

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ И В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. В. Рогова, С. В. Савенко, БГЭУ (Минск)

Аннотация: В данном исследовании представлена информация о состоянии глобального рынка электронной торговли, перечислены тенденции его развития. Также проанализирован белорусский рынок электронной торговли, в том числе под влиянием COVID-19.

Ключевые слова: электронная торговля, рынок электронной торговли, онлайн-торговля.

Бурное развитие современных технологий обусловило формирование и развитие цифровой экономики. Мировая торговля также перешла на новый уровень: глобальная электронная торговля постепенно увеличивает свои позиции на мировой арене. Рассмотрим состояние и тенденции развития e-commerce в мире и в Республике Беларусь. Целью работы является исследование глобального рынка электронной торговли и Республики Беларусь и выявление перспектив его развития. В ходе исследования были поставлены следующие задачи: изучить глобальный рынок электронной торговли; определить тенденции и ограничения развития глобального рынка электронной торговли; оценить состояние современного рынка электронной торговли в Республике Беларусь; составить перспективы развития рынка электронной торговли в Республике Беларусь.

eMarketer проводит ежегодную оценку изменения показателей e-commerce на предстоящий год. Общий прогноз характеризуется медленным снижением объемов электронной торговли (рост составляет: 2017 6,2 %, 2019 4,5 %, 2020 4,1 %), объясняемым пропорциональным снижением ВВП в странах (рисунок 1). Однако, доля e-commerce в общем объеме торговли неуклонно растет, достигнув 16,1 % в 2020. Регионом-лидеров по-прежнему остается Азиатско-Тихоокеанский (рост 25,0 % 2019) (рисунок 2), далее с равными долями роста (21,3 %) идет Латинская Америка и Ближний Восток. В 2019 году мировым рынком e-commerce стал Китай (объем продаж: 1,935 трлн долл. США, в 3 раза больше, чем у США). Китай занимает 54,7 % мирового рынка e-commerce (почти вдвое больше, чем у следующих пяти стран-лидеров вместе). Основными ограничениями, препятствующими развитию электронной торговли в мировом масштабе, является неэффективность логистики, недостатки в инфраструктуре поддержки платежей, необходимость разработки адаптивных приложений [1].

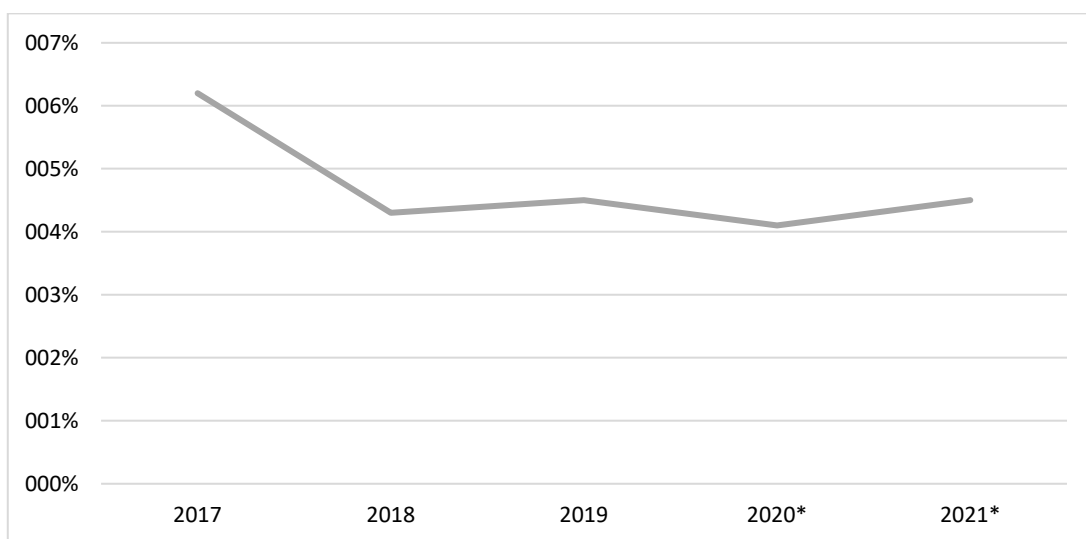


Рис. 1 Доля электронной торговли в общем объеме торговли

Примечание: Источник [1].

