

УДК 339.146

Т.И. Кузьмина

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва,
email: tutor007@list.ru

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ПРАКТИКЕ МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ

Ключевые слова: электронная коммерция, динамика рынка, мировая торговля, компании рынка электронной торговли

В статье выполнен анализ современного состояния и перспектив развития электронной коммерции в мире, выявлены доминирующие в объемах торговли форматы электронной торговли, определены страны и регионы с наибольшей долей в сфере электронной торговли. Выявлены и идентифицированы изменения в потребительских предпочтениях онлайн покупателей в условиях пандемии. Дана оценка основным экономическим, технико-технологическим и социальным трендам в развитии мировой электронной торговли, сформированным в т.ч. под воздействием пандемии COVID-19.

Т.И. Kuzmina

Russian University of Economics after G.V. Plekhanov, Moscow, email: tutor007@list.ru

STATE AND TRENDS OF ELECTRONIC COMMERCE DEVELOPMENT IN WORLD TRADE PRACTICE

Keywords: e-commerce, market dynamics, world trade, e-commerce market companies

The article analyzes the current state and prospects for the development of e-commerce in the world, identifies the dominant e-commerce formats in the volume of trade, identifies the countries and regions with the largest share in the field of e-commerce. Changes in consumer preferences of online shoppers in the context of a pandemic have been identified and identified. The assessment of the main economic, technical, technological and social trends in the development of global e-commerce, formed including under the influence of the COVID-19 pandemic, is given.

Электронная торговля в той или иной форме существовала последние два десятилетия, но распространение Интернета стало новой силой, способствующей ее популяризации. Поскольку мир продолжает переходить к цифровым технологиям, электронная коммерция больше не является роскошью для розничных компаний и их клиентов – а теперь становится необходимостью. Исследованию процессов развития электронной коммерции посвящены разработки специализированных международных и отечественных центров (Global Ecommerce Statistics and Trends to Launch Your Business Beyond Borders, маркетинговое агентство (МА) «Research and Markets», МА eMarketer, DATAREPORTAL, МА Deloitte, Euromonitor; информационное агентство (ИА) DataInsight; ИА TARDWISER, digital-агентство, E-Promo и т.п.); ведущих информационных сайтов бизнеса и финансов (Telegraph, ФИНАМ и др.); тематические разделы де-

ловых изданий, посвященных интернет-бизнесу и e-commerce, а также сайты исследовательских компаний (AGIMA, JD.com, Alibaba, Suning Pinduoduo, и Vip.com, Amazon, Apple eBay и др.), что свидетельствует об активном росте влияния существующих электронной торговли в мире.

Цель исследования заключается в оценке современного состояния мировой электронной торговли и исследовании основных тенденций ее развития.

Материалы и методы исследования

Использованы данные международной статистики электронной коммерции, данные международных информационных агентств и специальных информационных порталов. При проведении исследования автор использует методы диалектической теории познания, в т.ч.: эмпирический, аналитический, структурный. Для формализации и иллюстра-

ции полученных результатов применяются графический и табличный методы.

Результаты исследования и их обсуждение

На современном этапе мирового экономического развития электронная торговля становится одним из наиболее быстрорастущих секторов международной торговли с огромным потенциалом «см. рис.1».

Судя по графику, представленному на «рис.1», рынок глобальной розничной электронной торговли в обозримой перспективе имеет тенденцию к расширению. Объем торговли данного рынка к началу 2021 году составлял 4206 млрд долл. США, что в примерно в три раза больше, чем в 2014 году. Также по данным Statista, этот объем будет стабильно расти в последующие 3 года и может достигнуть более 6500 млрд долл. США к 2023 году. Таким образом, можно сказать, что электронная коммерция поглощает мировой рынок.

Если рассматривать основные модели электронной коммерции, то сегодня глобальные онлайн-продажи B2B-сектора доминируют над B2C. В 2018 году размер B2B онлайн-бизнеса составил 10,6 трлн долл. США, в то время как B2C составил 2,8 трлн. А в 2019 году рынок мировой электронной коммерции B2B оценивался в 12,2 трлн долл. США, что более чем в 6 раз превышает рынок B2C [8].

