

УДК 330.142 DOI: 10.14451/1.222.48

Современное состояние мирового рынка электронной коммерции: оценка и тенденции развития

© 2023 Коржов Виталий Александрович

аспирант. Московский финансово-промышленный университет «Синергия». Россия, Москва.

E-mail: Vksngy@gmail.com

Ключевые слова: электронная коммерция, интернет-торговля, цифровизация, мировой рынок, электронная торговля, новые санкции.

Статья посвящена анализу современного состояния мирового и российского рынков электронной коммерции. Проведена оценка ключевых показателей развития рынка электронной коммерции. Показано, что мировой рынок развивается экстенсивно за счет увеличения доли пользователей сети Интернет. Российский рынок характеризуется интенсивным развитием, где драйвером выступает рост внутреннего спроса на фоне санкций и ограничения трансграничных платежей. Показано, что на динамику развития электронной коммерции в России влияют и общемировые тенденции, поэтому прогнозируется дальнейшее усиление роли маркетинга и рост стоимости рекламных компаний.

Рынок электронной коммерции представляет собой сферу экономической деятельности, связанную с реализацией товаров и услуг посредством сети Интернет. Анализ состояния мирового рынка электронной коммерции, а также оценка тенденций его развития является актуальным направлением исследования, поскольку влияние Интернета и цифровых технологий на потребительское поведение продолжает расти, а быстрый рост сегмента электронной торговли создает новые возможности для компаний, которые планируют использовать сеть Интернет для продажи своих товаров и услуг. В условиях новых санкций российский рынок данной отрасли претерпевает изменения, в связи с этим постоянный мониторинг и исследования рынка электронной коммерции выступают в качестве

инструмента управления конкурентоспособностью.

Таким образом, актуальность выбранной темы исследования обусловлена динамичными изменениями, происходящими на рынке электронной коммерции как в мире, так и в России. Новые санкции явились причиной структурных сдвигов в российской экономике, а также повлияли на изменение ее конъюнктуры. В связи с этим участникам рынка электронной коммерции необходимо выстраивать стратегии развития в соответствии с тенденциями развития мирового и российского рынков интернет-торговли.

Целью исследования является определение современного состояния мирового и российского рынков электронной коммерции, а также выяв-

ление ключевых факторов и тенденций развития. Для достижения цели автором используются методы анализа, систематизации, анализа данных, обобщения и аналогии. Источниками данных являются экспертно-аналитические материалы Statista, Spherical insights и Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ).

Исследователи В. В. Жукович и Е. Г. Шеина указывают на то, что цифровая трансформация затрагивает все сферы хозяйственной жизни, а также требует от участников экономических отношений гибкости и способности адаптироваться в постоянно изменяющихся условиях внешней среды. С точки зрения авторов, до пандемии COVID-19 рынок онлайн-торговли был недооценён, но в условиях вводимых ограничений он продемонстрировал высокие темпы роста [2]. Е. О. Дорохова, А. С. Орехов и О. А. Полищук показывают, что электронная торговля постепенно меняет как бизнес-процессы, так и бизнес-модели, предоставляя возможности и рыночные ниши малому бизнесу. Электронная торговля благодаря системам совершения международных онлайн-платежей расширяет географические границы, а благодаря высокому уровню проникновения сети Интернет повышает доступность различных товаров для конечного потребителя [1].

Согласно подходу В. С. Рутковской, сегмент интернет-торговли может оказать значительное влияние на развитие экономик современных стран [5]. В связи с этим анализ динамики показателей рынка электронной коммерции является значимым как на уровне отдельных хозяйствующих субъектов, так и на государственном уровне, поскольку динамика данного рынка может повлиять на ключевые макроэкономические показатели.

