) постоянная смена позиций среди лидирующих компаний; риски данного бизнеса; 5) невысокий уровень цифровой и предпринимательской грамотности и уровень подготовки участников онлайн экономических процессов, 6) недостаточно активная адаптация системы образования к изменениям на рынке труда под влиянием цифровизации; отсутствие программ интеграции корпоративного и университетского образования.

Одним из факторов развития интернет-предпринимательства является повышение предпринимательской активности, в результате роста цифровой и предпринимательской грамотности. Стратегия повышения уровня цифровой

и предпринимательской грамотности населения должна представлять собой скоординированный комплекс мероприятий и предусматривать: разработку требований к образовательным стандартам; разработку и сертификацию программ в сфере цифровой экономики, в том числе в области дополнительного образования; разработку консультационной платформы, предусматривающей онлайн-поддержку; подготовку преподавателей по данным направлениям; использование государственно-частного партнерства при реализации процесса обучения. Анализ зарубежного опыта показывает, что внимание к этой проблеме акцентировано не только со стороны государства, но и со стороны общественных организаций. Для социализации в условиях цифровой экономики в США, Европе волонтеры помогают населению освоить работу с цифровыми технологиями и ресурсами. Например, в России для повышения цифровых навыков населения при использовании современных технологий и ресурсов разработан профессиональный стандарт «Цифровой куратор». К 2024 году планируется подготовка 10 тысяч специалистов – консультантов в области развития цифровой грамотности. Количество пользователей белорусского Интернета увеличивается, но анализ возрастной структуры абонентов свидетельствует, что в настоящее время, как и в предыдущие годы, сохраняется актуальность вопроса увеличения количества абонентов в возрастной группе старше 65 лет [11]. Социально-экономические возможности использования цифровых сервисов для людей старшего поколения не освещаются в достаточной степени, что требует проведения мероприятий, способствующих повышению осведомленности о возможностях использования новых технологий.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что преимуществами интернет-предпринимательства можно считать: создание площадки для реализации возможностей в независимости от расположения в географическом пространстве, нейтрализуя фактор расстояния и времени; быструю реакцию на спрос; открытие широких возможностей по рекламе продукции на динамично растущем рынке интернет-рекламы; создание новых бизнес-моделей и схем, новых возможностей ведения бизнеса, новых продуктов и услуг; удовлетворение потребностей покупателей посредством персонализации товаров и услуг; скорость и оперативность в сотрудничестве и взаимодействии с помощью интернет-технологий. Рост аудитории белорусского Интернета создает благоприятную ситуацию для развития всевозможных видов интернет-бизнеса. Создание соответствующей законодательной базы и упрощение требований к документам по организации бизнеса в Интернете значительно облегчит осуществление интернет-предпринимательства. Диапазон коммерческих отношений с широким использованием технических возможностей Интернета в качестве средств ведения предпринимательской деятельности будет расширяться, создавая новые подходы к позиционированию на рынке и к конкуренции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Центр изучения белорусского интернета [Электронный ресурс] // ProBelNet. – Режим доступа : <http://probelnet.com/content/view/69/38/>. – Дата доступа : 12.03.2019.
2. Правила осуществления операций с электронными деньгами [Электронный ресурс] // Национальный Банк Республики Беларусь. – Режим доступа : https://www.nbrb.by/legislation/documents/PP_201_199.pdf. – Дата доступа : 19.02.2019.
3. Информационные технологии в Беларуси [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. – Режим доступа : http://mfa.gov.by/publication/belarus_in_numbers/. – Дата доступа : 14.03.2019.
4. Министерство антимонопольного регулирования и торговли [Электронный ресурс] // МАРТ. – Режим доступа : https://mart.gov.by/news/press_konferenciya/. – Дата доступа : 15.03.2019.
5. О развитии торговой инфраструктуры в Республике Беларусь в 2017 году [Электронный ресурс] // МАРТ. – Режим доступа : <http://mart.gov.by/news/2017>. – Дата доступа : 14.03.2019.
6. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/svyaz-i-informatsionno-kommunikatsionnye-tekhnologii/>. – Дата доступа : 10.03.2019.
7. О развитии предпринимательства [Электронный ресурс] : Декрет Президента Республики Беларусь, 23 ноября 2017 г., № 7 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : <http://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=Pd1700007&p1>. – Дата доступа : 11.03.2019.
8. Беларусь заняла 37 место в рейтинге Doing Business - 2019 [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. – Режим доступа : <http://economy.gov.by/ru/news-ru/view/belarus-zanjala-37-mesto-v-rejtinge-doing-business-2019-44584-2018/>. – Дата доступа : 15.03.2019.
9. Статистический бюллетень № 11 (233) [Электронный ресурс] // Национальный Банк Республики Беларусь. – Режим доступа : http://www.nbrb.by/publications/bulletin/stat_bulletin_2018_11.pdf. – Дата доступа : 14.03.2019.
10. Information Economy Report 2017. Digitalization, Trade and Development [Electronic resource] / New York, Geneva: UNCTAD, 2017. – Mode of access : https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2017_en.pdf. – Date of access : 12.03.2019.
11. Анализ состояния рынка услуг передачи данных [Электронный ресурс] // Оперативно-аналитический центр при Президенте Республики Беларусь. – Режим доступа : <https://oac.gov.by/ict-development-and-services/independent-regulator/analysis-of-the-market-for-data-services>. – Дата доступа : 08.02.2019.

Поступила в редакцию 02.04.2019