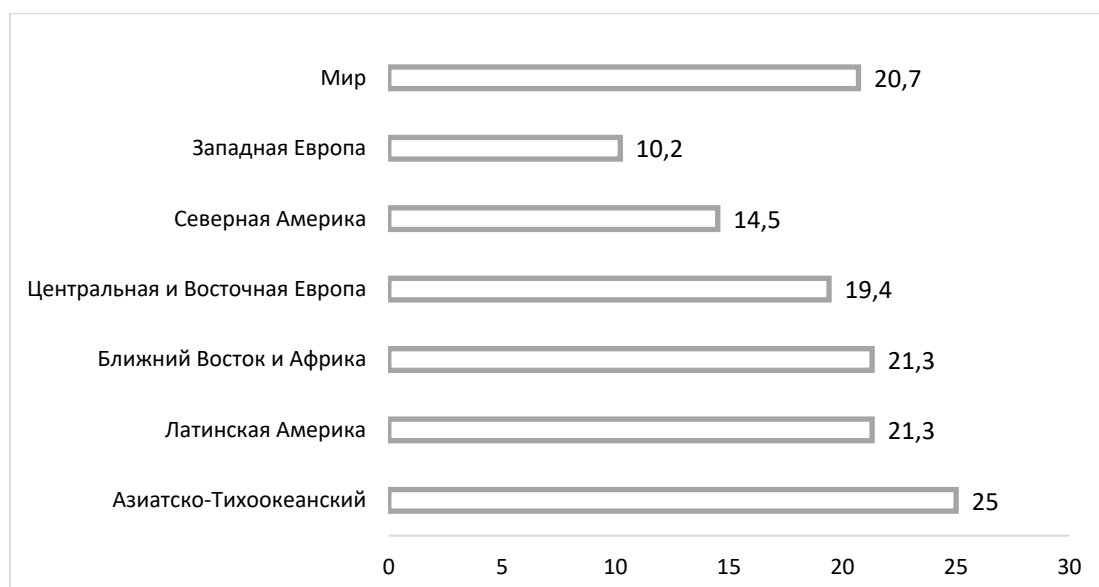


Рис. 2 Доля электронной торговли по регионам (в %)

Примечание: Источник [1].

В 2019 году 14,1 % всех покупок были совершены через интернет, а значит каждые 14 из 100 долларов были потрачены на интернет-покупки. По оценкам, к 2023 году общий объем розничных продаж превысит 6,5 трлн долл. США, причем более одного из каждых пяти долларов (22 %) будет тратиться через Интернет.

Основными особенностями современного рынка электронной торговли являются [2]:

- замедление объемов продаж с одновременным увеличением доли в общем объеме торговли;
- увеличение количества продаж, осуществляемых напрямую потребителям под собственной торговой маркой (direct to consumer) без розничных посредников;
- осуществление e-commerce в большей степени через мобильные устройства, нежели РС (трансформация в m-commerce). Ожидается, что в 2021 году 53,9 % покупок e-commerce будет осуществляться через мобильные устройства;
- повышение производительности за счет автоматизации работы. Стремление компаний упростить бизнес-процессы и сделать их более эффективными воплотилось в выделении их определенных стадий, которые могут быть выполнены автоматизировано (быстрая доставка);
- изменение соотношения рекламы online и offline. Несмотря на то, что в 2020 году общие расходы на рекламу к концу года снизятся на 20 %, расходы на цифровую рекламу увеличатся на 13 %. Падение затрат на привлечение клиентов, вызванное пандемией, длилось недолго. Расходы на рекламу Facebook выросли и почти достигли значений максимумов до пандемии. В конце 2020 года платный поиск вырос на 17 %, а платная социальная реклама – на 24 % [3].

Анализ современного белорусского рынка электронной торговли показал, что потребители также используют в большинстве мобильных устройств при заказе online (66 % мобильные устройства, 34 % компьютер) (рисунок 3); чаще всего online покупается техника и электроника, одежда, обувь и аксессуары, косметика и парфюмерия, доставка готовой еды и товары для детей (обусловлено тем, что большинство компаний делают скидки на товары, если их покупают online). Останавливает покупателей от заказа online в первую очередь невозможность увидеть товар в живую, а соответственно и оценить его качество (брак, подделка и т. д.); существует проблема либо несоответствия технических характеристик продукта, либо вообще их отсутствие (неполная характеристика) [4].