Рынок электронной коммерции в настоящее время активно развивается и характеризуется высокими темпами роста. Согласно данным Statista, в 2021 году объем розничных продаж электронной коммерции во всем мире составил 5,211 трлн долларов, а в 2022 году объем рынка увеличился до 5,717 трлн долларов. В 2023 году

ожидается, что объем рынка электронной коммерции составит 6,31 трлн долларов, при этом на web-ресурсы будет приходиться 22,3% от общего объема мировых розничных продаж. За период с 2014 по 2022 годы объем рынка увеличился более чем в 4 раза. Прогнозируется, что розничные продажи в электронной коммерции увеличатся еще в 1,5 раза к 2026 году и составят 8,148 трлн долларов (рис. 1).

Согласно аналитикам Spherical insights, ключевыми факторами, влияющими на рост мирового рынка интернет-коммерции, являются повышение доступности цифровой инфраструктуры и услуг информационно-коммуникационных технологий [8]. Иными словами, на рост сегмента электронной торговли влияют увеличение числа интернет-пользователей, распространение мобильных устройств, доступность систем совершения онлайн платежей и т. д.

На рис. 2 представлен трендовый анализ изменения доли интернет-пользователей в мире. Полученная модель описывается уравнением (1):

$$Y = 0,0369x + 0,3249. \quad (1)$$

В модели Y представляет долю пользователей Интернет (в % от населения), а x – номер периода, где $x = 1$ соответствует 2014 году. R^2 представляет собой величину достоверности. Полученное значение $R^2=0,9886$ означает, что линейный тренд объясняет 98,86% изменений доли населения, использующих сеть Интернет. Согласно представленным прогнозным данным, доля пользователей Интернет растет линейно, и к 2026 году выход в сеть будет доступна для 80,46% населения мира.

Таким образом, описанная выше положительная динамика мирового рынка электронной коммерции связана по большей части с именно экстенсивным ростом: повышение доступности информационно-коммуникационных технологий выступает ключевым драйвером роста рынка электронной коммерции. Согласно данным аналитического отчета Spherical Insights, лидером на мировом рынке электронной коммерции яв-

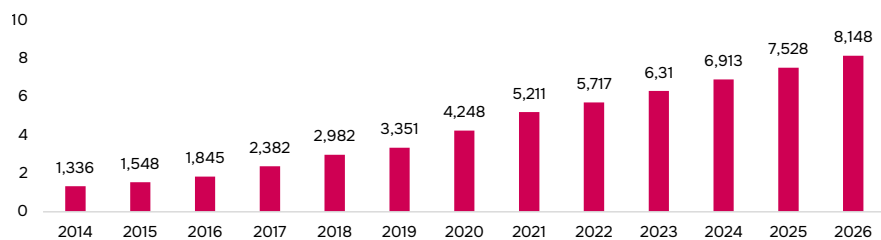


Рис. 1. Розничные продажи электронной коммерции по всему миру с учетом прогноза на 2023–2026 гг., трлн долл. [9]

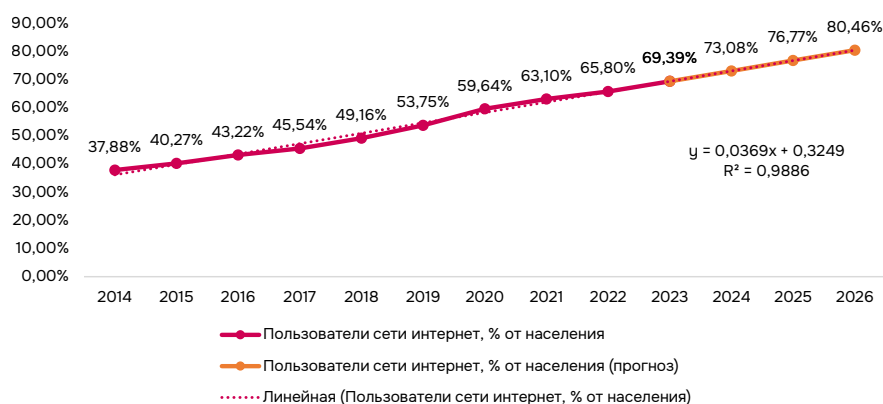


Рис. 2. Доля интернет-пользователей в мире, % [10].

