

## Развитие электронной торговли в странах БРИКС

© 2017 Гусарова Светлана Анатольевна  
кандидат экономических наук, доцент  
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова  
117997, г. Москва, Стремянный пер., д. 36  
E-mail: s-gusarova@mail.ru

Актуальность исследования связана с тем, что важным драйвером роста экономик развивающихся стран, в том числе стран БРИКС, выступает развитие электронной торговли. Данная проблема является важной, но еще недостаточно изученной. Выявлены преимущества и узкие места, а также определены основные направления развития электронной торговли в странах БРИКС.

*Ключевые слова:* страны БРИКС, электронная торговля, бизнес-модели B2B, B2C.

### Введение

Глобализация цифровой экономики в корне меняет взаимоотношения между странами. В будущем электронная торговля может стать одним из важнейших направлений взаимовыгодного сотрудничества стран БРИКС, способствующего дальнейшему росту их национальных экономик.

В 2017 г. министры стран БРИКС приняли “Инициативу стран БРИКС о сотрудничестве в сфере электронной коммерции” (BRICS E-commerce Cooperation Initiative)<sup>1</sup>.

Электронная торговля важна для всех стран БРИКС. Практически все объемы государственных закупок осуществляются в электронном виде на основе внедрения бизнес-модели “правительство - бизнесу” (G2B - Government to Business). По данным экспертов “Глобал Рус Трейд”, в течение 5 лет ожидается увеличение объема электронной торговли странами БРИКС в 3 раза.

Страны БРИКС для развития электронной торговли внедряют в основном следующие бизнес-модели: “бизнес - для бизнеса” (B2B - Business to Business); “бизнес - для потребителя” (B2C - Business to Customer); “потребитель - для потребителя” (C2C - Customer to Customer); “правительство - бизнесу” (G2B - Government to Business); “бизнес - правительству” (B2G - Business to Government).

### Китай

Крупнейшей китайской компанией, занимающейся онлайн-продажами, является “Алибаба Групп” (Alibaba Group)<sup>2</sup>, основанная в 1999 г. “Алибаба” находится на ведущем месте в мире в сфере электронной торговли, предоставляет своим клиентам бизнес-модели B2B (“бизнес - для бизнеса”), B2C (“бизнес - для потребителя”). На

платформе “Алибаба” покупают товары более 65 млн зарегистрированных пользователей из 240 стран и регионов мира. По объему продажи товаров через Интернет “Алибаба” обогнала американские компании (Amazon, eBay). Кроме электронных продаж, компания оказывает услуги поисковой системы, сервиса облачных вычислений данных, электронных платежей. На долю компании приходится 63 % электронной торговли Китая.

В 2012 г. “Алибаба” вышла на российский рынок (по партнерскому соглашению с платежной системой Qiwi). В 2013 г. клиенты компании получили возможность оплачивать товары онлайн через систему “Вэб Мани” (Web Money Transfer), а в 2014 г. - “Яндекс.Деньги”. В 2014 г. компания после проведения первичного публичного размещения своих акций (IPO - Initial Public Offering) на Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE - New-York Stock Exchange) привлекла 25 млрд долл.

Среди китайских компаний, работающих в Интернете по бизнес-модели B2C (“бизнес - для потребителя”), можно выделить “Джингдонг” (JD.com Inc. - Jingdong Mall), в 2016 г. компания заняла 5-е место в мире среди компаний в сфере электронной торговли<sup>3</sup>. Для глобальной экспансии в 2015 г. компания запустила свой сайт на русском языке.

### Россия

Компания “Глобал Рус Трейд” (Global Rus Trade)<sup>4</sup> является ведущей российской платформой трансграничной электронной коммерции в несырьевом секторе, действующей на основе бизнес-модели B2B (“бизнес - для бизнеса”). Цель компании “Глобал Рус Трейд” - способствовать увеличению товарооборота 16,5 тыс. экспорте-

ров продукции и осуществлять поддержку малых и средних предприятий в достижении высокого экспортного потенциала.

Компания “Глобал Рус Трейд” поддерживает малые и средние предприятия, экспортирующие в страны БРИКС, например, бифидобактерии, промышленное оборудование, строительные материалы, электрическое оборудование, фильтры для воды и другие товары.

В росте объемов торговли с Россией заинтересованы многие страны БРИКС. Например, Китай рассматривает торговлю с Россией, как важный трамплин для выхода на европейский рынок в соответствии с реализацией инициативы “Один пояс - один путь”. Около 90 % онлайн зарубежных покупок российских пользователей Интернета приходится на поставки продукции из Китая.