Согласно данным «рис. 2», Азия занимает 1-е место по объему рынка электронной торговли в 2019 году – 831,7 млрд долл. США. Доля данного региона составила 46,6% от общего объема мировой торговли. Северная Америка и Европа является вторым и третьим по величине регионами, объемы электронных пород, в которых составляют 552,6 млрд и 346,5 млрд долл. США, соответственно. Это связано с тем, что все крупнейшие рынки электронной коммерции в мире находятся в этих регионах.

К другим крупнейшим рынкам электронной торговли мира относятся Великобритания, Япония, Германия, Южная Корея, Франция, Канада, Австралия и Россия.

На сегодняшний день Китай является не только крупнейшим рынком электрон-

ной коммерции в мире [1, p.107], но и самым быстрорастущим среди 10 ведущих мировых лидеров в этом секторе мировой торговли «см. рис. 3».

В 2018 году объем рынка электронной торговли Китая составил около 636 млрд долл. США и ожидается рост на 70,7% до 1086 млрд долл. к 2023 году.

Также прогнозируется, что фокус электронной коммерции сместится в Азиатско-Тихоокеанский регион. К 2023 году продажи розничной электронной торговли в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР), по прогнозам, будут выше, чем во всем остальном мире, что вызвано следующими причинами:

- быстрой урбанизацией и технологическим прогрессом;
- более 85% роста нового среднего класса проживает в Азиатско-Тихоокеанском регионе;
- множество государственных и частных инициатив в Китае [2, p.119].

Крупнейшие компании, работающие на мировом рынке электронной коммерции представлены в «табл.1».

Таблица 1

Крупнейшие компании электронной коммерции в мире

Рейтинг	Компания	Доход в 2020 году (млрд долл. США)	Страна
1	Amazon	386,1	США
2	JD.com	82,8	Китай
3	Alibaba	56,2	Китай
4	Suning.com	38,1	Китай
5	Meituan-Dianping	13,7	Китай
6	Rakuten	11,6	Япония
7	eBay	10,8	США
8	Wayfair	9,1	США
9	Zalando	7,3	Германия
10	Coupang	6,2	Южная Корея

Источник: составлено автором MarkinBlog – List of Largest eCommerce Companies in the World in 2021 (Ranked by Revenue). – URL: <https://www.markinblog.com/largest-ecommerce-companies/>

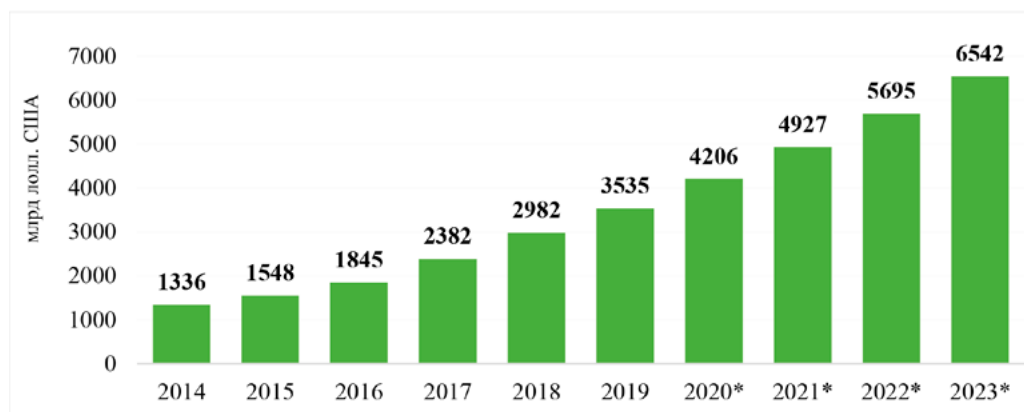


Рис. 1. Динамика мировой розничной электронной торговли за 2014–2023 гг., в млрд долл. США
Источник: составлено по материалам Statista—Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2023. – URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

