

УДК 338.242.4:339.13(476)

175. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

*Мухин А. С., студент гр. 477603, Климович И. В., студент гр. 477603
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Лазаревич И. М. – канд. экон. наук, доцент

Аннотация. В статье рассматривается состояние государственного регулирования электронной торговли в Республике Беларусь, анализируются современные проблемы развития сектора и предлагаются пути их решения на основе зарубежного опыта. Особое внимание уделяется вопросам защиты национальных производителей от агрессивной политики маркетплейсов. Исследование базируется на анализе законодательной базы, данных Национального статистического комитета, а также передового опыта регулирования электронной коммерции ряда государств (Китая, России, государств-членов ЕС, Казахстана). Выявлено, что фрагментарность регулирования создает барьеры для развития отечественного бизнеса и защиты прав потребителей. Предложены рекомендации по совершенствованию механизма государственного регулирования электронной торговли.

Ключевые слова. Электронная торговля, государственное регулирование, цифровая экономика, защита прав потребителей, национальные производители, антимонопольное регулирование, ЕАЭС, налоговая асимметрия, контрафакт, цифровые платформы, законодательство, интернет-торговля

Актуальность темы государственного регулирования электронной торговли в Республике Беларусь обусловлена динамичным ростом сектора и необходимостью адаптации законодательства к глобальным вызовам. По данным Национального статистического комитета, доля электронной торговли в розничном товарообороте выросла с 8,1% в 2023 году до 11,7% в 2024 году (+44,4%), что свидетельствует о качественном изменении потребительских предпочтений [1]. Однако параллельно доля отечественных товаров снизилась с 59,5% до 56,4%, демонстрируя вытеснение национальных производителей [2]. Актуальность усиливается интеграцией Республики Беларусь в рамках ЕАЭС, где разрабатываются единые правила трансграничной торговли. Фрагментарность регулирования создает риски неравной конкуренции, контрафакта и налоговой асимметрии.

Электронная торговля (согласно ст. 13 Закона Республики Беларусь «О торговле» №231-3) – это оптовая, розничная торговля, характеризующаяся заказом, покупкой, продажей товаров с использованием информационных систем и сетей. По результатам обобщения информации выделены следующие этапы развития электронной торговли в Беларуси (таблица 1):

Таблица 1 – Этапы развития электронной торговли в Республике Беларусь

Этап	Период	Доля в рознице	Характеристика
Становления	1999–2011	до 1%	Появление первого интернет-магазина OZ.by, низкий доступ к интернету
Роста	2011–2015	1,0–2,0%	Неравномерное развитие, резкое восстановление в 2015 (+53,8%)
Устойчивый рост	2016–2018	2,8–3,7%	Формирование регулятивной базы, развитие инфраструктуры
Стабилизация	2019–2022	4,1–6,0%	Рост Wildberries на 81%, появление Ozon (2021)
Ускоренное развитие	2023–наст. вр.	8,1–11,7%	Революционный скачок (+44,4% за год)

Примечание: собственная разработка по данным [1, 3]

Текущая структура рынка демонстрирует доминирование иностранных платформ. Российские маркетплейсы (Wildberries, Ozon) контролируют свыше 40% рынка электронной торговли, тогда как белорусские площадки – менее 12% совокупно [4]. Импорт потребительских товаров через маркетплейсы вырос на 114,1% в 2024 году, что усиливает давление на национального производителя [1].

Анализ правового регулирования, экономической ситуации и инфраструктуры электронной торговли выявил комплекс взаимосвязанных проблем:

а) Фрагментарность и неполнота правовой базы. В настоящее время нормы, регулирующие сферу электронной коммерции, рассредоточены по множеству различных нормативных правовых актов (законодательство о торговле, защите прав потребителей, налоговый и гражданский кодексы). Такая разрозненность норм создает правовую неопределенность и позволяет иностранным платформам пользоваться регуляторными пробелами, позиционируя себя исключительно как технические посредники и избегая ответственности организаторов торговли. При этом проект Указа «О регистрации платформ», призванный систематизировать часть требований, вступит в силу только с 1 июля 2027 года, что сохраняет текущий регуляторный вакуум на ближайшие годы [3].

б) Налоговая асимметрия. Пороговое значение в 10 000€, установленное Министерством по налогам и сборам Республики Беларусь, годовой выручки освобождает иностранные организации от регистрации в качестве плательщиков НДС, тогда как белорусские производители несут полную налоговую нагрузку. Эта дифференциация дает иностранным продавцам ценовое преимущество и вытесняет национальные товары.