Крупнейшим интернет-магазином России стала компания “Улмарт” (Ulmart.ru), объем продаж которой составил 38,6 млрд руб. Компания, внедряя модель В2С (“бизнес - для потребителя”), продает онлайн смартфоны и гаджеты, компьютеры, телевизоры, фото- и видеокамеры, офисную технику, одежду и обувь и др.<sup>5</sup>

#### Бразилия

Ведущая бразильская компания на рынке электронной коммерции В2В (“бизнес - для бизнеса”) для нефтегазовой промышленности “ПетроКосм Корпорейшн” (PetroCosm Corporation) создала совместное предприятие с одной из крупнейших нефтяных компаний в Латинской Америке - “Петробрас” (Petrobras).

Корпорация “ПетроКосм” предоставляет компании “Петробрас” и ее латиноамериканским партнерам полностью интегрированный в Интернете набор решений для системы поставок, включая открытие Операционного интернет-центра в Рио-де-Жанейро.

Ведущей бразильской онлайн-компанией, работающей по бизнес-модели В2С (“бизнес - для потребителя”), является компания в сфере электронной торговли (B2W Digital), образованная в результате слияния компаний (Americas и Submarino - лидер в инновационных технологиях)<sup>6</sup>. На долю компании приходится около половины всего рынка онлайн-продаж в Бразилии. Компания работает в Бразилии, Аргентине, Мексике, Чили. В ее планах - организовать онлайн-торговлю в Индии, Китае, США, Уругвае.

#### Индия

За последние несколько лет на развитие электронной торговли в Индии было направлено бо-

лее 4 млрд долл., в том числе 1 млрд долл. вложила китайская компания “Алибаба”.

“ИндияМарт” (IndiaMart) является онлайн-площадкой, которая собирает и систематизирует информацию о товарах и услугах различных индийских компаний. Рост электронных продаж на этой площадке происходит за счет упрощения взаимоотношений между продавцами и покупателями. Покупатели получают возможность выбора различных видов товаров от разных производителей в одном месте. На своем веб-портале компания предоставляет бизнес-модели: В2В (“бизнес - для бизнеса”), В2С (“бизнес - для потребителя”), С2С (“потребитель - для потребителя”). Предоставляя мобильную платформу, “ИндияМарт” способствует развитию крупного, среднего и малого бизнеса. Компания “ИндияМарт” является второй в мире (после китайской компании “Алибаба”) площадкой В2В. В 2014 г. компания “ИндияМарт” запустила специальную электронную площадку Толексо (Toleho) для упрощения деятельности малых и средних предприятий.

В компании трудятся 3600 работников, с ней сотрудничают более 3 млн поставщиков, ее товары покупают в 200 странах мира. В развитие компании вкладывают деньги венчурные инвесторы (Intel Capital, Amadeus Capital, West Bridge Capital, Quona Capital)<sup>7</sup>.

“ИндияМарт”, понимая эффективность онлайн-платежей, в 2014 г. внедрила собственную устойчивую платежную платформу (pay.indiamart.com). Компания разработала для своих клиентов (более 3 млн продавцов и 35 млн зарегистрированных покупателей) программу защиты от риска неплатежей (для поставщиков) и от риска неполучения заказанных товаров или получения товаров ненадлежащего качества (для покупателей). Снижение рисков способствует развитию деятельности малых и средних предприятий, упрощению ведения ими бизнеса. Пилотный проект, предоставляющий возможность снижения рисков, был запущен компанией “ИндияМарт” (совместно с банком ICICI Bank) в январе 2017 г. Компания была удостоена в 2017 г. Глобальной премии саммита по мобильным приложениям в категории “бизнес”.

В Индии действуют более 50 млн малых и средних предприятий. Однако только 8 % компаний, относящихся к розничной торговле, открыли свои интернет-магазины. Причем 42 % этих компаний относятся к сектору быстро оборачиваемых потребительских товаров (FMCG - fast moving consumer goods), например, продающие продукты питания, сигареты, алкогольные

напитки, 16 % компаний являются ритейлерами в сфере моды, 12 % - реализуют бытовую технику и электронику.

#### Южно-Африканская Республика

ЮАР является одним из самых больших рынков электронной коммерции В2С (“бизнес - для потребителя”) в Африке.

Для развития электронной коммерции, предоставления более широкого ассортимента товаров и услуг некоторые крупные онлайн-продавцы страны объединили свои усилия (например, Takealot.com, Kalahari.com). Компания “Тейкэлот” (Takealot)<sup>8</sup> предлагает к продаже более 9 млн товаров, в том числе бытовую технику, товары для здоровья и красоты, бытовую химию, книги, игрушки, одежду и обувь и т.д. Компания “Калахари” (Kalahari) - один из крупнейших интернет-магазинов в ЮАР - продает в Интернете книги, фильмы, игры, электронику и т.д. Объединение этих компаний электронной торговли позволило им успешно конкурировать как с местными предприятиями розничной торговли, так и с иностранными компаниями электронной торговли (Amazon и Alibaba).

