

УДК 33

Тренды и перспективы развития электронной торговли в мировой экономике

Подольская Татьяна Валентиновна

Кандидат экономических наук, доцент,
Южно-Российский институт управления,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы,
344002, Российская Федерация, Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54;
e-mail: podolskaya-tv@ranepa.ru

Налбандян Рафик Артемович

Аспирант,
Южно-Российский институт управления,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы,
344002, Российская Федерация, Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54;
e-mail: malbandyan-22@edu.ranepa.ru

Аннотация

В статье рассмотрены ключевые тенденции развития электронной торговли в современных условиях инфляционного давления на мировую экономику. Показана динамика функционирования международного рынка электронной торговли в постковидный период и влияние комплекса факторов развития цифровой экономики на данную сферу. Выделены такие тренды современного этапа развития электронной торговли как востребованность лоукост-моделей товаров, переход на стратегию CDP, персонализация продаж и индивидуализация рекомендаций покупателям на основе истории покупок и поведения на электронной торговой площадке, использование технологий дополненной и смешанной реальности при электронном продвижении, рост объемов голосовой электронной коммерции в определенных сегментах электронной торговли. Обозначены перспективы развития электронной торговли и влияние данной сферы на экономику различных групп государств. Рост электронной торговли сдерживается во многих развивающихся странах в силу наличия целого ряда барьеров в области инфраструктуры, финансов и управления. Страны, преодолевающие эти барьеры и создающие благоприятных условий для электронной торговли, получают возможность использовать свои потенциальные преимущества и укреплять свои позиции на мировом рынке. Одновременно те государства, которые не предпринимают ни какие шаги по созданию условий для развития и учета обозначенных трендов электронной торговли, рискуют упустить не только возможности динамичного экономического роста в своих юрисдикциях, но и утратить потенциал повышения конкурентоспособности в мирохозяйственной системе.

Для цитирования в научных исследованиях

Подольская Т.В., Налбандян Р.А. Тренды и перспективы развития электронной торговли в мировой экономике // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 5А. С. 291-297.

Ключевые слова

Электронная торговля, мировая экономика, Индустрия 4.0, цифровая экономика, дополненная реальность, голосовая электронная коммерция, лоукост-модели.

Введение

Постковидный период развития мировой экономики характеризуется сохранением тренда на рост электронной торговли. Несмотря на то, что актуальность дистанцирования, которое было очень значимо в период сложной эпидемиологической обстановки пандемии COVID-19, снизилась, тем не менее, простота и легкость покупок в Интернете в любое время суток продолжают содействовать росту объемов электронной торговли. Дополнительным катализатором развития электронной торговли в мировой экономике в настоящее время выступают инфляционные процессы. Так общий уровень инфляции в мировой экономике по прогнозу МВФ на конец 2023 года оставит 6,8%. Согласно данным проведенного Всемирным экономическим форумом исследования, главной проблемой уже в 2022 году для 40% покупателей по всему миру стала инфляция (выше бедности (31%) и коронавируса (12%)) [Inflation becomes..., 2022]. При этом в 82% стран в 2024 году общая инфляция будет выше допандемийных значений, что будет способствовать сохранению влияния инфляционного фактора на потребительское поведение [World Economic Outlook Update, 2023].

Снижение уровня реальных доходов потребителей приводит к росту спроса на товары и услуги в Интернете, где цены ниже благодаря оптимизации затрат посредством электронной торговли. На фоне высоких инфляционных ожиданий повышается популярность лоукост-моделей товаров, которые сохраняют свои ключевые функции при снижении себестоимости продукта за счет упрощения дизайна, сокращения расходов на маркетинговое продвижение, хранение и логистику.

Основная часть

Развитие цифровой экономики и увеличение объемов электронной торговли обусловлен четырьмя ключевыми факторами: ускорением темпов цифровых инноваций; ростом пользователей сети Интернет; быстрым ростом сбора и передачи данных; появлением платформ, облегчающих внедрение инноваций [Сингх, 2021, 233-236]. Оценки размера цифровой экономики значительно разнятся, от 4,5% до 15,5% мирового ВВП из-за различий в определении и проблем адекватной оценки [COVID-19 and E-commerce, 2021].