в) Недобросовестная конкуренция. На платформах распространены практики копирования товарных карточек с занижением цен, использования инструментов защиты интеллектуальной собственности для блокировки оригинальных производителей. Несоответствие информации о стране производства упаковке нарушает Закон «О защите прав потребителей» (ст. 7).

г) Непрозрачность алгоритмов поиска и ранжирования. Отсутствие нормативных требований к раскрытию принципов работы поисковых и рекомендательных алгоритмов маркетплейсов позволяет операторам платформ злоупотреблять своим положением, искусственно продвигая собственные торговые марки или доминирующих продавцов в ущерб сторонним поставщикам.

д) Несоответствие инфраструктуры форматам ЕАЭС. Несмотря на интеграционные процессы, в Республике Беларусь до настоящего времени не внедрен институт официальных операторов электронной торговли (ОЭТ), предусмотренный механизмами союза (в отличие от Российской Федерации и Казахстана). Отсутствие унифицированных правил таможенного оформления и логистического сопровождения мелких трансграничных отправок затрудняет использование преимуществ единого рынка ЕАЭС и сдерживает экспортный потенциал национальных производителей.

Для преодоления выявленных инфраструктурных и нормативных барьеров, а также для более эффективной реализации экспортного потенциала в рамках ЕАЭС, Республике Беларусь необходимо комплексное совершенствование национального законодательства. В этом контексте особую актуальность приобретает анализ передового международного опыта правового регулирования электронной коммерции, антимонопольного контроля и интеграции цифровых платформ.

Китайская Народная Республика. В 2019 году принят Закон «Об электронной коммерции», установивший обязательную регистрацию предпринимателей, требования к выдаче инвойсов и защиту интеллектуальной собственности. В 2021 году внедрены антимонопольные руководства, запретившие практику «выбора одного из двух» (принуждение продавцов к эксклюзивности). В апреле 2021 г. Alibaba оштрафована на 18,2 млрд юаней (4% оборота) за злоупотребление доминирующим положением. Комбинация четких правовых обязательств и высоких штрафов заставила платформы изменить поведение.

Российская Федерация. Пятый антимонопольный пакет (№ 301-ФЗ от 10.07.2023) установил критерии доминирования для цифровых платформ: доля рынка свыше 35% и выручка более 2 млрд руб. Федеральная антимонопольная служба признала Wildberries и Ozon занимающими доминирующее положение. С 2025 года введено обязательное 14-дневное уведомление продавцов об изменении условий. Внедрена система межплатформенной блокировки нарушителей: при повторном выявлении контрафакта продавец блокируется во всех маркетплейсах-участниках соглашения [5].

Республика Казахстан. Национальный план развития электронной торговли определил целевые показатели и синхронизировал развитие законодательства, платежных систем и логистики. Введено налоговое выравнивание: освобождение национальных ИП от налогов при лимитах дохода и обязательная регистрация иностранных продавцов как плательщиков НДС. Внедрен институт оператора электронной торговли (ОЭТ), упрощающий таможенное оформление мелких отправок.

Европейский Союз. Digital Markets Act (DMA, 07.03.2024) ввел прямой запрет на самопреференцирование при ранжировании товаров и обязал раскрывать алгоритмы. Digital Services Act (DSA, 17.02.2024) установил строгие требования к верификации продавцов через процедуру KYC и систему «Доверенные информаторы» для оперативного удаления контрафакта. С 1 июля 2021 года отменено освобождение от НДС для мелких посылок, платформы получили статус «расчетных поставщиков».

На основе анализа международного опыта для Республики Беларусь предлагается комплекс мер:

1. Комплексное законодательное регулирование и адаптация антимонопольного контроля. Разработка специализированного Закона «Об электронной коммерции», который закрепит правовой статус маркетплейсов, разграничит ответственность между платформой и продавцом, а также установит единые правила оказания услуг в цифровой среде.

Параллельно требуется модернизация действующего антимонопольного законодательства Республики Беларусь с учетом специфики цифровых рынков. Вместо установления новых порогов доминирования целесообразно ввести понятие «сетевых эффектов» для оценки рыночной власти цифровых платформ, сохранив базовые критерии доминирования в соответствии с национальным законодательством, но усилив контроль за злоупотреблением рыночной властью со стороны крупных игроков.

2. Налоговое выравнивание и поддержка национального бизнеса. Внедрение механизма, обязывающего иностранные платформы и зарубежных продавцов, реализующих товары белорусским потребителям, регистрироваться в качестве плательщиков НДС. Это устраним ценовое преимущество импортных товаров, возникающее из-за налоговой асимметрии.