ляется Китай: на его долю приходится 46,3% всех розничных продаж через Интернет по всему миру, а также в Китае сконцентрированы более 39% цифровых покупателей [8]. Также необходимо отметить, что рынок электронной коммерции развивается неравномерно по всему миру. Северная Америка, Азия и Европа являются ведущими регионами; в экономиках Китая, Индии и Бразилии сектор электронной торговли интенсивно развивается, характеризуясь темпами роста, превышающими мировые.

Как отмечают современные исследователи, рост рынка электронной коммерции сопровождается увеличением конкуренции в связи с популяризацией онлайн-торговли как канала продаж, так и отсутствием рыночных барьеров выхода продавцов на данный рынок [3]. В основе конкурентных преимуществ может быть в основе: цена товара, а также неценовые факторы, такие как качественные характеристики продукта, широта ассортимента, удобство использования цифровой платформы и т.д., однако ключевую роль в данном сегменте играет интернет-реклама.

Поскольку в онлайн-пространстве цифровые покупатели имеют доступ к широкому ассортименту товаров и услуг, именно реклама позволяет компаниям привлечь внимание потенциальных клиентов и увеличивать объемы продаж. Согласно данным Statista, расходы на цифровую рекламу во всем мире составили 522,5 млрд долл. в 2021 году, а в 2022 году бюджеты увеличились до 567,49 млрд долл. (рис. 3). Доля сегмента интернет-рекламы является очень высокой и по данным на конец 2022 года составляет 70%. Согласно прогнозам портала Statista, за период с 2023 по 2026 гг. расходы на интернет-рекламу увеличатся в 1,5 раза и составят 835,82 млрд долл. [7]

Одним из основных видов рекламы на рынке электронной коммерции является контекстная реклама, которая отображается в соответствии с предыдущими запросами пользователей в поисковых системах или на платформах электронной коммерции. Также продавцами интенсивно используется реклама, которая показывается на социальных платформах с учетом интересов, поведения и характеристик пользователей.

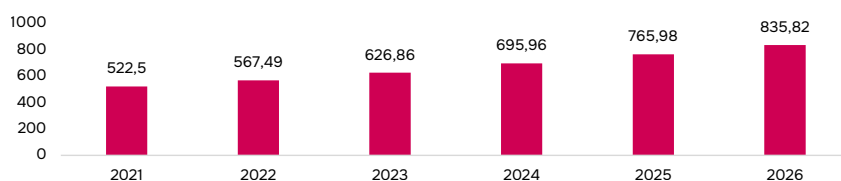


Рис. 3. Мировые расходы на цифровую рекламу, млрд долл. [7]

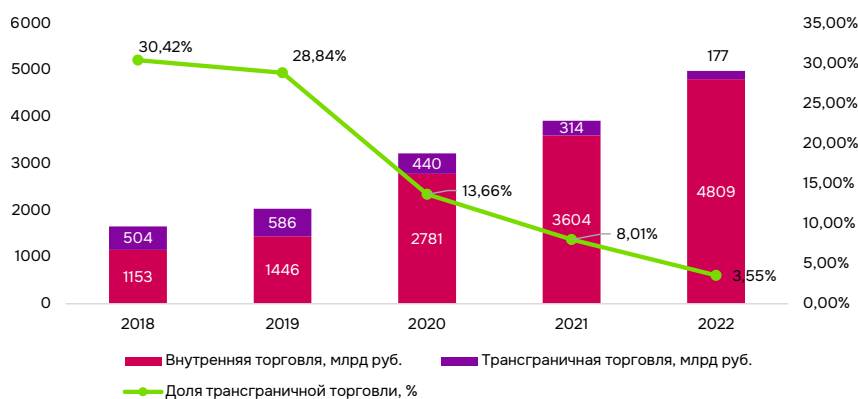


Рис. 4. Розничные продажи электронной коммерции в России за 2018–2022 гг. [6]