Увеличение числа потребителей, обращающихся к цифровым услугам, побудило как поставщиков этих услуг, так и операторов связи увеличить пропускную способность своих сетей и предлагать пакеты данных и услуг по выгодным ценам или бесплатно. По состоянию на начало 2023 года 64,4% всего населения планеты имеют доступ в сеть Интернет, социальными сетями пользуется около 60%, используя при этом в большинстве своем платформы электронной коммерции [GlobalDigital, 2023]. В ряде стран произошло существенное

увеличение объемов розничной торговли через Интернет. Пятерка стран-лидеров по показателю роста продаж в сегменте электронной торговли включает: Филиппины (прирост в 2023 году составит 24,1%), Индия (22,3%), Индонезия (20,0%), Малайзия (18,0%), Таиланд (16,0%) (Global Retail Ecommerce Forecast, 2023). Абсолютным лидером по мировым продажам в сфере электронной коммерции по оценке Международной торговой ассоциации продолжает оставаться Китай, на долю которого приходится более 50% всех розничных продаж по всему миру и по итогу 2022 года общий объем онлайн-продаж превысил 3 трлн долларов [China – Country Commercial Guide, 2023].

Современные технологии четвертой промышленной революции оказывают определяющее воздействие на развитие электронной торговли, не только создавая удобства для покупателей, но и формируя возможности для локальных компаний выйти на неосвоенные международные рынки [Шапошникова, 2022, 181-186]. Динамичное развитие электронной торговли в период пандемии COVID-19 привело к тому, что стратегия привлечения новых потребителей начинает использоваться все реже. Компании стали считать, что данная стратегия – это долго и высокочестно. В результате на смену CRM (Customer Relationship Management, управление взаимоотношениями с клиентами) приходит CDP (Customer Data Platform, платформа клиентских данных). CRM система формирует карточку клиента, в рамках которой отображается каждое взаимодействие. Но ограничительным фактором для использования CRM систем является то, что они не позволяют осуществлять сбор большого массива данных из различных источников.

В свою очередь платформы CDP позволяют аккумулировать данные как из онлайн-каналов и точек продаж, расположенных офлайн, так и массив информации из баз данных. Дополнительно платформы CDP позволяют проводить анализ и информируют, когда и по какому рекламному каналу нужно дополнительно прокоммуницировать с клиентами, чтобы они не перестали быть пользователями компании. Это не является трудозатратным, тогда как для повторного привлечения клиента потребуются существенные затраты средств. Дополнительно индивидуализация рекомендаций и персонализация рекламы снижает количество посетителей электронной торговой площадки, уходящих из-за раздражающих неактуальных рекомендаций.

Возможности Индустрии 4.0 все больше вовлекаются в электронную торговлю. Учитывая, что для 71% покупателей персонализированный опыт является значимым фактором, то с использованием искусственного интеллекта, заменяющего продавца-консультанта, клиентам даются индивидуальные рекомендации на основе истории покупок и поведения на сайте. Так персонализация сайта и рассылок с использованием технологий искусственного интеллекта позволила DIY-гипермаркетам «Мегастрой» увеличить оборот в 6 раз [DIY-гипермаркеты, 2021]. Персонализация является еще и дополнительным фактором формирования лояльности к торговой площадке.

Еще одним трендом, связанным с Индустрией 4.0, является использование дополненной (AR) и смешанной (MR) реальности при совершении онлайн покупок [Васюта, 2023, 61-67]. Уже сейчас более трети интернет-магазинов используют технологию дополненной реальности для того, чтобы помогать покупателям лучше понять потребительские свойства предлагаемых товаров [Эмерсон, 2023]. Дополненная реальность не только улучшает покупательский опыт, повышая удобство покупок, но и снижает количество возвратов, что непосредственно влияет на прибыльность электронной торговли. По прогнозам, к концу 2023 году суммарный годовой ущерб от возвратов составит 348 млрд долларов [A Mixed Reception..., 2022]. И онлайн-магазины готовы инвестировать в развитие технологий дополненной реальности на своих

площадках, для того чтобы не терять покупателей и доходы из-за возвратов. По оценке экспертов, за счет включения дополненной реальности в свою маркетинговую стратегию, площадки электронной торговли могут увеличить коэффициент конверсии на 40%. Хотя в разных сегментах рынка электронной торговли результаты могут быть и значительно выше. Так бренд Moscot за счет использования AR-технологии и 3D-графики продажи очков обеспечил рост продаж на 174% [Бахарев, 2023].