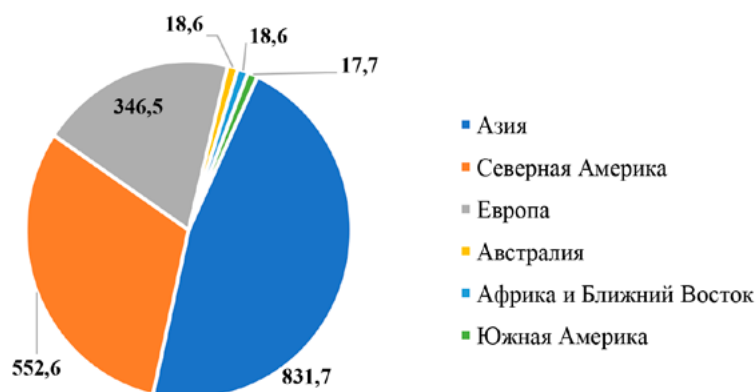


Рис. 2. Географическая структура мирового электронной коммерции по объему рынка в 2019 году, в млрд долл. США.

Источник: составлено по материалам Shopify Plus – Global Ecommerce Statistics and Trends to Launch Your Business Beyond Borders. – URL: <https://www.shopify.com/enterprise/global-e-commerce-statistics#1>

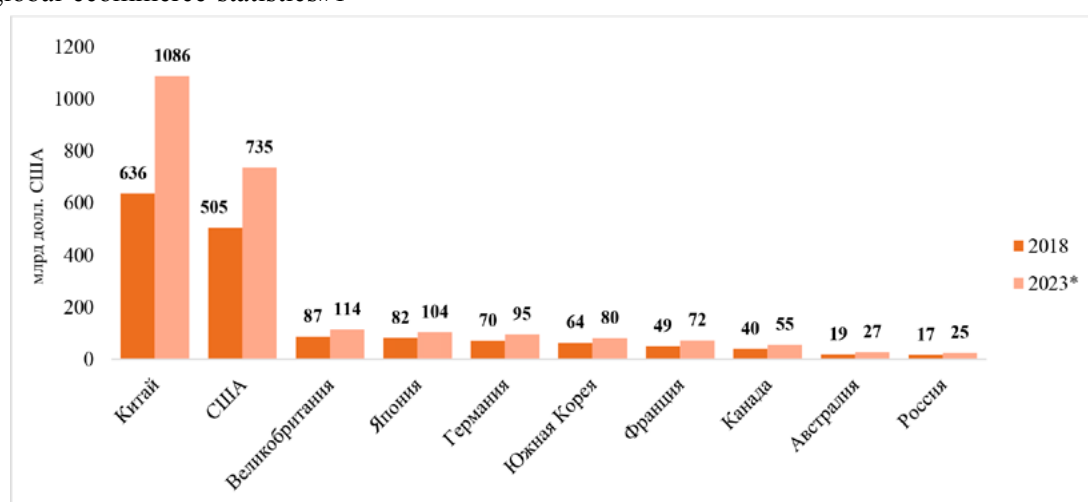


Рис. 3. Прогнозируемый рост электронной торговли по странам, 2018–2023 гг., в млрд долл. США

Источник: составлено по Shopify Plus – Global Ecommerce Statistics and Trends to Launch Your Business Beyond Borders. – URL: <https://www.shopify.com/enterprise/global-e-commerce-statistics#1>



Рис. 4. Основные категории товаров электронной коммерции в 2020 году, в млрд долл. США

Источник: составлено по DATAREPORTAL – DIGITAL 2021: GLOBAL OVERVIEW REPORT. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

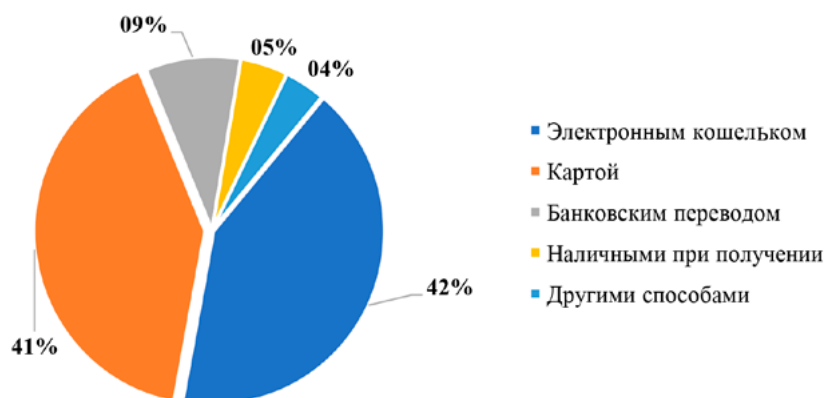


Рис. 5. Доля онлайн-способов оплаты во всем мире в 2019 году, в %

Источник: составлено по Statista – Share of selected payment methods as percentage of total e-commerce transaction volume worldwide in 2019, by region. – URL: <https://www.statista.com/statistics/348004/payment-method-usage-worldwide/>