Одновременно предлагается рассмотреть применение казахстанской модели стимулирования внутреннего рынка: введение налоговых каникул или освобождение национальных индивидуальных предпринимателей от ряда налогов при условии непревышения определенных лимитов дохода от реализации товаров через электронные площадки.

3. Противодействие обороту контрафакта и защита прав потребителей. Внедрение процедуры обязательной KYC-верификации (Know Your Customer — «знай своего клиента») для продавцов по европейским стандартам, что обяжет платформы проверять юридический статус и финансовые реквизиты поставщиков до их допуска на площадку.

Создание единого реестра недобросовестных поставщиков и внедрение механизма межплатформенной блокировки (по российской практике). В случае выявления продажи контрафактной продукции на одном маркетплейсе, аккаунт продавца должен автоматически блокироваться на всех остальных партнерских площадках.

4. Обеспечение прозрачности рекомендательных алгоритмов. Введение законодательного запрета на «самопреферирование» — практику, при которой маркетплейс искусственно завышает в поисковой выдаче товары собственных торговых марок в ущерб аналогичным товарам независимых продавцов.

Установление требования об обязательном раскрытии платформами общих критериев и параметров, определяющих ранжирование товаров (по аналогии с европейским Digital Markets Act), что обеспечит поставщикам понятные и справедливые условия конкуренции за внимание потребителя.

5. Развитие инфраструктуры и углубление интеграции в рамках ЕАЭС. Ускоренное внедрение в Республике Беларусь института официального оператора электронной торговли (ОЭТ), предусмотренного механизмами ЕАЭС.

Функционирование ОЭТ позволит консолидировать логистические потоки, существенно упростить и ускорить процедуры таможенного декларирования мелких трансграничных отправок, что в итоге снизит издержки белорусского бизнеса и расширит его экспортный потенциал на рынках стран-партнеров.

Таким образом, электронная торговля Республики Беларусь находится в стадии ускоренного роста, однако фрагментарность регулирования создает риски снижения конкурентоспособности национальных производителей на внутреннем рынке. При росте доли электронной торговли до 11,7% доля отечественных товаров в розничном товарообороте снизилась до 56,4%, что подтверждает критичность ситуации. Международный опыт показывает, что защита национальных интересов достигается через комплексное регулирование: установление четких критериев доминирования платформ, налоговое выравнивание, верификацию продавцов и развитие инфраструктуры. Реализация предложенного комплекса мер, включая принятие профильного закона «Об электронной коммерции», устранение налоговой асимметрии для иностранных продавцов, внедрение механизмов межплатформенной блокировки контрафакта и интеграцию в рамках институтов ОЭТ ЕАЭС, обеспечит справедливую конкуренцию, защиту потребителей и трансформацию вызовов цифровизации в драйвер экономического роста Республики Беларусь.

Список использованных источников:

1. Белстат. Розничная торговля. Статистика по доле e-commerce в 2024 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dataportal.belstat.gov.by/osids/indicator-info/10211000045>.
2. produkt.by. Доля белорусской продукции в продажах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://produkt.by/stories/reteyl/dolya-belorusskoj-produkcii-v-prodazhakh-reteyla-po-itogam-2025-go>.
3. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. Деятельность МАРТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mart.gov.by/activity/torgovlya-i-uslugi/analiticheskaya-informatsiya/>.
4. Национальный банк Республики Беларусь. Банкаўскі веснік: навуčno-тэарэтыч. журн. – 2023. – № 742. – 34 с.

5. Gratanet. FAS vs Marketplaces: topical issues of legal regulation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gratanet.com/publications/fas-vs-marketplaces>.

UDC 338.242.4:339.13(476)

STATE REGULATION OF ELECTRONIC COMMERCE IN THE REPUBLIC OF BELARUS: PROBLEMS AND SOLUTIONS

*Mukhin A. S., student gr. 477603, Klimovich I. V., student gr. 477603
Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Republic of Belarus*

Lazarevich I. M. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Annotation. The article examines the state of state regulation of electronic commerce in the Republic of Belarus, analyzes the current problems of the sector's development and suggests ways to solve them based on foreign experience. Special attention is paid to the protection of national producers from the aggressive policies of marketplaces. The study is based on an analysis of the legislative framework, data from the National Statistical Committee, as well as best practices in regulating e-commerce in a number of countries (China, Russia, EU member states, Kazakhstan). It is revealed that the fragmentation of regulation creates barriers to the development of domestic business and consumer protection. Recommendations for improving the mechanism of state regulation of electronic commerce are proposed.

Keywords. Electronic commerce, government regulation, digital economy, consumer protection, national producers, antimonopoly regulation, EAEU, tax asymmetry, counterfeiting, digital platforms, legislation, online commerce