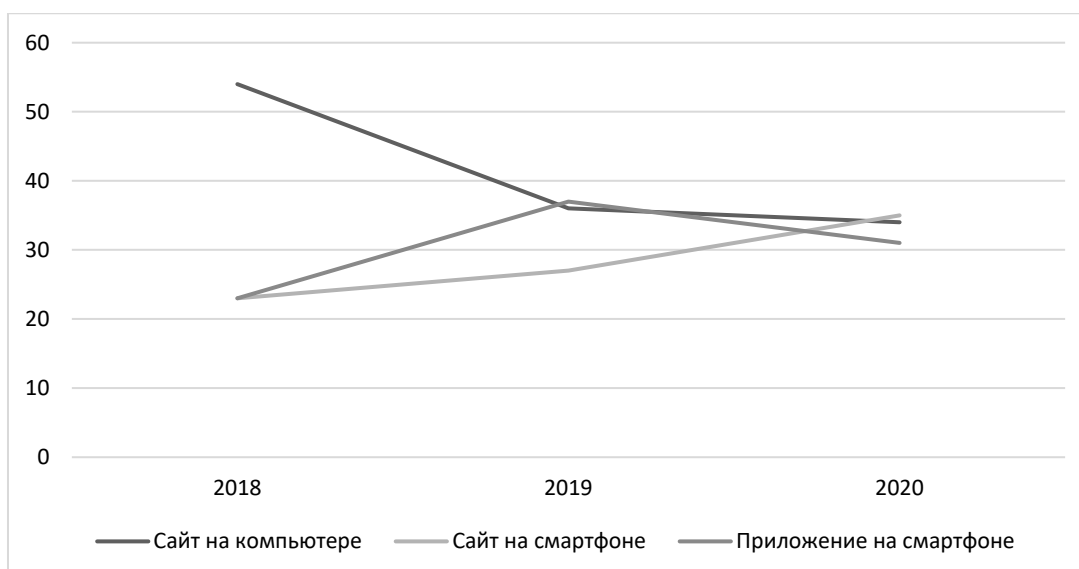


Рис. 3 Варианты доступа к интернет-сайтам
Примечание – Источник [4].

Ввиду того, что в 2018 году по сравнению с 2017 средний чек покупки online снизился на 8 рублей (2017 – 58 руб., 2018 – 50 руб.), то можно сделать вывод, что платежеспособность граждан падает, а значит они будут склонны искать более выгодные условия покупок. На данном этапе развитие электронной коммерции в Беларуси тормозит ряд факторов: несовершенная государственная система управления процессами информатизации и развитием рынка телекоммуникационных услуг; слабая координация усилий в сфере информатизации; цифровое неравенство между различными социальными группами населения, медленное создание нормативно-правовой базы для предоставления электронных государственных услуг; недостаточный уровень компьютерной грамотности в целом. Главным ограничивающим фактором является недостаточное привлечение инвестиций в развитие телекоммуникационной инфраструктуры. В рамках работы были рассчитаны два показателя (объем e-commerce на душу населения и удельный вес электронных покупок в среднедушевом доходе), на основании которых сделаны выводы: в среднем белорусы стали больше покупать на интернет-площадках— доверие к e-commerce возросло; несмотря на рост номинальных доходов населения, доля интернет-покупок сокращается, т.к. падают реальные доходы населения [5].

Для более детального анализа рынка электронной торговли были рассчитаны два показателя и сделаны выводы. С помощью показателя оборот e-commerce на душу населения сделан вывод, что в среднем белорусы стали больше покупать на интернет-площадках, а значит, доверие к e-commerce возросло (2017 – 113,9 руб. / чел., 2018 – 142,7 руб. / чел.). Показатель удельный вес электронных покупок в среднедушевом доходе населения проиллюстрировал, что несмотря на рост номинальных доходов населения, доля интернет-покупок сокращается, т.к. падают реальные доходы населения (2017 – 0,1, 2018 – 0,078) [6].

В рамках 2020 года еще необходимо рассмотреть влияние COVID-19 на отношение населения к электронной торговле. Согласно исследованию, проведенному Ассоциацией предприятий онлайн-торговли, количество заказов в интернет-магазинах резко увеличивается именно после существенного роста выявленных случаев заражения COVID-19. Также за 2020 год изменилась доля безналичных расчетов, особенно в период наибольшего всплеска COVID-19 (рисунок 4). Так в апреле и мае показатель составил 71,0 %. На основании этого АПОТ прогнозирует рост онлайн-покупок к концу 2020 года до 6,5–7 % (рисунок 5) [7].