При этом, согласно данным Statista, мировой рынок интернет-рекламы является консолидированным. Так, 50% рынка приходится на две компании: Google и Facebook (признана экстремистской организацией в РФ). Google размещает рекламные объявления в поисковой системе Google и платформе YouTube, доля Google на глобальном рынке цифровой рекламы оценивается в 27%. Facebook размещает рекламу на одноименной социальной платформе, а также в Instagram (признана экстремистской организацией в РФ) и WhatsApp. Доля Facebook на глобальном рынке цифровой рекламы составляет около 20% [7].

Консолидация на рынке интернет-рекламы также может привести к негативным последствиям, к которым относится рост цен на размещение рекламных объявлений. Данный тренд может оказать влияние как на продавцов, выступающих в роли рекламодателей, так и на их потребителей, то есть цифровых покупателей. Рост цен на рекламу приводит к увеличению затрат на рекламу и снижению эффективности маркетинговых кампаний, особенно для малых и средних компаний. Крупные компании, которые могут

иметь большие бюджеты на рекламу, получают конкурентные преимущества и смогут успешно удерживать лидирующие позиции. Для потребителей некоторые товары или услуги могут стать дороже. Однако рост цен на интернет-рекламу также может привести к тому, что качество рекламы улучшится. В целях оптимизации затрат продавцы станут более тщательно выбирать каналы продаж, точно таргетировать аудиторию и повышать качество рекламных компаний за счет использования современных цифровых технологий.

Таким образом, тенденциями развития мирового рынка электронной коммерции являются следующие:

1. Экстенсивный рост за счет расширения доступа населения к информационно-коммуникационным технологиям, а также распространения систем онлайн-платежей.
2. Усиление конкуренции за счет выхода на рынок новых продавцов, расширение границ и выход компаний на глобальный рынок.
3. Повышение роли маркетинга и рекламы в обеспечении каналов продаж. В частности,

усиление влияния социальной коммерции в обеспечении стабильного потока продаж;

4. Интенсивное использование цифровых технологий с целью оптимизации затрат, в том числе расходов на реализацию рекламных кампаний, в частности, использование технологий искусственного интеллекта.

Обсуждая российский рынок интернет-торговли, необходимо отметить, что он является динамично развивающимся и характеризуется высоким потенциалом [3; 4]. Рост рынка электронной торговли в России происходит за счет расширения доступа к Интернет-технологиям и цифровым устройствам, а также благодаря изменениям в потребительских предпочтениях: пандемия COVID-19 продемонстрировала преимущества онлайн-шопинга и послужила развитию ряда сегментов онлайн-торговли, например, доставки продуктов питания.

Потенциальные возможности для российских интернет-ритейлеров создают новые условия, связанные с уходом ряда иностранных брендов и сокращения доли трансграничной торговли. Согласно данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), в 2022 году доля трансграничной торговли составила 4%, что в 2 раза меньше аналогичного показателя 2021 года. При этом в 2014 году доля трансграничной торговли была существенно выше и составляла 30% (рис. 4) [6]. Сокращение объемов трансграничной торговли обусловлено влиянием следующего ряда факторов:

1. Рынок электронной коммерции в России покинули крупные трансграничные интернет-магазины, такие как ASOS, iHerb, Amazon и др., на которые приходилась существенная часть трансграничного товарооборота.
2. После ухода с российского рынка зарубежных логистических компаний сроки международных доставок существенно увеличились.
3. Ограничения на совершения трансграничных платежей не позволяют большей части российских цифровых покупателей совершать покупки в зарубежных интернет-магазинах.

Однако анализ данных, представленных на рис. 4, показывает, что несмотря на сокращение объемов трансграничной торговли, объем рынка электронной коммерции в России растет. Драйвером роста рынка, безусловно, выступает рост внутреннего спроса.