Розничная онлайн-торговля ЮАР занимает лишь 1,3 % всего розничного рынка страны. Для сравнения отметим, что в таких развитых странах, как Великобритания и США, доля розничного рынка электронной торговли составляет 14 %.

Рынок ЮАР бизнес-модели В2В (“бизнес - для бизнеса”) является быстрорастущим рынком, включает 149,2 тыс. зарегистрированных членов, предлагающих 34,1 тыс. товаров<sup>9</sup>.

Преимущества электронной торговли для стран БРИКС заключаются в следующем:

- создание новых рабочих мест;
- увеличение объемов трансграничной торговли и трансграничных платежей;
- возможность выхода на новые рынки сбыта;
- развитие прямого торгового сотрудничества без посредников;
- совершенствование отраслевой структуры торговли;
- увеличение объемов и темпов роста торговли;
- расширение сфер деятельности малых и средних предприятий на международном рынке;
- повышение уровня и эффективности торгового сотрудничества стран;
- снижение затрат на организацию торгового взаимодействия.

Основными барьерами осуществления международной электронной торговли между странами БРИКС являются:

- недостаточная информация о возможностях электронной торговли для развития бизнеса;
- отсутствие системы электронных платежей между иностранными юридическими лицами;
- слабое стимулирование электронной коммерции;
- низкое проникновение Интернета в сферу малого и среднего бизнеса в ряде стран БРИКС (например, в Бразилии и Индии);
- трудности с поиском надежного партнера;
- слабое доверие к поставщикам (осуществляющим поставку товаров) и покупателям (осуществляющим платеж за поставленный товар) в онлайн-торговле;
- языковые и культурные различия.

Для построения эффективной платформы электронной торговли стран БРИКС необходимы:

- создание единой концепции электронной торговли;
- интеграция рынков электронной торговли группы стран БРИКС;
- стандартизация правового, административного и технического регулирования в сфере электронной торговли (с целью обеспечения единого подхода);
- обеспечение условий для безбарьерного регулирования электронной торговли между странами группы;
- совместное обеспечение мер безопасности при обмене электронными документами, в том числе разработка мер и способов защиты персональных данных при электронной торговле;
- обеспечение между странами БРИКС доступности обмена данными и информацией о развитии электронной торговли;
- обмен опытом и технологиями в организации наиболее успешных проектов онлайн-торговли, популяризация наиболее эффективных электронных торговых площадок;
- разработка совместных технологий аутентификации трансграничных электронных сделок;
- разработка методов верификации продавцов;
- создание В2В платформ (“бизнес - для бизнеса”) для ведения бизнеса и партнерства с поставщиками, подрядчиками и дилерами и продавцами;
- создание дорожной карты в сфере развития электронной торговли между странами БРИКС;
- организация единой базы данных электронной торговли между странами БРИКС;
- создание базы надежных, проверенных поставщиков;

- разработка интернет-ресурса для малого и среднего бизнеса;
- создание логистических хабов (электронных портов) для проведения, облегчения и ускорения проведения таможенной очистки грузов;
- проведение конференций по вопросам развития международной электронной торговли между странами БРИКС.

Развитие электронной торговли будет стимулировать рост товарооборота между странами БРИКС, что скажется на развитии экономик этих стран.

---

<sup>1</sup> BRICS E-commerce Cooperation Initiative. BRICS, 2017. China. URL: [http://www.ranepa.ru/images/media/brics/china2016/BRICS%20E-commerce%20Cooperation%20Initiative\\_final%20\(2\).pdf](http://www.ranepa.ru/images/media/brics/china2016/BRICS%20E-commerce%20Cooperation%20Initiative_final%20(2).pdf).

<sup>2</sup> Alibaba Group. URL: <http://www.alibabagroup.com/en/about/overview>.

<sup>3</sup> Top-10 eCommerce Companies in the World 2017. URL: <http://www.mbaskool.com/fun-corner/top-brand-lists/17194-top-10-ecommerce-companies-in-the-world-2017.html?start=5>.

<sup>4</sup> Global Rus Trade. URL: <https://www.globalrustrade.com/ru/about>.

<sup>5</sup> Рейтинг ТОП-100 интернет-магазинов России 2016. *Ruward Data*. URL: <http://www.ruward.ru/ecommerce-index-2016>.

<sup>6</sup> B2W Digital. URL: <http://hotsites.b2wdigital.com/relatorioanual2016/english>.

<sup>7</sup> IndiaMart. URL: <https://corporate.indiamart.com/about-us>.

<sup>8</sup> Takealot. URL: <https://www.takealot.com>.

<sup>9</sup> New South Africa B2B Portal. *Foreign Trade Online*. URL: [https://www.foreign-trade.com/wholesale/New-South-African-B2B-Portal\\_43644.html](https://www.foreign-trade.com/wholesale/New-South-African-B2B-Portal_43644.html).

Поступила в редакцию 02.10.2017 г.