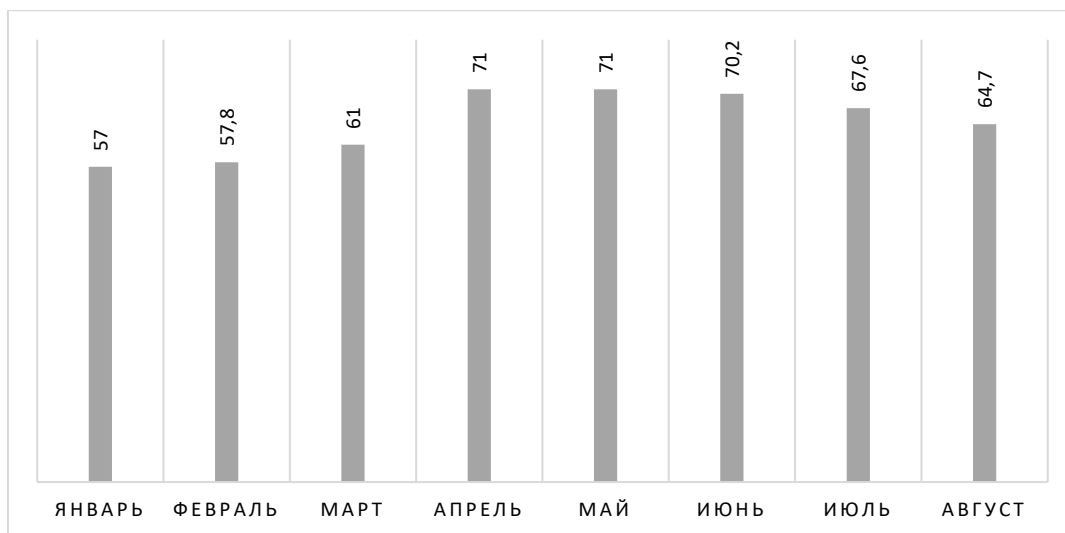


Рис. 4. Динамика изменения дол безналичных расчетов (в %)
Примечание: Источник [5].



Рис. 5. Количество интернет-магазинов и владельцев интернет-магазинов
Примечание: Источник [7].

Таким образом, на сегодняшний день можно не только отметить заинтересованность населения в использовании е-commerce и стремлении развития малого и среднего бизнеса в данной сфере, но и выявить недостаточную законодательную базу в вопросе. Поэтому, касательно Республики Беларусь, хотелось бы обратить внимание на те успехи, которые уже были достигнуты, и отметить перспективность использования Интернета для улучшения экономической составляющей страны.

Анотація: У даному дослідженні представлена інформація про стан глобального ринку електронної торгівлі, перераховані тенденції його розвитку. Також проаналізовано білоруський ринок електронної торгівлі, в тому числі під впливом COVID-19.

Ключові слова: електронна торгівля, ринок електронної торгівлі, онлайн-торгівля.

Abstract: This study provides information on the state of the global e-commerce market, lists its development trends. The Belarusian e-commerce market was also analyzed, including under the influence of COVID-19.

Key words: e-commerce, e-commerce market, online commerce.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Состояние глобальной электронной торговли. URL: <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019> (Дата доступа: 12.04.2021).
2. Основные тенденции глобальной электронной торговли. URL: <https://10ecommercetrends.com/> (Дата доступа: 12.04.2021).
3. Перспективы развития глобальной электронной торговли. URL: <https://www.shopify.com/enterprise/the-future-of-ecommerce/> (Дата доступа: 10.04.2021).
4. Состояние рынка электронной торговли Республики Беларусь. URL: <https://belretail.by/news/chto-proizoshlo-na-ryinke-e-commerce-belarusi-v-godu-issledovanie-e-data> (Дата доступа: 11.04.2021).
5. Исследование белорусского рынка электронной торговли. URL: <https://e-data.by> (Дата доступа: 09.04.2021).
6. Лузин Д. А., Шевелёва Н. П., Никонова А. С., Курушина Е. В. Показатели эффективности электронной торговли. УЭКС. 2017. № 1 (95).
7. Ассоциация предприятий онлайн-торговли. URL: <http://apot.by/apot-potrebiteli-chetko-reagiruyut-na-aktivnost-rasprostraneniya-koronavirusa/> (Дата доступа: 10.04.2021).