Подводя итоги, можно заключить, что для российского рынка интернет-торговли в условиях новых санкций характерны следующие тенденции:

1. Рост внутреннего спроса. Товары, которые до введения новых санкций приобретались в зарубежных интернет-магазинах, в настоящее время приобретаются на российском рынке электронной коммерции.
2. Усиление конкуренции среди продавцов. Поставщики крупных брендов, ушедшие с российского рынка, выходят со своей продукцией на маркетплейсы. Например, поставщики Ikea выходят на маркетплейсы, предлагая товары, аналогичные ассортименту шведской компании.
3. Повышение качества услуг. Конкурентная среда стимулирует продавцов на рынке электронной коммерции к разработке новых инновационных решений, повышению качества товаров и услуг, а также к предложению более привлекательных цен и условий для покупателей.
4. Развитие региональных рынков. Санкции способствуют развитию электронных платформ и интернет-магазинов, которые предлагают товары и услуги, в том числе в регионах России.

Оценка мирового рынка электронной коммерции показала, что после бума, вызванного пандемией COVID-19, темы роста замедлились, а конкуренция в сегменте онлайн-торговли увеличилась. Ключевыми факторами конкурентоспособности на мировом рынке интернет-торговли являются: маркетинг и использование современных технологий, таких как искусственный интеллект для сегментирования аудитории, прогнозирования объемов спроса и т. д. Проведенный анализ показал, что российский рынок элек-

тронной коммерции в условиях новых санкций интенсивно растет за счет повышения внутреннего спроса. Также на основании исследования можно заключить, что ключевыми тенденциями развития рынка являются: усиление конкуренции, развитие региональных рынков электронной торговли, а также повышение качества предлагаемых товаров и услуг.

На динамику развития рынка в России влияют

и мировые тенденции. Можно ожидать дальнейшего усиления роли маркетинга и социальной коммерции, а также рост стоимости размещения рекламных компаний. В целях оптимизации затрат на маркетинговые мероприятия российским участникам рынка интернет-торговли целесообразно применять современные цифровые инструменты такие как искусственный интеллект.

Библиографический список

1. Дорохова Е. О., Орехов А. С., Полищук О. А. Развитие рынка электронной коммерции в России и в мире // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития: сборник научных статей 12-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Курск, 30 декабря 2022 года. Том 1. — Курск : Юго-Западный государственный университет, 2022. — С. 224–228.
2. Жукович В. В., Шеина Е. В. Рынок электронной коммерции как новый инструмент бизнеса в период трансформации экономических отношений // Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития : Материалы V Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 12 мая 2022 года. — Екатеринбург : Уральский государственный экономический университет, 2022. — С. 54–58.
3. Костин К. Б., Березовская А. А. Современное состояние и перспективы развития мирового электронного бизнеса // Российское предпринимательство. — 2017. — 24(18). — С. 4071–4086.
4. Регент Т. М., Глинкина О. В. Рынки электронной коммерции США, России, Китая: перспективы и тренды // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. — 2023. — № 1. — С. 8–14.
5. Рутковская В. С. Цифровая трансформация мировой экономики: регулирование электронной коммерции в рамках Всеобъемлющего и прогрессивного соглашения о Транстихоокеанском партнерстве // Вопросы инновационной экономики. — 2022. — Т. 12, № 4. — С. 2021–2034.
6. Рынок интернет-торговли в России. — URL: <https://www.akit.ru/analytics/analyt-data> (дата обр. 11.05.2023).
7. Digital advertising spending worldwide. — URL: <https://www.statista.com/statistics/237974/online-advertising-spending-worldwide/> (visited on 05/04/2023).
8. Global International E-commerce Market: Analysis and Forecast. — URL: <https://www.sphericalinsights.com/reports/international-e-commerce-market> (visited on 05/12/2023).
9. Retail e-commerce sales worldwide. — URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/#statisticContainer> (visited on 05/11/2023).
10. World Development Indicators. — URL: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> (visited on 05/13/2023).