Семь из десяти крупнейших компаний электронной коммерции в мире находятся в США и Китае. Amazon, американская ТНК, занимает 1-е место, размер ее дохода в 2020 г. составил 386,1 млрд долл. США. Это больше, чем сумма доходов других 10 ведущих компаний. После Amazon идут 4 китайских гиганта электронной коммерции: JD.com, Alibaba, Suning.com и Meituan-Dianping.

На «рис. 4» представлены основные категории товаров электронной коммерции в 2020 году. Следует отметить, что наиболее популярными на онлайн платформах являются товары категории

«Мода и красота». Потребители всего мира потратили 665,6 млрд долл. США на покупки одежды, обуви, товаров красоты и аксессуаров, что, по данным DATAREPORTAL, на 27% больше, чем в 2019 году.

Популярными среди онлайн-потребителей являются товары и услуги, связанные с путешествиями и проживанием. Общая сумма расходов на данную категорию составила 593,6 млрд долл. США. Однако эта сумма оказалась на 51% меньше величины в 2019 году, из-за ограничений, связанных с распространением пандемии COVID-19 (ограничения на поездки, изоляция и т. д.).

В условиях пандемии, произошли изменения в образе жизни и потребительских привычках. Поскольку потребители по-прежнему опасаются посещать магазины, спрос на покупки в интернет-магазинах, особенно в новых категориях товаров, резко вырос во всем мире. Ведущими категориями онлайн-продуктов стали товары для гигиены и здоровья, предметы первой необходимости: продукты питания, напитки, средства гигиены и т.п. Пандемия также усилила растущее стремление потребителей к удобству, скорости и простоте [3, p.3].

Новым трендом в условиях COVID-19 стало то, что онлайн-покупатели все чаще приобретают товары за пределами своей страны [4, p.9]. Самое большое количество онлайн-покупателей, совершающих покупки за границей, находятся в Европе (63,4%) и Азиатско-Тихоокеанском регионе (57,9%). Эти цифры выше среднего мирового показателя, который составляет 57%. В Африке и Латинской Америке больше половины всех онлайн-покупателей приобретают товары у зарубежных розничных продавцов [10].

Растущее повсеместное использование мобильных устройств в электронной коммерции связано с желанием покупателей совершать транзакции без необходимости использования ПК [5, p.12]. Сегодня потребитель имеет возможность совершать покупки с помощью мобильных устройств, использование которых позволяет в любом месте и в любое время просматривать торговые онлайн-платформы и приобретать товары и услуги. Учитывая, что к 2021 г. доход от мобильной связи составит 175,4 млрд долларов, мобильные покупки будут особенно актуальными и в ближайшие несколько лет. Это означает, что e-commerce бизнесу следует актуализировать мобильную версию сайта, разработать и запустить собственное приложение.

Новым трендом в коммуникации продавца и покупателя в мире электронной коммерции стала технология голосового управления. Для обозначения сделок, реализуемых посредством голосового управления, появился новый термин «голосовая коммерция» [6, p.26]. Внедрение голосовых инструментов (Amazon Echo, Google Home и т.п.) стало новым каналом для компаний сферы e-commerce.

По оценкам, к 2022 году голосовая коммерция на территории США принесет в более 60 млрд долл. США.

По мере развития электронной коммерции розничным продавцам и покупателям становится доступен широкий выбор способов оплаты. Данные Statista, представленные на «рисунке 5», показывают популярность различных способов оплаты по всему миру в зависимости от доли объема транзакций.