Недорогие повседневные покупки, такие как продукты, бытовая химия, недорогая электроника, будет осуществляться через голосовую электронную коммерцию (v-commerce). Эта технология основана на обработке естественного языка (NLP) и искусственном интеллекте (AI) для понимания и интерпретации произнесенных пользователем инструкций, обеспечивая опыт покупок без использования рук. Наблюдается быстрый рост популярности голосовых помощников (Алиса от Яндекса, Маруся от VK, Alexa, Google Ассистент, семейство голосовых ассистентов от Сбера Салют) и к концу 2023 году около 8 млрд. устройств будут оснащены ими [Digital voice assistants..., 2023]. По прогнозу Statista рост объемов голосовой электронной коммерции в 2023 году в сравнении с 2021 годом составит 400% (с 5 до 19,4 млрд. долларов) [Егорова, 2023]. Распространение голосового поиска на весь спектр онлайн покупок не возможен ввиду особенностей данного вида шоппинга – отсутствия визуальных стимулов к покупке.

Масштабное внедрение новейших технологий в электронную торговлю с одной стороны создает предпосылку повышения ее эффективности, с другой – требует большого объема инвестиций, которые возможно сформировать только при высокой прибыльности бизнеса. Но постпандемийная реальность показала, что тренд на рост электронной торговли устойчив, хотя темпы ее развития в 2023 году по прогнозам сократятся до допандемийных значений [Тренды электронной коммерции..., 2023]. К 2024 году 21,2% общего объема розничных продаж будет осуществляться онлайн, а к 2025 году масштабы рынка достигнут отметки в 7 триллионов долларов [Global Retail Ecommerce Forecast, 2023]. Для удержания лояльности покупательской аудитории электронные площадки продолжают внедрять новые технологии, в частности, расширяя способы оплаты за счет эквайринга криптовалют и оплаты частями, а также использование мобильных приложений.

Заключение

Развитие национальных рынков товаров и услуг как развитых, так и развивающихся государств, уже глубоко интегрированных в мировую экономическую систему, невозможно без развития электронной торговли. Электронная торговля имеет большой потенциал для диверсификации масштабов и географического распределения, расширения возможностей участия в международной торговле для развивающихся стран. Она также играет все более важную роль в поставках и распределении товаров, как в пределах национальных границ, так и трансграничного перемещения.

Однако рост электронной торговли сдерживается во многих развивающихся странах в силу наличия целого ряда барьеров в области инфраструктуры, финансов и управления. Страны, преодолевающие эти барьеры и создающие благоприятных условий для электронной торговли, получают возможность использовать свои потенциальные преимущества и укреплять свои позиции на мировом рынке. Одновременно те государства, которые не предпринимают ни какие шаги по созданию условий для развития и учета обозначенных трендов электронной торговли,

рискуют упустить не только возможности динамического экономического роста в своих юрисдикциях, но и утратить потенциал повышения конкурентоспособности в мирохозяйственной системе. При отсутствии мер по использованию преимуществ электронной коммерции, существует риск, что цифровые инновации будут только увеличивать разрыв в технологическом развитии и неравенство в доходах между странами.

Библиография

1. Бахарев И. Рост продаж на 174% с помощью онлайн-примерки: кейс Moscot. URL: <https://e-pepper.ru/news/rost-prodazh-na-174-s-pomoshchyu-onlayn-primerki-keys-moscot.html>
2. Васюта Е.А. Тренды инновационного развития экономик стран мира и приоритетные направления для России // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 1. С. 61-67. DOI 10.22394/2079-1690-2023-1-1-61-67
3. Егорова О. Voice commerce: как бизнесу воспользоваться этим трендом сегодня. URL: <https://rb.ru/opinion/voice-commerce/?ysclid=lnwu82wq9f322464468>
4. Сингх М.А. Приоритетные направления формирования цифровой экономики // Россия в мировом пространстве: точки экономического роста в современных условиях. Ростов-на-Дону, 2021. С. 233-236.
5. Тренды электронной коммерции в 2023 году в России и мире. URL: <https://ru.econlife.pro/blog/trendy-e-commerce-v-2023>
6. Шапошникова А.Г. Актуальные тенденции и проблемы интернет-торговли на современном этапе // От глобализации к суверенитету: крах мирохозяйственных связей или новая геоэкономическая реальность. Ростов-на-Дону, 2022. С. 181-186.
7. Эмерсон А. Удивительная статистика дополненной реальности, факты и тенденции, которые следует учитывать в 2023 году. URL: <https://www.bloggersideas.com/ru/ar-statistics/>
8. A Mixed Reception for Augmented Reality in Bricks & Mortar Retail: Efficiencies over Engagement. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/a-mixed-reception-for-augmented-reality-in-bricks--mortar-retail-efficiencies-over-engagement-300651752.html>
9. China – Country Commercial Guide. International Trade Administration. URL: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/china-ecommerce>
10. COVID-19 and E-commerce: a global review. UNCTAD, 2021. URL: <https://unctad.org/publication/covid-19-and-e-commerce-global-review>
11. Digital voice assistants in use to triple to 8 billion by 2023, driven by smart home devices. URL: https://www.juniperresearch.com/press/digital-voice-assistants-in-use-to-8-million-2023?utm_source=ixbtcom
12. DIY-гипермаркеты «Мегастрой» в 6 раз увеличили товарооборот с онлайн благодаря персонализации сайта и рассылок. URL: <https://mindbox.ru/journal/cases/megastroy/>
13. Global Retail Ecommerce Forecast. URL: <https://on.emarketer.com/rs/867-SLG-901/images/eMarketer%20Global%20Retail%20Ecommerce%20Forecast.pdf>
14. GlobalDigital 2023. URL: <https://wearesocial.com/blog/2021/07/digital-2023-the-latest-insights->
15. Inflation becomes the leading global concern in 2022. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/10/global-concern-inflation-energy-economy/into-the-state-of-digital>
16. World Economic Outlook Update, July 2023: Near-Term Resilience, Persistent Challenges. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2023/07/10/world-economic-outlook-update-july-2023>

Trends and prospects of e-commerce development in the global economy

Tat'yana V. Podol'skaya

PhD in Economics, Associate Professor,
South Russian Institute of Management of RANEPА,
344002, 70/54, Pushkinskaya str., Rostov-on-Don, Russian Federation;
e-mail: podolskaya-tv@ranepa.ru

Rafik A. Nalbandyan

Postgraduate,
South Russian Institute of Management of RANEPa,
344002, 70/54, Pushkinskaya str., Rostov-on-Don, Russian Federation;
e-mail: rnalbandyan-22@edu.ranepa.ru

Abstract

The article discusses key trends in the development of e-commerce in modern conditions of inflationary pressure on the global economy. The dynamics of the functioning of the international electronic trade market in the post-covid period and the influence of a complex of factors for the development of the digital economy on this area are shown. Such trends of the modern stage of e-commerce development are highlighted as the demand for low-cost models of goods, the transition to the CDP strategy, the personalization of sales and individualization of recommendations to customers based on the history of purchases and behavior on the electronic trading platform, the use of augmented and mixed reality technologies in electronic promotion, the growth of voice e-commerce in certain e-commerce segments. The prospects for the development of e-commerce and the impact of this area on the economy of various groups of states are outlined. The growth of e-commerce is constrained in many developing countries by a range of infrastructure, financial and governance barriers. Countries that overcome these barriers and create an enabling environment for e-commerce are able to leverage their potential advantages and strengthen their position in the global market. At the same time, those states that do not take any steps to create conditions for the development and consideration of the identified trends in electronic commerce risk missing not only the opportunities for dynamic economic growth in their jurisdictions, but also losing the potential to increase competitiveness in the global economic system.

For citation

Podol'skaya T.V., Nalbandyan R.A. (2024) Trendy i perspektivy razvitiya elektronnoi trgovli v mirovoi ekonomike [Trends and prospects of e-commerce development in the global economy]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (5A), pp. 291-297.

Keywords

E-commerce, global economy, Industry 4.0, digital economy, augmented reality, voice e-commerce, low-cost models.