Глобальные онлайн-покупатели теперь явно предпочитают безналичную оплату «см.рис.5». Приведенные выше данные показывают преобладание электронного кошелька и оплаты картами во всем мире. 41,8% онлайн-покупателей выбрали электронный кошелек, который может быть особенно полезен для ускорения мобильных транзакций, поскольку растет число покупок, совершаемых с помощью телефонов.

Некоторыми из крупнейших в мире мобильных платежных платформ являются AliPay и WeChat (в основном используется китайцами), и Apple Pay, и PayPal (чаще используется западными покупателями). Согласно статистике, 70% людей ожидают, что цифровые платежи превзойдут наличные и карты к 2030 году.

Еще один способ оплаты, который некоторое время назад произвел настоящую революцию – это криптовалюта. В настоящее время мы можем наблюдать, как криптовалюты используются некоторыми компаниями для осуществления крупных бизнес-транзакций [7, p.3].

Выводы

Выполненный анализ показал, что электронная коммерция сегодня – это быстрорастущий сектор международной торговли, обусловленный активным ростом покупательской способности потребителей во всем мире, распространением социальных сетей и постоянно развивающейся инфраструктурой.

В 2020 г. рынок e-commerce претерпел серьезные изменения – ускорились основные процессы развития электронной торговли, увеличилась доля онлайн-продаж в ритейле, под влиянием COVID-19 изменились привычные модели покупательского поведения и набор приобретаемых товаров и услуг.

Появление новых инструментов взаимодействия поставщика и потребителя товаров и услуг (например, голосовое управление заказами) в сфере электронной коммерции приводит к активизации онлайн-покупок, и увеличению объема заказов.

Претерпевают изменения и способы оплаты онлайн транзакций.

Так, появление криптовалюты способно в раз увеличить объемы продаж в сфере B2B.

Фактором, ограничивающим развитие международной электронной коммерции является хакерство, связанное с утерей персональных данных пользователей онлайн платформ.

Библиографический список

1. Maltseva A., Monakhov I., Veselov I., Gridchina A., Aleksakhina Y., Gorshkova E. Determination of degree of the influence of the regional scientific environment on the performance of scientific organizations. *Regional Science Inquiry*. 2019. V. 11. № 2. P. 105-120.
2. Smolentsev V.M., Ksenofontov A.A., Gridchina A.V., Nekrasova E.G., Skvortsov I.P., Mineeva V.M. Process approach to management -the concept of enhancing efficiency of company's economic activity. *International Journal of Applied Business and Economic Research*. 2017. V. 15. № 13. P. 111-121.
3. Fedotova G.V., Ushamirskaya G.F., Sigidov Y.I., Kuzmina T.I., Mandrik N.V. Industry 4.0 as a new vector of growth and development of the knowledge economy. *Advances in Intelligent Systems and Computing*. 2020. V. 1100 AISC. P. 88-97.
4. Suglov A. E., Kuzmina T. I., Bessonova E. A., Bank S. V., Nabiyeva A.R. Economic security strategy for managing and supporting businesses in the context of the COVID-19 pandemic. *Academy of Strategic Management Journal*. 2021. V. 20 (6). P.1-8.
5. Kuzmina T.I. Vietnam e-commerce potential and prospects / *Proceedings of the International Conference "Process Management and Scientific Developments"* (Birmingham, United Kingdom, October 13, 2021). 2021. Part 1. P. 8-14.
6. Osipova P.A., Kuzmina T.I. Strategies of new innovative companies. *Proceedings of the International Conference "Process Management and Scientific Developments"* (Birmingham, United Kingdom, July 21, 2021). 2021. Part 1. P. 23-30.
7. Kulachinskaya A., Lomakin N., Maramygi, M., Kuzmina T. Artificial neural network model for managing bank capital. *International Scientific Conference on Innovations in Digital Economy/SPBPU IDE '20: Proceedings of the 2nd International Scientific Conference on Innovations in Digital Economy: SPBPU IDE-2020 October*. 2020. № 1 P. 1–8.
8. Statista – In-depth: B2B e-Commerce 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/study/44442/statista-report-b2b-e-commerce/> (дата обращения: 15.12.2021).
9. Shopify Plus – Global Ecommerce Statistics and Trends to Launch Your Business Beyond Borders. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics#1> (дата обращения: 15.12.2021).