References

1. *A Mixed Reception for Augmented Reality in Bricks & Mortar Retail: Efficiencies over Engagement*. Available at: <https://www.prnewswire.com/news-releases/a-mixed-reception-for-augmented-reality-in-bricks--mortar-retail-efficiencies-over-engagement-300651752.html> [Accessed 10/10/2023]
2. Bakharev I. *Rost prodazh na 174% s pomoshch'yu onlain-primerki: keis Moscot* [Sales growth by 174% using online fitting: Moscot case]. Available at: <https://e-pepper.ru/news/rost-prodazh-na-174-s-pomoshchyu-onlayn-primerki-keys-moscot.html> [Accessed 10/10/2023]
3. *China – Country Commercial Guide. International Trade Administration*. Available at: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/china-ecommerce> [Accessed 10/10/2023]
4. (2021) *COVID-19 and E-commerce: a global review*. UNCTAD. Available at: <https://unctad.org/publication/covid-19-and-e-commerce-global-review> [Accessed 10/10/2023]

5. *Digital voice assistants in use to triple to 8 billion by 2023, driven by smart home devices*. Available at: https://www.juniperresearch.com/press/digital-voice-assistants-in-use-to-8-million-2023?utm_source=ixbtcom [Accessed 10/10/2023]
6. *DIY-gipermarkety «Megastroy» v 6 raz uvelichili tovarooborot s onlaina blagodarya personalizatsii saitov i rassylkov* [DIY hypermarkets “Megastroy” increased their online turnover by 6 times thanks to the personalization of the website and mailings]. Available at: <https://mindbox.ru/journal/cases/megastroy/> [Accessed 10/10/2023]
7. Egorova O. *Voice commerce: kak biznesu vospol'zovat'sya etim trendom segodnya* [Voice commerce: how businesses can take advantage of this trend today]. Available at: <https://rb.ru/opinion/voice-commerce/?ysclid=lnwu82wq9f322464468> [Accessed 10/10/2023]
8. Emerson A. *Udivitel'naya statistika dopolnennoi real'nosti, fakty i tendentsii, kotorye sleduet uchityvat' v 2023 godu* [Surprising augmented reality statistics, facts and trends to consider in 2023]. Available at: <https://www.bloggersideas.com/ru/ar-statistics/> [Accessed 10/10/2023]
9. *Global Retail Ecommerce Forecast*. Available at: <https://on.emarketer.com/rs/867-SLG-901/images/eMarketer%20Global%20Retail%20Ecommerce%20Forecast.pdf> [Accessed 10/10/2023]
10. *GlobalDigital 2023*. Available at: <https://wearesocial.com/blog/2021/07/digital-2023-the-latest-insights-> [Accessed 10/10/2023]
11. *Inflation becomes the leading global concern in 2022*. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2022/10/global-concern-inflation-energy-economy/into-the-state-of-digital> [Accessed 10/10/2023]
12. Shaposhnikova A.G. (2022) Aktual'nye tendentsii i problemy internet-torgovli na sovremennom etape [Current trends and problems of online trading at the present stage]. In: *Ot globalizatsii k suverenitetu: krakh mirokhozyaistvennykh svyazei ili novaya geoekonomicheskaya real'nost'* [From globalization to sovereignty: the collapse of world economic relations or a new geo-economic reality]. Rostov-on-Don.
13. Singkh M.A. (2021) Prioritetnye napravleniya formirovaniya tsifrovoy ekonomiki [Priority directions for the formation of the digital economy]. In: *Rossiya v mirovom prostranstve: tochki ekonomicheskogo rosta v sovremennykh usloviyakh* [Russia in the global space: points of economic growth in modern conditions]. Rostov-on-Don.
14. *Trendy elektronnoi kommertsii v 2023 godu v Rossii i mire* [E-commerce trends in 2023 in Russia and the world]. Available at: <https://ru.ecomlife.pro/blog/trendy-e-commerce-v-2023> [Accessed 10/10/2023]
15. Vasyuta E.A. (2023) Trendy innovatsionnogo razvitiya ekonomik stran mira i prioritetye napravleniya dlya Rossii [Trends in innovative development of world economies and priority directions for Russia]. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski* [State and municipal management. Scientific notes], 1, pp. 61-67. DOI 10.22394/2079-1690-2023-1-1-61-67
16. *World Economic Outlook Update, July 2023: Near-Term Resilience, Persistent Challenges*. Available at: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2023/07/10/world-economic-outlook-update-july-2023> [Accessed 10/10/2023]